

Gestión y Gerencia

**Revista Científica
Decanato de Administración y Contaduría
Universidad Centroccidental
“Lisandro Alvarado”**

**ABRIL 2009
BARQUISIMETO, VENEZUELA
Vol. 03 N° 01
DEPÓSITO LEGAL: pp200702LA2779
ISSN: 1856-8572**

UNIVERSIDAD CENTROCCIDENTAL “LISANDRO ALVARADO” - UCLA
Decanato de Administración y Contaduría
Centro de Investigación - CI-DAC

REVISTA GESTIÓN Y GERENCIA

GESTIÓN Y GERENCIA es una Revista Científica del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado” orientada a la publicación de colaboraciones que versen sobre temas relativos a la gestión, la gerencia y en general, las ciencias sociales. La revista recibe colaboraciones permanentemente y tiene una frecuencia cuatrimestral con números en Abril, Agosto y Diciembre.

Revista arbitrada e Indexada: Latindex

Depósito Legal: pp200702LA2779 ISSN: 1856-8572 Periodicidad: Cuatrimestral

DIRECCIÓN

Concetta Esposito de Díaz

CONSEJO EDITORIAL

Alberto Mirabal

Concetta Esposito de Díaz

Luís Sigala

Beatriz Carvajal

Carmen Valdivé Fernández

TRADUCCIÓN

Michelle King -Inglés

Alirio W. González R. - Inglés

Héctor Miranda - Portugués

DIAGRAMACIÓN

Andrés Trujillo

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

- Ana Rojas de González, UPEL -IPB.
- Blanca Quevedo, Universidad Valle del Momboy.
- Carolina Mendoza, UCLA, DAC
- Martha Iglesias, UPEL-Maracay.
- Martín Andonegui, UPEL -IPB.
- Sabrina Garbin , Universidad Simón Bolívar.

CORRESPONDENCIA

Revista Gestión y Gerencia

Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”-UCLA-

Calle 8 entre carreras 19 y 20, Edif. Investigación, Postgrado y Extensión del DAC.

Barquisimeto, Estado Lara, Venezuela.

Teléfono: (0251) 259.14.19 / Fax: (0251) 259.14.61

Correo Electrónico: gestionygerencia@gmail.com

DISTRIBUCIÓN

Decanato de Administración y Contaduría

Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”-UCLA



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Francesco Leone
RECTOR

Nelly Velázquez
VICERRECTORA ACADÉMICA

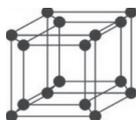
Edgar Alvarado
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Francisco Ugel
SECRETARIO GENERAL

Homero Sáenz
DIRECTOR CDCHT



Fernando Sosa
DECANO DECANATO DE ADMINISTRACIÓN
Y CONTADURÍA (DAC)



Beatriz Carvajal
COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN DAC

GESTIÓN Y GERENCIA
DAC-UCLA

CONTENIDO

Editorial.....1

Artículos

PÉREZ, Jesús Antonio
Modelo Teórico Sistémico de la Administración Basado en las
Diferentes Corrientes Epistemológicas del Pensamiento.....4

CORDERO SALDIVIA, Cecilia
Conceptos y Estrategias de Mercadeo Aplicados a la Empresa
Farmatodo C.A. (AÑO 2006).....19

RAUCH, Angélica y MENDOZA, Carolina
Análisis de la Cuenta de Producción da la Industria Azucarera del
Estado Lara. Período 2001-2002.....37

PÉREZ SÁNCHEZ, Juan José
Prosperidad Económica en Venezuela y Resultados Electorales
(1999-2007).....53

NORMAS PARA LOS COLABORADORES.....74

Editorial

La presente publicación tiene una característica muy especial, toda vez que es algo diversa en el contenido que aborda. Como órgano científico asociado a la gerencia, se examinan cuatro artículos, tres de los cuales directamente vinculantes con el campo empresarial están centrados en planteamientos teóricos, teórico-práctico y de análisis económico, y un cuarto artículo focalizado más en un examen de naturaleza macro, aborda de manera indirecta el campo económico. En ese sentido, el primer artículo presentado por Jesús Antonio Pérez referido a los planteamientos epistemológicos y referencias sobre la administración, permite conducir a un importante cuerpo de reflexiones y críticas metodológicas sobre el particular, para dar luz a un modelo teórico de naturaleza sistémica que sustentado en las diferentes corrientes del pensamiento administrativo, posibilita un enfoque integrador sobre la materia.

Seguidamente, una investigación de Cecilia Cordero respaldada en estudio de caso y haciendo uso de la revisión bibliográfica, la observación, la aplicación de cuestionarios y la entrevista dirigida, permitió abordar cinco temas clave asociados a la mercadotecnia para explicar de manera conceptual y práctica el funcionamiento estratégico de una cadena de farmacias en la respectiva área, ilustrando pedagógicamente las maneras cómo se entrelazan conceptos y aplicaciones en el plano académico y laboral.

El tercer estudio llevado a cabo por Angélica Rauch y Carolina Mendoza, representó un análisis de la cuenta de producción de la industria azucarera del estado Lara para un determinado período, estableciendo comparaciones con la industria nacional y focalizando el examen bajo la óptica económica, permitiendo inferir sobre las causas de los resultados arrojados.

Finalmente, en el cuarto artículo elaborado por Juan José Pérez, se pasa del plano gerencial focalizado en el sector organizativo a la reflexión económica del país, adicionando el modelo político-social como variable para establecer relaciones entre prosperidad económica y resultados electorales.

De acuerdo a ello, se generan planteamientos sobre ingresos recibidos por la nación y percepción del elector sobre el reparto de la riqueza durante el lapso 1999-2007, de cara a establecer relaciones que sustenten los comportamientos reflejados en la materia y sirviendo las referidas consideraciones para explicar de alguna manera el impacto en los sectores productivos.

Concetta Esposito de Díaz

“La conclusión es que la libertad de Conciencia puede manifestarse en forma constructiva sólo si el individuo tiene acceso a todas las fuentes de información y es libre de razonar sin obstáculos. ...Quienes necesitan ser guiados no son completamente libres. Se los ha de ilustrar y no obligar”

Pierre Lecomte du Noüy (1883-1947)
Biofísico y filósofo francés

MODELO TEÓRICO SISTEMICO DE LA ADMINISTRACIÓN BASADO EN LAS DIFERENTES CORRIENTES EPISTEMOLÓGICAS DEL PENSAMIENTO

Msc. Jesús Antonio Pérez

Docente/Investigador Instituto Universitario Experimental de Tecnología "Andrés Eloy Blanco".
E-mail: gsantiagodep@yahoo.es

RESUMEN

En el presente trabajo se incursiona en los planteamientos epistemológicos generales y sus referencias sobre la Administración, en favor de una confrontación teórica más auténtica, mediante la necesaria revisión metodológica conducente a la utilización del holismo interdisciplinario y focalizado siempre en la Administración, en la trascendencia de los errores del reduccionismo mono disciplinario y en los resultados parciales y excluyentes. Con tal propósito se observa, desde las fuentes documentales y bibliográficas, el acontecer de la Administración a través de sus tipologías más persistentes hasta la actualidad y mediante el análisis crítico y global, se deslastran posiciones para definir un modelo actualizado sobre la organización como fenómeno central, bajo los siguientes alcances concretos, cuales son: (a) esclarecer el tema y propiciar la renovación del conocimiento de la Administración y (b) diseñar un modelo de organización acorde con los planteamientos epistémicos y metodológicos orientados hacia una solución del problema investigado. Epistemológicamente se sitúa el estudio en la hermenéutica y el pragmatismo.

Palabras clave: Corrientes epistemológicas, pensamiento administrativo.

Recibido:10/07/2007
Aprobado: 19/11/2008

SYSTEMIC THEORETICAL MODEL OF MANAGEMENT BASED ON THE DIFFERENT EPISTEMOLOGICAL CURRENTS OF MANAGERIAL THINKING

Msc. Jesús Antonio Pérez

Docente/Investigador Instituto Universitario Experimental de Tecnología "Andrés Eloy Blanco".
E-mail: gsantiagodep@yahoo.es

ABSTRACT

With the intention of creating more authentic theoretical confrontation through a necessary methodological review, this paper attempts to rethink general epistemological approaches with reference to Management, using a holistic approach which is both interdisciplinary and focussed on Management, revealing the significance of the mistakes of mono-disciplinary reductionism which invariably lead to selective results. Considering this proposal and using documented and literary sources, Management events, in their most persistent current typologies and through critical and global analysis, adopt positions which define a current model of organisation as the central phenomenon under the following concrete implications:

- (a) to clarify the theme and offer a renewal of Management knowledge
- (b) to design an organisational model in accordance with epistemological and methodological suggestions orientated to a solution of the problem being studied. Epistemologically speaking, the study is based in hermeneutics and pragmatism.

Key words: Epistemological currents; management thinking.

Recibido: 10/07/2007
Aprobado: 19/11/2008

MODELO TEÓRICO SISTÉMICO DA ADMINISTRAÇÃO BASADO NAS DIFERENTES CORRENTES EPISTEMOLÓGICAS DO PENSAMENTO ADMINISTRATIVO

Msc. Jesús Antonio Pérez

Docente/Investigador Instituto Universitario Experimental de Tecnología "Andrés Eloy Blanco".
E-mail: gsantiagodep@yahoo.es

RESUMO

Neste trabalho se abordam temas epistemológicos gerais e suas referencias respeito à Administração, para favorecer uma confrontação teórica mais autêntica, mediante a necessária revisão

o metodológica que conduz à utilização do holismo interdisciplinar e focalizado sempre na Administração, na transcendência dos erros do reducionismo monodisciplinar e nos resultados parciais e exclusivos. Com tal propósito se observa, desde as fontes documentais e bibliográficas, o que acontece na Administração através de suas tipologias mais persistentes até a atualidade, e mediante a análise crítica e global, se deslastram posições, para definir um modelo atualizado sobre a organização como fenómeno central, sob os seguintes alcances concretos, os quais são: (a) esclarecer o tema e propiciar a renovação do conhecimento da administração e (b) construir um modelo de organização acorde com as abordagens epistémicas e metodológicas orientadas para uma solução do problema pesquisado. Epistemologicamente o estudo está no campo da hermenêutica e no pragmatismo.

Palavras chave: Correntes epistemológicas, pensamento administrativo.

Recibido: 10/07/2007

Aprobado: 19/11/2008

Introducción

La denominada Teoría de la Administración posee un desarrollo ya conocido en lo conceptual y en lo bibliográfico, que en buena medida refleja el devenir práctico-empresarial, a partir del cual se ha logrado justificar la obtención de esos supuestos presentados como cuerpos teóricos. En ese sentido, existen múltiples y variados enunciados que para el momento y circunstancia de originarse, se estimaron como acordes como la esencia del acontecer de ese momento y por tanto fueron considerados de naturaleza legítima y de aplicación necesaria y justificada.

Ese conjunto de pensamientos, inclusive útil y exitoso por motivos comprobables, al confrontarlo con tiempos posteriores y con los parámetros teóricos, metodológicos y epistemológicos a que científicamente deberían corresponder, se revela atrasado e incluso incorrecto.

Esos descubrimientos teóricos, englobados en la ruta de supuestos y principios, no han sido casuales sino impulsados por la necesidad, aunque su búsqueda no ha resultado suficientemente satisfactoria, ya que los problemas que se consideraban bajo solución y otros de nuevo formato, demuestran rebeldía a los tratamientos conocidos y permanecen potencialmente irreductibles y con negativas consecuencias sobre el contexto, la organización y sus variables constitutivas.

Se caracteriza, de acuerdo a lo expuesto, una problemática de antigua data, que modernamente se reconoce y se señala en sus rasgos causales en el ámbito del conocimiento, en sus orígenes y métodos, pero que permanecen en espera de concreciones. Hoy se conoce la existencia de probables esquemas para su mejor desenvolvimiento en el ámbito teórico y en su sustentación práctica como posibles ensayos sobre solución que lucen importantes, siempre y cuando se ajusten a las pautas últimas del moderno acontecer y a sus enfoques de carácter global y multifacético.

Colocado el tema en el ámbito del siglo XXI, tercer milenio de la civilización actual, la Administración universal y su correlato bajo las particularidades nacionales, conducen a la búsqueda de los arquetipos teóricos y de su justificación práctica.

Todo acontece a la luz de la planteada incongruencia entre la denominada ciencia normal y la ciencia emergente y de los nuevos paradigmas que tales sucesos originan (Kuhn, 2000).

Los sustratos científicos en el sentido expresado entran en revisión, desde la óptica de los nuevos tiempos y de los avances tecnológicos y metodológicos. Los conocimientos administrativos son clasificados dentro de la ciencia social y responden a la aludida confrontación existente entre ciencias normales y emergentes, aunque en su origen y evolución no hayan adoptado aún el método de mayor propiedad de acuerdo a sus características y en sentido general, han atendido al arrastre de lo objetivo en detrimento de lo subjetivo, de fuerte presencia en su carácter y naturaleza.

Esta limitación impide captar cabalmente el fenómeno en estudio, la organización en este caso, y ello conduce a la aplicación errada de los aspectos prevalentemente normativos que, de un análisis teórico reconocido como restringido han podido derivarse. La problemática planteada descriptivamente tendría probable solución en el regreso a las fuentes obviadas y los entes productores del conocimiento. Revisar esas fuentes en los correspondientes orígenes, ampliaría seguramente el enfoque e induciría a correcciones para producir aportes limpios, por estar desprovistos de insuficiencias reconocidas y planteadas hoy como de indispensable superación.

Las posibilidades de constatación de la divergencia teórico-práctica que ha estado presente en el comportamiento histórico de la Administración, se coloca entonces ante una coyuntura importante representada por nuevos enfoques críticos ante la producción de más teoría, sin las bases empíricas demostrativas y consensuales (Chevallier y Loschak, 1983).

La crítica se dirige al nivel primario para, situada en el origen del conocimiento, revisar las fuentes filosóficas y epistemológicas de orden científico en general, como también las repercusiones de ese cuestionamiento sobre la Administración, en su contexto formativo y ámbito de acción.

Focalizado en la Administración y en el análisis del fenómeno organización que le corresponde, la discusión se plantea en torno al problema de las deficiencias teóricas, en virtud de las cuales la capacidad de la disciplina administrativa presenta restricciones para comprender, explicar e incidir operativamente sobre el fenómeno que le sirve de objeto, debido al desconocimiento de sus bases epistémicas y sus imbricaciones con los diversos campos del conocimiento en general, fases bajo las cuales se ha de afianzar el diseño de las formas o modelos que, en concordancia con la realidad económico-social, establezcan la conexión teórico-práctica de modo coherente con los medios y

finés que a la Administración y a la organización les corresponden, en cuanto constituyen sus vías de realización.

En ese sentido y derivado de tales apreciaciones, el estudio se enfoca en proponer un Modelo Teórico de la Administración basado en las diferentes Corrientes Epistemológicas del Pensamiento Administrativo, para lo cual se establecen como objetivos específicos:

- Interpretar los resultados teórico-prácticos presentes en la evolución del pensamiento, focalizado en la Administración y en sus Inter y trans-influencias, para determinar sus repercusiones actuales en el ámbito científico-técnico y en el acontecer de la sociedad, como realidad envolvente.
- Detectar los factores constitutivos de los tipos de organizaciones que se han venido conformando en el tiempo y están presentes, total o parcialmente en los modelos vigentes.
- Determinar la correspondencia existente, total o parcial, entre las tipologías organizacionales históricamente constituidas y las pautas epistemológicas que las conforman o han debido conformarlas.
- Reconocer las limitaciones y/o ventajas teórico - prácticas de los modelos analizados, para su proyección a través de una propuesta con sentido de actualización y pertinencia.
- Diseñar un Modelo Teórico Sistémico de la Administración basado en las diferentes Corrientes Epistemológicas del Pensamiento Administrativo.

Marco Metodológico

La ruptura paradigmática, según se expresó en el marco teórico, impulsa en refuerzo de las bases documentales hacia la sustentación teórica de los hechos, es decir, a su confrontación real, lo cual es precaución para no repetir errores de enfoques y metodologías anteriores y a la vez afianzarse en la realidad empírica a través de la investigación de campo. Por razones atribuibles a las limitaciones del trabajo, el cumplimiento de esta premisa, de necesario análisis directo de la realidad, el estudio se orientará parcialmente en ese sentido en un proceder caracterizable en la modalidad de investigación expo-facto o no experimental (Hernández y otros, 1994) en la cual, según los referidos autores, prevalece la observación sin posibilidades de influencia del investigador sobre la situación considerada, (ob.cit., p.189). Este tipo de investigación se apoyará en un modelo cuali-cuantitativo, en el marco de las

ciencias fácticas, al afianzarse en hechos ubicados éstos en el ámbito de las ciencias sociales (Bunge, 1974).

Al efecto, el levantamiento de información en lo teórico, consistirá en el inventario de las fuentes bibliográficas y documentales a reflejar principalmente en la construcción del marco teórico y a su utilización como evidencias correspondientes en el marco metodológico y en sus partes constitutivas. El uso de las fuentes teóricas descritas y la captación de información a través de agentes e instituciones significativas, permite resumir el estudio, en cuanto al tipo de metodología, como modelo teórico, con investigación parcial de campo, que le proporcione el complemento empírico necesario para el análisis diagnóstico con propósitos de descripción analítica, que al permitir conocer y evaluar la realidad en estudio conlleva al adelanto de soluciones, en términos de propuestas, sobre las prácticas puntuales que la información revele y que los postulados teóricos encuadran como conocer previo necesario.

Basamento Epistemológico

Epistemológicamente la investigación se sitúa en la corriente filosófica del realismo, a través de su derivación racionalista crítica, en concordancia con los planteamientos formales del positivismo y del método hipotético deductivo. De allí el esquema de objetivos, variables e indicadores que discriminan las dimensiones de la organización por su tamaño, su crecimiento en el tiempo y su orientación cognoscitiva hacia el objeto. La concurrencia de ese conglomerado de requerimientos cognoscitivos en la organización como centro de actividad social en sus múltiples manifestaciones, induce a la presencia de una aplicación sincrética, epistemológica, fenomenológica y hermenéutica que complemente aislada o conjuntamente el trato del fenómeno en estudio. La estrecha vinculación que la Administración y el fenómeno organizacional ha mantenido histórica y contextualmente Claude (1981), Chevallier y Loschak (1983), y Fuenmayor (2001) con el pragmatismo y la crítica misma que este hecho ha generado en el orden epistemológico, son razones suficientes para explicar la necesaria presencia en los ámbitos cognoscitivos en que se sitúa el trabajo, esto es: en lo epistemológico, el pragmatismo y en la hermenéutica como patrones centrales del análisis, así como también de las referencias que permitan clarificar sus orígenes, a partir

de las corrientes o modelos de los cuales se derivan.

PROPUESTA DE MODELO TEÓRICO DE LA ADMINISTRACIÓN BASADO EN LAS DIFERENTES CORRIENTES EPISTEMOLÓGICAS DEL PENSAMIENTO ADMINISTRATIVO

Fundamentaciones:

(a) De orden filosófico.

Por su naturaleza vinculada al saber, toda referencia al conocimiento es en principio filosófico, (Russell, 1987). En el caso de la investigación que sustenta esta propuesta, la primacía que se confiere al conocimiento en su versión como ciencia, mantiene esa connotación hacia lo filosófico al disponer la filosofía de un contenido que se ha venido conformando bajo la denominada epistemología o filosofía de la ciencia, consistente en exigir pautas concretas a la formación de teorías y conceptos como condición de figuración o inclusión. (Bunge, 2000; Ferrater, 1974).

(b) De orden científico-epistemológico.

La indagación general en que se inscriben la investigación y como resultado también el modelo, gira en torno al conocimiento con privilegio hacia el conocer de carácter científico, como rector superior del quehacer transformador del hombre sobre el Mundo. Consecuentemente, la búsqueda se dirige al origen y a las vías del conocimiento objeto de interés, es decir, en el plano filosófico se trata de situar teorías y conceptos dentro del campo general del conocimiento, de sus corrientes y orientaciones y de acuerdo, o cuando menos con evidencia de las formas reflexivas existentes en las expresiones del pensamiento.

(c) De orden cognitivo.

La crítica del conocimiento debido a ese carácter parcial y la ausencia del enfoque global en el análisis de los fenómenos, como es propio del enfoque conductista, se asemejan a los análisis organizacionales, también parciales y limitados. Esa perspectiva de sociedad debe ser promovida con un cambio en la psicología social, institucional e individual. Ese cambio es factible a través de nuevos perfiles, que al modificar los roles de estudiante, docente y ciudadano como sujetos adecuado a la descripción del perfil, postula como desafíos nuevos modelos organizacionales.

(d) De carácter administrativo-organizacional.

El estudio de la evolución del pensamiento administrativo se revela, según lo demuestra la investigación, en los rasgos del producto histórico bibliográficamente analizado, así como en la prehistoria y en la historia temprana e incipiente del hombre sobre la Tierra. De hecho, se sabe que existió la tendencia a organizarse, antecedente que es revelador de una naturaleza humana propicia a la organización y prometedor como rasgo sinérgico (Pffiffer, 1974). Con el advenimiento de la tecnología como factor de crecimiento y desarrollo material y humano, la organización se complejiza y se redimensiona a niveles significativos e imprevistos en los Estados y en la Administración oficializada. Imperan diversas formas de gobierno, pero prevalece la coacción y el autoritarismo, a excepción de la antigua Grecia (Jiménez, 1978). La Administración contemporánea conforma una acumulación de factores, rasgos, elementos constitutivos heredados de sus predecesores; aunque principalmente provenientes de las tipologías organizacionales constituidas durante la primera y segunda revolución industrial.

En un modelo administrativo permeable a las ideas y con amplitud para la acción práctica, un esquema organizado para dirigir consensualmente la ejecución de actividades y acciones requeridas, no debe constituirse en pautas para la imposición de jerarquías, injustificados privilegios, ni divisiones arbitrarias.

Modelo Teórico Sistémico (C.E.R.E.P.R.O.D.I.)**El conocimiento como insumo y producto energético del modelo**

De acuerdo a los supuestos teóricos, el modelo opera mediante la compaginación disciplinaria del campo general del conocimiento, incluido el conocimiento administrativo, respecto a un medio o ambiente real en el cual está también contenida la realidad administrativa propiamente dicha.

De ese ambiente socio-económico, se generan señales en términos de expectativas del macro sistema que el nivel interno de la organización logra traducir, cuantitativa y cualitativamente, y convertir en entradas del modelo sistémico. Conocido el concepto de sociedad de la información y dada la importancia que hoy se le atribuye, el insumo informativo es captado por un centro de recopilación, procesamiento, producción y distribución de información (C.E.R.E.P.R.O.D.I.). Las expectativas sociales, en la medida en

que son traducidas en símbolos, en su totalidad o parte de ellas, se convierten en razón de ser de cada una de las entidades u organizaciones que puedan surgir para convertir las necesidades sociales en bienes y servicios, que a su vez constituyen las salidas o resultados del sistema.

A este grado de razonamiento cabe destacar como dichas entradas, que están constituidas también por conocimientos, generales y administrativos, que en tanto conjunto de ideas son abstractos o teóricos y por elementos materiales factibles ambos como insumos, de ser procesados y transformados con un mayor o menor grado de elaboración o agregado de valor. Esta doble condición, conciencia y existencia en filosofía y teoría y praxis en epistemología, representa como forma concreta en el sistema y, dentro del proceso de conversión, las figuras que se generalizan transitoriamente como instituciones en la concepción teórica, institucionalización en términos de Pfiffner (1974) y como acciones en la concepción real o de manifestación concreta, en lo material.

Es de advertir, como se desprende del marco teórico de la investigación que apoya la propuesta, que aquí cobra sentido la noción de Apriorismo (Gutiérrez, 1984). Esta teoría del conocimiento expone que por tratarse de conductas aprendidas en la Administración, Economía y otras disciplinas, se procede por conocimientos previos. En los casos citados, los proyectos inician con significado técnico y humano la acción constructiva y en ese sentido las instituciones públicas y privadas se legitiman en las ideas, que luego la realidad en su desempeño institucionaliza (Pfiffner, 1974).

Filosofía de gestión del modelo

Siguiendo los autores consultados, la misión atiende a la razón de ser de la organización, en este caso la conformación de un modelo correctivo de algunos aspectos problemáticos de orden epistemológico en cuanto a la derivación y uso del conocimiento sobre las organizaciones. De acuerdo a lo anterior, la misión en el caso del modelo se formula bajo el siguiente enunciado:

MISIÓN

Obtener, procesar, evaluar, actualizar y distribuir entre las distintas instancias que conforman los usuarios del modelo, los productos cognoscitivos que representen las necesidades y expectativas sociales, coordinadas con los conocimientos científicos y tecnológicos que se van conformando de la relación e interacción entre el medio económico y social y los ambientes internos de las organizaciones e instituciones,

organizaciones e instituciones, debidamente conectadas en una red de colaboración y trabajo mutuo para la generación y consumo, con sentido de actualización y proyección.

VISION

Lograr que el modelo CEREPRODI se halle consolidado como centro informativo, al punto de agrupar y contener los conocimientos y la información requerida para relacionar coordinada y de modo sinérgico la actividad de gestión de las entidades proveedoras y de consumo, de manera que se mantengan en las dimensiones espacio-temporal acordes con el desarrollo competitivo, científico y tecnológico, del contexto nacional e internacional, en las áreas informativas y de su naturaleza específica.

VALORES

En relación con la organización, se mencionan los valores: motivación, autoestima, desarrollo profesional, liderazgo proactivo y transformacional, compromiso colectivo, consenso, confiabilidad y lealtad para conseguir la misión, creatividad, investigación y búsqueda de la verdad, honestidad, responsabilidad, entusiasmo y responsabilidad laboral, innovación, heterogeneidad, integración, descentralización, excelencia.

Objetivos estratégicos del modelo.

- Facilitar la interrelación de los conocimientos que resulten necesarios a la acción de los agentes de intereses públicos, privados y mixtos y de representación individual y/o colectiva; que se integran orgánicamente en una situación real determinada del nivel local, regional, nacional e internacional.
- Constituir un ámbito específico para la disponibilidad de conocimientos, no solamente de aplicación sino de explicación del fenómeno o fenómenos vinculados a la organización, en situación de constitución y/o modificación.
- Equipar las organizaciones tecnológica y científicamente al mundo de la comunicación: Internet, Intranet.
- Evaluar la naturaleza y origen del conocimiento referido a las organizaciones y a sus influencias e interrelaciones, en atención a su nivel teórico, origen y carácter científico, valga decir, su epistemología, como táctica para el desarrollo de conocimientos de alto nivel de carácter científico y social, que sirva de marco al conocimiento técnico operativo.

- Propiciar la extensión de redes de investigación en los ámbitos geográficos o espaciales relacionados, con la finalidad de una especialización e integración de experiencias varias y de posible generalización del conocimiento y ampliación de fuentes de sustentación empírica relativa a la experiencia organizacional derivada de proyectos que hayan sido propuestos para el desarrollo de los ámbitos locales regionales y/o nacionales o que existan y posean un desarrollo exitoso.
- Mejorar la relación entre los entes participantes en la obtención y uso de los conocimientos que proceden del C.E.R.E.P.R.O.D.I. Como viabilización de las soluciones a los problemas cognoscitivos de la sociedad, los individuos y la organización y sus procesos.
- Apoyar iniciativas conducentes a reforzar las líneas de investigación, inscritas en programas de desarrollo conjuntos, entre instituciones interesadas en la temática del modelo.

Estrategia General del Modelo

En su configuración general el modelo C.E.R.E.P.R.O.D.I, opera mediante la integración sistémica de los elementos que le proveen su carácter sinérgico, es decir, emerge en el sistema como totalidad, un comportamiento superior al de cualesquiera de las partes que lo componen. Por esa configuración se manifiestan también las restantes características sistémicas, de tal modo se realiza una profunda interacción con el Medio o entorno socio-económico en la definición del modelo como sistema abierto, que influye y es influido en tanto parte de un sistema mayor. Esta condición referida al aspecto concreto de la información, el conocimiento y la gestión, permitirá al modelo sistémico su actualización y pertinencia en las decisiones respecto al ambiente.

El necesario reconocimiento del ambiente, o medio externo, remite al modelo a la aplicación de las técnicas de la planificación estratégica. Por tal razón se requiere del diagnóstico en torno a los factores endógenos fortalezas y debilidades de la organización, así como los de orden exógeno, representadas por las oportunidades y amenazas, que externamente van a manifestarse y en virtud de su magnitud, influenciar favorable o desfavorablemente la gestión de la entidad.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- En cuanto al acontecer histórico, se comprueba que la Administración posee una gran importancia y un pasado histórico prolongado. No obstante en el plano teórico práctico los resultados han adolecido de limitaciones, que se inscriben en la actual crisis del conocimiento científico.
- Las formas organizacionales han adoptado diversas configuraciones, determinando su constitución a través de algunos elementos de más frecuente aparición como son: estructura, gente, procesos.
- Los elementos constitutivos de la organización en el tiempo poseen denominaciones comunes, pero con cambios de significados que dependen de circunstancias específicas y de cada momento histórico, esto es, de su contextualización e interpretación.
- Desde el necesario balance de las ventajas y limitaciones, la Administración y su instrumental organizativo, son merecedores de objeciones y reconocimientos. Desde las objeciones se le critica su escaso carácter científico y epistemológico, su enfoque parcial, estatus conservador e ideológico y carácter ahistórico. Se le reconocen, su cuota de contribución con la problemática de cada momento, los aportes a la productividad y eficiencia en el trabajo. Del balance se deriva sus posibilidades de utilización mediante modelos acordes con la reflexión cognoscitiva, sustentada en la realidad actual y su proyección futura.

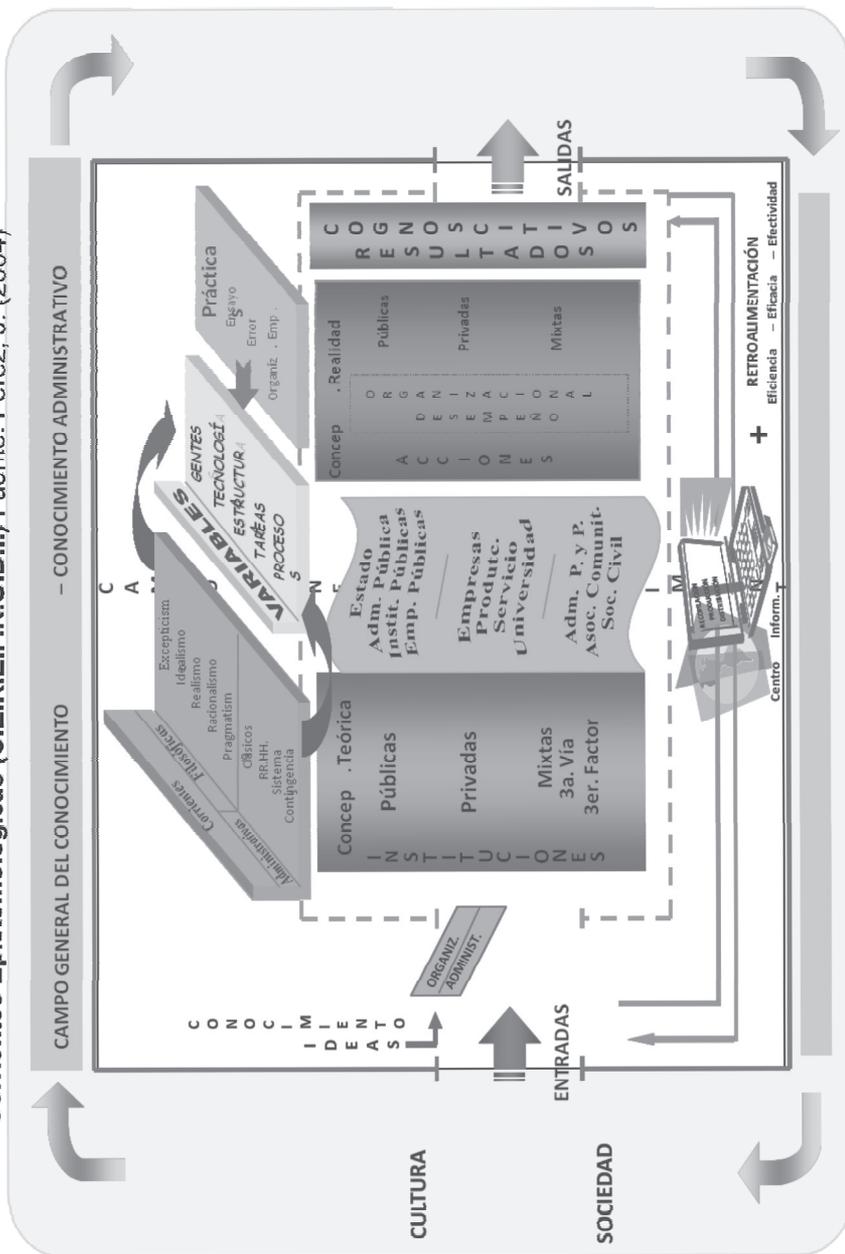
Recomendaciones

Las organizaciones, principalmente las vinculadas al conocimiento técnico-científico, llegan a adoptar el cambio social como desafío. Tal propósito se facilita mediante la interconexión comunicativa e informacional, función que se revela factible a través de la implantación de centros sistemáticos e incontingentes que recopilen, seleccionen, procesen, reproduzcan y distribuyan información en los ámbitos del conocimiento teórico general, disciplinar e interdisciplinar. Hacia esa finalidad concurre el Modelo Teórico Sistémico (C.E.R.E.P.R.O.D.I.) propuesto y por tanto se recomienda su puesta en marcha en una constante circularidad retroalimentaria que permita demostrar su pertinencia teórica, basada en la reflexión filosófica, científica y utilidad operativa en la generación de teorías, principios y leyes.

Referencias Bibliográficas

- Bunge, M. (1974). La Ciencia, su Método y Filosofía. Primera Edición. Buenos Aires. Edición Siglo Veinte.
- Bunge, M. (2000). Epistemología. Segunda Edición. México. Siglo Veintiuno, s.a. de c.v.
- Claude, G. (1981). Historia del Pensamiento Administrativo. Cuarta Edición Madrid Editorial Prentice Hall Internacional.
- Chevallier, J y Loschak, D. (1983). La Ciencia Administrativa. Primera Edición en Español. México. Fondo de Cultura Económica.
- Ferrater, J. (1974). Diccionario de Filosofía. Buenos Aires. Editorial Sudamericana.
- Fuenmayor, R. (2001). Interpretando Organizaciones... Una Teoría Sistémico-Interpretativa de Organizaciones. Primera Edición. Mérida. Universidad de Los Andes.
- Gutiérrez, G. (1984). Metodología de las Ciencias Sociales. Primera Edición. México. Editorial Harla.
- Hernández, R; Fernández, C. y Baptista, P. (1994). Metodología de la Investigación. Tercera Edición. México. Mc Graw Hill.
- Jiménez, W. (1978). Introducción al Estudio de la Teoría Administrativa. Cuarta Edición. México. Fondo de Cultura Económica.
- Kuhn, T. (2000). La Estructura de la Revoluciones Científicas. Decimosexta Edición. México. Fondo de Cultura Económica.
- Piffner, S. (1974). Organización Administrativa. .Herrero Hermanos Sucesores. México.
- Russell, Bertrand. (1987). Sociedad Humana: Ética y Política. Tercera Edición. España S.L. Fondo de Cultura Económica.

Modelo Teórico Sistémico de la Administración basado en las diferentes Corrientes Epistemológicas (C.E.R.E.P.R.O.D.I.) Fuente: Pérez, J. (2004)



CONCEPTOS Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO APLICADOS A LA EMPRESA FARMATODO, C.A. (AÑO 2006)

Cecilia Cordero Saldivia

Licenciada en Administración Comercial, Docente de las asignaturas Mercadotecnia y Orientación Laboral en el Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado". email: soycorsal@yahoo.com

RESUMEN

El presente trabajo tiene por finalidad facilitar el proceso de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes del octavo semestre de Administración de la Universidad Centro-Occidental Lisandro Alvarado que cursan la asignatura Mercadotecnia, mediante la elaboración de un caso práctico que ilustra cinco temas centrales del contenido programático de la asignatura, como son el producto, el precio, la plaza o canales de distribución, la promoción y la segmentación de mercado. Para ello fue necesaria la revisión bibliográfica de los aspectos esenciales que conforman el mercadeo, lo cual permitió desarrollar las bases teóricas de la investigación. Posteriormente se procedió a la elaboración del caso práctico donde se eligió como modelo a la cadena de farmacias Farmatodo, por ser una empresa líder venezolana que nació en la ciudad de Barquisimeto la cual ha sido pionera en su ramo incorporando de manera integral y exitosa, algunas estrategias de mercadeo que pueden ser vivenciadas por los estudiantes de manera personal para enriquecer su proceso de formación. La metodología utilizada para recolectar la información fue la técnica de la observación directa, la cual fue complementada con el diseño de un cuestionario que fue aplicado con la técnica de la entrevista dirigida.

Palabras clave: Producto, canales de distribución, promoción, segmentación de mercado.

Recibido: 10/09/2008

Aprobado: 13/03/2009

**MARKETING CONCEPTS AND STRATEGIES APPLIED TO THE
COMPANY FARMATODO, C.A. (YEAR 2006)**

Cecilia Cordero Saldivia

Licenciada en Administración Comercial, Docente de las asignaturas Meradotecnia y Orientación Laboral en el Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado". email: soycorsal@yahoo.com

ABSTRACT

The aim of this paper is to facilitate the process of teaching and learning to students currently studying marketing techniques in the eighth semester of a degree in Business at the Universidad Centro-Occidental Lisandro Alvarado (UCLA). This is achieved through the preparation of a practical case study which illustrates five central themes from the programme being studied: product; price; means of distribution; promotion; division of the market. Initially, a literary review took place of the essential aspects which make up marketing, permitting the development of theoretical bases for this current research. This led to the preparation of the case study using as an example the chain of drugstores called FARMATODO, considered a leading company in Venezuela. The chain was founded in Barquisimeto and has been a pioneer in its field, integrally and successfully incorporating some marketing techniques which can be witnessed by the students personally and thus enrich their training. The methodology used to collect information was direct observation, complemented by a questionnaire delivered by direct interview.

Key words: Product; means of distribution; promotion; division of the market.

Recibido: 10/09/2008

Aprobado: 13/03/2009

CONCEITOS E ESTRATEGIAS DE MARKETING APLICADOS À EMPRESA FARMATODO, C.A. (ANO 2006)

Cecilia Cordero Saldivia

Licenciada en Administración Comercial, Docente de las asignaturas Mercadotecnia y Orientación Laboral en el Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado". email: soycorsal@yahoo.com

RESUMO

Neste trabalho se tem a finalidade de facilitar o processo de ensino e aprendizagem dos estudantes do oitavo semestre de Administração da Universidade Centro-Occidental Lisandro Alvarado, matriculados na disciplina Mercadotecnia, mediante a elaboração de um caso prático que ilustra cinco temas centrais do conteúdo da disciplina, como são o produto, o preço, os canais de distribuição, a promoção e a segmentação do mercado. Foi necessária a revisão da literatura para os aspectos essenciais que conformam o marketing, o qual permitiu desenvolver as bases teóricas da pesquisa. Posteriormente se procedeu à elaboração do caso prático onde se escolheu como modelo a rede de farmácias Farmatodo, por ser uma empresa líder venezuelana que nasceu na cidade de Barquisimeto a qual tem sido pioneira na área, incorporando de maneira integral e exitosa, algumas estratégias de marketing que podem ser vivenciadas pelos estudantes de maneira pessoal para enriquecer seu processo de formação. A metodologia utilizada para recolher a informação foi a técnica da observação direta, a qual foi complementada com a elaboração de um questionário que foi aplicado com a técnica da entrevista dirigida.

Palavras chave: Produto, canais de distribuição, promoção, segmentação de mercado.

Recibido: 10/09/2008

Aprobado: 13/03/2009

Introducción

La aplicación adecuada de estrategias de mercadeo, constituye un factor clave para que las empresas puedan destacarse y lograr el objetivo fundamental que se persigue con la mercadotecnia, como es la satisfacción plena de los clientes. Para lograrlo, es necesario analizar diversos aspectos relacionados a la competencia, incorporación de nuevos productos, servicios al mercado, análisis en el cambio de los gustos y estilo de vida de los consumidores, entre otros elementos, que determinan el camino que deben seguir las organizaciones para ser competitivas.

En el proceso de enseñanza y aprendizaje de la educación superior del Licenciado en Administración, se refleja el mercadeo como un área de formación para el futuro egresado; donde las referencias bibliográficas, específicamente los textos, conforman uno de los elementos más empleados por los alumnos al momento de investigar y reforzar los conocimientos adquiridos en el aula de clase. Sin embargo, en la mayoría de las bibliotecas a nivel nacional, el material bibliográfico existente proviene de autores extranjeros, quienes desarrollan el contenido de los textos basados en experiencias de empresas de su país de origen y de otros países, entre los cuales no figura Venezuela, siendo esta realidad no ajena a la Biblioteca del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centro-Occidental Lisandro Alvarado.

En ese sentido, es necesario destacar que cada país se desarrolla en un contexto compuesto por variables económicas, sociales, culturales, competitivas, político-legales, y tecnológicas, que le hacen tener características propias y diferentes, y a su vez determinan la forma como las empresas se tienen que adaptar a esas variables de manera particular, para funcionar de acuerdo a las necesidades específicas que pueda demandar cada sociedad. Desde el punto de vista legal, por ejemplo, hay países en donde la publicidad permite la comparación directa entre marcas para realzar diferencias entre un producto y otro. En el caso de Venezuela, esa comparación no es factible y existen sanciones para las empresas que intenten hacer publicidad mediante la comparación de marcas de manera directa. De acuerdo a lo antes expuesto, es conveniente señalar que existen empresas importantes y de trayectoria que nacieron en este país, las cuales fueron creadas en el contexto económico, político, cultural, tecnológico, legal y social que lo caracteriza como nación. Una de estas empresas es Farmatodo, y como

tal es tomada como ejemplo para ilustrar aspectos fundamentales relacionados a la asignatura mercadotecnia. Esta empresa fue pionera en implementar el concepto de autoservicio aplicado al sector farmacéutico, lo cual marca la diferencia entre la farmacia tradicional y este nuevo esquema de negocio.

Otro aspecto relevante a tomar en consideración, es que Farmatodo nace como una iniciativa de empresarios en Barquisimeto, y ha tenido la capacidad de crecer ofreciendo constantemente nuevos productos y servicios que le han permitido lograr la presencia de sus tiendas a nivel nacional. Así y en base al esquema de negocio que maneja, resulta interesante conocer y desarrollar esta experiencia desde el punto de vista educativo, puesto que permite a los estudiantes comparar variables relacionadas al servicio, atención al cliente, variedad de productos y conveniencia, partiendo del análisis de la farmacia tradicional y el concepto de autoservicio. Por lo tanto, puede facilitar el aprendizaje, puesto que una manera de complementar el conocimiento es a través de vivencias y experiencias propias en el medio donde se puedan aplicar teorías y conceptos expuestos en clase. De esta forma, será utilizada como ejemplo para ilustrar algunos temas contenidos en el programa de la asignatura Mercadotecnia que cursan los estudiantes del octavo semestre de Administración, adscritos al Decanato de Administración y Contaduría, de la Universidad Centro-Occidental Lisandro Alvarado.

En tal sentido, en la teoría a desarrollar se eligieron 5 temas centrales del contenido programático, como son el producto, el precio, la plaza o canales de distribución, la promoción, y la segmentación de mercado, los cuales se ilustran y se llevan a la práctica al caso Farmatodo con la finalidad de que los alumnos hagan una conexión real con el tema que se ha tratado.

Para construir el mencionado caso de estudio, se empleó la técnica de la observación directa, la cual permitió analizar aspectos que esta empresa toma en consideración al momento de aplicar algunos conceptos de mercadeo. Más adelante, para corroborar tal información y conocer de manera más profunda quiénes dirigen esta empresa, se consideró necesario el diseño de un instrumento el cual consistió en un cuestionario que fue aplicado con la técnica de la entrevista, en este caso dirigida al Lcdo. Luís Sosa, quien se desempeña como gerente regional de operaciones en esta cadena de tiendas para el momento de la realización del estudio.

Caso Farmatodo

Historia de Farmatodo

El origen de Farmatodo se remonta al año 1918, cuando el Dr. Rafael Zubillaga, en sociedad con el Sr. J.J. López Morandi, funda en Barquisimeto la Farmacia Lara, dedicada a la venta de medicinas al detal y al mayor. En 1929, muere Rafael Zubillaga y la compañía cambia su nombre a López Morandi y Cía. Luego en 1940, se incorpora la segunda generación al negocio. Se trata de Teodoro Zubillaga, hijo de Rafael Zubillaga y Joaquín López.

Más adelante, en 1955, la compañía pasa a llamarse Droguería Lara, concentrándose en la venta de medicinas al mayor a nivel nacional. En esa época la labor de vender un producto no era tan complicada, puesto que no existía una competencia significativa ni de productos ni de establecimientos dedicados al ramo. La labor de compra y venta de medicinas, se limitaba a las demandas y necesidades reales del consumidor.

Para finales de los años 70 la dirección de la empresa la asume la tercera generación encabezada por Rafael Teodoro Zubillaga (actual presidente de Farmatodo) quien recién graduado de economista, toma las riendas del negocio de su padre y de su abuelo. En 1978, se incorpora su hermano Bernardo Zubillaga y desde entonces ambos asumieron la dirección de la empresa.

A partir del año 1984, se inicia el más significativo proceso de transformación organizacional. Se venden todos los mayores y se retoma la actividad de comercialización directa de medicinas a través de las farmacias. Comienza así la implantación del nuevo concepto de farmacias de autoservicio.

Para dar este nuevo y definitivo paso, fue contratado el Dr. Dave Sommer, asesor experto en el negocio y miembro fundador de la cadena de farmacias Rite Aid, la segunda más importante de los Estados Unidos, quien con el equipo gerencial de la compañía trabajaron en conjunto. Él aportó su experiencia y conocimientos para implantar en Venezuela el concepto de farmacias de autoservicio, la cual se caracteriza por tener descuentos especiales y permanentes, con una amplia variedad de productos farmacéuticos y misceláneos, de acuerdo a la experiencia y los estudios que fueron realizados para el mercado farmacéutico venezolano. De hecho, el negocio farmacéutico en nuestro país se caracteriza por presentar algunas limitaciones en cuanto a la venta de productos específicos como por ejemplo,

la venta de cigarrillos, hielo y licor, que en otras partes del mundo es permitido. Desde ese punto de vista se tomaron los aspectos del área de misceláneos que legalmente podían funcionar en Venezuela. De esta forma se aplicó el concepto de benchmarking, al adaptar el funcionamiento exitoso de algunas farmacias establecidas en otros países, a las variables legales, culturales y políticas que regían en nuestro país.

Para crear el concepto de Farnatodo se comenzó a analizar toda la infraestructura de las tiendas, la ubicación y se evaluaron las variables de mercadeo que hacían que las personas en los Estados Unidos prefiriesen ese tipo de negocios. Luego se llevaron a cabo investigaciones propias en Venezuela con consumidores reales, apoyados por grandes compañías como Procter & Gamble, Johnson & Johnson y Gillette, quienes mantenían constantes divisiones de investigación de mercado, y por ende, manejaban información sobre cuáles eran las preferencias y gustos del consumidor venezolano y sobre qué expectativas tenían las personas sobre una farmacia de autoservicio en Venezuela.

El negocio de expendio de medicinas en el país siempre fue muy limitado puesto que únicamente se dedicaba a vender medicamentos sin contemplar el suministro de otros productos que podían ser atractivos y necesarios al consumidor como era el caso de artículos relacionados a la higiene personal o a la belleza. Otro aspecto que prevalecía en la farmacia tradicional antes de la introducción del concepto de autoservicio, fue el mostrador que era una barrera que impedía que el consumidor tuviese contacto directo con los productos al momento de realizar su compra.

Aunado a esto, el negocio farmacéutico fue totalmente regulado, hasta el año 1991, cuando el presidente de la República de Venezuela para ese momento, Carlos Andrés Pérez, dio el ejecútese a la nueva Ley de Medicinas en Venezuela. Anteriormente no era permitido hacer promociones de medicamentos, no se podía mercadear ninguna marca en particular ni hacer ofertas de estos. De igual forma, no estaba contemplado operar una farmacia al lado de otra como ocurría con otros tipos de negocios como ferreterías o zapaterías que funcionaban cercanamente y competían con precio, valor agregado u otra estrategia de mercadeo que se pudiese utilizar para atraer al consumidor final. Desde ese punto de vista, el marco político legal, favoreció el ramo farmacéutico y fue a partir de ese momento cuando las promociones a nivel del ramo farmacéutico comienzan a ser implementadas.

Como se puede apreciar en la reseña histórica, Farmatodo comenzó rompiendo paradigmas en la manera de cómo operar una farmacia bajo el concepto de autoservicio en el mercado venezolano de manera exitosa. Así y según los resultados arrojados en sus estudios de mercado, Farmatodo pudo constatar que el consumidor venezolano estaba ávido de establecimientos que reuniesen en un solo local variedad de productos y servicios, como también promociones que fuesen llamativas y representaran un valor adicional, tomando como base las nuevas tendencias del mercadeo que iban orientadas a satisfacer las necesidades de los consumidores ofreciendo una mezcla de mercadotecnia apropiada que se ajustara a los requerimientos de su mercado meta. De esta forma, la empresa incorpora una serie de productos y servicios completamente novedosos para el sector farmacéutico.

Composición de las tiendas

Ubicación: Farmatodo ha sido muy cuidadosa en seleccionar la ubicación de sus tiendas al elegir sitios de alto tránsito tanto peatonal como vehicular, donde confluyan arterias viales urbanas que faciliten el encuentro con sus establecimientos tanto en zonas residenciales como comerciales.

Facilidades de estacionamiento: Farmatodo es una empresa que comienza su gestión de calidad en el servicio desde el exterior del establecimiento, al ofrecer a los clientes amplios estacionamientos con puestos espaciosos, señalizados y delimitados que facilitan el acceso de los vehículos. Adicionalmente, están bien iluminados, ornamentados con paisajismo que hacen presente la naturaleza lo cual da una sensación de frescura y bienestar, y cuenta con servicio de vigilancia que brinda al consumidor el beneficio de la tranquilidad mientras hace sus compras.

Acceso al interior de la tienda: Lo conforman puertas de vidrio con un sensor óptico que se activa automáticamente en el momento en que las personas entran o salen de la tienda, evitando la incomodidad de empujar o halar la puerta con las manos ocupadas llevando los productos. Adicionalmente, posee rampa de deslizamiento para discapacitados que se trasladan en sillas de rueda.

Infraestructura Interna: Las tiendas poseen un diseño interno estandarizado que permite ahorrar tiempo en la ubicación de los productos, puesto que todos los establecimientos tienen una distribución uniforme de sus áreas. De igual manera posee amplios pasillos que permiten que los usuarios desplacen sus carritos o cestas de compra con comodidad, así como aire acondicionado e iluminación estratégicamente diseñada para realzar la imagen de la tienda y de los productos.

Productos y servicios que ofrece la empresa

La calidad en el servicio implica ofrecer al cliente comodidad, variedad de productos, conveniencia, facilidades, espacios amplios y agradables y seguridad, entre otros. Al tomar en consideración el término producto desde su punto de vista más amplio y al tener en cuenta todos los aspectos que lo conforman, a continuación se describe de manera ilustrativa cómo la empresa ha implantado una estrategia de producto integrado, que se ubica en el nivel de los productos aumentados, puesto que abarca todos los aspectos relacionados al término.

La amplia variedad de productos misceláneos, que funcionan bajo el concepto de autoservicio se identifican en las siguientes categorías:

- **Cuidado del Bebé.** Esta categoría es una de las más fuertes para la empresa y es una de las que mejor compite. Entre los productos que la conforman se encuentran todo lo relacionado a este segmento, como son pañales, fórmulas infantiles, cereales, compotas, cosméticos, accesorios, entre otros.
- **Cuidado del cuerpo.** Se ubican productos como jabones, desodorantes, cremas para el cuerpo, algunos productos de relax y accesorios para el baño.
- **Cosméticos.** Es otra de las áreas que mejor compite. En Venezuela Farmatodo es la única empresa que maneja esta categoría a nivel de autoservicio. Posee una línea amplia que fue diseñada para abarcar todos los estratos del segmento femenino, con la finalidad de cubrir la necesidad de cualquier mujer desde aquella que desea un producto premium o un producto medio, hasta quienes prefieren un producto que igualmente cumpliendo su función, tenga un costo más accesible.
- **Cuidado del cabello.** Conformado por una amplia variedad de shampoo, tintes, cremas, baños de crema, productos para la caída del cabello, entre otros.
- **Alimentos.** Creada esta sección tomando en consideración el elemento conveniencia. Desde este punto de vista, la empresa maneja los productos

alimenticios no perecederos que más se venden. Es decir, aquellos que constantemente buscan los consumidores (como es el caso del pan de sándwich, leche en polvo y de larga duración, azúcar y harina de maíz, entre otros). A pesar de no tener el precio más económico del mercado, los productos en esta categoría tienen una alta rotación, justamente por ser de conveniencia y estar presentes en el momento en que las personas lo necesitan.

- **Snaks.** Contempla todo lo relacionado a pasapalos, galletas y chucherías. Farmatodo también fue pionera en crear este tipo de rubro en el sector farmacéutico y para lograrlo invirtió entre cuatro y cinco años para desarrollarlo, de acuerdo a investigaciones llevadas a cabo con consumidores.
- **El área de refrigerado.** Integrada por refrescos, jugos, leche pasteurizada, yogures, agua mineral, bebidas energizantes y helados.
- **El rubro de papelería.** Lo integran productos variados que comprenden cuadernos, fichas, libretas, blocks y algunos artículos de oficina.
- **La categoría de medicinas naturales, antioxidantes, complejos vitamínicos, y medicina sin prescripción.** Forman parte de los productos de autoservicio, donde el consumidor tiene contacto directo con el producto y tiene la libertad de elegir de acuerdo a su criterio de compra. Asimismo, Farmatodo se ha ocupado de desarrollar **el segmento de personas diabéticas y de la tercera edad**, al ofrecer una amplia gama de productos sin azúcar y complementos nutricionales.
- **El área de artículos del hogar.** Integrada por productos básicos como desinfectantes, esponjas, jabones líquidos y en polvo, insecticidas, entre otros.

Adicionalmente hay otras secciones que se incorporan en la tienda que varían de acuerdo a la fecha, como es el caso de la época decembrina, carnaval y vacaciones donde los artículos varían dependiendo la ocasión que se presente y al mismo tiempo ofrecen al cliente las llamadas ofertas de temporada. Cabe destacar, no obstante, que el grupo conformado por artículos misceláneos ha sido tan exitoso para Farmatodo, que en la actualidad representa el 48% de las ventas netas, comparado con los productos de farmacia que representan el 52%.

Servicios Centrales

Desde el punto de vista del servicio, Farmatodo se destaca tanto por los servicios centrales que ofrece como por servicios adicionales que también están presentes y que forman parte de la filosofía de negocio de esta empresa. Dentro de los servicios centrales relacionados al área farmacéutica, se encuentran la aplicación de inyecciones, toma de tensión, el control del peso, los cuales son ofrecidos de manera gratuita y en el caso de los dos últimos se proporciona al consumidor el beneficio de llevar un registro de estos valores.

Adicionalmente, Farmatodo mantiene el área de farmacia tradicional preparando las llamadas fórmulas magistrales⁽¹⁾, donde cuenta con personal capacitado para la elaboración de las mismas. En este servicio, las fórmulas dermatológicas son las más demandadas por los consumidores.

Finalmente a nivel de medicina, Farmatodo ofrece las jornadas de salud que contemplan eventos donde las personas se hacen exámenes de osteoporosis, vista y glicemia, sin costo adicional.

Servicios Complementarios

En cuanto a servicios adicionales que no están relacionados al área de farmacia, Farmatodo se ha destacado en ofrecer tanto el servicio de revelado fotográfico tradicional, como el revelado digitalizado vía Internet. En el revelado tradicional, existe una tienda que es piloto y cuenta con los equipos de revelado. El resto de los establecimientos reciben los rollos que los consumidores depositan para ser revelados y estos son trasladados a la agencia principal que se encarga de llevar a cabo el proceso de revelado.

Existen servicios asociados a la forma de pago con aceptación múltiple y completamente lícitas, como tarjetas de crédito, tarjetas de débito, pago en efectivo y con cesta tickets, que representan todas las opciones que el consumidor puede tener al momento de efectuar su pago.

Otros servicios que contemplan las tiendas son máquinas dispensadoras de tarjetas telefónicas, tele cajeros dentro de los establecimientos para el retiro de efectivo o cualquier otra transacción que desee efectuar la persona a través de este medio y máquinas dispensadoras de café.

Adicionalmente, la empresa tiene una página web que permite a los usuarios consultar la disponibilidad de productos, ubicación de los establecimientos, números telefónicos y direcciones.

Finalmente, es importante señalar la amplia disponibilidad de horarios, puesto

que las tiendas funcionan en un horario permanente, es decir 24 horas, el cual es complementado con el servicio de Auto Farmacia donde las personas pueden hacer la compra desde su vehículo.

La Cadena de Comercialización

El manejo de las categorías para Farmatodo representa una herramienta muy valiosa porque realmente se funden el proveedor y el detallista como socios y desarrollan estrategias en conjunto que benefician a ambos. En este sentido, se trabaja en función del consumidor final a manera de lograr su satisfacción plena al ofrecer los productos y servicios que requieren sin necesidad de sobrecargar las tiendas de mercancía, lo cual se traduce en un esquema de negocio ganar-ganar para todos los integrantes de la cadena de comercialización (fabricante, detallista, consumidor final). De esta forma se puede apreciar como Farmatodo funciona bajo el esquema de distribución vertical al trabajar de manera integrada con los proveedores para alcanzar un beneficio común que va en pro de la satisfacción del consumidor final.

Para llevar a cabo la logística de distribución Farmatodo cuenta con un centro de distribución propio ubicado en Charallave, el cual triplicó su capacidad de almacenamiento, convirtiéndose en la primera organización en Latinoamérica en manejar sus operaciones con estándares de clase mundial, debido a la tecnología de punta que emplea para facilitar del operatividad del Centro de Distribución (Cendis).

Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado es una herramienta que Farmatodo ha sabido utilizar y que siempre ha tenido presente como estrategia. Desde ese punto de vista la empresa tiene muy bien definido su mercado principal el cual está compuesto por mujeres en edades comprendidas entre los 23 y 50 años. La empresa se enfoca en satisfacer el vínculo de bienestar, belleza, y salud. Tomando en consideración la variable relacionada al precio, Farmatodo no se ubica dentro de las cadenas más económicas que hay en el mercado, sin embargo tiene una extensa gama de productos que van orientados a satisfacer la demanda de los segmentos socio económicos que van del A al C⁽²⁾.

En lo que representa la experiencia de compra, la empresa ha invertido tiempo y recursos en entrevistar a sus consumidores y determinar qué es lo que espera una mujer cuando entra a un establecimiento de Farmatodo. En base

a estos estudios han creado el diseño de las tiendas que contempla aspectos como amplitud, iluminación y ventilación, en donde los recorridos de compra están plenamente adaptados a los requerimientos de los clientes. Se puede comprobar que la distribución interna de los establecimientos funciona, al constatar que una persona visita un Farmatodo para comprar un producto específico y adicional a ese que necesitaba, adquiere otros que no tenía previsto comprar.

Marca Propia

Farmatodo como marca, transmite al consumidor calidad, seguridad, confianza, lealtad y honestidad. Avalada por estos beneficios, la empresa vio la oportunidad de crear su marca propia, la cual representa un ahorro significativo para el consumidor y de igual manera proporciona un alto margen de ganancia y constituye un excelente negocio para la empresa. Las grandes cadenas en Europa y Estados Unidos, comercializan alrededor de un 40% de su margen bruto de venta con productos de marca propia.

Otra ventaja que representa la marca propia para esta empresa es que se utiliza en productos que son de gran rotación y que tienen una alta frecuencia de uso, como el shampoo, papel higiénico, enjuague bucal, cepillos y cremas dentales, pañales, cremas para el cuerpo, toallas sanitarias, entre otros. Esto permite que la persona siempre tenga contacto con la marca Farmatodo, aspecto que es fundamental para el posicionamiento de la misma en el mercado y en la mente del consumidor. Para Farmatodo la marca propia es un concepto que está en pleno desarrollo, a pesar tener tres años en práctica la fecha de realización de este estudio. Para trabajar la marca propia se escogen los proveedores tomando en consideración aspectos relacionados básicamente a los estándares de calidad en la producción. Este es un elemento fundamental a la hora de elegir el fabricante con quien se hará la alianza estratégica, puesto que el producto lleva el nombre de Farmatodo y si la calidad del mismo es deficiente, es la imagen y el nombre de la empresa la que se vería afectada y no la del fabricante. Por esa razón, la escogencia va orientada a empresas líderes y de trayectoria. Por ejemplo, la crema para el cuerpo, que es muy exitosa, la produce Laboratorios Vargas; en el caso de las toallas sanitarias, son elaboradas por Industrias Bio Papel. La gran mayoría de los artículos son fabricados en Venezuela, salvo los pañales que son elaborados por una empresa mexicana.

Promoción de Ventas

La promoción de ventas constituyen un elemento fundamental que ha contribuido al excelente posicionamiento del que goza Farmatodo en este momento, lo cual se evidencia por el grado de aceptación que ha tenido esta empresa en el mercado venezolano donde en la actualidad maneja un total de 124 tiendas a nivel nacional. Estas son llevadas a cabo mediante la aplicación de diversos instrumentos promocionales tales como:

Encartes: empleados desde hace varios años con resultados satisfactorios. En la elaboración del encarte, Farmatodo hace una asociación con el proveedor quien participa en el esfuerzo publicitario que lleva a cabo la empresa.

Esta herramienta publicitaria es de gran utilidad tanto para dar a conocer las ofertas y promociones de productos especiales, como para el lanzamiento de nuevos productos por parte de fabricantes. Cuando se trata del lanzamiento de nuevos productos, esta asociación permite a Farmatodo gozar del beneficio de tener las ofertas del lanzamiento en sus tiendas por manejar grandes volúmenes de venta y tener presencia a nivel nacional y al fabricante le permite dar a conocer el nuevo producto, al colocarlo a la venta en estos establecimientos. Todo esto se traduce en descuentos y ofertas para el consumidor. Otra estrategia que se utiliza es la de impulsar el producto en los puntos de venta mediante el uso de habladores que resaltan la oferta del producto.

La labor de promoción también es llevada a cabo a través de promotoras quienes tienen un contacto directo con el consumidor, apoyándolo y orientándolo al momento de adquirir un producto. Esta estrategia promocional funciona como un ciclo, donde el punto de partida es el encarte en el cual se transmite el mensaje de la oferta, en simultáneo se exhibe el producto en un sitio estratégicamente llamativo y se cuenta con el apoyo de la impulsadora quien cumple la labor de asesorar al consumidor. De esta manera se logra captar la atención de los clientes de diversas maneras, teniendo como resultado el incremento de la rotación de los productos.

Los combos conforman otro de los incentivos que comúnmente son utilizados como estrategia promocional. Estos son elaborados por empresas líderes únicamente para Farmatodo. Son muy efectivos porque brindan al consumidor un ahorro en su compra y es justamente ofreciendo ese tipo de beneficio, la manera como se busca trabajar la variable precio, que como se dijo anteriormente, no se caracteriza por ser el más bajo en esta cadena de tiendas.

Mediante el empleo de los combos, los consumidores realmente tienen un ahorro, ya que el precio es bastante accesible.

Por otra parte, Farmatodo durante los últimos años ha ofrecido una feria de belleza denominada “Expo Belleza”, la cual está orientada básicamente a satisfacer la necesidad de belleza de todas las mujeres, independientemente de la edad, condición social, clase u otra variable. Una condición natural de la mujer es verse bella y Farmatodo hace una conexión con esa necesidad, ofreciendo en unión con los proveedores, la oportunidad en vivo que las mujeres tengan la experiencia de mejorar su apariencia personal.

Esta feria se realiza mediante la instalación de cabinas que ofrecen diversos servicios como masajes, depilación, lavado, corte, tinte y secado para el cabello. El servicio es llevado a cabo por profesionales y por empresas que manejan marcas reconocidas y de excelente trayectoria como Loreal, Wella, y grandes compañías a nivel nacional que participan para prestar el servicio antes señalado. Las cabinas son muy confortables, con aire acondicionado y adecuadas al servicio que se va a prestar. La feria se lleva a cabo en un período planificado en los meses de Julio y Agosto de cada año. La actividad se encarta con suficiente tiempo para que las personas tengan conocimiento del evento y se planifiquen para asistir.

Nuevos Proyectos

Farmatodo se ha planteado seguir expandiendo sus pisos de venta para ofrecer nuevas opciones al consumidor. Desde ese punto de vista, existen otras categorías que están en estudio para ser implementadas en las tiendas. Una de ellas es la de Imagen y Tecnología que contempla la venta de artículos relacionados al área de computación como cartuchos de tintas, memorias, y accesorios de informática en general. La razón por la cual la empresa apuesta a desarrollar esta categoría es porque estudios con proveedores han demostrado que este segmento ha crecido y existe un mercado potencial para atender.

Otra área que próximamente van a desarrollar es todo lo relacionado a alimentos y accesorios para mascotas. Este es un aspecto que los clientes demandan constantemente por ser un mercado que ha crecido mucho en Venezuela y Farmatodo quiere incursionar este concepto para dar respuesta a las inquietudes de sus clientes.

Los conceptos antes aplicados aunado a los nuevos proyectos ilustran cómo

esta empresa venezolana emplea el mercadeo de forma integral, haciendo énfasis en satisfacer plenamente las necesidades de sus clientes, apoyándose en constantes estudios de mercado que le han permitido emplear una mezcla de mercadotecnia óptima que se ajusta a los cambios y características de su mercado meta, lo cual ha marcado una diferencia significativa en la concepción de la farmacia tradicional y el nuevo concepto de farmacia bajo el esquema de autoservicio.

Referencias Bibliográficas

I. Referencias de Fuentes Impresas:

Boxwell, R. (1995). Benchmarking, para competir con ventajas. Mc Graw Hill. España.

Diccionario de la Lengua Española (1970). 19ª. Ed. Spasasalpe.

Fernández, R. (2002). Fundamentos de Mercadotecnia. Thomson Inc.

Kerin, A.; Berkowitz, E; Hatley, S; Rudelius, W. (2004). Marketing. 7a Ed. Mc Graw Hill. México.

Kotler, P.; Armstrong, G. (2004). Marketing. 10a Ed. Editorial Pearson Prentice Hall. Madrid.

Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, A.; Cruz, I. (2000). Dirección de Marketing. Pearson Educación, Madrid.

Lamb, C.; Hair, J.; McDaiel, C. (2002). Marketing. 6a Ed. Thomson Inc.

Pride, W.; Ferrell, O. (1996). Marketing Conceptos y Estrategias. 9a Ed. Mc Graw Hill. México.

Stanton, W.; Etzel, M.; Walter, B. (2000). Fundamentos de Marketing. 11a Ed. Mc Graw Hill Companies, Inc.

II. Referencias Fuentes Electrónicas:

Informe especial de mercado de la botica al drugstore. (1999). Revista Producto Online. [Revista en línea], Disponible www.producto.com. (Consulta: 2006, diciembre 01).

Ledezma S. (2001). Elaboración de Productos bajo el Nombre o Marca del Intermediario., [Revista en línea], Disponible www.zapiens.com (Consulta: 2006, diciembre 01).

Periódico El Nacional (2006). La herencia de los Zubillaga se transformó en Farnatodo, [Revista en línea], Disponible www.farnatodo.com.ve. (Consulta: 2006, noviembre 18).

Publicación de la Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud [Business Online], Disponible www.ops-oms.ve (Consulta: 2007, Abril 14).

Publicación de VenAmCham. Torre. [Business Online], Disponible www.bvonline.com.ve/272/companyprofile.html (Consulta: 2007, febrero 07).

Revista Hiperventas. [Revista en línea], Disponible www.hiperventas.com/detalles.asp?id=300. (Consulta: 2006, noviembre 18).

[Revista en línea], Disponible www.lacamaradecaracas.org.ve/download/cdtpiso1059.2 (Consulta: 2007, febrero 07).

III. Notas:

(1) Fórmulas Magistrales: Todo medicamento destinado a un paciente determinado, preparado por el farmacéutico o bajo su dirección según las normas técnicas del arte farmacéutico, a fin de cumplir expresamente una prescripción facultativa individualizada de las sustancias medicamentosas que incluye. Éste será dispensado en la farmacia con la debida información al paciente, sin que se requiera registro sanitario para su expendido.

(2) Segmento A-C: El segmento socio económico está relacionado directamente a nivel de ingresos y al poder adquisitivo de las personas. En tal sentido el segmento A comprende al grupo de la población que percibe mayores ingresos, el B medianos ingresos y el C de escasos recursos.

ANÁLISIS DE LA CUENTA DE PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA AZUCARERA DEL ESTADO LARA. PERIODO 2001-2002

Angélica Rauch * - Carolina Mendoza **

* Profesora UCLA, correo: arauch@ucla.edu.ve.

** Economista, Profesora UCLA, correo: mendozac@ucla.edu.ve

RESUMEN

En esta investigación se estimó la cuenta de producción de la industria azucarera del estado Lara a precios corrientes y constantes (año base: 2001), y se comparó su estructura de costos con la generada por el BCV para el año 1997. Es una investigación descriptiva, no experimental y longitudinal tipo panel; fueron usadas fuentes documentales y se hicieron estimaciones cuando fue necesario. Como principales resultados se tiene que, para ambos años, la relación consumo intermedio/valor agregado es aproximadamente de 3,5 y la relación consumo intermedio/producción bruta es de 0,78. En general, la estructura de la cuenta de producción para el estado Lara en el año 2001 resultó similar a la nacional, sin embargo, el estado Lara presenta un consumo intermedio ligeramente mayor. Los resultados responden al hecho de que en 2001 uno de los centrales azucareros reinició sus actividades, lo cual impactó en los agregados calculados. Por otra parte, las similitudes entre las estructuras del estado Lara y la nacional indican que la estructura empleada por el BCV para la obtención del PIB a nivel nacional continúa vigente para el caso de la elaboración de azúcar.

Palabras clave: Sistema de cuentas nacionales, sistema de cuentas macroeconómicas regionales, cuenta de producción, sector manufacturero, elaboración de azúcar.

Recibido: 23/07/2008

Aprobado: 20/02/2009

AN ANALYSIS OF THE PRODUCTION ACCOUNTS OF THE SUGAR INDUSTRY OF THE STATE OF LARA (2001-2002)

Angélica Rauch * - Carolina Mendoza **

* Profesora UCLA, correo: arauch@ucla.edu.ve.

** Economista, Profesora UCLA, correo: mendozac@ucla.edu.ve

ABSTRACT

This research estimated the accounts of production in the sugar industry of the state of Lara at current and constant prices (based on the year 2001), and compared its cost structure to that generated by the BCV in the year 1997. This is descriptive research, not experimental and longitudinal research panel type; source documents were used and estimations were made when it was deemed necessary. Among the main results, in both years (1997, 2001), the relation of intermediate consumption/added value is approximately 3,5 and the relation between intermediate consumption/gross production is 0,78. Overall, the structure of the account of production for the state of Lara in 2001 is similar to national data; however, Lara had a slightly greater intermediate consumption. These results correspond to the fact that in 2001, one of the sugar refineries of the region recommenced production which impacted on the overall calculations. On the other hand, the similarities between the structures of Lara and national structures indicate that the structure used by the BCV to obtain the PIB at a national level continues to be valid in sugar production.

Key words: System of national accounts; system of regional macroeconomic accounts, production accounts; manufacturing accounts; sugar production.

Recibido: 23/07/2008

Aprobado: 20/02/2009

ANÁLISE DA CONTA DE PRODUÇÃO DA INDÚSTRIA DO AÇÚCAR DO ESTADO DE LARA. NO PERÍODO 2001-2002

Angélica Rauch * - Carolina Mendoza **

* Profesora UCLA, correo: arauch@ucla.edu.ve.

** Economista, Profesora UCLA, correo: mendozac@ucla.edu.ve

RESUMO

Nesta pesquisa se estimou a conta de produção da indústria do açúcar do estado de Lara a preços correntes e constantes (ano base: 2001), e se comparou sua estrutura de custos com a gerada pelo BCV para o ano 1997. É uma pesquisa descritiva, não experimental e longitudinal tipo painel; foram usadas fontes documentais e se fizeram estimações quando foi necessário. Como principais resultados se tem que, para ambos os anos, a relação consumo intermediário/valor agregado é aproximadamente de 3,5 e a relação consumo intermediário/produção bruta é de 0,78. No geral, a estrutura da conta de produção para o estado de Lara no ano 2001 resultou similar à nacional, no entanto, o estado de Lara apresenta um consumo intermediário ligeiramente maior. Os resultados respondem ao fato que no 2001, uma das usinas de açúcar retomou suas atividades, o qual impactou nos agregados calculados. Por outra parte, as similitudes entre as estruturas do estado de Lara e a nacional indicam que a estrutura utilizada pelo BCV para obter o PIB ao nível nacional continua vigente para o caso da indústria do açúcar.

Palavras chave: Sistema de contas nacionais, sistema de contas macroeconómicas regionais, conta de produção, setor manufatureiro, elaboração de açúcar.

Recibido: 23/07/2008

Aprobado: 20/02/2009

Introducción

La macroeconomía, encargada del estudio de la economía en su conjunto, se vale de diversos instrumentos que permiten obtener indicadores útiles para la elaboración, ejecución, revisión y continuación de planes y acciones que conduzcan al logro de objetivos económicos y sociales, cuyo fin último es la estabilidad macroeconómica y el desarrollo del país.

Sin embargo, en Venezuela a diferencia de otros países como Brasil, Colombia, México, España, entre otros, se carece de información detallada, actualizada y consistente sobre las actividades económicas en los ámbitos regional y local. Al respecto expone Martínez (2004):

Entre los obstáculos que afronta el desarrollo de un sistema de cuentas macroeconómicas regionales están los aspectos políticos-institucionales de carácter nacional tales como la centralización del sistema de administración pública, ausencia de planes para la actualización de censos económicos y marcos muestrales de los principales sectores productivos de la región, alta rotación de personal encargado de producir las estadísticas (informantes calificados), especialmente del sector público, falta de continuidad administrativa y diferencias estructurales entre las regiones (económicas, sociales y físico-espacial) (p. 3)

Este hecho ha dificultado el dar respuestas eficaces a la permanente necesidad de elaborar planes y políticas de desarrollo para estos espacios subnacionales en concordancia con los que son formulados a nivel nacional, que permitan aprovechar las fortalezas y oportunidades de cada región potenciando así su desarrollo y por ende el del país. Igualmente, ha dificultado la elaboración de investigaciones destinadas a plantear soluciones específicas de las regiones o localidades, ha limitado la evaluación adecuada de posibilidades de inversión y ha contribuido a la presencia de asimetrías de información, trayendo como consecuencia una comunicación débil entre los actores regionales (sociedad, sector productivo, sector público e instituciones) y por tanto dificultades a la hora de establecer encadenamientos entre ellos. Por ende, la persistencia de las deficiencias en el sistema estadístico regional implica no poder contar con una herramienta útil que coadyuvaría en la solución de los problemas mencionados anteriormente.

Ningún sector productivo escapa a esta realidad, inclusive la industria azucarera larense¹ que es la que nos ocupa en esta investigación, de la cual se carece de información económica más allá de la información de carácter contable y de aquella correspondiente a los volúmenes tanto de materias primas y otros insumos como de la producción final.

Este panorama general hace necesario retomar la construcción de un Sistema de Cuentas Macroeconómicas Regionales (SCMR), sobre el cual, ya en la década de los ochenta, algunos organismos de desarrollo regional habían realizado avances. En este sentido, en el marco de las líneas de investigación de la UCLA se han realizado investigaciones dirigidas a hacer aportes de tipo metodológico y estimaciones puntuales específicamente en los sectores Financiero, Gobierno, Electricidad, Agrícola, Construcción y Manufactura que sirvan de apoyo a los organismos responsables de elaborar estadísticas regionales.

Un sistema de cuentas regionales no debe hacerse al margen de las pautas establecidas para el cálculo de indicadores a nivel nacional. Así, el SCN1993 es un sistema integrado de cuentas utilizado a nivel internacional que permite a los países obtener indicadores que reflejen magnitudes relativas a cada una de las actividades económicas, constituyendo una compleja red en la que todos los agentes económicos se ven interrelacionados. La primera de las cuentas que componen dicho sistema es la Cuenta de Producción, la cual refleja los resultados de la producción, trátase de bienes o servicios, y el consumo necesario para la elaboración de la misma; el resultado obtenido en esta cuenta es el valor agregado en el proceso productivo, dato que a su vez es utilizado en las cuentas subsiguientes, por lo que el cálculo y el resultado de esta cuenta influirán de forma directa en el resto del sistema. La cuenta de producción es calculada para establecimientos, industrias, unidades y sectores institucionales (Grupo Intersecretarial de Trabajo sobre Cuentas Nacionales, 1993).

Por lo anteriormente expuesto se consideró conveniente iniciar la elaboración de indicadores regionales del sector manufacturero con la construcción de la cuenta de producción de la industria azucarera del estado Lara en vista de la importancia que reviste tal actividad económica en esta entidad. La siguiente tabla muestra el porcentaje que representa, dentro del total nacional, la producción de azúcar por estado para las zafras comprendidas entre los años 2001 y 2005 según datos generados por el Departamento de Estadísticas de la Federación de Asociaciones de Cañicultores de Venezuela, FESOCA.

Tabla 1. Volumen de producción de azúcar por estado como porcentaje del total de producción nacional

Estado	Zafra 2000-2001	Zafra 2001-2002	Zafra 2002-2003	Zafra 2003-2004	Zafra 2004-2005
Portuguesa	37,86	39,2	41,6	41,7	42,1
Lara ²	28,28	29,8	25,2	28,0	27,5
Aragua	17,99	16,6	13,9	14,2	14,8
Yaracuy	7,28	6,3	7,0	5,4	1,6
Zulia	4,32	4,1	5,0	5,0	5,5
Táchira	1,69	2,2	3,4	1,9	2,7
Sucre	2,58	1,8	2,8	2,6	3,9
Trujillo	0,00	0,0	1,0	1,4	2,0

Fuente: www.fesoca.com - Cálculos propios.

Aunado a la importancia relativa que presenta el estado Lara en cuanto a la producción de azúcar, la industria azucarera en general origina una serie de encadenamientos con otras industrias, entre ellas las industrias de: alimentos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, caramelos y confites, alimentos para animales, elaboración de tableros y aglomerados, papel, cartón, energía y combustible, maquinarias agrícolas e insumos y productos agroquímicos, entre otros. Además genera una gran cantidad de empleos directos (aproximadamente 50.000), de los cuales un 20% aproximadamente se dedica a las actividades de fabricación y el restante en actividades que van desde el cultivo hasta el transporte; de igual forma genera empleos indirectos en una cantidad que quintuplica al de empleos directos, según información publicada por la Asociación Venezolana de Productores y Refinadores de Azúcar (Venazúcar) en abril del año 2006 (www.fedeagro.org).

De acuerdo con las ideas expuestas anteriormente, esta investigación se focalizó en analizar la cuenta de producción de la industria azucarera del estado Lara para el período 2001 – 2002 y se plantearon los siguientes objetivos específicos:

1. Revisar el nuevo Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) elaborado en 1993, para conocer los cambios efectuados en el mismo, la terminología empleada y comprender las interrelaciones presentes entre todos sus elementos.

2. Estudiar la metodología aplicada en el SCN 93 para la elaboración de la cuenta de producción en lo que respecta a la producción de bienes, con el objeto de aplicar dicha metodología en el caso de estudio.
3. Estimar la cuenta de producción de la industria azucarera del estado Lara a precios corrientes y a precios constantes para el período 2001-2002, considerando el 2001 como año base.
4. Comparar la estructura de costos de la industria azucarera generada por el BCV para el año 1997 con la estructura de costos del sector azucarero del estado Lara obtenida por la investigación para el año 2001.

Metodología

Tipo y Diseño de Investigación

En función de los objetivos planteados y de trabajos similares realizados anteriormente esta investigación es descriptiva. El diseño de investigación que sirvió como estrategia para el logro de los objetivos planteados fue el diseño longitudinal, tipo panel, que forma parte de los diseños de investigación no experimentales.

En correspondencia con los objetivos planteados inicialmente y en función de mantener el secreto estadístico, el análisis se realizó considerando al conjunto de la industria azucarera del estado Lara pudiéndose obtener información para tres de los cuatro centrales azucareros del estado, descartando un análisis individual o comparativo entre establecimientos. En todo caso, la información alusiva a algún central en particular que pueda encontrarse en la investigación es de dominio público.

La información necesaria para la elaboración de la investigación provino fundamentalmente de fuentes documentales: el nuevo manual del SCN (Grupo Intersecretarial de Trabajo sobre Cuentas Nacionales, 1993), estudios previos que han logrado una aproximación al cálculo de la cuenta de producción a nivel regional para distintos sectores y fuentes estadísticas publicadas por organismos oficiales; para la estimación de la cuenta de producción fueron necesarios datos obtenidos a través de los balances generales, balances de comprobación, mayores auxiliares e informes de producción de las empresas, así como una encuesta aplicada por el Instituto Nacional de Estadística en el año 2002 a uno de los establecimientos.

2.2. Técnica de Recolección de Datos.

A los fines de esta investigación y dadas las características del diseño, se utilizaron dos tipos de técnicas de recolección de datos.

Se empleó lo que Hernández et al. (1998) denomina "*otras formas de recolección de datos*". En este sentido se tomaron los datos directamente de fuentes contables (balance general, balance de comprobación y mayor auxiliar) de los establecimientos, y la Encuesta Industrial Anual (para la industria manufacturera) del Instituto Nacional de Estadística (INE) aplicada en el año 2002 a uno de los establecimientos, lo cual permitió comparar los datos obtenidos a través de los balances de comprobación. Para obtener datos referidos a volúmenes de materias primas y materiales auxiliares insumidos, así como de producción, se consultaron los informes de producción elaborados por los centrales de las zafras correspondientes a los años 2001 y 2002. La organización de la información referida a valores de la producción, materias primas, insumos y gastos en bienes y servicios en los que incurre la empresa (entre otras que no pudieron ser incorporadas a esta investigación), se hizo utilizando el formato de la Encuesta a la Industria Manufacturera que emplea el BCV (BCV, 1998). Para la elaboración de la estructura de la cuenta de producción y la comparación con los resultados obtenidos se consultó la cuenta de producción de la industria azucarera a nivel nacional elaborada por el BCV para el año 1997, la cual fue suministrada por el personal del Departamento de Cuentas Macroeconómicas del instituto emisor.

Por último, fue fundamental la conversación con algunos expertos para la obtención de información a la cual no se podía acceder a través de las dos técnicas de recolección mencionadas previamente. Las informaciones obtenidas a partir de estas conversaciones se refieren a las proporciones de ciertos gastos que se encontraban agrupados en la contabilidad, pero que para efectos de la investigación se requerían de forma separada, precios de insumos y productos, formas de pago de la materia prima, descripción de las partidas empleadas en la contabilidad, indicadores referidos al proceso que son manejados por el establecimiento y que sirvieron para la elaboración de estimaciones, interpretación de los informes de producción y consultas acerca del proceso productivo en general.

2.3 Procesamiento de Datos.

Para el procesamiento de los datos resultó necesario ejecutar los siguientes pasos:

(a) *Indagación acerca del año contable del establecimiento.* Esto se debe a que no siempre los establecimientos establecen su año contable igual que el año civil. En estos casos, el Manual de Instrucciones (BCV, 1998) establece que debe tomarse aquel año contable que tenga una intersección de 9 o más meses con el año civil, es decir, si el período contable inicia el 01 de noviembre del año “t” y finaliza el 31 de octubre del año “t+1” no se considera un error tomar en cuenta para los cálculos correspondientes al año “t+1”, los datos de ese período, aún cuando haya comenzado en el año “t”.

(b) *Registro y clasificación de los datos.* Estos fueron catalogados en hojas de cálculo según se trataba de:

- Materias primas
- Materiales auxiliares
- Envases y embalajes
- Producción principal y secundaria del establecimiento
- Otros gastos en bienes y servicios

(c) *Estimaciones.* Aquellos datos que no pudieron ser suministrados por los centrales azucareros fueron estimados siguiendo la metodología aplicada por el BCV, así como información obtenida a través de conversaciones con expertos, como por ejemplo las proporciones de ciertos gastos que en la contabilidad de la empresa se encuentran unidos en una sola partida pero que a los efectos de la investigación se requerían de forma separada.

(d) *Codificación.* Los datos correspondientes a producción, materias primas, materiales auxiliares, y envases y embalajes, fueron codificados de acuerdo a la CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme) (www.uno.org) a un nivel de desagregación de 5 dígitos. Los datos referidos a otros gastos en bienes y servicios se clasificaron de acuerdo a una lista presentada en el Manual de Instrucciones del BCV, debido a que resultó muy complejo codificarlo de acuerdo a la CIIU.

(e) *Tabulación.* Se tabularon los datos por cada central azucarero de una forma similar a la estructura elaborada por el BCV, permitiendo obtener los totales relativos a producción, consumo intermedio y valor agregado bruto. La cuenta de producción de la industria se obtuvo sumando los datos de los tres centrales que suministraron la información.

(f) *Deflactación*. Los datos del 2002 fueron deflactados con el fin de obtener los valores a precios constantes para lo cual se emplearon los Índices Implícitos de Precios de la Producción (IIPP), de Consumos Intermedios (IIPCI) y el de Precios al Consumidor (IPC) en función de la clasificación de los datos que fue realizada. Estos índices son publicados por el BCV (www.bcv.org).

Análisis de Resultados

Se muestran a continuación los resultados obtenidos una vez cumplidos los pasos descritos en el apartado titulado "Procesamiento de datos", así como otros cálculos realizados con el fin de dar cumplimiento a los objetivos propuestos y complementar la información para el análisis.

Cuenta de Producción de la Industria Azucarera del Estado Lara. Años 2001-2002. Valores Constantes

A continuación se muestra la cuenta de producción a precios constantes para los años 2001 y 2002, y las tasas de variación registradas en el período. Sólo se muestra aquí una versión abreviada de la cuenta, de manera que puedan apreciarse sus principales elementos.

El incremento del 12,26% de la producción (PB) corresponde principalmente a un incremento notable del volumen de azúcar producido por uno de los centrales en el año 2002 (debido al reinicio en marzo del año 2001 de sus actividades productivas), así como de la producción secundaria registrada para ese año.

En lo que respecta a las causas que generaron la variación negativa que presenta el consumo de materiales auxiliares, puede inferirse que se debe a un incremento del 10,23% en el valor del azúcar crudo insumido, el cual requiere, para completar su proceso de refinación, de menores cantidades de químicos que los empleados en el procesamiento de la caña de azúcar. Esto está sustentado además en el hecho de que se produjo una reducción en el valor del consumo de sustancias químicas básicas de 31,33% y un incremento de 5,25% de caña de azúcar.

Tabla 2. Cuenta de producción de la industria azucarera del estado Lara
Años 2001-2002. Precios constantes (Bolívares)

SCN	Concepto	Años		% 2001- 2002
		2001	2002	
P.1	PRODUCCIÓN (PB)	71.476.282.550,20	80.236.523.732,97	12,26
P.11	Producción de mercado	71.476.282.550,20	80.236.523.732,97	12,26
P.111	<i>Producción principal</i>	71.395.583.448,03	79.506.208.750,28	11,36
P.112	<i>Producción secundaria</i>	80.699.102,17	730.314.982,69	804,99
P.12	Producción para uso final propio	0,00	0,00	0,00
P.13	Producción no de mercado	0,00	0,00	0,00
P.2	CONSUMO INTERMEDIO (CI)	53.647.798.695,46	53.397.089.151,59	8,82
	Materias primas	42.631.305.330,14	45.601.502.172,20	6,97
	Materiales auxiliares	699.712.543,43	623.011.355,39	-10,96
	Envases y embalajes	1.353.929.506,46	1.309.120.720,62	-3,3
	Energía eléctrica comprada	101.030.397,30	238.075.421,25	135,65
	Otros gastos en bienes y servicios	8.861.820.918,12	10.607.379.482,12	19,70
	<i>Bienes</i>	5.264.917.857,72	6.642.940.782,98	26,17
	<i>Servicios</i>	3.596.903.060,40	3.964.438.699,15	10,22
B.1b	VALOR AGREGADO BRUTO (VAB)	17.828.483.854,74	21.857.434.581,38	22,60

Fuente: Cálculos propios

A pesar que la variación de los envases y embalajes no es considerable, la disminución de un 3,3% está sustentada en el hecho de que se redujo el consumo de empaques de material plástico. En contraste, se incrementó el empleo de empaques de papel.

La variación en el consumo de energía eléctrica es la más notable dentro de la estructura. Por un lado, incrementos en los niveles de producción ocasionan incrementos en el consumo de energía en industrias como ésta; por otro lado, a pesar de que los centrales azucareros pueden generar energía a partir del bagazo, no todos pueden satisfacer su propia demanda de energía. Considerando la información individual por central, se pudo notar un incremento de la energía eléctrica comprada proporcionalmente mayor que la energía eléctrica generada.

La variación del consumo de servicios resultó mayor que la variación en el consumo de bienes. Esto puede deberse a incrementos en los fletes pagados por el transporte del azúcar y sus subproductos, el mantenimiento que requieren las maquinarias pesadas, las unidades de transporte y la necesidad de alquilar maquinarias en los períodos de zafra, entre otros, originados por incrementos en los niveles de producción.

El incremento del valor agregado bruto (VAB), es ligeramente mayor que las variaciones registradas en la producción bruta y el consumo intermedio. En este resultado pudo haber incidido el hecho que se registró un incremento considerable de la producción secundaria (tomando en cuenta que se tuvieron limitaciones en cuanto a la obtención de los datos de este elemento, por lo que se procedió a calcular el valor de la producción por la vía de los costos de los factores), así como una reducción en algunos elementos del consumo intermedio.

Comparación de la Estructura de la Cuenta de Producción Elaborada por el BCV (1997) y la Estructura de la Cuenta de Producción Obtenida para el Estado Lara (2001)

Para esta comparación se tomaron los elementos considerados como principales que conforman la cuenta de producción: producción, consumo intermedio y el valor agregado bruto, sin embargo para enriquecer el análisis se tomaron valores más desagregados de la producción y del consumo intermedio; el valor de cada uno de los elementos fue calculado como porcentaje del total de la producción. Los resultados se muestran en la tabla que sigue, destacándose lo siguiente:

- Las estructuras presentadas no resultan muy diferentes en lo que respecta a la producción bruta. Al no contarse con información completa referente a la producción secundaria de la industria azucarera del estado Lara se presenta una diferencia con respecto a la estructura nacional; lo mismo ocurre con la producción para uso final propio, la cual se genera en casos puntuales, es decir, no es un factor común; sin embargo se considera válida la estimación por cuanto la producción secundaria y la producción para uso final propio suman, en la estructura nacional, 1,39% de la producción total.

Tabla 3. Estructuras de la industria azucarera nacional y del estado Lara
Precios constantes (%)

SCN		Estructura BCV 1997 (%)	Estructura Lara 2001 (%)
P.1	Producción	100	100
P.11	Producción de mercado	99,97	100
P.111	<i>Producción principal</i>	98,60	99,89
	Azúcar	92,73	95,19
	Resto de productos de azúcar y derivados (incluye Papelón)	5,87	4,69
P.112	<i>Producción secundaria</i>	1,37	0,11
P.12	Producción para uso final propio	0,03	0,00
P.13	Producción no de mercado	0,00	0,00
P.2	Consumo Intermedio	74,79	75,06
	Materias primas	62,98	59,64
	Materiales auxiliares	1,48	0,98
	Envases y embalajes	2,61	1,89
	Electricidad comprada	0,31	0,14
	Bienes	4,55	7,37
	Servicios	2,86	5,03
B.1b	Valor Agregado Bruto	25,21	24,94

Fuente: BCV3. Tabla 2. Cálculos propios.

En lo que respecta a materiales auxiliares, envases y embalajes y electricidad comprada, puede notarse que la industria azucarera del estado Lara presenta resultados menores a los registrados para la industria nacional. Las diferencias más significativas se encuentran en el gasto en bienes y servicios, donde el estado Lara presenta un consumo intermedio mayor.

Indicadores Calculados a Partir de la Cuenta de Producción de la Industria Azucarera del Estado Lara

Con los valores a precios constantes obtenidos en la cuenta de producción se calcularon algunos indicadores que permitieron profundizar el análisis particular de la industria. Estos indicadores se muestran todos en la siguiente tabla:

Tabla 4. Indicadores económicos. Industria azucarera del estado Lara

Indicadores		2001	2002
P.2 / P.1	Consumo intermedio / Producción bruta	0,751	0,728
P.21 / P.1	Consumo intermedio de bienes ⁴ / Producción bruta	0,699	0,675
P.22 / P.1	Consumo intermedio de servicios ⁵ / Producción bruta	0,052	0,052
P.2 / B.1b	Consumo intermedio / Valor agregado	3,009	2,671
B.1b / P.1	Valor agregado / Producción bruta	0,249	0,272

Fuente: Tabla 2. Cálculos propios.

Los indicadores calculados no presentan variaciones importantes de un año a otro. Sin embargo a través de los resultados puede observarse que el consumo intermedio triplica al valor agregado, es decir, para generar 1 bolívar de valor agregado se requieren aproximadamente 3 bolívares en insumos. (Esta relación es similar a la de la industria azucarera a nivel nacional). La fuerte incidencia que tiene el consumo intermedio en el valor de la producción trae como consecuencia a su vez una generación de valor que pudiera parecer escasa, según lo que refleja el resultado obtenido a partir de la división entre el valor agregado y la producción. Sin embargo a nivel general el sector agroindustrial presenta un comportamiento similar. De igual forma se observa que el consumo intermedio en bienes tiene un peso mayor sobre el valor de la producción que el consumo intermedio en servicios, lo cual es característico de las actividades manufactureras.

Conclusiones

La revisión y estudio del SCN1993 permitió obtener una visión general de los conceptos allí manejados que resultaron útiles para el desarrollo de esta investigación, al margen que resultó una herramienta imprescindible para la toma de decisiones relacionadas con las estimaciones y los elementos que componen las cuentas. En función de lo expuesto, puede decirse que para el abordaje de estudios de esta naturaleza, el SCN1993 resulta indispensable. Sin embargo fue determinante la orientación recibida por el personal del BCV dado que hay aspectos cuyo tratamiento resulta muy particular.

De igual forma resultó de gran utilidad la información obtenida a través del material por ellos publicado.

La estimación de la cuenta de producción de la industria azucarera del estado Lara estuvo marcada por aspectos relacionados con las posibilidades de acceso a datos que para el momento de la investigación no eran recientes, así como las distintas formas como fue presentada la información por parte de cada establecimiento. Esto ameritó, en consecuencia, la aplicación de procedimientos en función de los requerimientos de la investigación, sin por ello dejar de expresar que se presentaron limitaciones de tiempo y recurso humano para el desarrollo de la misma.

Al evaluar los resultados aquí presentados se debe tomar en cuenta la particularidad que presentó el sector azucarero en Lara en el año 2001 como consecuencia de la reactivación de uno de los centrales considerados en la muestra, lo cual tuvo un impacto en los datos a nivel agregado.

La comparación realizada entre las cuentas de producción de la industria azucarera nacional, elaborada por el BCV en 1997, y la larense, permite concluir que hasta el año 2001 no se generaron cambios significativos en sus estructuras, de lo cual se deduce que no se han producido cambios tecnológicos importantes, ni modificaciones en sus actividades productivas. En general, los resultados obtenidos se consideran consistentes cuando son comparados con la información que se tiene del comportamiento de la industria a nivel nacional.

Las relaciones establecidas entre la producción bruta, el consumo intermedio y el valor agregado, dan cuenta de una fuerte incidencia del consumo intermedio en los valores de producción, y un aporte del sector a través del valor agregado cuya proporción es semejante al de otras agroindustrias. Por su parte, es importante destacar que en el caso de la industria azucarera, la producción resulta insuficiente en comparación con la demanda nacional, lo cual aunado al control de los precios de venta del azúcar, y a las condiciones bajo las cuales las factorías tienen que negociar con los cañicultores, se traducen en incrementos en las importaciones de azúcar crudo (cuyo proceso para culminar el refinado se estima que no agrega mucho valor al producto final) para cubrir la demanda nacional.

Por último, este tipo de investigaciones resultan indispensables si se quiere contar con un buen sistema de estadísticas regionales. Para ello el trabajo debe realizarse en equipo de forma coherente y continua, además de contar con el apoyo del Banco Central de Venezuela para las orientaciones en el

proceso de elaboración de cuentas y la validación de los resultados.

Referencias Bibliográficas

Banco Central de Venezuela (1998). *Manual de Instrucciones. Encuesta a Empresas Manufactureras*. Vicepresidencia de Estudios. Gerencia de Estadísticas Económicas.

Banco Central de Venezuela (2008): *Índices Implícitos de Precios de la Producción (IIPP), Índices de Consumos Intermedios (IIPCI), Índices de Precios al Consumidor (IPC)*. Disponibles en <http://www.bcv.org.ve>

Confederación Nacional de Asociaciones de Productores Agropecuarios (2008): Disponible en <http://www.fedeagro.org>.

Federación Nacional de Asociaciones de Cañicultores de Venezuela (2008): Disponible en <http://www.fesoca.com>.

Grupo Intersecretarial de Trabajo sobre Cuentas Nacionales (1993). *Sistema de Cuentas Nacionales (SCN1993)*.

Hernández S., Roberto, Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (1998). *Metodología de la Investigación*. Editorial McGraw-Hill Interamericana de México, segunda edición, México.

Martínez, E. (2004). Estimación de la cuenta de producción del sector financiero regional. Caso: entidades de ahorro y préstamo del estado Lara, Venezuela (Lapso: primero y segundo semestre del año 2002). Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA). (Trabajo de ascenso).

Organización de las Naciones Unidas (2008). *CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme)*. Disponible en <http://www.uno.org>.

Notas:

1. Los centrales azucareros ubicados en el estado Lara son: Azucarera Pío Tamayo, C.A., Azucarera Río Turbio, C.A., C.A. Central La Pastora y C.A. Azuca.
2. Para el año 2001 el Central Pío Tamayo, ubicado en la ciudad de El Tocuyo, estaba en proceso de reactivación bajo un nuevo modelo de cogestión (Estado-cañicultores), iniciando sus actividades en el mes de marzo, luego de haber permanecido inactivo desde octubre de 1999.
3. La fuente de información de la cual se obtuvo la estructura de la industria azucarera nacional es confidencial.
4. Incluye materias primas, materiales auxiliares, envases y embalajes y otros gastos en bienes.
5. Incluye electricidad pagada y otros gastos en servicios.

PROSPERIDAD ECONÓMICA EN VENEZUELA Y RESULTADOS ELECTORALES (1999-2007)

Juan José Pérez Sánchez*

* Economista. Profesor asistente - Jefe del Departamento de Economía del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA)

RESUMEN

Esta Investigación se interesa en responder las siguientes cuestiones: en Venezuela, ¿qué relación existe entre situación económica y resultados electorales? ¿Qué peculiaridad muestra esa relación en Venezuela en el período conocido como la V República? Y más concretamente, ¿qué factores novedosos en la escena social podrían explicar el revés electoral del sector oficial el 2 de diciembre de 2007? Se sugiere una relación inversa entre situación económica y resultados electorales, en el período 1998-2007: en momentos en que los indicadores de crecimiento económico muestran su mayor esplendor, la percepción en el elector es que a él no le llegan los beneficios de esa abundancia que muestran las cifras. Al parecer, tal situación se genera por las contradicciones internas del mismo modelo político-social que se viene implantando, caracterizado como *Modelo Centralizado de Reparto de la Renta*, puesto en marcha paulatinamente desde la llegada de Hugo Chávez F. al poder y del cual emergen dos elementos que obstaculizan su funcionamiento: a) insatisfacción de los electores con el modo de reparto de la riqueza petrolera y b) la existencia de un presupuesto paralelo, que se ejecuta sin controles administrativos eficaces, dejando espacio a denuncias y acusaciones de manejo doloso del erario público (reales o ficticias, pero que afectan negativamente la imagen del sector oficial), a la vez se desarrolla una lucha interna en las facciones y tendencias del aparato partidista que sostienen al gobierno por el control de las instancias que determinan la distribución discrecional de la renta. Estas dos circunstancias explicarían la supuesta anomalía en el comportamiento electoral del venezolano, pues según los antecedentes de la investigación y la evidencia empírica, cuando hay bonanza económica quien ejerce funciones de gobierno, mantiene la preferencia del electorado.

Palabras clave: Renta, centralización, presupuesto, elecciones.

Recibido: 02/07/2008
Aprobado: 27/01/2009

**ECONOMIC PROSPERITY AND ELECTION RESULTS IN
VENEZUELA (1999-2007)****Juan José Pérez Sánchez**

* Economista. Profesor asistente - Jefe del Departamento de Economía del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA)

ABSTRACT

This investigation is interested in answering the following issues from Venezuela: Which is the relation between economical situation and results from elections? Which peculiar situation is shown in this relation in Venezuela within the period known as the Fifth Republic? And even more precise, what novelty factors in the social scene could explain the electoral backhand of the official sector on December 2, 2007? An inverse relation is suggested between economical situation and electoral results during the 1998 – 2007 period in which the economical growth indicators show their highest wealth. The voter's perception is that he doesn't get the benefits of this richness shown in the numbers. Apparently, this situation is generated due to the internal contradictions of the same socio-political model that is being implemented known as The Centralized Model of Sharing the Profits, being practiced gradually since the arrival of Hugo Chávez F. to the power and from which two elements emerge that block its performance: a) Dissatisfaction from the voters in the way the richness from the Oil rents are distributed and b) the existence of a parallel budget that is carried out without effective administrative controls, leaving an open gap for complaints and accusations of fraudulent management of the public treasury (real or fictional but affecting negatively the image of the official sector). At the same time there's an internal struggle in the movements and tendencies of the party apparatus which hold the government for the control of the instances determining the discretionary distribution of the profits. These two circumstances would explain the so called anomaly in the electoral behavior of the Venezuelan because according to the backgrounds of the research and the empiric evidence that states that when there's economical abundance whoever holds the governmental positions keeps the preference of the voters.

Key words: Rent, centralization, budget, elections.

Recibido: 02/07/2008

Aprobado: 27/01/2009

PROSPERIDADE ECONÔMICA E RESULTADOS DAS ELEIÇÕES NA VENEZUELA (1999-2007)

Juan José Pérez Sánchez

* Economista. Profesor asistente - Jefe del Departamento de Economía del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA)

RESUMO

Esta pesquisa se interessa em responder as seguintes questões na Venezuela: Que relação existe entre situação econômica e resultados eleitorais?, Que peculiaridade apresenta essa relação na Venezuela no período conhecido como a V República? e mais concretamente, Que fatores novos na cena social poderiam explicar a derrota eleitoral do setor oficial do 2 de dezembro de 2007?. Sugere-se uma relação inversa entre situação econômica e resultados eleitorais, no período 1998-2007: em momentos em que os indicadores de crescimento econômico apresentam seu maior esplendor, a percepção no eleitor é que para ele não chegam os benefícios dessa abundância que apresentam as cifras. Ao parecer, tal situação se produz pelas contradições internas do mesmo modelo político-social que se vem implantando, caracterizado como *Modelo Centralizado de Reparto da Renda*, implementada gradualmente desde a chegada de Hugo Chávez F. ao poder e do qual emergem dois elementos que obstaculizam seu funcionamento: a) insatisfação dos eleitores com a maneira de reparto da riqueza petrolífera e b) a existência de um orçamento paralelo, que se executa sem controles administrativos eficazes, deixando espaço às denúncias e acusações de manejo fraudulento dos fundos públicos (reais ou fictícios, mais que afetam negativamente a imagem do setor oficial), que por sua vez gera uma luta interna nas facções e tendências do aparato do partido que mantem ao governo pelo controle das instâncias que determinam a distribuição discricional da renda. Estas duas circunstâncias explicariam a suposta anomalia no comportamento eleitoral do venezuelano, pois segundo os antecedentes da pesquisa e a evidência empírica, quando se tem prosperidade econômica quem exerce funções de governo, mantem a preferéncia do eleitor.

Palavras chave: Renda, centralização, orçamento, eleições.

Recibido: 02/07/2008
Aprobado: 27/01/2009

Planteamiento del Problema

Dado que “el petróleo no se produce, no es la consecuencia de una tarea premeditada y cumplida en la que concurren el esfuerzo humano, la agencia del ingenio gerencial y tecnológico, ... que es sólo un objeto natural, del cual se obtienen ingresos en el mercado mundial, que los percibe el Estado como propietario de los yacimientos ..” (Baptista, 2004), se hace fácil comprender, entonces, que el destino de estos ingresos (renta) sea la principal preocupación de la política económica, de los aspirantes a gobernar o de los que llegan afectivamente al gobierno.

Discernir sobre el destino de la renta no es tarea sencilla. Los criterios de reparto de la renta, esto es, identificar y resolver ¿a quiénes van dirigidos los programas de distribución de la renta, o, para utilizar un término de la jerga política nacional, ¿cuántas gotas de petróleo se van a entregar?, ¿cuándo y qué modalidad adopta esta asignación mercantil (vivienda, subsidio, beca, contratos de obras públicas, constitución de cooperativas, empleo, etc.)?, constituyen el núcleo de toda la actividad económica del Estado en 90 años de explotación comercial del petróleo. Para Baptista (2004) “No se encuentran explicitados (*los criterios de reparto*) en el ámbito jurídico ni en el campo de la economía política”. Pero es inocultable que toda la controversia política y económica del país gira en torno a la siguiente cuestión: ¿qué hacer con la renta petrolera? Aún cuando esto no se perciba claramente en las contiendas electorales.

Históricamente puede comprobarse que los gobiernos han retenido el poder, en Venezuela, en la medida que los precios del petróleo le permitieron financiar un gasto público creciente (Pérez, 1998). También puede correlacionarse el colapso de la llamada IV República con la caída abrupta del ingreso petrolero de 18 a hasta 7,2 \$USA en los doce meses previos a noviembre de 1998, justo un mes antes de las elecciones presidenciales, en la cual desapareció la hegemonía de AD y COPEI, arrastrando en su caída a otros partidos menores. Más que una derrota electoral, los resultados de diciembre de 1998 revelaron la inconsistencia de una práctica de Estado, de un contrasentido social que hacía inviable continuidad de la IV República: la existencia de un modelo de distribución que nada tenía para repartir. Dicho esto sin entrar a considerar otros fallos del modelo “puntofijista” que se siguió y las consecuencias conocidas de las políticas neoliberales puestas en escena: desempleo, salarios bajos, inflación y pobreza.

De lo anterior se desprende que para garantizar la permanencia en el tiempo de los modelos de distribución de la renta, se requieren el concurso de dos circunstancias: precios altos de los hidrocarburos y equidad en el reparto. Valga decir, que de alguna manera, el electorado esté de acuerdo con el modo que se lleva a cabo el reparto y no se generen profundas desigualdades entre los miembros de la sociedad. La primera, alude a un hecho estrictamente económico poco manejable a nivel interno y la segunda tiene que ver con la ética social. Es evidente que la primera circunstancia se ha cumplido, y creces. El elevado ingreso petrolero ha permitido que, en lo que el quinquenio 2003-2007, las variables económicas fundamentales exhiban signos sumamente alentadores. No obstante, en el momento del mayor esplendor, expresado básicamente en la expansión sostenida de la demanda y del empleo, el grupo político en funciones de gobierno acusa el primer revés electoral, el 2D de 2007. ¿Qué ha ocurrido, y de tal magnitud, para que el comportamiento del elector venga a contradecir lo que señala el sentido común? Pues, “*si las cosas van bien, ¿para que cambiar?*”.

La salud económica de Venezuela, ya se ha dicho, está afectada por el vaivén de los precios petroleros y la cuantía de la producción. De modo que es casi como una consecuencia lógica que cuando baje el precio del recurso, salga afectado electoralmente el gobierno, pues disminuye el nivel de los fondos a repartir. Lo que no es lógico y merece explicación, cuando menos tentativa, es justamente cuando acontece lo contrario, ¿por qué, en medio de una bonanza sin precedentes, con numerosos programas sociales de atención a la población de escasos recursos, los electores no están satisfechos? A sugerir una respuesta se dedican las siguientes páginas.

Objetivos de la Investigación

General

Establecer la relación que existe entre resultados electorales y el *Modelo de Reparto de la Renta* petrolera en Venezuela, a la luz de los indicadores de crecimiento económico generalmente admitidos, en Venezuela, para el período 1998-2007.

Específicos

- Mostrar la evolución de las variables macroeconómicas básicas de Venezuela, que afectan el crecimiento y el desarrollo económico (Tasas de crecimiento de: Producto Interno Bruto, Índice de Desarrollo Humano).
- Presentar los resultados electorales en las consultas efectuadas durante el período 1998-2007.
- Exponer los rasgos esenciales del *Modelo de Reparto la Renta* que se viene implantando en Venezuela.
- Sugerir una explicación desde el ángulo económico, del comportamiento del electorado venezolano, en el período 1998-2007.

Metodología

La investigación es descriptiva y documental. Se recabó información de las publicaciones emanadas del BCV y del INE para la obtención de estadísticas económicas y documentos oficiales para efectuar el acopio de la política económica ejecutada. Del Consejo Nacional Electoral, CNE, se extrajo la data acerca de los resultados electorales. El estudio se inscribe en la línea de *Investigación ex post facto*, puesto que la variable dependiente es observada simultáneamente con una o varias variables independientes, antes, durante y después de ocurrido el hecho que se estudia.

El período de estudio abarca los años 1998-2007. Se toman las series cronológicas de tasas de crecimiento del PIB, inversión, demanda, reservas internacionales y desempleo. Para el caso de los resultados electorales se toman como referencia los porcentajes obtenidos por la opción gubernamental y por la oposición.

Análisis de Resultados

Evolución de las Variables Macroeconómicas

Los primeros cuatro años de la administración Chávez Frías estuvieron signados por una gran inestabilidad política que afectó muy adversamente la economía. Esto culminó con el golpe de Estado en 2002, seguido de un paro petrolero (desde diciembre hasta febrero 2003), provocando una recesión en la cual Venezuela perdió el 24% del PIB, de acuerdo con Weisbrot y Sandoval (2007).

A partir del segundo semestre de 2003 la economía ha tenido un crecimiento

continuo desde el inicio de la estabilización política. El PIB real (es decir, corregido por los efectos de la inflación) ha crecido un 76% desde el punto más bajo de la recesión del 2003 (Ver Cuadro 1).

En los últimos 4 años el promedio anual de crecimiento del PIB es del 11%, resultado excelente si se considera que la población crece a una tasa del dos por ciento interanual. Indica además que, de mantenerse este ritmo de crecimiento, el PIB se duplicará en 7 años aproximadamente, lo cual sería récord histórico.

Cuadro 1. Indicadores Económicos básicos, Venezuela 1999-2007
TCR, Tasas de crecimiento Interanual (%), base 1997 =100

Sector Real	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	PRO M
TCR del PIB real	-6,1	3,7	3,4	-8,9	-7,8	18,3	10,3	10,3	8,4	3,5
Consumo Total/PIB (%)	84,2	79,3	78,5	72	76,3	74,3	78,1	82,4	nd	78,1
TCR Consumo	-3,2	3,9	5	-5,8	-2,3	14,2	9,4	14,9	16,1	5,8
Inversión Total/PIB (%)	18,6	18,4	17,2	16,5	15,6	18,3	20,2	17,6	26,2	18,7
TCR Inversión	-16,4	1,1	13,6	-18,4	-37	49,3	37,9	33,5	24,5	9,8
Precio Barril \$USA	16,04	25,91	20,21	21,95	25,76	32,88	46,15	56,45	64,74	34,5

Fuente: BCV

En el Cuadro 1 quizás la información más relevante corresponda al explosivo crecimiento del consumo a tasas superiores a las del PIB, en los últimos tres años de la serie. En términos técnicos, la demanda está superando a la oferta de bienes nacionales, desequilibrio que debe ser cubierto con importaciones.

Otros de los logros importantes en materia económica es que debe agregarse que el desempleo ha caído abruptamente, hasta ubicarse en 7 % de la PEA a finales de 2007, tasa semejante al de las economías desarrolladas; también el porcentaje de informalidad en el empleo ha descendido a menos del 50%.

No hay espacio para detallar la política económica llevada a cabo en la administración de Chávez (Weisbrot y Sandoval, 2007; Santos, 2007). Pero, en general puede afirmarse que se han adoptado controles y regulaciones a partir de febrero de 2003, que lograron frenar la fuga de divisas en curso para aquel entonces y con ello el acrecentamiento de las reservas internacionales de la nación y que generaron un clima de estabilidad, propicio para los negocios. De manera sintética puede decirse que la política fiscal expansionista ha promovido la restauración del equilibrio entre la oferta y la demanda. Aunque esta expansión haya creado tensiones inflacionistas, por la

enorme inyección de recursos al mercado doméstico, sin la correspondiente contrapartida en bienes y servicios producidos.

Pero una cosa es clara, la política fiscal expansiva, tomando como palanca al gasto público, y respaldada a su vez por un ingreso petrolero creciente, ha logrado incrementar de manera sostenida la demanda, por tres vías: aumento del empleo, mejora del salario real (crecimiento del poder adquisitivo), becas a los participantes en las misiones y transferencias directas a pensionados, jubilados y otros mecanismos de atención a la población excluida, (SISOV, 2007). Ello se refleja en el índice de pobreza, que disminuyó rápidamente, pasando del valor pico de 55,1 por ciento en 2003 al 30,4 por ciento en 2006. Antes de Chávez el índice era de 43,9%. Sin embargo este índice no toma en cuenta el acceso ampliado a la salud y la educación que han experimentado los pobres (Weisbrot y Sandoval, 2007).

El gasto social del gobierno creció exponencialmente, pasando de 8,2% del PIB en 1998 a 15,5% en 2007. En términos reales (corregido por efectos de la inflación), el gasto social por persona aumentó en 170% en el período 1999-2006). Cifra que no incluye el gasto social de PDVSA, que ascendió a 7,3 del PIB en 2006 y a 40% del gasto total en 2007, MENEP (2008).

Las estadísticas macroeconómicas mostradas, configuran un cuadro de crecimiento sostenido sin precedentes de 2004 a 2007, también una mejora sustancial en la distribución de la riqueza, aunque no se haya tenido éxito en el control de la inflación. (En los últimos años de la serie bajo estudio, ha crecido de 15 a 17 y luego a 22,5 puntos, respectivamente).

Los Resultados Electorales

En Venezuela, desde 1998, se han realizado un total de 12 elecciones, entre las que se encuentran 5 referendos 3 presidenciales y 2 regionales. El oficialismo ha ganado en todas, con la excepción de la última, efectuada el 2 de diciembre de 2007. Importa destacar que el porcentaje de abstención ha sido elevado en consultas para designar presidente (36,55% en 1998, 30% en el Revocatorio de agosto 2004 y un 25,3%, en diciembre de 2006. Para el resto de los comicios, la abstención es mucho mayor, oscilando entre 55% para aprobar la Constitución de 1999 y 76,5% en el referéndum sindical de agosto de 2000). En el Cuadro 2 se presentan los resultados obtenidos en diversas consultas electorales acaecidas en Venezuela desde 1998 hasta el año 2006, donde ha estado en disputa el cargo de Presidente de la República.

Cuadro 2. Diversas Consultas Electorales

RESULTADOS CONSULTAS ELECTORALES VENEZUELA (1998 -2006)						
Comicios	Fecha	Inscritos	Abs.(%)	No votaron	Chávez	oposición
Presidente	06-dic-98	10304497	36,5	3766305	2794062	1972961
Megaelecciones	30-ago-00	11720660	43,7	5120756	3757773	2359459
Revocatorio	15-ago-04	14037900	30,1	4222269	5800629	3989008
Presidente	03-dic-06	15624532	25,30	3953007	7309080	4292466

VOTACION RELATIVA ELECCIONES VENEZOLANAS (% sobre total de inscritos)						
Comicios	Fecha	Inscritos	Abst (%)	No votaron	Chávez	oposición
Presidente	06-dic-98	100	36,55	3766305	27,11	19,15
Megaelecciones	30-ago-00	100	43,69	5120756	32,06	20,13
Revocatorio	15-ago-04	100	30,08	4222269	41,32	28,42
Presidente	03-dic-06	100	25,30	3953007	46,78	27,47

VOTACION RELATIVA VENEZUELA (% sobre total de votos válidos)				
Comicios	Fecha	Nº Votantes	Oficial	Oposición
Presidente	06-dic-98	6538192	42,73	30,18
Megaelecciones	30-ago-00	6599904	56,94	35,75
Revocatorio	15-ago-04	9815631	59,10	40,64
Presidente	03-dic-06	11671525	62,62	36,78
Reforma	03-dic-07	16022107	49,29	50,70

Fuente: CNE y cálculos propios.

No hay explicación satisfactoria ni concluyente acerca del fenómeno de la abstención. No obstante, la persistencia del fenómeno y su cuantía permiten afirmar sin demasiado riesgo dos puntos: el elector venezolano atribuye gran relevancia a la figura presidencial y el hecho que en ocasiones 1 de cada 3 o 2 de cada 5 electores se abstengan, cuando de presidente se trata, puede leerse como inconformidad con el sistema político en general.

Conviene insistir en que en otras consultas, tales como Referéndum Consultivo para la designación de Asamblea Constituyente (Abril 1999), la designación de los miembros de la Asamblea Constituyente (Julio 1999); Referéndum Aprobatorio de la Constitución, Referéndum Sindical, Elecciones Municipales (Agosto 2005); Elecciones Parlamentarias (Diciembre 2005), en

promedio dos de cada tres venezolanos no han participado, (66% de abstención).

En el Referéndum Aprobatorio de la Constitución (dic-1999) se abstuvo el 55,63 de los inscritos en el Registro Electoral y ganó el SI con un 71,78% de los votos. En el Referéndum Sindical (dic-2000) ganó el SI con un 62% y con una abstención récord de 76,50 de los electores (3 de cada 4 venezolanos inscritos no concurrieron al proceso).

El 2 de diciembre se llevó a cabo un Referéndum para efectuar una Reforma parcial a la Constitución de 1999. Contenía dos preguntas, la primera propuesta por el Presidente de la República y la segunda por la Asamblea Nacional. Los resultados definitivos de esta consulta, aún no se han publicado oficialmente (fecha de la revisión de la pág. Web del CNE, 20 de Mayo de 2008). La información que se considera emana del único boletín oficial y abarca el 88 del total de los votos escrutados. En todo caso queda un 12% fuera de contabilización.

Según el CNE, el 2 de diciembre de 2007 participaron 8.883.746 electores y la opción del NO obtuvo un 50,7 % de la preferencia y el SI un 49,29% (4.379.392 votos). La cantidad de votos válidos y nulos se desconoce; el porcentaje de abstención se estima en 42% pero no hay cifras definitivas. En todo caso es la primera ocasión en que pierde la opción gubernamental en el período considerado.

Agréguese a la evidencia estadística presentada, que justamente un año antes, en la elección presidencial del 3 de diciembre de 2006, Chávez obtuvo 7.309.080 votos y Rosales 4.292.466 votos con una abstención del 25,3%. Aunque la consulta es de naturaleza distinta, salta a la vista la disminución de cerca de 3 millones de votos por parte del sector oficial. Y el hecho que la oposición aumenta su apoyo en cerca de 300.000 votos, es decir, mantiene la votación.

El Modelo de Distribución Rentista

Hay acuerdo en señalar que el principal objetivo de la política económica consiste en perseguir el crecimiento económico puesto que de él no sólo resulta un nivel más alto de subsistencia, sino lo que es decisivo: una equiparación de los niveles de vida y de confort material. Sobre el crecimiento, pues, recae la dinámica de la sociedad contemporánea, y será su ocurrencia o no lo que marque la calidad de las economías (Baptista, 2004). Ese crecimiento en Venezuela está asociado a los precios del petróleo en la escena

internacional.

La economía de Venezuela está, desde la década de los veinte del siglo pasado, determinada por el ingreso proveniente del negocio petrolero. Este ingreso se origina principalmente, no en el trabajo de los habitantes del país sino en una renta internacional del suelo, obtenida gracias a la propiedad estatal de los yacimientos petroleros (Mommer, 1988).

Diversos autores, bajo diferentes enfoques y marcos teóricos coinciden a grandes rasgos, en señalar que la economía de la etapa llamada IV República, colapsó porque el modelo distribuidor de la renta privilegió su destino hacia los sectores capitalistas, en desmedro de las mayorías nacionales. Esto es, se impulsó la oferta y se desestimuló la demanda. La expresión de esto desarreglo básico se evidenció, luego de 40 años de democracia representativa, en los siguientes signos: desigualdad en la distribución del ingreso, pobreza generalizada, bajos salarios, disminución de las reservas internacionales, endeudamiento público, deficiencia en la prestación de servicios públicos, informalidad y corrupción. En la terminología propia de los economistas se expresa así: se generó un grave desequilibrio de mercado, pues la renta petrolera se orientó a fortalecer la oferta (sector capitalista), y debido al desempleo creciente, bajos niveles de remuneración y altas cotas de inflación la demanda efectiva devino insuficiente, débil (sector laboral), imposibilitando la continuidad histórica de tal modo de organizar el mercado.

La situación brevemente descrita, en la cual la oferta potencial es mayor que la demanda efectiva, trajo como resultado que la industria nacional buscara salida a sus productos en el mercado internacional durante la aplicación de los Programas de Ajustes Macroeconómicos, PAE, entre 1989 y 1998. La sobrevaluación de la moneda y la escasa competitividad de la industria nacional impidieron que se alcanzara este objetivo, lo que trajo como consecuencia una alta capacidad ociosa en la operación de las plantas y equipos, con la consiguiente parálisis de la inversión, merma en los niveles de empleo y todas las penurias asociadas a la fase recesiva de la economía.

Siguiendo a Domingo y otros (1986) en Venezuela se han sucedido tres Modelos de distribución de la renta petrolera que los autores denominan: *Enclave petrolero*, *Siembra petrolera* y *Modelo Distribuidor de la Renta*. Aunque es obvio que los tres se superponen en el tiempo y que la introducción de uno no elimina completamente al otro, es asimilable y se acepta por convención que el modelo distribuidor entra en escena histórica con la democracia representativa que se instaura a la caída de Pérez Jiménez.

Por diversos mecanismos el modelo distributivo lleva a un aumento continuo del gasto público. El funcionario (gobernador, alcalde, ministro, directores, etc.) que está en un puesto distributivo tiende a ampliar sus compromisos. Cada nueva administración surgida de las elecciones agrega compromisos de distribución a los ya existentes; las exigencias electorales llevan a nuevos compromisos de mejoras a amplios grupos sociales y la tecnocracia del Estado busca imponer nuevos proyectos para valorizarse y apropiarse de posiciones de reparto, lo cual agrega más cargas al gasto público. Al lado de estas tendencias propias del modelo distributivo, se halla la tendencia típica de la tecno-burocracia de aumentar el alcance de sus actividades y sustraerla al control parlamentario (Licha, 1990). Todo esto hace incontenible e incontrolable el aumento del gasto público.

Por otra parte, los empresarios obtienen altas tasas de ganancias por la protección arancelaria, la evasión de impuestos, los créditos favorables, los contratos ventajosos con el gobierno, los subsidios y la energía barata. La vinculación con el gobierno es para ellos más importante que la eficiencia de las empresas y su competitividad internacional (Naim y otros, 1989). Desarrollan una industria de ensamblado, no competitiva, altamente dependiente de insumos y equipos importados. El carácter familiar de los grupos económicos hace que tiendan a una expansión y diversificación no optimizada y a todo tipo de acuerdos oligopólicos (Francés, 1992).

La población marginal, la que menos recibe en el reparto, subsiste sin embargo debido a la prosperidad de las otras clases. Su gran crecimiento se apoya en la migración desde el campo hacia las zonas urbanas, debido a que el crecimiento empresarial agrícola absorbe poca mano de obra y la ciudad da oportunidades de empleo o subsistencia mediante la economía informal. Así el reparto desigual de la renta se traduce en una estratificación social, que tiene una cierta estabilidad (Rojas, 1987), mientras la renta crece sostenidamente.

Algunas evidencias abonan el terreno para afirmar que en la administración de Chávez Frías, el modelo distribuidor de la renta ha sufrido modificaciones de forma y de fondo. Para distinguirlo de su predecesor, denominado en este artículo *Modelo de Reparto de la Renta (petrolera)*, sus rasgos son más visibles y predeterminados, señalados en el Artículo 311 de la Constitución de 1999 y en el Artículo 5 de la Ley Orgánica de Hidrocarburos, que establece la creación de un fondo para el desarrollo de la nación. En realidad, se han creado varios, posibilitados a partir de la Reforma Parcial de la Ley del BCV (Julio de 2005), Ley que crea el FONDEN, Ley que crea el FONDESPA, Aportes de PDVSA

directos al Gasto Social (desde 2005 se han cedido 30.000 millones para financiar las misiones y merca, según informe Financiero y Operacional de PDVSA, 2008), Fondo Miranda III, Fondo Simón Bolívar y, más recientemente, Ley de Contribución Especial de los Precios Extraordinarios del Mercado Internacional de Hidrocarburos (2008), conocida como impuesto a la ganancia súbita, pero que no es un impuesto.

De manera simplificada puede decirse que antes, hasta mediados de 2005 el gasto público se ejecutaba de acuerdo a lo previsto en el Presupuesto Anual, documento legal, aprobado por la Asamblea Nacional y conocido, como es lógico suponer, de antemano. Pero una vez que se crean diferentes fondos manejados por el Ejecutivo de manera discrecional, entonces no hay manera de saber a priori, ni el monto ni el destino de los recursos asignados.

El capitalismo Rentístico Petrolero Venezolano conformó arreglos sociales mediante los cuales legitimó, durante más de ocho décadas, mecanismos de transferencia de la Renta Petrolera al sector privado nacional. Tres, fueron los esenciales: el gasto corriente, que alimentó una política crediticia masiva al sector privado nacional y un gasto de infraestructura de apoyo a la producción privada; la sobrevaluación de la moneda, que facilitó un mayor poder de compra externa a los capitalistas (\$) por lo cedido (Bs.); y la baja presión impositiva, que les permitió márgenes excesivos de ganancias. (Ley de Reforma Parcial del BCV, 2005).

El punto de partida nos remite a la propiedad del Estado de los yacimientos petroleros, por tanto, la renta petrolera es del Estado, vale decir, un ingreso público y su distribución, preferentemente, depende de la voluntad política del Estado para transferirlo a los privados nacionales. Así ha sido siempre. Por ello, es pertinente la idea y disposición Presidencial de usar parte de esa renta acumulada en Reservas Internacionales ociosas para garantizar la sustentabilidad del crecimiento económico e instalar un modelo de desarrollo que le de sentido a la vida de los venezolanos al construir formas de organización social incluyentes, sustentadas en la solidaridad y la igualdad. (Reforma de la Ley del Banco Central de Venezuela, 2005).

En documento de la Asamblea Nacional (2004) se señala, también, que entre la voluntad del Estado de ayer y el de hoy, hay una diferencia más allá de lo económico, en el terreno ético. Se lee "Ayer, bajo la conducción bipartidista, la discrecionalidad en la asignación de los recursos externos petroleros la monopolizaron los grandes y poderosos grupos económicos nacionales y extranjeros, con la complicidad sumisa de la clase política, que les permitió

legitimar una forma de apropiarse de la riqueza nacional. Hoy, la discrecionalidad que tendrá el Estado venezolano, estará al servicio pleno de las mayorías populares y preteridas (“pretéritas” en el original), buscando a todo evento una distribución equitativa entre todos los venezolanos del excedente económico”.

La práctica de subestimar el precio del petróleo en el presupuesto nacional ha permitido el financiamiento de diversos programas, proyectos y misiones. También ha permitido que aparezca desde el 2004 en adelante ingresos extraordinarios que financian gastos extraordinarios y que escapan al control fiscal y que en la mayoría de los casos se ejecutan de manera discrecional. Dándose la curiosa circunstancia de que para el año 2007, existía de hecho, una especie de presupuesto paralelo de la misma magnitud que el oficial (García Mendoza y otros, 2007). Recursos captados a través del FONDESPA, del FONDEN y los aportes sociales directos de PDVSA, con la intención de atender las necesidades más apremiantes de la población excluida. Sobre la ejecución de este gasto no existe información oficial, sólo se conocen los montos globales destinados a las misiones y al gasto para el financiamiento de vivienda popular y los aportes para el desarrollo de la agricultura y subsidios.

En documento que analiza los resultados del 2D de 2007, se lee: “La economía chavista puede verse como una inmensa red clientelar cuyo objetivo es ampliar la base política del Presidente” Spiritto (2008). En este sentido, las misiones constituyen, antes que cualquier otra cosa, los canales principales de esa red clientelar. Son instrumentos de movilización y control político en lugar de ser programas “neutrales” de largo plazo para combatir la pobreza. No están enfocados en la formación del capital humano como forma de crear crecimiento económico sostenido y una más justa distribución del ingreso. Continúa la fuente citada: “Como ha dicho un destacado intelectual chavista: “Las misiones son la más directa vinculación entre masas y aparato político”. Su implementación se ha realizado de forma contraria a lo que recomiendan los organismos con experiencia en la materia y a los programas sociales exitosos que actualmente se aplican en América Latina, como es el caso de *Bolsa Familia* en Brasil u *Oportunidades* en México.”

La Conducta del Elector Desde la Óptica Económica

En las dos últimas décadas han venido proliferando en el ámbito académico estudios y publicaciones que aplican el instrumental metodológico de la economía al análisis de variados problemas. Así, temas como la política, la

democracia, el derecho, la cultura, el sexo, el fútbol, la guerra o la religión han venido analizándose sobre la base de una metodología *individualista*, antes reservada al análisis económico, que parte de la consideración *positiva* de los individuos que se comportan *racionalmente* y que actúan en los diferentes órdenes de la vida con objetivos esencialmente egoístas (Puy Fraga, 1993). Continuando en esa tendencia se estudia aquí, la teoría de la elección de autoridades públicas y, por extensión, de los comportamientos en las consultas electorales.

En la jerga que habitualmente utilizan los economistas se puede decir que los electores actúan de manera que sus decisiones le permitan maximizar algún tipo de "*función de utilidad*". El grado en que un elector esté vinculado a una estructura partidista condiciona su estrategia electoral, y su decisión en cualquier consulta es altamente previsible, pues está "controlado por la estructura". Mientras que un elector no militante se guiará, apelando a su racionalidad, por lo que se puede llamar con cierta libertad terminológica, el principio de maximización de la función de utilidad política. Tal criterio lo lleva a elegir la mejor opción y esta no es otra que la que le ofrezca más beneficios personales o familiares.

Pues bien, en las sociedades rentistas, como es el caso venezolano, donde además del ingreso público proveniente de la tributación se dispone de un ingreso internacional como remuneración a la propiedad del recurso petrolero, el Estado tiene un doble papel que jugar en la esfera económica y en la justicia social: redistribuir el ingreso tributario por un lado y distribuir el ingreso petrolero por otro. En el primer caso se trata de quitarle a los sectores poderosos y asignárselos a los carentes de recursos, vía gasto público (redistribución). En el segundo caso, "no le están quitando nada a nadie". El Estado hace de repartidor de lo que en el lenguaje político nacional se denomina de "*las gotas de petróleo*". De acuerdo a la noción de maximización de la utilidad política aquí presentada, el elector racional se inclinará por la opción que le ofrezca "*más gotas*".

Se supone que el modelo de distribución propuesto en la V República, resultó en su fase inicial, tremendamente exitoso en lo económico y en lo político. En la medida que distribuyó las "gotas" y sembró la esperanza de que vendrán más - y más grandes- para los sectores previamente excluidos, en esa misma medida consiguió apoyo en los electores. Hay que advertir también que para sostener este modelo a largo plazo es necesario que se cumplan dos supuestos esenciales: altos precios petroleros y distribución eficiente de la

renta. De modo que el elector pueda percibir que le está llegando la cuota-parte que, “en su visión de justicia social”, le corresponde, de acuerdo a la maximización de su *función de utilidad* previamente señalado. Cualquier apreciación por parte del elector de disminución de su *utilidad* le llevará a retirarle el apoyo al partido gobernante, según esta lógica.

Los resultados que arrojaron los comicios del 2D de 2007, parecen indicar que los electores no están insatisfechos con el modo de reparto llevado a cabo en el período bajo escrutinio. Tampoco están muy conformes con el sistema socio político adoptado, dados los altos índices de abstención.

Discusión

Para la redacción de este artículo fue menester revisar las publicaciones en Internet, referidas a la explicación de los resultados del 2D de 2007. El inventario es más que decepcionante. Apenas dos de 76 artículos sobre el tema, aluden a circunstancias económicas. Un 90% explican el fenómeno bajo una de estas dos (o ambas) versiones: a) faltó difusión de la propuesta de reforma y b) la campaña de mentiras publicitadas en los medios acerca de las perversiones del socialismo, financiadas por el imperio neutralizó a muchos electores que optaron por quedarse en sus casas.

Así por ejemplo, Dietrich (2008) señala “...tres debilidades estructurales que pueden poner en peligro el proceso bolivariano a partir de las elecciones de noviembre 2008: la inflación, los desabastecimientos y la política comunicativa del gobierno”. Contrario al discurso gubernamental, los tres problemas son esencialmente endógenos, hecho por el cual hice una propuesta tendiente a neutralizar sus efectos en este año electoral.

Otra explicación similar proveniente de Organizaciones anti-imperialistas (2007), sugiere que “El burocratismo y la corrupción presentes aun en las instituciones del estado, han generado descontento en la población por no haber sido satisfechas una serie de necesidades básicas, como vivienda, tierras, empleo, educación, seguridad social. La población percibe falta de relación entre el discurso del gobierno, sus planes y misiones, y lo que se ejecuta en la práctica, claman, exigen limpieza en los organismos e instituciones del estado debido a tanta incompetencia e impunidad”.

El venezolano de a pie, percibe que en Venezuela hay mucho real, y que a él no le está llegando la parte de ese billete que considera suyo, ha señalado León (2008), interpretando los resultados de una encuesta sobre la popularidad del

Presidente de la República. Idea coincide con la hipótesis central de este artículo. Sin embargo, una explicación más consistente la ofrece Maza Zavala (1988), pero desde el ángulo teórico: “El gran incremento de la actividad estatal crea una burocracia que tiende a ser ineficiente y en parte, corrupta. La afluencia fácil del dinero público se presta al tráfico de influencias y a los proyectos irresponsables. La incapacidad administrativa, producto de la preparación insuficiente y apresurada de los funcionarios y de la tendencia a cubrir cargos técnicos ateniéndose a intereses grupales o partidistas, producen despilfarro e ineficiencia”.

Por último, las denuncias sobre corrupción, sean reales o ficticias, afectan negativamente la imagen del gobierno y difunden la percepción de que el (Estado) gobierno percibe muchos recursos, y que estas prácticas aborrecibles impiden que las *gotas* de petróleo lleguen a su destino. Esta idea también calza con la noción de gastos discrecionales sin control que se desprenden de FONDEN y otros entes similares mencionados en este trabajo. Debe dejarse en claro que la idea que trata de expresarse, supone que las formas discrecionales de reparto de la renta adoptadas del 2005 en adelante, son excluyentes para ciertos sectores de la sociedad (adversarios políticos del gobierno). Además constituye terreno fértil para los manejos dolosos, debido a la carencia de controles. Por lo demás, resulta injusto en su esencia, puesto que el criterio para distribuir las gotas es de naturaleza clientelar, como se sugiere en la siguiente cita.

Es decir, las misiones se implementan con instituciones y fondos paralelos a los de la administración pública, no están focalizados en los más pobres con base en criterios objetivos de necesidad, no están articuladas con el aparato productivo ni facilitan la reinserción laboral, no cuentan con un sistema de incentivos para que la gente los vea como una fase transitoria mientras salen de la “trampa de la pobreza”, no imponen responsabilidades o requisitos obligatorios a los que reciben las ayudas (aprobar los cursos, mantener niños en las escuelas, vacunarlos, etc.), no existe rendición de cuentas de los recursos utilizados ni informes de seguimiento y evaluación confiables (Spiritto, 2008).

Conclusiones

- En Venezuela con la llegada de Hugo Chávez al poder se instaura un modelo de distribución de la renta petrolera muy similar al establecido durante la llamada IV República, pero en lugar de favorecer a empresarios y capitalistas (estímulo a la oferta), privilegia el reparto de “gotas de petróleo”, a los sectores socialmente excluidos en el pasado (estímulo a la demanda).
- La distribución de “las gotas” se efectúa mediante diversos mecanismos: empleos directos en empresas y actividades administrativas del Estado, misiones, becas, transferencias directas a pensionados y personas en estado de pobreza, dotación de viviendas, subsidios a los alimentos, programas de atención a la salud, comedores escolares y contratación de obras con el gobierno.
- Los resultados económicos en el período de prosperidad (2003-2007) no pueden ser más alentadores, crecimiento del precio del petróleo (de 24 a 64 \$USA), expansión del gasto público, aumento del gasto social a niveles históricos, desempleo menor al 7%, impulso al empleo formal, recuperación del poder adquisitivo (salario real) de la población, crecimiento sostenido de la demanda, inflación moderada (20% en promedio), obras de infraestructura reconocidas. Y, sin embargo, el gobierno pierde el Referendo acerca de la Reforma Constitucional el 2 de diciembre de 2007. Una explicación a esta conducta “atípica” del electorado parece encontrarse en las contradicciones inherentes al modelo de reparto de la renta. Lejos de democratizarse la distribución de la renta, el proceso se centralizó, adquirió un carácter discrecional y evadió todos los mecanismos de control legal y administrativo.
- El modelo de reparto implantado funcionó bastante bien hasta que se estableció el equilibrio perdido entre la oferta y la demanda. En un escenario de precios del petróleo crecientes, los excedentes generados de manera imprevista y no presupuestada, produjo dos eventos que condicionan la viabilidad del modelo: lucha en el seno de la coalición gubernamental por el control de puestos y posiciones donde se decide el destino de las gotas, y en segundo término la percepción social que los dineros públicos no se están usando con honestidad.
- De acuerdo con la lógica de funcionamiento del sistema de reparto como el descrito, un elector *racional* daría la espalda a una tolda política o proyecto que centralice las decisiones o que prefiera repartir las gotas fuera del ámbito nacional, pues atentaría contra el principio de maximización de utilidad de su función política.

Referencias Bibliográficas

Banco Central de Venezuela. Varios años. En: <http://www.bcv.org.ve>

Baptista, Asdrúbal (2004). El relevo del capitalismo rentístico. Hacia un nuevo balance de poder. Fundación Polar. Caracas, 2004.

Consejo Nacional Electoral, CNE (2008). En: <http://www.cne.gov.ve>

Dietrich, Heinz (2007). Derrota estratégica en Venezuela; peligro mortal para Bolivia y Cuba. En: <https://www/lodehoy.com>.

Domingo C., María E. Fargier, Jesús Mora, Andrés Rojas y Giorgio Tonella (1986). Viejos y nuevos modelos de Venezuela. Revista Faces. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales. Universidad de los Andes. Número 09.

Francés, Antonio (1992). La Corporación en 4 dimensiones. Ediciones IESA. Caracas.

García Mendoza, O; José Guerra, Jesús Rojas y Orlando Ochoa (2007). El Libro en Rojo del Banco Central de Venezuela. Publicaciones de El Nacional.

León, Vicente (2008). El desabastecimiento y la inflación afectan la popularidad del Presidente (24-abril-2008) en:
<http://www/diarioeltiempo.com.ve>.

Licha, Isabel (1990) Tecno-burocracia y democracia en Venezuela. Fondo Editorial Tropykos. Caracas.

Maza Zavala, Domingo F (1988): Venezuela, una economía dependiente. Caracas.

MENEP (2008) Informe financiero y operacional 2007 de Petróleos de Venezuela, PDVSA. En <http://www.pdvsa.com>.

Mommer, Bernard (1988). La Economía Venezolana: de la "siembra del petróleo" a la "enfermedad holandesa". Cuadernos del CENDES. 8:36-56.

Naim, M. y otros (1989). Las empresas venezolanas, su gerencia. Ed. IESA. Caracas.

- Pérez J. (1998) Crecimiento económico y resultados electorales. UCLA.
- Puy Fraga, P. (1993). Búsqueda de rentas en el sector público, o una teoría de la corrupción política. Fundación Alfredo Brañas. Santiago de Compostela.
- República Bolivariana de Venezuela. (1999) Constitución de la República.
- Rojas, Andrés (1987). La estructura socioeconómica de la Venezuela rentística y el tránsito hacia el capitalismo. ULA, Mérida.
- SISOV (2007). Logros Sociales de la Revolución Bolivariana en: <http://sisov.mpd.gov.ve>
- Spiritto, Fernando (2008). Explicación “estructural” del 2D, en: página de Internet: <http://www.pensarenvenezuela.org.ve>.
- Santos, M. (2007). La economía venezolana en el último cuarto de siglo. En: Venezuela: un acuerdo para alcanzar el desarrollo. UCAB, Caracas.
- Weisbrot y Sandoval (2007). La economía Venezolana en tiempos de Chávez. <http://www/cepr.net>

Gestión y Gerencia

DEPÓSITO LEGAL: pp200702LA2779

ISSN: 1856-8572

Normas para los colaboradores

GESTIÓN Y GERENCIA es una Revista Científica del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado” orientada a la publicación de colaboraciones que versen sobre temas relativos a la gestión, la gerencia y en general, las ciencias sociales. Nuestras publicaciones tienen resúmenes en idiomas español, portugués e inglés a fin de incrementar relaciones con nuestros pares en Iberoamérica y de habla inglesa e interactuar con ellos en la respectiva área del conocimiento. La revista recibe colaboraciones permanentemente y tiene una frecuencia cuatrimestral con números en Abril, Agosto y Diciembre.

Las siguientes normas rigen la Revista Gestión y Gerencia:

1. Los colaboraciones serán dirigidas a la Dirección de la revista a través del correo electrónico gestionygerencia@gmail.com como un anexo de correo electrónico. Los trabajos deberán ser inéditos y no haber sido propuestos simultáneamente a otras publicaciones.
2. Las colaboraciones deberán ser remitidas en formato de Word y las tablas, gráficos e imágenes deben adjuntarse en los programas originales en los cuales se realizaron. Las colaboraciones tendrán una extensión mínima de 15 páginas y máxima de 20, tamaño carta, con interlineado de 1.5 en letra “Arial”, tamaño 12 y con márgenes superiores, inferiores, derechos e izquierdos de 2.5 cms.
3. La revista considera publicables las colaboraciones en modalidad de artículos de investigación, ensayos, ponencias y aquellas que bajo otro formato se consideren pertinentes a juicio del comité editorial.
4. Los artículos de investigación se deberán organizar en el orden que se indica: Portada, Introducción, Contenido, Metodología, Resultados, Conclusiones y Referencias.

5. Los ensayos se estructurarán de la siguiente manera: Portada, Introducción, Contenido, Conclusiones (donde puede incluirse el punto de vista del autor o autores) y Referencias.

6. Las ponencias se presentarán en formato libre, salvo las tablas, gráficos e imágenes, las cuales deben adjuntarse en los programas originales con los cuales se realizaron. Tales ponencias están sustentadas en las charlas y exposiciones efectuadas y su presentación y redacción expresan las técnicas, gramática y maneras de abordar los temas por los autores.

7. La portada de las colaboraciones deberá contener la siguiente información:

- ✓ Título en español, inglés y portugués.
- ✓ Nombre y datos del autor o autores. Sólo se permitirá un máximo de 3 autores por artículo, ensayo o ponencia. Deberá colocarse debajo del nombre y apellidos de cada autor, el último grado académico obtenido, su profesión, vinculación académica o profesional y correo electrónico.
- ✓ Resumen en español, inglés y portugués. El resumen será escrito con un máximo de 200 palabras, incluyendo: propósito u objetivo, metodología (si aplica), resultados y conclusiones más relevantes.
- ✓ Palabras clave en español, inglés y portugués: Se colocarán un máximo de 5 palabras clave en orden alfabético.

8. La presentación textual de las citas, deberá ser realizada indicando el apellido del autor, año de publicación y la página (Apellido, año: pp.) y colocarla entre comillas. En caso de que se haga referencia a dos autores, deben escribirse los apellidos de ambos. Si son más de dos debe usarse “et al.” Cuando se citen varias publicaciones que sustenten un mismo argumento, debe separarse cada referencia con punto y coma (Autor 1, año; Autor 2, año). Para diferenciar publicaciones del mismo autor con el mismo año, utilizar letras minúsculas (Autor, 2008a) y (Autor, 2008b).

9. Las referencias vendrán en estricto orden alfabético indistintamente de su fuente. Se identificarán siguiendo las siguientes pautas:

- ✓ Artículos de revistas académicas y profesionales: Apellido, Nombre (año). “Título del artículo entre comillas”. Nombre de la revista en cursiva. Volumen, número y páginas.
- ✓ Libros: Apellido, Nombre (año). Título del libro en cursiva. Ciudad. Editorial.
- ✓ Capítulo de libro: Apellido, Nombre (año). “Título del Capítulo entre comillas”. En Apellido, Nombre (Coordinador/Editor): Título de libro en cursiva, páginas correspondientes al capítulo. Ciudad. Editorial.

- ✓ Conferencias, ponencias y similares: Apellido, Nombre (año, día de mes). Título en cursiva. Evento. Ciudad y País.
- ✓ Artículos en diarios: Apellido, Nombre (año, día de mes). Título en cursiva. Nombre del diario. País. Página o sección.
- ✓ Tesis de grado no publicadas: Apellido, Nombre (año). Título de la tesis en cursiva. Tesis no publicada. Institución. Facultad. Ciudad. País.
- ✓ Documentos electrónicos: Apellido, Nombre (año). Título del artículo en cursiva. Disponible en: Página web (Fecha de consulta).

10. Las colaboraciones serán sometidas a revisión por parte de árbitros bajo el esquema de doble ciego-juicio de pares. El Consejo Editorial comunicará al autor o autores el resultado de las evaluaciones que pueden ser: aceptación, aceptación con modificaciones o rechazo.

11. El envío de una colaboración por el autor o autores y su aceptación por el Comité Editorial de la revista equivale a la celebración de un contrato por medio del cual el autor o autores ceden los derechos de publicación a la revista Gestión y Gerencia, reservándose ésta la facultad para hacer modificaciones de forma si las considera necesarias para ajustarlas al estilo y formato editorial de la revista. En todo caso, el contenido de las colaboraciones es exclusiva responsabilidad de su autor o autores.

LA PUBLICACIÓN DE ESTA REVISTA HA SIDO POSIBLE GRACIAS AL APORTE DE:
CENTRO DE INVESTIGACIÓN
DECANATO DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA DE LA UCLA
Y LOCTI

COLOCAR INFORMACIÓN REPROLCA

