

# “Para cumplir con la Ley de Costos es vital conocer la empresa”

*Rogelio E. Acosta / El Norte*

Escasez de alimentos y artículos de primera necesidad, expropiación de empresas e inseguridad jurídica; tres elementos que por más de cinco años han sido la piedra en el zapato de los consumidores y productores venezolanos, frente a la gestión del presidente Chávez que ha puesto en vigencia, desde el pasado 22 de noviembre, la nueva Ley de Costos y Precios Justos que busca paliar la situación actual de la nación, cuya inflación tocará el 27% este diciembre, mientras que el desabastecimiento de algunos rubros llegó a 15% en 2011.

Con una balanza donde los pequeños y medianos empresarios tienen el mayor con respecto a las grandes corporaciones, existe cierta interrogante sobre cómo se aplicará el nuevo instrumento legal (en base a la relación costos de producción-ganancias) y cómo podría afectar al sector.

Dos especialistas en el área, Carmen Militza Buinizkiy y Walter Tulini, pertenecientes al Centro de Investigación, Educación y Consultoría Capefi; ofrecen detalles para dilucidar algunas dudas sobre esa norma y la recién creada superintendencia que velará por su cumplimiento en todo el territorio nacional.

## **- ¿Han hecho un estudio profundo de ese instrumento jurídico?**

CMB: Hemos estudiado los instrumentos jurídicos que apoyan la implementación de la Ley de Costos y hemos trabajado en algunas recomendaciones primarias para las organizaciones en función de poder cumplir y evitar multas y sanciones innecesarias.

## **- ¿Qué fallas presenta la Ley?**

CMB: Sin entrar a juzgar si la Ley es buena o mala, tiene vacíos importantes que deben ser estudiados con profundidad (...) se establece que debe haber un registro automatizado (internet) donde las empresas se inscribirán y presentarán sus listas de precios, pero no se establece, a pesar de que ya está en vigencia, en qué momento se van a inscribir (...) dice que saldrán normas técnicas que lo indicarán (...) si fuese consistente, el registro estaría listo desde el 22 de noviembre.

## **- ¿Es una amenaza para el sector empresarial del país?**

CMB: Si bien la Ley puede ser percibida como una amenaza, también es una oportunidad para puedan llevar procesos más formales que les permitan determinar si realmente las actividades que realizan o los productos que venden les traen ganancias o pérdidas, y si las ganancias son las que ellos creen que tienen.

**- ¿Cómo debe actuar el sector para recibir y cumplir la norma a cabalidad?**

CMB: En estos momentos es vital que los empresarios conozcan los conceptos de costo, gasto y utilidad (inversión y ganancia) y cómo funcionan (...) deben saber cómo responder la superintendencia (de Costos y Precios), porque la primera línea de defensa ante cualquier situación de posible multa es ese empresario o el gerente, quien conozca la empresa y explique al funcionario cuando venga a fiscalizar. Si no lo sabe, entonces es muy probable que inspecciones muy sencillas puedan transformarse en situaciones jurídicas más complejas, como procedimientos administrativos innecesarios.

**- ¿Cómo presentarlo al consumidor?**

WT: Esos tres puntos lo ve la empresa desde su lado, pero el consumidor ve eso como el PVP (Precio de Venta al Público) que es el precio final y que lo conforman el costo directo, los gastos indirectos (inversión) y la utilidad (ganancia) del producto para ponerlo a la venta.

**- ¿Había antes alguna fórmula para determinar el margen de ganancia?**

WT: No, el margen de utilidad lo determina, de alguna manera a discreción, la compañía. Algunas establecen un 10, 15 ó 20% de ganancia. Pero una de las oportunidades de la Ley es que se puede hacer una buena estructura de costos que permita saber realmente cuánto es el margen de utilidad porque algunas empresas ni siquiera lo saben (...) lo determinan de manera empírica y cuando el producto está en el mercado la ganancia, inclusive, es menos.

**- ¿Cómo puede beneficiarse el consumidor con este proceso?**

WT: Hay que hacer una estructura acorde en que podamos ganar todas las partes, saber el margen de ganancia real de una empresa y colocar un margen adecuado que el consumidor pueda pagar.

**- ¿Entonces las empresas deben crear una lista de costos de producción y precios de venta al público?**

CMB: Sí, en estos momentos Capefi está formando a los empresarios para que puedan hacer un estudio más serio, distribuir sus costos, logren entregar a la superintendencia sus listas de costos y sus listas de precios finales en función de la realidad de las empresas, con explicaciones claras, con la finalidad de evitar multas y sanciones y optimizar los procesos empresariales.

**- ¿Cuál es la clave para optimizar ese proceso y cumplir la Ley?**

WT: La clave de eso es conocer la empresa y de eso forma parte el saber cómo es su estructura de costos. A veces las personas que están en el más alto nivel no la conocen a detalle y eso debe saberse porque si no, genera dudas y la superintendencia evaluará los costos reflejados en la lista y, según las bandas de precios (mínimo y máximo) que establezcan, se determinará el precio final.

**- ¿Qué ocurre en el caso de las empresas familiares?**

CMB: Es muy interesante y también una oportunidad en ese caso. Muchas veces se cruza la contabilidad de la empresa con la personal y reglamento de la Ley de Costos establece que en su análisis tomará como costos referencia aquellos que realmente estén asociados a los productos y servicios. Al cruzar los costos de operación con los costos familiares, nos encontramos con que a veces esas cargas familiares no necesariamente están unidas al producto. La norma nos propone una oportunidad para administrar mejor ese tipo de empresas, porque Venezuela es un país de pequeñas y medianas empresas (Pymes) que mantienen los hogares.