

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN



**FACTORES EXÓGENOS Y ENDOGENOS QUE INFLUYEN EN LA
VARIACION DEL PRECIO DE POLLO EN LA PROVINCIA DE
LEONCIO PRADO Y SU INFLUENCIA EN LOS PRECIOS DE VENTA**

**Tesis para optar el titulo de:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
ARISTIDES DEL AGUILA PEREZ**

Tingo María - Perú

ENERO - 2009



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO ACADEMICO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Ciudad Universitaria a los 12 días del mes de enero del 2009, a horas 6:40 pm. y en la Sala de Grados del Paraninfo, se reunió el honorable Jurado Evaluador, designado mediante **Resolución N°200/08-D-FCEA**, de fecha 18 de setiembre del 2008, para evaluar la Sustentación de la Tesis Titulada **“FACTORES EXOGENOS Y ENDOGENOS QUE INFLUYEN EN LA VARIACION DEL PRECIO DEL POLLO EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO Y SU INFLUENCIA EN LOS PRECIOS DE VENTA”**, Presentado por el Bachiller en Ciencias Administrativas **ARISTIDES DEL AGUILA PEREZ**, con el Asesoramiento del **M.Sc. Adm. INOCENTE FELICIANO SALAZAR ROJAS**.

Luego de la exposición de la Tesis y la absolución de preguntas formuladas por el honorable Jurado, se procedió a la respectiva calificación de conformidad con el Artículo N° 26° del Reglamento de Grados Y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, cuyo resultado se indica a continuación:

APROBADO POR : UNANIMIDAD

CALIFICATIVO : MUY BUENO

Siendo las 8:10 p.m. se dio por culminado el acto público de sustentación de tesis, firmando a continuación los miembros del honorable Jurado, en señal de conformidad.

Tingo María, 12 de enero del 2009


Lic. Adm. Antonio Simeón Muñoz
Presidente del Jurado


Lic. adm. Amador Luciano Condezo
Miembro del Jurado


Lic. Adm. Walter Edmundo Mucha Huaman
Secretario del Jurado



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
Av. Universitaria s/n - ☎ (062) 561174 -FAX: (062) 561156



UNAS PRIMER LUGAR EN LA AMAZONIA PERUANA

"Año de las cumbres mundiales en el Perú"

RESOLUCION Nro. 200-2008/CFCEA

Tingo Maria, 18 de setiembre del 2008

VISTO:

El Acuerdo Nro. 065-08-CGyT-FCEA de fecha 10 de setiembre del 2008, donde la Comisión Permanente de Grados y Títulos de la FCEA sugiere al Consejo de Facultad se apruebe el proyecto de tesis titulado "FACTORES EXÓGENOS Y ENDÓGENOS QUE INFLUYEN EN LA VARIACIÓN DEL PRECIO DEL POLLO EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO Y SU INFLUENCIA EN LOS PRECIOS DE VENTA", presentado por el estudiante en Ciencias Administrativas Arístides DEL AGUILA PEREZ.

CONSIDERANDO:

El Reglamento de otorgamiento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Estando a lo acordado por el Consejo de Facultad, en sesión extraordinaria de fecha 18 de setiembre del 2008; y, estando en uso de sus atribuciones

SE RESUELVE

Artículo Único: Aprobar el proyecto de tesis titulado: "FACTORES EXÓGENOS Y ENDÓGENOS QUE INFLUYEN EN LA VARIACIÓN DEL PRECIO DEL POLLO EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO Y SU INFLUENCIA EN LOS PRECIOS DE VENTA", del estudiante en Ciencias Administrativas Arístides DEL AGUILA PEREZ.

ASESOR : Lic. Adm. Inocente SALAZAR ROJAS

Regístrese y Comuníquese



FRAN E. ESTEBAN CHURAMPI
Decano FCEA



Luz V. INFANTAS BENDezu
Secretaria Académica

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

TINGO MARIA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO ACADEMICO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

INFORME GENERAL

TITULO: "FACTORES EXÓGENOS Y ENDOGENOS QUE INFLUYEN EN LA VARIACION DEL PRECIO DE POLLO EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO Y SU INFLUENCIA EN LOS PRECIOS DE VENTA"

PROGRAMA DE

INVESTIGACIÓN : INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES.

LÍNEA DE

INVESTIGACIÓN : ANALISIS DE COSTOS.

EJECUTOR : DEL AGUILA PEREZ, Arístides.

ASESOR : Lic. Adm. SALAZAR ROJAS, Inocente F.

LUGAR DE EJECUCIÓN : TINGO MARÍA – HUANUCO

FECHA : INICIO : Mayo del 2008

TÉRMINO : Octubre del 2008

TINGO MARIA - PERÚ

DEDICATORIA

A mis padres Andrea Y Jenner por su amor, cariño y su comprensión, quienes me orientaron en el camino de la superación.

A mis hermanos Henry, Jenner y Witmer por ser parte de vida y motivación en mi profesión.

AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento:

- Al Msc. Inocente Salazar Rojas, asesor de la tesis y por su constante apoyo en la realización del presente trabajo.
- Al Msc. Jaime Peña Camarena, co-asesor de la tesis y apoyo en la absolución de las inquietudes presentadas en el presente trabajo.
- A mis padres y hermanos por el apoyo incondicional en mi formación profesional.
- Los gerentes de las empresas distribuidoras de pollos, Distribuidora Naranjillo y Multiservicios Katy
- A Dios por darme la oportunidad de concluir mis objetivos durante mi formación profesional
- A la UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA, quien me dio la oportunidad para formarme profesionalmente y poder servir a los demás.
- A la FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS, que a través de sus docentes contribuyeron a mi formación profesional.
- A mis amigos, de la universidad por compartir momentos inolvidables, por su incansable estímulo a lo largo de mi carrera y por enseñarme lo importante que es valorar la amistad.
- A mis compañeros de esta casa de estudios, por el cariño, apoyo y comprensión, por compartir gratos momentos a lo largo de mis estudios.

INDICE

Descripción	Pág.
Índice	
Resumen / palabras claves	
Abstrac / key words	
Introducción.....	01
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	02
1.1 Fundamentos del problema.....	02
1.2 Formulación del problema.....	05
1.3 Objetivos.....	05
1.3.1 Objetivos general.....	05
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i>	05
1.4 Justificación de la investigación.....	05
1.5. Citaciones de la investigación.....	06
1.5.1 Recursos.....	06
1.5.2 Espacial.....	06
1.5.3 Tiempo.....	06
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	07
2.1 Antecedentes de la investigación.....	07
2.2 Base teórica.....	07
2.3 Términos básicos.....	21
2.4 Hipótesis y variables.....	23
2.4.1 Hipótesis.....	23

2.5 Variables.....	23
2.6 Indicadores.....	23
CAPITULO III. METODOLOGIA Y TIPO DE INVESTIGACION....	25
3.1 Población y muestra	25
3.2 Tipo de investigación.....	25
3.3 Método y diseño de investigación.....	26
3.4 Técnicas y instrumentos de investigación.....	26
3.5 Técnicas de análisis estadístico.....	27
3.6 Procedimientos.....	27
3.7 Instrumentos.....	27
CAPITULO IV. RESULTADOS.....	28
4.1 Análisis del costo de ventas.....	28
4.2 Análisis de los gastos operativos.....	30
4.3 Nivel de influencia de las utilidades.....	32
4.4 Análisis de la demanda.....	34
4.5 Observación del comportamiento de la cantidad ofertada.....	35
4.6 Análisis del sistema de distribución de las empresas en estudio.....	38
4.7 Verificación de hipótesis.....	38
4.7.1 Explicación de la hipótesis.....	38
4.7.2 El modelo.....	39
4.7.3 Base de datos.....	41

4.7.4 Resultados de la regresión.....	42
4.7.5 Análisis de los indicadores estadísticos.....	43
CAPITULO V. DISCUSION.....	49
Conclusiones.....	51
Recomendaciones.....	53
Bibliografía.....	55
Anexos.....	59

RESUMEN

En razón al estudio realizado sobre el análisis del precio del pollo en la Provincia de Leoncio Prado, se evaluó y analizó los factores que determinan el encarecimiento del precio del pollo; el objetivo del estudio fue analizar las variables costos de ventas, gastos operativos, utilidades, oferta, demanda y sistemas de distribución aplicado las empresas distribuidoras de pollo. Se aplicó el método descriptivo, a través de la revisión documental recurriendo a los documentos de gestión y control (2003 - 2007), de las empresas Distribuidora Keny E.I.R.L. y Multiservicios Katty E.I.R.L. El tipo de estudio es básico desarrollado a un nivel descriptivo.

Los datos obtenidos para cada variable fueron analizados empleando la regresión múltiple (software Econometrics Views) y los resultados fueron: la variables costo de ventas, es significativamente influyente sobre el precio de venta demostrado a través de una probabilidad de $P = 0.000$, lo cual es menor que el nivel de confianza de $\alpha = 0,05$; los gastos operativos también influyeron significativamente cuya probabilidad de $P = 0.0012$, lo cual es menor que el nivel de confianza de $\alpha = 0,05$; así mismo, el margen de las utilidades influyen significativamente demostrado por tener una probabilidad de $P = 0.0005$; lo cual es menor al nivel de confianza de $\alpha = 0,05$; Estas tres variables tienen mayor influencia sobre el precio de venta, mientras que las demás variables analizadas tales como la demanda y oferta no son significativamente influyente, las probabilidades obtenidas son $P = 0.01615$ y $P = 0.7418$ para cada una, respectivamente. Y la distribución física del pollo es neutral por que utiliza el canal directo. El modelo de regresión utilizado para el análisis es adecuado pues $R^2 = 0.78$, nos indica que las unidades analizadas explican el 78% de las variaciones en el precio del pollo, en la provincia de Leoncio prado; mientras que el 22% son explicadas por otras variables no incluidas en el estudio. Con estos resultados se confirma la hipótesis nula y los costos operativos y las políticas sobre la obtención de margen de utilidades por parte de las distribuidoras hacen que el precio del pollo de este producto sea caro para los consumidores finales.

PALABRAS CLAVES: Costo de ventas, gastos operativos, margen de utilidad, demanda, oferta y precio de venta

ABSTRACT

In reason to the study realized on the analysis of the price of the chicken in Leoncio Prado's Province, I evaluate and he/she analyzed the factors that determine the markup of the price of the chicken; the aim(lens) of the study was analyzed changeable costs of sales, operative expenses, usefulness(utilities), offer, demand(lawsuit) and distribution systems applied the distribution companies of chicken. The descriptive method was applied, To slant of the documentary review resorting to the documents of management and control (2003 - 2007), of the companies Distributor Keny E.I.R.L. and Multiservices Katty E.I.R.L. The type of study is basic developed to a descriptive level.

The information obtained for every variable was analyzed using the multiple regression (software Econometrics Views) and the results were: her(it) changeable cost of sales, it (he,she) is significantly influential on the price of sale demonstrated across a probability of $P = 0.000$, which is minor that the confidence level of $\alpha = 0,05$; the operative expenses also influenced significantly whose(which) probability of $P = 0.0012$, which is minor that the confidence level of $\alpha = 0,05$; likewise, the margin of the usefulness(utilities) they influence significantly demonstrated for having a probability of $P = 0.0005$; Which is minor at the level of confidence of $\alpha = 0,05$; These three variables have major influence on the price of sale, whereas other such analyzed variables as the demand(lawsuit) and offer are not significantly influential, the obtained probabilities are $P = 0.01615$ and $P = 0.7418$ for each one, respectively. And the physical distribution of the chicken is neutral for that the direct channel uses. The model of regression used for the analysis is adapted so (then) $R^2 = 0.78$, it (he,she) indicates us that the analyzed units explain 78 % of the variations in the price of the chicken, in Leoncio Prado province meadow; whereas 22 % is explained by other variables not included in the study. With these results are confirmed the void hypothesis and the operative costs and the policies on the obtaining margin of usefulness (utilities) on the part of the distributors do that the price of the chicken of this product is expensive for the final consumers.

KEY WORDS: Cost of sales, operative expenses, margin of usefulness (utility), demand (lawsuit), offer and price of sale

ÍNDICE DE GRAFICOS

N°	Descripción de Cuadros	Pág.
1.	Grafítico 1: Representación grafica la función de la utilidad.....	15
2.	Grafico 2: Representación grafica de la curva de la oferta.....	18
3.	Grafico 3: Representación grafica de la curva de la demanda	20
4.	Grafico 4. Comportamiento histórico mensualizado de Precio de venta y gastos operativos.....	29
5.	Grafico 5. Comportamiento histórico de precio de venta y gastos operativos.....	31
6.	Grafico 6. Comportamiento histórico de precio de venta y las utilidades.....	33
7.	Grafico 7. Comportamiento histórico de precio de venta y la demanda.....	35
8.	Grafico 8. Comportamiento histórico de precio de venta y la oferta.....	37
9.	Grafico 9. Distribución (F).....	45
10.	Grafico 10. Distribución (T).....	48

ÍNDICE DE ANEXOS

Nº	Descripción de Cuadros	Pág.
1.	Cuadro de precios de Venta en Soles (Distribuidora Keny).....	59
2.	Cuadro de Ventas en Kilos (Distribuidora Keny).....	59
3.	Cuadro de Ventas en Soles (Distribuidora Keny).....	59
4.	Cuadro de precios de Venta en Soles (Multiservicios Katy).....	60
5.	Cuadro de Ventas en Kilos (Multiservicios Katy).....	60
6.	Cuadro de Ventas en Soles (Multiservicios Katy).....	60
7.	Cuadro de precios de compra en Soles (Distribuidora Keny).....	61
8.	Cuadro de Compras en Kilos (Distribuidora Keny).....	61
9.	Cuadro de Compras en Soles (Distribuidora Keny).....	61
10.	Cuadro de precios de compra en Soles (Multiservicios Katy).....	62
11.	Cuadro de Compras en Kilos (Multiservicios Katy).....	62
12.	Cuadro de Compras en Soles (Multiservicios Katy).....	62
13.	Cuadro de precios de Venta en Soles (Distribuidora Keny).....	63
14.	Cuadro de Ventas en Kilos (Distribuidora Keny).....	63
15.	Cuadro de Ventas en Soles (Distribuidora Keny).....	63
16.	Cuadro de gastos en Soles (Multiservicios Katy).....	64
17.	Cuadro de gastos en Kilos (Multiservicios Katy).....	64
18.	Cuadro de gastos en Soles (Multiservicios Katy).....	64
19.	Cuadro de Margen de utilidad en Soles (Distribuidora Keny).....	65
20.	Cuadro de margen de utilidad en Kilos (Distribuidora Keny).....	65
21.	Cuadro de Ventas en Soles (Distribuidora Keny).....	65
22.	Cuadro de Margen de utilidad en Soles (Multiservicios Katy).....	66
23.	Cuadro de margen de utilidad en Kilos (Multiservicios Katy).....	66
24.	Cuadro de Ventas en Soles (Multiservicios Katy).....	66
25.	Cuadro de Ventas en Kilos Total de las empresas analizadas.....	67
26.	Cuadro de Ventas en Kilos Total de las empresas analizadas.....	67

ÍNDICE DE CUADROS

Nº	Descripción de Cuadros	Pág.
1.	Cuadro 1. Los precios de mercad de pollo en la provincia de Leoncio Prado.....	03
2.	Cuadro 2. Los precios de mercado de pollo en la provincia de Huanuco.....	03
3.	Cuadro 3. Medición de las variables.....	24
4.	Cuadro 4. Registro histórico anualizado de los precios de ventas y sus costos de ventas	28
5.	Cuadro 5. Registro histórico mensualizado de los precios de ventas y gastos operativos.....	30
6.	Cuadro6. Registro histórico de los precios de ventas y las utilidades.....	32
7.	Cuadro7. Registro histórico de los precios de ventas y la demanda.....	34
8.	Cuadro 8 Registro histórico de los precios de ventas y la oferta.....	36
9.	Cuadro 9: Datos de costos de ventas, gastos operativos, utilidades, demanda y oferta.....	41
10.	Cuadro 10: Regresión en software Econometric Views.....	42

INTRODUCCION

En la actualidad la economía es inestable ante los cambios permanentes en los factores políticos y económicos, en la cual se ve afectado los precios de diferentes productos como los de primera necesidad. En el estudio se trata de demostrar que los elevados precios del pollo que se da a nivel de país y a un mas en las provincias como es el caso de Leoncio Prado, pueden estar influidos por factores relacionados como: la fijación de precios por parte de los distribuidores mayoristas, cuya presencia en el mercado de pollo es casi monopolístico.

La presente investigación, "Factores exógenos y endogenos que influyen en la variación del precio de pollo en la provincia de Leoncio Prado y su influencia en los precios de venta", cuyo objetivo principal es identificar los principales factores influyentes en el encarecimiento del precio del pollo, el cual es un producto de primera necesidad para los hogares leonciopradinos, la información proporcionada puede además contribuir a su reflexión de los agentes involucrados en la comercialización del pollo y tratar de hacer mas accesible a las familias.

El estudio está basado en la información financiera, contable y administrativa la que ha sido recogida a través de fuentes directas revisando los documentos de gestión de las empresas distribuidoras Keny E.I.R.L. y Multiservicios Katy E.I.R.L.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Fundamentos del problema

“Factores exógenos y endogenos que influyen en la variación del precio de pollo en la provincia de Leoncio Prado y su influencia en los precios de venta”

La carne de pollo es una de las carnes más consumidas en el Perú en comparación al del cerdo, res, ovino y el pescado por tener precio menor que tiene sobre las carnes ya mencionados anteriormente, además de la fácil preparación de esta carne. Sin embargo en la actualidad la carne de pollo ha sufrido considerables alzas de precio en comparación a los años anteriores, por ende se puede decir que es un factor global y afecta en todo el mercado nacional y su subida fue en 10% en menos de un mes a inicios del año en el 2008.

Cabe señalar que el 65 por ciento de la producción avícola se concentra en la zona costera, destacando Lima, La Libertad, Lambayeque, Piura, Ica y Arequipa, debido al clima y otros factores lo que contribuye al mayor consumo de pollos en estos departamentos, en la provincia de Leoncio Prado es una zona geográfica de climas diversos la cuál no permite la producción, es por eso los empresarios solo comercializan. Partiendo de la comercialización en la zona oriente que corresponde las siguientes ciudades, Huanuco, Tingo María, Pucallpa, Tocache y entre otros, se puede hacer comparaciones entre las siguientes ciudades con respecto a la comercialización de pollo.

La provincia de Leoncio Prado no se podría comparar con la ciudad de Pucallpa, por razones de diferencias climatologicas que influyen para la crianza, por el aspecto económicos que existen mayor mercado y grandes capitalistas y por razones monoplicas y asociaciones para manipular precios.

La provincia de Leoncio Prado comparando con Tocache no se puede comparar por que los mayoristas de Leoncio Prado abastecen a ese mercado, y por otro lado con

La ciudad de Huanuco, en estas dos ciudades se puede comparar por razones y características homogéneas en el sistema de venta, como resultado de la comparación se puede decir que los precios de venta de mayoristas de Huanuco son más bajos que de Leoncio Prado en conclusión el precio de venta del pollo en Tingo María es caro como se demuestra en la comparación siguiente.

Cuadro 1. Los precios de mercado de pollo en la provincia de Leoncio Prado

Productos	Año anali	Unid. Med	Tipo precio	Prom	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
pollo eviscerado	2003	Kg.	May	4.97	5.04	4.81	5.02	4.89	5.25	4.72	4.50
pollo eviscerado	2004	Kg.	May	5.27	5.97	5.61	5.47	5.34	5.22	4.98	4.92
pollo eviscerado	2005	Kg.	May	5.46	5.30	5.40	5.30	5.20	5.50	5.70	5.60
pollo eviscerado	2006	Kg.	May	5.48	5.80	5.65	5.60	5.40	5.50	5.40	5.30
pollo eviscerado	2007	Kg.	May	5.65	5.62	5.50	5.80	5.70	5.10	5.46	5.50

Fuente: Del Aguila P. Aristides

Jun/2008

Cuadro 2. Los precios de mercado de pollo en la provincia de Huanuco

Productos	Año anali	Unid. Med	Tipo precio	Prom	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
pollo eviscerado	2003	Kg.	May	4.51	4.42	4.19	4.59	4.03	3.99	4.08	4.55
pollo eviscerado	2004	Kg.	May	5.05	4.47	4.66	4.63	4.61	4.44	5.35	5.75
pollo eviscerado	2005	Kg.	May	4.92	5.17	4.85	5.21	4.99	4.95	5.35	5.57
pollo eviscerado	2006	Kg.	May	5.11	4.97	5.32	5.32	4.99	4.91	5.04	5.23
pollo eviscerado	2007	Kg.	May	5.41	4.44	4.88	5.19	4.53	5.23	5.76	6.10

Fuente: Del Aguila P. Aristides

Jun/2008

Se dice que el precio es caro por que estamos en las mismas condiciones de distribuidores mayoristas y aquí los precios están tipo mayorista, y por otro lado en razón costo tenemos las mismas características, solo diferenciando por la distancia del transporte que suma en promedio de S/. 0.05 por kilo transportado desde la ciudad de Huanuco hasta Tingo María.

En la ciudad de Tingo María el problema principal radica en el elevado precio de la carne de pollo; lo cual suponemos que esto es originado por los elevados gastos operativos, la disminución de la utilidad y otros factores como la escasa producción de este bien, etc. Los empresarios que se dedican a la venta y distribución de la carne de pollo, tienen el conocimiento que el precio de dicho bien en la capital está por debajo de los s/. 3.00. Sin embargo en la zona en estudio el precio de la carne del pollo está por encima de los s/. 5.00. Como también cabe especular que no lo el factor gasto estaría encareciendo el pollo, como también las utilidades, la demanda y la oferta global la competencia y otros factores externos, según datos del mes de

enero del año 2008 (reporte de facturas de venta de mayoristas de la ciudad de Lima y la ciudad de Tingo Maria). Por lo tanto la ciudad de Tingo Maria y lugares aledaños son los más perjudicados con los precios elevados dentro de la región de estudio.

El incremento del precio del maíz, principal responsable de los costos de producción de la carne aviar, también constituye un elemento que reforzaría esa tendencia al aumento de los precios de venta al consumo. Se plantea esta situación en todos sus términos. El fuerte aumento que ha tenido el precio del pollo al público, en términos reales y en relación a sus sustitutos, plantea la interrogante en relación si se mantendrán los niveles de demanda actuales.

Como primer factor que influye en el elevado precio de la carne de pollo es el elevado gasto operativo. Los gastos operativos son desembolsos realizados por la empresa para obtener servicios y materiales de oficina para la operación del establecimiento y están conformados por: Trabajos de reparación y mantenimiento (hechos por terceros), fletes y gastos de transportes, energía eléctrica, combustible y lubricantes, comisiones pagadas a terceros, alquileres, publicidad, gastos de viajes, primas de seguro, honorarios profesionales, comunicación (correo, teléfono, telefax, etc.), agua, materiales de oficina gastos financieros y demás cargos y pagos por realizar.

Otro factor importante es la disminución de la utilidad que percibe el empresario dedicado a la venta y distribución de la carne de pollo. Si se sabe que un factor de ingresos es cualquier circunstancia que afecta a los ingresos. Existen muchos factores de ingresos como son los cambios en el precio de venta, la calidad de producto y las exhibiciones de mercadotecnia, la cantidad ofertada, la cantidad demandada y la competencia afectan los ingresos totales; Suponemos que el aumento del gastos y/o de las utilidades de las empresas distribuidoras hace que los precios de la carne del pollo se incrementen en la ciudad de Tingo María para cubrir los costos fijos, costos variables y los gastos afectados por los imprevistos durante la comercialización del producto final.

1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son los factores endógenos y exógenos que influyen en la variación exagerada del pollo en la Provincia de Leoncio Prado?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar los factores endógenos y exógenos que influyen en el incremento del precio del pollo en las empresas de distribución de pollo en la ciudad de Tingo María.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Analizar el efecto que tiene los costos de ventas sobre la fijación de los precios de venta en los distribuidores de pollo.
- b) Analizar los gastos operativos de las empresas distribuidoras de pollo.
- c) Determinar si las utilidades y/o los gastos operativos son elevados.
- d) Observar la demanda y su elasticidad del pollo en Tingo María.
- e) Observar el comportamiento de la cantidad ofertada en los años y su influencia en la fijación del precio de venta.
- f) Analizar el sistema de distribución de las empresas competidoras de pollo.

1.4 Justificación de la investigación

En la ciudad de Tingo María no se ha realizado ningún tipo de estudio específicamente referente al análisis del precio de pollo y/o otros estudios similares que den como punto de partida a la investigación; contando que es un problema que afecta con las constantes subidas de precios la repercute la economía de toda la Ciudad de Tingo María.

- a) El estudio permitirá reconocer la problemática de costos elevados que tienen relación directa con los costos, gastos, utilidades y la oferta y demanda de las empresas distribuidoras de pollo en Tingo María
- b) La investigación estará orientado a corregir los problemas que se encuentren durante el estudio y proporcionar las correcciones en el sistema de costeo.
- c) Con los resultados obtenidos a través de esta investigación, pretendemos sugerir, plantear alternativas de solución que mejoren los sistemas de costeo y reajuste de fijación de precios referente al precio del pollo.

1.5 Limitaciones de la Investigación

1.5.1 Recursos

La investigación que se está desarrollando está basada en el conocimiento teórico de administración de costos y gestión empresarial; dichos temas de importancia son citados por diferentes autores, revistas, tesis, trabajos de investigación y otros.

1.5.2 Espacial

La investigación da origen al desarrollo en el ámbito geográfico de la ciudad de Tingo María distrito de Rupa Rupa, Provincia de Leoncio Prado. Departamento de Huanuco.

1.5.3 Temporal

Esta investigación es de tipo descriptivo, por que en dicho análisis se hará la descripción del problema principal y las causas que tienen mayor influencia en el problema de las empresas dedicadas a la distribución del pollo. El estudio es de tipo transversal por que se llevará a cabo en un periodo determinado de tiempo, iniciándose el 02 de junio del 2008 al 02 de noviembre del 2008.

CAPITULO II

MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes

Aguilar (2007), la Investigación sobre “La demanda y comparación de precios de la carne (Perú)” concluye que la demanda del pollo en los supermercados de economías altas es mas bajo por las razones de precios elevados, en comparación de los mercados de economías bajas la demanda es más alta por razones de precios bajos demostrando que el producto es elástico al precio.

Vargas (2007), indica que la demanda y la oferta del pollo en los principales mercados de la capital y provincias del Perú, existen variaciones diversas en la cantidad ofertada y demanda por factores de precios, lo cual se demostró en la investigación “demanda del pollo en el mercado del Perú”

Calderón (2007), concluye en un crecimiento sostenido en los últimos 10 años, producción de pollo se ha duplicado en más de 600 mil toneladas en el año 2006. Es así, que el pollo ha logrado convertirse y posicionarse como líder dentro del mercado (Lima y Callao), mostrando el nivel de crecimiento directo y relacionado con el precio y consumo del pollo en estos mercados. Quedando demostrado en la investigación “La Demanda del Pollo aplicando el estudio de la Microeconomía en el Mercado de Lima Metropolitana y Callao (Perú)”

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Costos y gastos

2.2.1.1 Costos

Anderson y Raiborn (2007, 31). Concluyen que Los costos se definen como las erogaciones y causaciones, efectuadas en el área de producción, necesarias para

producir un artículo o prestar un servicio. Como también se asevera como erogaciones o desembolsos de dinero, o la obligación de incurrir en ellos, para adquirir mercancías objeto de la venta, en producción, se denominan costos; en administración, se le denominan gastos y en ventas, se le denominan gastos

Amatoriol y Blake (2002, 71-73) definen como la fluctuación en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa. También se define como la fluctuación en razón directa o casi directamente proporcional a los cambios registrados en los volúmenes de producción o venta, por ejemplo: la materia prima directa, la mano de obra directa cuando se paga destajo, impuestos sobre ingresos, comisiones sobre ventas.

2.2.1.2 Clasificación de los costos

Según **Amatoriol (2002, 71)**, en cuanto se clasifican en:

- a) **Costos fijos:** Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta. Resultan constantes dentro de un margen determinado de volúmenes de producción o venta, y se caracterizan por permanecer igual en total dentro de ciertos márgenes de capacidad, sin que importe el volumen de producción lograda de artículos o servicios; Están en función del tiempo; La cantidad de un costo fijo no cambia básicamente sin un cambio significativo y permanente en la potencia de la empresa, ya sea para producir artículos o para prestar servicios; Estos costos son necesarios para mantener la estructura de la empresa.

- b) **Costos primos:** Son los materiales directos y la mano de obra directa, los costos directamente relacionados con la producción.
- c) **Costos históricos.** Son aquellos en los que primero se produce el bien o se presta el servicio y posteriormente se calculan o determinan los costos. Los costos del producto o servicio se conocen al final del período.
- d) **Costos estimados.** Son los que se calculan sobre una base experimental antes de producirse el artículo o prestarse el servicio, y tienen como finalidad pronosticar, en forma aproximada, lo que puede costar un producto para efectos de cotización. No tienen base científica y por lo tanto al finalizar la producción se obtendrán diferencias grandes que muestran la sobre aplicación o sub aplicación del costo, que es necesario corregir para ajustarlo a la realidad. Los costos de un artículo o servicio se conocen al final del período.
- e) **Costos estándares.** Se calculan sobre bases técnicas para cada uno de los tres elementos del costo, para determinar lo que el producto debe costar en condiciones de eficiencia normal. Su objetivo es el control de la eficiencia operativa, se conocen antes de iniciar el período.
- f) **Costos primos:** Son los materiales directos y la mano de obra directa, los costos directamente relacionados con la producción.
- g) **Costos estimados.** Son los que se calculan sobre una base experimental antes de producirse el artículo o prestarse el servicio, y tienen como finalidad pronosticar, en forma aproximada, lo que puede costar un producto para efectos de cotización. No tienen base científica y por lo tanto al finalizar la producción se obtendrán diferencias grandes que muestran la sobre aplicación

o sub aplicación del costo, que es necesario corregir para ajustarlo a la realidad. Los costos de un artículo o servicio se conocen al final del período.

h) Costos Estándares. Se calculan sobre bases técnicas para cada uno de los tres elementos del costo, para determinar lo que el producto debe costar en condiciones de eficiencia normal. Su objetivo es el control de la eficiencia operativa. Los costos de un artículo o servicio se conocen antes de iniciar el período.

2.2.2 Gastos operativos

Según **Amatoriol y Otros (2005, Pág. 48.)**, citan las siguientes definiciones, La empresas realizan gastos cuando obtiene una contraprestación real del exterior, es decir, cuando percibe algunos bienes y/o servicios. Así, incurre en un gasto cuando disfruta de la mano de obra de sus trabajadores, cuando utiliza el suministro eléctrico para mantener operativas sus instalaciones, etc. El hecho de que la entidad utilice ciertos servicios le obliga a pagarlos. Ahora bien, el pago de éstos se produce en la fecha en la que sale dinero de tesorería para remunerarlos. Los gastos de operación se dividen básicamente en tres grupos principales o más conocidos que son:

- a) Gastos de Venta
- b) Gastos de Administración
- c) Gastos de fabricación
- d) Gastos financieros

Según el autor **Gutiérrez (2005, 49)**, los gastos operativos son aquellos desembolsos realizados por el establecimiento en la obtención de servicios y

materiales de oficina, para la operación del establecimiento, y se los ha clasificado de la siguiente forma:

- a) Trabajos de reparación y mantenimiento
- b) Fletes y gastos de transporte
- c) Energía eléctrica comprada
- d) Combustibles y lubricantes
- e) Comisiones pagadas a terceros
- f) Gastos de viajes, viáticos y movilizaciones
- g) Primas de Seguro
- h) Honorarios profesionales
- i) Comunicaciones
- j) Agua
- k) Trabajos de fabricación hechos por terceros
- l) Materiales de oficina

2.2.3. Tipos de gastos

a) Gastos administrativos.- Conjunto de erogaciones incurridas en la dirección general de una empresa, en contraste con los gastos de una función más específica, como la de fabricación o la de ventas; no incluye la deducción de los ingresos. Las partidas que se agrupan bajo este rubro varían de acuerdo con la naturaleza del negocio, aunque por regla general, abarcan los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina, la renta y demás servicios generales de oficina. Gastos normales de carácter corriente para el funcionamiento del Sector Central.

b) Gastos de ventas.- Son los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, tales como: comisiones a agentes y sus gastos de viajes, costo de

muestrarios y exposiciones, gastos de propaganda, servicios de correo, teléfono y telégrafo del área de ventas, etc.

c) **Gastos financieros.** Se efectúan cuando una empresa o persona física obtenga o pida un préstamo, normalmente a instituciones de crédito, me refiero a bancos, los intereses y las comisiones derivadas de ese préstamo, se les denomina contablemente como gastos financieros, y que deben registrarse la contabilidad y reflejarse en los estados financieros exactamente en el rubros de Gastos financieros. Los gastos financieros son la agrupación de gastos que se derivan de créditos, es decir los intereses ya sea de prestamos bancarios de los acreedores, dentro de estos gastos también entra la pérdida en tipo de cambio que se da al momento de que pagas cuna cuenta por pagar en dólares y el tipo de cambio sube por lo que por los mismos dólares tienes que pagar mas, y por ultimo la pérdida en compra venta de acciones, estos son los gastos que puedes catalogar como gastos financieros.

2.2.4 Políticas de Utilidad

Talaya (2001, 596), lo define como el beneficio económico que se obtiene un periodo económico. Se calcula como los ingresos totales menos los costes totales de producción. En el caso más común es la diferencia entre el valor que tienen los bienes resultado del proceso productivo (productos) y los que se emplearon en el mismo (insumos), Si la utilidades son positivos, por tanto se estará creando riqueza. Si es negativo, por tanto se estará destruyendo riqueza, en este caso se denomina pérdida.

2.2.4.1 Función de la utilidad

La utilidad se puede representarse mediante una función matemática, la cual

Muestra la relación entre los ingresos totales menos costos totales y otros factores que la afectan. Por ejemplo tenemos:

$$U_x = IT - CT$$

Donde:

U_x = utilidad

IT = ingreso total

CT = costo total.

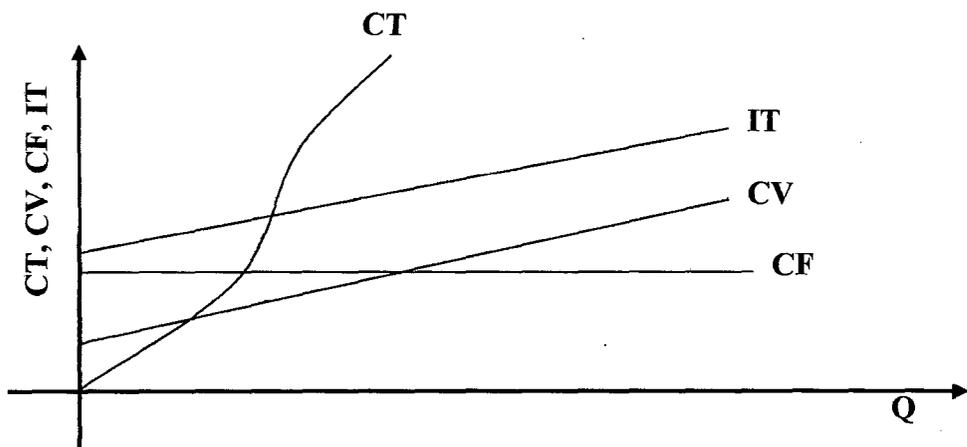


Gráfico 1: Representación grafica la función de la utilidad

2.2.5 Nivel de oferta y elasticidad

Kotler y Gary (2006, 21), define la Oferta como la relación con la cantidad de bienes o servicios que las empresas u organizaciones están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado

Fisher y Espejo (2001, 243), dicen que la oferta son las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del

mercado. Complementando ésta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta.

Kotler y Otros (2006, 7), plantean la siguiente definición de oferta de marketing: "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo. Complementando ésta definición, los autores consideran que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas

Gregory (2002, 47), dice que la oferta o cantidad ofrecida, como "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender La existencia de vendedores: Se refiere a la existencia de individuos, empresas u organizaciones que tienen un producto o servicio a la venta.

Ricardo (200, 107), define la elasticidad de la oferta será elástica o inelástica según que las variaciones en la cantidad ofrecida sean mayores o menores proporcionalmente a las variaciones en los precios. Definida con más precisión, la elasticidad de la oferta es el porcentaje en que varía la cantidad ofrecida cuando el precio varía en un uno por ciento. Lo que se trata de medir de hecho es la

capacidad de reacción de las empresas a las variaciones en los precios. La elasticidad de la oferta depende por tanto de las peculiaridades tecnológicas del proceso productivo, de la disponibilidad de factores necesarios para la producción, pero, sobre todo, del tiempo. Como a corto plazo las instalaciones no pueden variar, la oferta es muy rígida, y grandes variaciones en los precios no modificarán sensiblemente la cantidad ofrecida. Sin embargo a largo plazo la oferta resulta muy elástica, no sólo porque las empresas existentes pueden adaptarse a los nuevos precios sino porque puede que entren nuevas empresas, si el precio ha subido, o que cierren algunas, si el precio ha bajado.

2.2.5.1 Función de la oferta

La oferta de un bien o servicio puede representarse mediante una función matemática, la cual muestra la relación entre la cantidad ofertada del bien y los diversos factores que la afectan. Por ejemplo tenemos:

$$Q_x^s = a + bPx$$

Donde:

Q_x^s = demanda.

a = parámetro constante.

b = pendiente.

Px = precio.

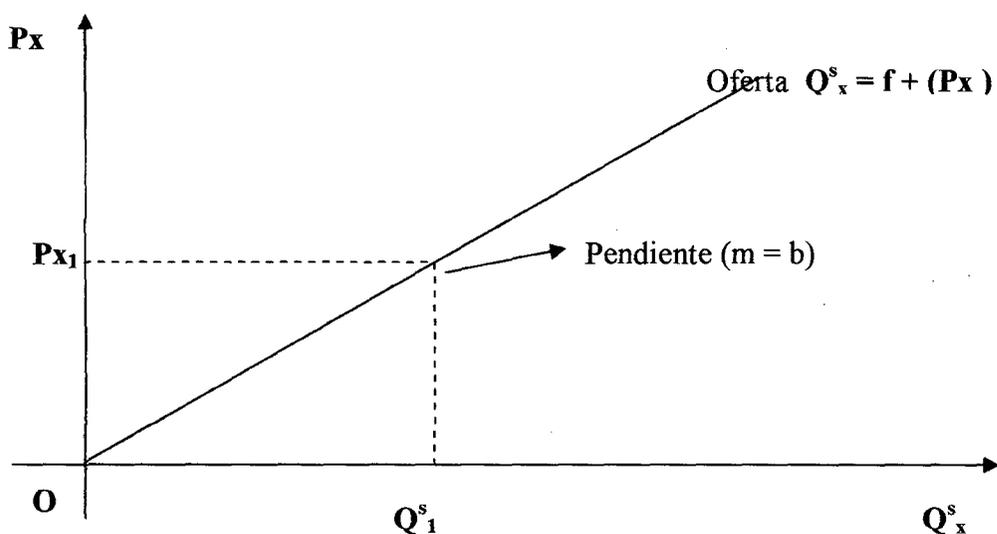


Gráfico 2: Representación gráfica de la curva de la oferta

2.2.6 Demanda – Elasticidad

Kotler y Gary (2006, 23), dicen es la relación con la cantidad de bienes o servicios que el consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido: La demanda en términos generales, la demanda es una de las dos fuerzas que está presente en el Mercado (la otra es la oferta) y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. Kotler y otros (2002, 10), dicen que la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago, por otro lado demás autores refieren que son las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado **simón (2000, 215)**, define la demanda, Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda

satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca.

Gregory (2003, 42), define la demanda como "la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar, también lo define la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido

2.2.6.1 Función de la demanda

La demanda de un bien o servicio puede representarse mediante una función matemática, la cual muestra la relación entre la cantidad demandada del bien y los diversos factores que la afectan.

Por ejemplo tenemos:

$$Q_x^s = a + bPx$$

Donde:

Q_x^s = demanda.

a = parámetro constante.

b = pendiente.

px = precio.

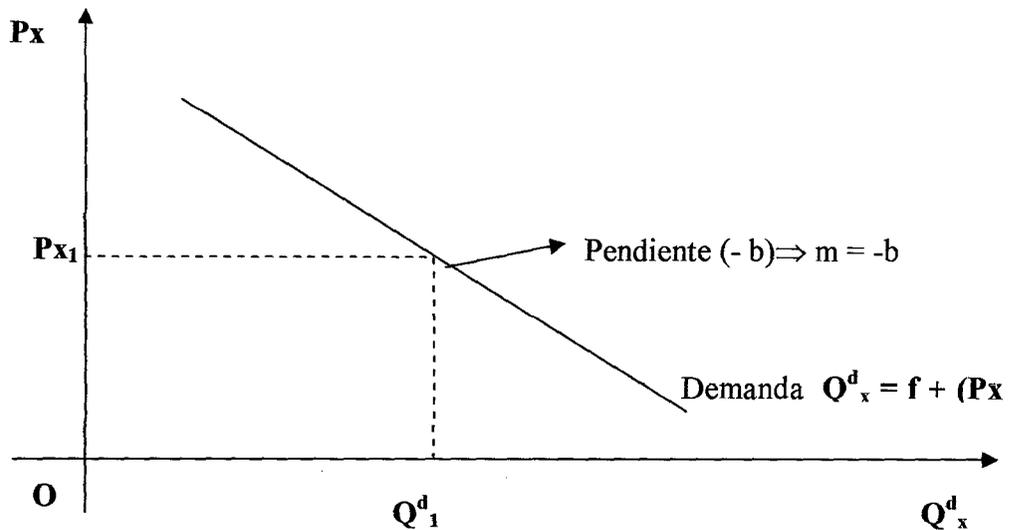


Gráfico 3: Representación gráfica de la curva de la demanda

2.2.7 Elasticidad de la demanda

Hay algunos bienes cuya demanda es muy sensible al precio, pequeñas variaciones en su precio provocan grandes variaciones en la cantidad demandada. Se dice de ellos que tienen demanda elástica.

- a. Los bienes que, por el contrario, son poco sensibles al precio son los de demanda inelástica o rígida. En éstos pueden producirse grandes variaciones en los precios sin que los consumidores varíen las cantidades que demandan
- b. El caso intermedio se llama de elasticidad unitaria.

La elasticidad de la demanda se mide calculando el porcentaje en que varía la cantidad demandada de un bien cuando su precio varía en un uno por ciento. Si el resultado de la operación es mayor que uno, la demanda de ese bien es elástica; si el resultado está entre cero y uno, su demanda es inelástica.

Los factores que influyen en que la demanda de un bien sea más o menos elástica son:

- c. **Existencia de bienes sustitutivos.** Si existen buenos sustitutos la demanda del bien será muy elástica. Por ejemplo, un pequeño aumento en el precio del aceite de oliva puede provocar que un gran número de amas de casa se decida por usar el de girasol.
- d. **Importancia del bien en términos de coste.** Si el gasto en ese bien supone un porcentaje muy pequeño de la renta de los individuos, su demanda será inelástica. Por ejemplo, el lápiz. Las variaciones en su precio influyen muy poco en las decisiones de los consumidores que desean adquirirlos.
- e. **El precio.** Finalmente hay que tener en cuenta que la elasticidad de la demanda no es la misma a lo largo de toda la curva. Es posible que para precios altos la demanda sea menos elástica que cuando los precios son más bajos o al revés, dependiendo del producto de que se trate.

2.2.8 Sistema de distribución

R. F. Chamoso V. (2002). Los Canales para productos de consumo se dividen a su vez en cinco tipos que se consideran los más usuales:

- a. **Productores Consumidores:** esta es la vía mas corta y rápida que se utiliza en este tipo de productos. La forma que más se utiliza es la venta de puerta en puerta, la venta por correo, el telemarketing y la venta por teléfono. Los intermediarios quedan fuera de este sistema.
- b. **Productores – minoristas – consumidores:** este es el canal más visible para el consumidor final y gran número de las compras que efectúa él público en

general se realiza a través de este sistema. Ejemplos de este canal de distribución son los concesionarios automáticos, las gasolineras y las tiendas de ropa. En estos casos el productor cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encargara de hacer contacto con los minoristas que venden los productos al público y hacen los pedidos después de lo cual los venden al consumidor final.

- c. **Productores – mayoristas – minoristas o detallistas:** este tipo de canal lo utiliza para distribuir productos tales como medicina, ferretería y alimentos. Se usa con productos de gran demanda ya que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor.
- d. **Productores – intermediarios – mayoristas – consumidores:** este es el canal mas largo, se utiliza para distribuir los productos y proporciona una amplia red de contactos; por esa razón, los fabricantes utilizan a los intermediarios o agentes. Esto es muy frecuente en los alimentos perecederos.

El que se mencionen estos canales de la manera en que se ha hecho no significa que sean los únicos; en ocasiones se hace una combinación de ellos.

2.2.8.1 Integración vertical de los canales. Se combinan cuando dos más etapas del canal bajo una dirección. Esto trae como resultado la compra de las operaciones de un eslabón de canal o la realización de las operaciones de este eslabón para llevar a cabo las funciones. Por ejemplo, un gran comerciante de ventas masivas, como las tiendas de descuento, pueden almacenar y transportar los productos que le compra el fabricante, con lo cual se elimina la necesidad de utilizar al mayorista.

Esta integración incluye el control de todas las funciones desde la fabricación hasta el consumidor final.

2.2.8.2 Integración horizontal de los canales. Consiste en combinar instituciones al mismo nivel de operaciones bajo una administración única. Un ejemplo serán las tiendas departamentales. Esta integración proporciona ahorros importantes en especialistas de publicidad, investigación de mercados, compras, etc. Y la puede llevar a cabo una organización al fusionarse con otras organizaciones o incrementando el número de unidades.

2.3 DEFINICION DE TERMINOS

- a) **Demanda:** se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor.
- b) **Cantidad ofertada:** se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento.
- c) **Suministro:** es la actividad económica encaminada a cubrir las necesidades de consumo de una unidad económica, como puede ser una familia, una empresa, aplicándose muy especialmente cuando ese sujeto económico es una ciudad. Cuando es un ejército se le suele aplicar el nombre de intendencia.
- d) **Comisión:** es la cantidad que se cobra por realizar una transacción comercial que corresponde a un porcentaje sobre el importe de la operación.
- e) **Utilidades:** Son la medida de un excedente entre los ingresos y los costos expresados en alguna unidad monetaria.
- f) **Mercado:** es cualquier conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores. En contraposición con una

simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.

- g) **Precio:** se denomina al valor monetario asignado a un bien o servicio. Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo.

2.4 Hipótesis y variables

2.1.1 Hipótesis

H_0 = “Los costos operativos y las políticas sobre la obtención de margen de utilidades por parte de las distribuidoras hacen que el precio del pollo de este producto sea caro para los consumidores finales”

H_A = Los costos operativos y las políticas sobre la obtención de margen de utilidades por parte de las distribuidoras no hacen que el precio del pollo de este producto sea caro para los consumidores finales.

2.2. VARIABLES

2.2.1. Variables Independiente (X)

$X1$ = Costos de ventas

$X2$ = Estructuras de Gastos operativos

$X3$ = Políticas de fijación de utilidades

$X4$ = Niveles de competencia en la oferta de pollo

$X5$ = Niveles de demanda y elasticidad

$X6$ = Sistemas y canales de distribución física

2.2.2. Variable Dependiente (Y)

Y = Precio de venta del pollo.

2.3 INDICADORES:

$X1$ = Costos de ventas

- Precio de compra.
- Gastos de transportes.

$X2$ = Estructuras de Gastos operativos

- Costos operativos.
- Gastos operativos.

$X3$ = Políticas de fijación de utilidades

- Calculo de utilidades.
- Comparación de utilidades con la competencia

$X4$ = Niveles de competencia en la oferta de pollo

- Cantidad ofertada por la competencia
- Oferta total en el mercado local

$X5$ = Niveles de demanda y elasticidad

- Cantidad demandada por la competencia
- Demanda total en el mercado local

$X6$ = Sistemas y Canales de Distribución física

- Canales de distribución
- Distribución geográfica de distribución

$Y = Y$ = Precio de venta del pollo.

- Precios al consumidor
- Registro de ventas diarios y mensuales
- Registros de venta de la competencia local.

CUADRO 3. MEDICION DE LAS VARIABLES

VARIABLES	INDICADORES	UNID. DE MEDIDA	TECNICA
VI = Costos de ventas (X1)	a) Precio de compra. b) Gastos de transporte.	b) Miles de soles c) Miles de soles	a) Revisión de documentos b) Revisión de documentos
VI = Estructuras de Gastos operativos (X2)	a) Costos operativos b) Gastos operativos	a) Miles de soles b) Miles de soles	a) Revisión de documentos b) Revisión de documentos
VI = Política de fijación de utilidades (X3)	a) Calculo de utilidades. b) Comparación de utilidades con la competencia.	a) Miles de soles b) Miles de soles	a) Revisión de documentos b) Revisión de documentos
VI = Niveles de competencia en la oferta de pollo (X4)	a) Cantidad ofertada por la competencia b) Demanda total en el mercado local	a) Kilos (Kg.) b) Kilos (Kg.)	a) Revisión de documentos b) Revisión de documentos
VI = Niveles de demanda y elasticidad (X5)	a) Cantidad demandada por la competencia b) Demanda total en el mercado local	a) Kilos (Kg.) b) Kilos (Kg.)	a) Revisión de documentos b) Revisión de documentos
VI = Sistemas y Canales de Distribución física (X6)	a) Canales de distribución b) Distribución geográfica de distribución	a) Tipos de ventas b) Cantidad de mercados	a) Revisión de documentos
VD = Elevado precio del pollo en Tingo Maria (Y)	a) Precios de venta b) Registro de ventas diarios y mensuales c) Registro de ventas de la competencia	a) Soles b) Soles c) Soles	a) Revisión de documentos b) Revisión de documentos c) Revisión de documentos

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 Población y muestra

La población en análisis estará constituida por el total de distribuidoras de pollo de la provincia de Leoncio Prado.

3.1.1 Muestra.

Se tomara como unidad de estudio a las empresas más grandes que manejan el mercado que son 2 que representa el 75% por ciento de la población en estudio (Empresas distribuidoras Keny E.I.R.L. y Multiservicios Katy E.I.R.L.)

3.2 Tipo y nivel de investigación

El tipo de investigación a desarrollarse corresponderá a un estudio básico. Que contribuirá a analizar los hechos y resultados de una realidad concreta y observada con el propósito de explicar los factores influyentes en los precios caros del pollo. Por la naturaleza del estudio es una Investigación es descriptiva

3.3 Método y diseño de investigación

3.3.1 Descriptivo – correlacional

Se observara los documentos de gestión y se trasladará los datos relevantes a los cuadros de análisis y se correlacionara los datos ordenados para encontrar su grado de relatividad entre las variables independientes con las dependientes, la cual nos llevara a formular las conclusiones en términos abstractos

Para esto se utilizara el diseño muestral teniendo en cuenta los modelos de regresión y correlación con multivariar tomando en cuenta la muestra

representativa de los cinco últimos años contrastando con los gastos operativos, precio de venta, utilidades, oferta y demanda según el siguiente diseño

3.3.2 Método de la observación

Se analizaron los documentos que contenían información como los gastos operativos, administrativos, financieros y otros gastos que intervienen en la fijación de los precios y finalizar en la estructura de costos operativos.

3.3.3 Método dialéctico

Para explicar que factores hacen encarecer el precio dentro de las empresas de Tingo María, encontrar esos factores que expliquen el problema con otros que lo contradigan, para al final llegar a una síntesis de toda la problemática.

3.4 Técnicas de recolección y procesamiento de datos

La técnica a utilizar para la recolección de la información será:

Revisión documentaria. A través de su instrumento, revisión bibliográfica, es un formato que es direccionado a través de un autor que tienen textos relacionados que conllevan a la recolección de datos, que se preparan con el propósito de la obtención de información con respecto a documentos de gestión de las empresas.

Las técnicas de análisis estadístico a utilizar en el proyecto de tesis será el método estadístico intermedio a través del análisis.

3.5. Técnicas de análisis estadístico

Las técnicas utilizadas para procesar los datos recolectados a través de la revisión documentaria, se utilizó el método estadístico intermedio a través del análisis:

- a) **Análisis de correlación.** Para determinar el grado de relación entre las variables estudiadas (costo de ventas, gastos operativos, políticas de utilidad, demanda y oferta).
- b) **Regresión múltiple.** Para determinar la influencia de cada variable en el precio del pollo.

3.6. Procedimiento

La elección de las técnicas de recolección de datos es el primer paso, se recurrió a los registros de gestión administrativa de ambas empresas en estudio. Donde se extrajo los datos siguientes: gastos operativos, costo de ventas, precio de venta, oferta y demanda; las cuales se ordeno de acuerdo a su condición de endógenas y exógenos, para ser introducidos en orden los datos como requiere en el software econometrics views; para ser analizados los respectivos resultados arrojados.

3.7. Instrumentos

Se empleo una ficha de registro de información, que permitió ordenar los datos extraídos de documentos fuente.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis del costo de ventas de las empresas distribuidoras.

Para realizar el presente estudio se recurrió a extraer datos de las fuentes directas que son los documentos de control y registros de ventas, distribución y reparto de las empresas distribuidoras de pollo (Distribuidora Keny. E.I.R.L. y multiservicios Katy E.I.R.L., del total extraído se presenta la información siguiente: precios de venta y los costos de venta.

Cuadro 4. Registro histórico anualizado de los precios de ventas y sus costos de ventas

AÑO	MES	PRECIO (S/.)	COSTO VENT (S/.)	AÑO	MES	PRECIO (S/.)	COSTO VENT (S/.)
2003	ENE	5.22	3.85	2005	JUL	5.15	3.00
2003	FEB	5.11	3.65	2005	AGO	4.94	2.95
2003	MAR	5.16	3.80	2005	SEP	5.14	3.15
2003	ABR	5.14	3.80	2005	OCT	5.09	3.35
2003	MAY	5.43	4.05	2005	NOV	5.40	3.55
2003	JUN	5.01	3.65	2005	DIC	5.75	4.15
2003	JUL	4.80	3.45	2006	ENE	5.50	3.85
2003	AGO	5.02	3.65	2006	FEB	5.41	3.80
2003	SEP	5.44	4.05	2006	MAR	5.21	3.65
2003	OCT	5.23	3.85	2006	ABR	5.30	3.70
2003	NOV	5.24	3.85	2006	MAY	5.23	3.55
2003	DIC	5.46	4.05	2006	JUN	5.20	3.50
2004	ENE	5.93	4.35	2006	JUL	5.21	3.55
2004	FEB	5.66	4.10	2006	AGO	4.91	3.25
2004	MAR	5.53	3.95	2006	SEP	5.00	3.30
2004	ABR	5.42	3.85	2006	OCT	4.90	3.15
2004	MAY	5.26	3.65	2006	NOV	5.24	3.45
2004	JUN	5.04	3.50	2007	DIC	5.61	3.90
2004	JUL	4.96	3.45	2007	ENE	5.66	3.75
2004	AGO	4.90	3.35	2007	FEB	5.25	3.65
2004	SEP	5.01	3.40	2007	MAR	5.30	3.55
2004	OCT	5.02	3.45	2007	ABR	5.25	3.35
2004	NOV	5.22	3.65	2007	MAY	4.89	3.20
2004	DIC	5.51	3.90	2007	JUN	5.08	3.35
2005	ENE	5.40	3.75	2007	JUL	5.10	3.35
2005	FEB	5.20	3.35	2007	AGO	5.20	3.50
2005	MAR	5.15	3.40	2007	SEP	5.20	3.35
2005	ABR	5.10	3.35	2007	OCT	5.25	3.55
2005	MAY	5.20	3.30	2007	NOV	5.50	3.70
2005	JUN	5.25	3.25	2007	DIC	5.65	3.85

Fuente: Del Águila P. Aristides

Jul/2008

En los precios de venta logramos encontrar precios relativos a lo largo de los últimos cinco años (2003 – 2007). Del mismo modo se relaciona los costos de ventas. En el estudio se busca encontrar la relación que existe entre las variables precios altos del pollo y su respectivo costo de venta encontrándose la siguiente relación, de que la variable costo de venta (CV) tiene una influencia significativa en el precio elevado (PX) ya que posee una probabilidad menor al nivel de significancia $P_1 = 0.0000 < 0.05$, ver cuadro 10. Dicha relación explica que el costo de venta es influyente sobre el precio, es decir que tiene influencia directa. Se dice que, si los costos de ventas suben afectara de modo negativo sobre el precio de venta y si bajan beneficiara en modo positivo.

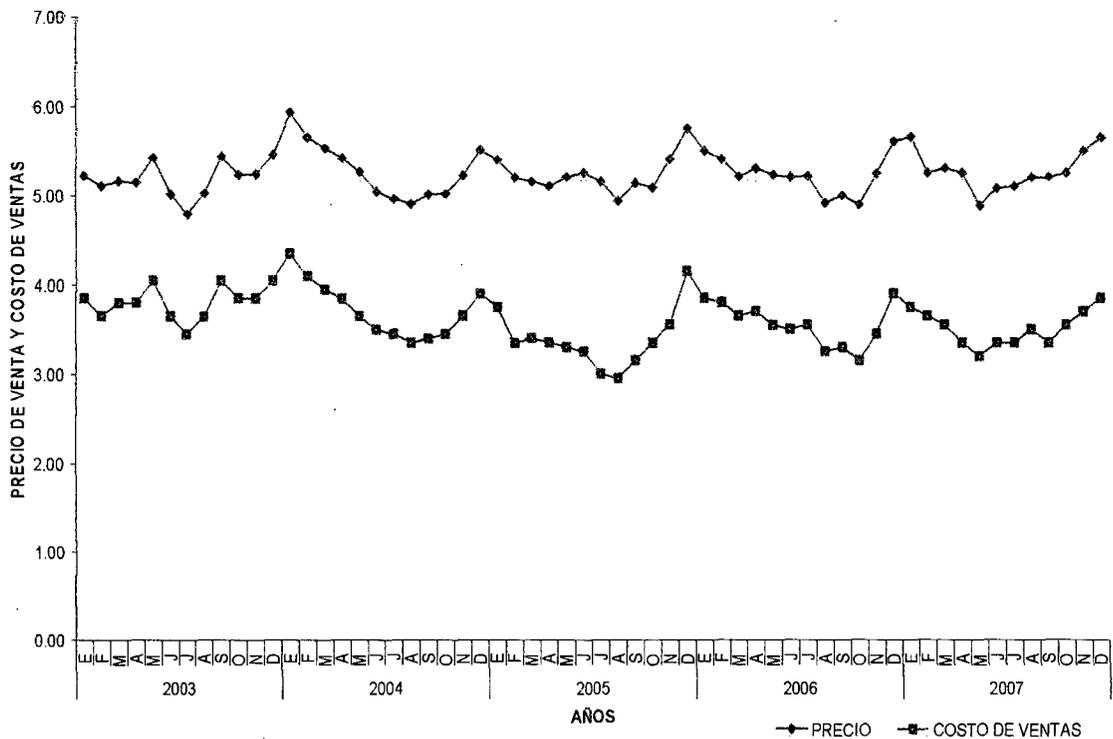


Gráfico 4. Comportamiento histórico del precio de venta y gastos operativos. Jul/2008

Por lo tanto se dice que el precio de venta a través de los cinco años ha caminado en forma paulatina de acuerdo a las tendencias de los precios de los insumos y materiales para la producción de este producto.

4.2 Análisis de los gastos operativos de las empresas distribuidoras.

En el presente estudio se analizó las variables como son el precio del pollo, y los Gastos operativos conjuntamente para la cual se recurrió a los documentos de gestión y registros de gastos de las empresas distribuidoras de pollo, del total extraído se presenta la información siguiente que compone del comportamiento histórico a través de cinco periodos económicos.

Cuadro 5. Registro histórico mensualizado de los precios de ventas y gastos operativos

AÑO	MES	PRECIO (S/.)	GASTO OPER (S/.)	AÑO	MES	PRECIO (S/.)	GASTO OPER (S/.)
2003	ENE	5.22	0.59	2005	JUL	5.15	0.68
2003	FEB	5.11	0.57	2005	AGO	4.94	0.64
2003	MAR	5.16	0.59	2005	SEP	5.14	0.66
2003	ABR	5.14	0.58	2005	OCT	5.09	0.64
2003	MAY	5.43	0.62	2005	NOV	5.40	0.69
2003	JUN	5.01	0.56	2005	DIC	5.75	0.71
2003	JUL	4.80	0.53	2006	ENE	5.50	0.78
2003	AGO	5.02	0.57	2006	FEB	5.41	0.76
2003	SEP	5.44	0.62	2006	MAR	5.21	0.73
2003	OCT	5.23	0.59	2006	ABR	5.30	0.75
2003	NOV	5.24	0.59	2006	MAY	5.23	0.74
2003	DIC	5.46	0.62	2006	JUN	5.20	0.74
2004	ENE	5.93	0.55	2006	JUL	5.21	0.74
2004	FEB	5.66	0.52	2006	AGO	4.91	0.69
2004	MAR	5.53	0.51	2006	SEP	5.00	0.70
2004	ABR	5.42	0.49	2006	OCT	4.90	0.70
2004	MAY	5.26	0.48	2006	NOV	5.24	0.75
2004	JUN	5.04	0.46	2007	DIC	5.61	0.80
2004	JUL	4.96	0.46	2007	ENE	5.66	0.92
2004	AGO	4.90	0.45	2007	FEB	5.25	0.86
2004	SEP	5.01	0.46	2007	MAR	5.30	0.87
2004	OCT	5.02	0.46	2007	ABR	5.25	0.87
2004	NOV	5.22	0.48	2007	MAY	4.89	0.80
2004	DIC	5.51	0.51	2007	JUN	5.08	0.84
2005	ENE	5.40	0.66	2007	JUL	5.10	0.84
2005	FEB	5.20	0.66	2007	AGO	5.20	0.86
2005	MAR	5.15	0.65	2007	SEP	5.20	0.87
2005	ABR	5.10	0.64	2007	OCT	5.25	0.87
2005	MAY	5.20	0.67	2007	NOV	5.50	0.91
2005	JUN	5.25	0.69	2007	DIC	5.65	0.93

Fuente: Del Águila P. Aristides

Jul/2008

En los datos extraídos referentes a los gastos operativos de los últimos cinco años encontramos un crecimiento paulatino a través de los meses, es decir iniciándose en enero del año 2003 un gasto operativo de S/. 0.59 céntimos a S/.0.93 céntimos por

kilo de pollo vendido en diciembre del año 2007. Eso demuestra el incremento del gasto que a la vez no ha existido crecimiento del precio de venta. Esto se demuestra que existe influencia del gasto operativo en la fijación del precio de venta, que a la vez se demuestra en la regresión ver cuadro 10. Donde la variable independiente (gasto operativo), es significativamente influyente sobre la variable dependiente (precio de venta). Porque la probabilidad de la variable independiente es menor que el nivel de significancia. Donde su probabilidad de la variable independientes $P = 0.0129$ y el nivel de significancia es de 0.05% . Esto indica que cuando el gasto operativo tiene variación, y por el otro lado el precio de venta también se mueve al ritmo del gasto. Ver grafico 5.

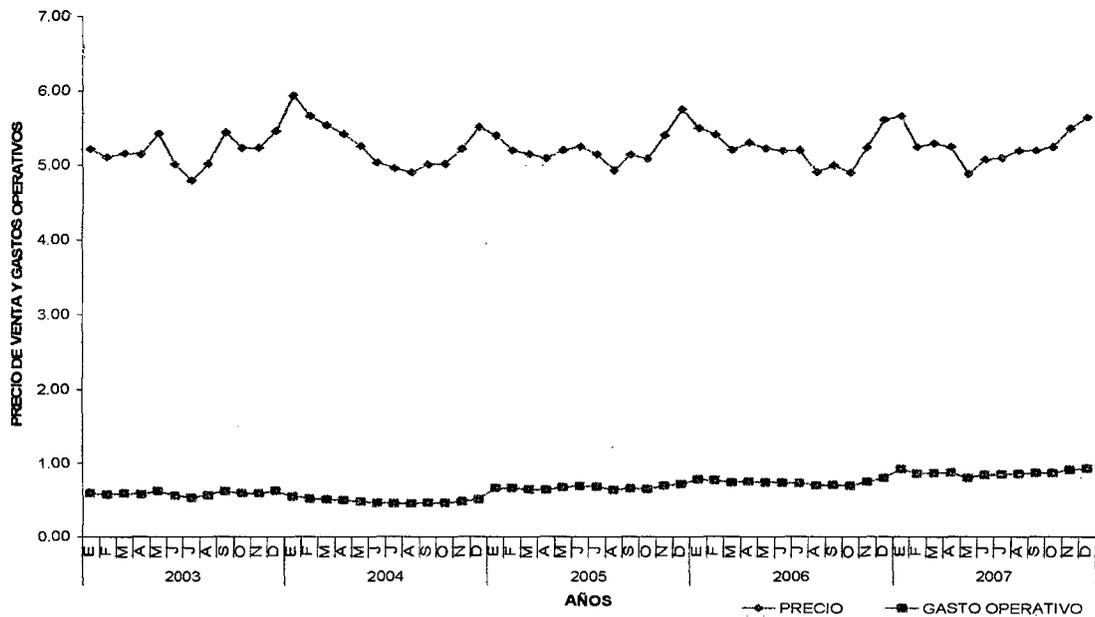


Grafico 5. Comportamiento histórico de precio de venta y gastos operativos Jul/2008

En el grafico presentado sobre la relación del precio de venta y los gastos operativos encontramos variaciones crecientes en la variable independiente (GO), pero en ese crecimiento estable que es inverso del precio de venta que mantuvo una inestabilidad secuencial.

4.3 Nivel de influencia de las utilidades sobre el precio de venta.

Cuadro 6. Registro histórico de los precios de ventas y las utilidades.

AÑO	MES	PRECIO (S/.)	UTILIDAD (S/.)	AÑO	MES	PRECIO (S/.)	UTILIDA D (S/.)
2003	ENE	5.22	0.23	2005	JUL	5.15	0.20
2003	FEB	5.11	0.22	2005	AGO	4.94	0.19
2003	MAR	5.16	0.23	2005	SEP	5.14	0.20
2003	ABR	5.14	0.23	2005	OCT	5.09	0.19
2003	MAY	5.43	0.24	2005	NOV	5.40	0.21
2003	JUN	5.01	0.22	2005	DIC	5.75	0.21
2003	JUL	4.80	0.21	2006	ENE	5.50	0.41
2003	AGO	5.02	0.22	2006	FEB	5.41	0.41
2003	SEP	5.44	0.24	2006	MAR	5.21	0.39
2003	OCT	5.23	0.23	2006	ABR	5.30	0.40
2003	NOV	5.24	0.23	2006	MAY	5.23	0.39
2003	DIC	5.46	0.24	2006	JUN	5.20	0.39
2004	ENE	5.93	0.17	2006	JUL	5.21	0.39
2004	FEB	5.66	0.16	2006	AGO	4.91	0.37
2004	MAR	5.53	0.16	2006	SEP	5.00	0.37
2004	ABR	5.42	0.15	2006	OCT	4.90	0.37
2004	MAY	5.26	0.15	2006	NOV	5.24	0.40
2004	JUN	5.04	0.14	2007	DIC	5.61	0.42
2004	JUL	4.96	0.14	2007	ENE	5.66	0.37
2004	AGO	4.90	0.14	2007	FEB	5.25	0.35
2004	SEP	5.01	0.14	2007	MAR	5.30	0.35
2004	OCT	5.02	0.14	2007	ABR	5.25	0.35
2004	NOV	5.22	0.15	2007	MAY	4.89	0.32
2004	DIC	5.51	0.16	2007	JUN	5.08	0.34
2005	ENE	5.40	0.19	2007	JUL	5.10	0.34
2005	FEB	5.20	0.20	2007	AGO	5.20	0.35
2005	MAR	5.15	0.19	2007	SEP	5.20	0.35
2005	ABR	5.10	0.19	2007	OCT	5.25	0.35
2005	MAY	5.20	0.20	2007	NOV	5.50	0.37
2005	JUN	5.25	0.21	2007	DIC	5.65	0.37

Fuente: Del Águila P. Aristides

Jul/2008

En el siguiente análisis de la variable independiente (utilidades) y la variable dependiente (precio de venta) se recogió datos de las estimaciones del estado de ganancias y pérdidas, y por el otro lado de las facturas y boletas de ventas y teniendo como resultado el siguiente cuadro mensualizado de precios y utilidades históricas.

En el presente cuadro se presenta la información histórica de desde el año 2003

Al 2005 la cual corresponden a 5 periodos económicos financieros de la empresas. En el presente cuadro podemos analizar y persuadir que las utilidades han ido creciendo paulatinamente en el tiempo desde enero del 2003, mostrando una utilidad por cada kilo vendido. S/. 0.23 céntimos representa la utilidad, que hasta diciembre del 2007 se ha incrementado hasta n S/0.37 céntimos por cada kilo vendido, y por el contrario el precio de venta se ha mostrado inestabilidad moderada entre los 5 años y a la vez no existe variación considerable.

En la regresión ver cuadro 10. Muestra que las utilidades son significativamente influyente en el precio de venta, demostrando que su probabilidad de de las utilidades es inferior al nivel de significancia. Donde su probabilidad de la utilidad es $P = 0.00015$ y el nivel de significancia es 0.05% esto indica que la influencia es elevada, que cuando la utilidad tiene variaciones al mismo tiempo hace variar al precio de venta. Ver grafico 6. En el grafico de relación de utilidades y precio de venta, apreciamos el crecimiento de las utilidades a partir del 2005 es decir las empresas han empezado a ganar más dinero, es decir cuando a inicios de enero del 2006 baja el precio de venta el empresario sube sus utilidades a efecto que bajan los gastos operativos.

En diciembre del año 2003, se registra la subida mas alta del precio del pollo, se dice conforme a los registros de ventas donde se demuestra que las empresas siguen teniendo las mismas utilidades, donde se puede asegurar que este fenómeno no fue causado por las utilidades es decir otros factores que están estudio y como también que no están en estudio pudieron hacer que este precio se elevara.

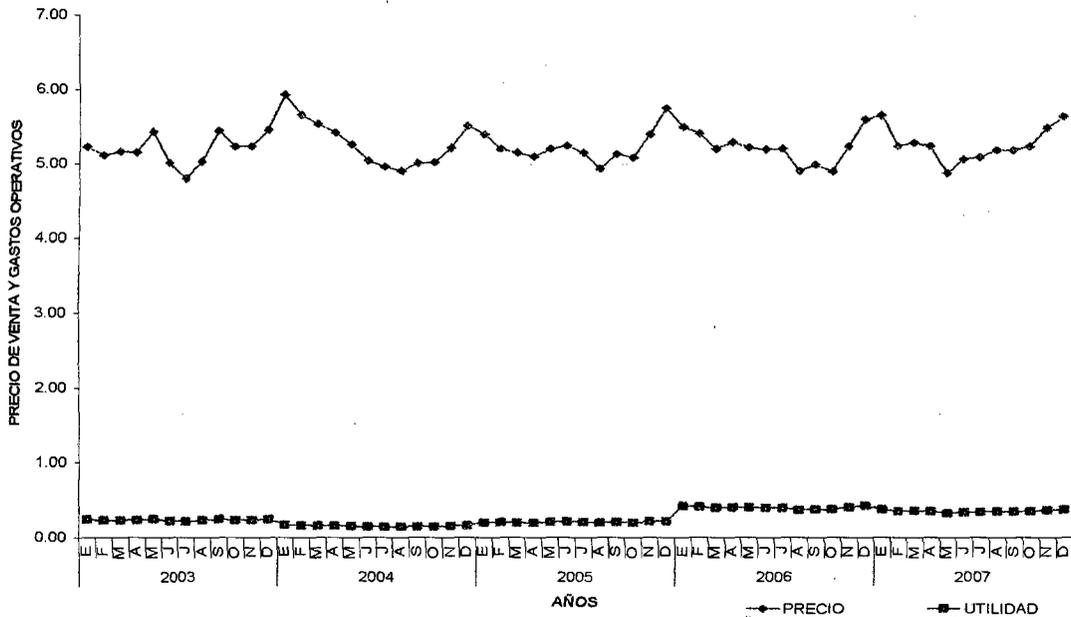


Grafico 6. Comportamiento histórico de precio de venta y las utilidades Jul/2008

4.4 Análisis de la demanda del pollo en provincia de Leoncio Prado

Para realizar el análisis de las cantidades consumidas en la provincia se tuvo a bien a recorrer a los registros de ventas de las cuatro empresas distribuidoras locales, logrando obtener el siguiente cuadro mensualizado de datos históricos de los cinco últimos años (2003 - 2007).

En el comportamiento histórico de la demanda de pollo en la provincia de Leoncio Prado se ve un crecimiento elevado de mes tras mes de las unidades vendidas de pollo y por el otro lado los precios de ventas con variaciones estables que fluctúan de S/. 4.90 a S/. 5.65 a través de los cinco años de estudio. Visiblemente y por teoría se dice cuando la producción aumenta, los costos abaratan y por consecuente los precios bajan; pero lo cual no sucede en este caso, la cual se comprobó en la regresión ver cuadro 10. La probabilidad de la demanda no es significativa en la influencia del precio de venta, demostrando en la probabilidad de la demanda en $P = 0.16157$ lo cual es mayor al nivel de significancia de $\alpha = 0.05$, demostrando que si

La demanda sufre alteraciones en cantidades, el precio de venta se muestra ligeramente insensible. Ver grafico 7.

Cuadro 7. Registro histórico de los precios de ventas y la demanda.

AÑO	MES	PRECIO (S/.)	DEMANDA (KG)	AÑO	MES	PRECIO (S/.)	DEMANDA (KG)
2003	ENE	5.22	81.18	2005	JUL	5.15	115.98
2003	FEB	5.11	84.43	2005	AGO	4.94	116.43
2003	MAR	5.16	85.01	2005	SEP	5.14	120.32
2003	ABR	5.14	89.64	2005	OCT	5.09	123.03
2003	MAY	5.43	84.96	2005	NOV	5.40	124.93
2003	JUN	5.01	85.81	2005	DIC	5.75	124.79
2003	JUL	4.80	88.06	2006	ENE	5.50	122.78
2003	AGO	5.02	88.49	2006	FEB	5.41	122.36
2003	SEP	5.44	91.72	2006	MAR	5.21	124.71
2003	OCT	5.23	89.09	2006	ABR	5.30	124.41
2003	NOV	5.24	87.90	2006	MAY	5.23	120.68
2003	DIC	5.46	83.41	2006	JUN	5.20	122.70
2004	ENE	5.93	82.33	2006	JUL	5.21	125.97
2004	FEB	5.66	80.53	2006	AGO	4.91	127.01
2004	MAR	5.53	81.36	2006	SEP	5.00	126.28
2004	ABR	5.42	84.12	2006	OCT	4.90	129.29
2004	MAY	5.26	85.48	2006	NOV	5.24	130.85
2004	JUN	5.04	88.31	2007	DIC	5.61	133.60
2004	JUL	4.96	90.64	2007	ENE	5.66	140.03
2004	AGO	4.90	90.59	2007	FEB	5.25	142.16
2004	SEP	5.01	91.64	2007	MAR	5.30	140.46
2004	OCT	5.02	93.47	2007	ABR	5.25	143.06
2004	NOV	5.22	90.03	2007	MAY	4.89	143.93
2004	DIC	5.51	88.48	2007	JUN	5.08	146.88
2005	ENE	5.40	94.09	2007	JUL	5.10	148.72
2005	FEB	5.20	93.65	2007	AGO	5.20	146.10
2005	MAR	5.15	98.91	2007	SEP	5.20	148.99
2005	ABR	5.10	102.73	2007	OCT	5.25	146.96
2005	MAY	5.20	106.21	2007	NOV	5.50	149.63
2005	JUN	5.25	113.54	2007	DIC	5.65	151.88

Fuente: Del Águila P. Aristides

Jul/2008

Es decir la demanda del pollo ha crecido insensiblemente al precio, debido a factores no estudiados en esta investigación que pudieran ser externos a las variables de la formulación del precio. Los periodos menos afectados por esas variables ajenas se dieron en el año económico 2003 y 2004, es donde se ven un crecimiento moderado en comparación a los años 2005 y 2007. Que a partir de esa fecha se empieza incrementar considerablemente.

Cuadro 8 Registro histórico de los precios de ventas y la oferta.

AÑO	MES	PRECIO (S/.)	OFERTA (KG)	AÑO	MES	PRECIO (S/.)	OFERTA (KG)
2003	ENE	5.22	99.62	2005	JUL	5.15	165.61
2003	FEB	5.11	101.09	2005	AGO	4.94	170.51
2003	MAR	5.16	102.99	2005	SEP	5.14	170.49
2003	ABR	5.14	105.89	2005	OCT	5.09	172.61
2003	MAY	5.43	106.25	2005	NOV	5.40	175.44
2003	JUN	5.01	107.91	2005	DIC	5.75	175.46
2003	JUL	4.80	110.41	2006	ENE	5.50	173.24
2003	AGO	5.02	112.49	2006	FEB	5.41	168.45
2003	SEP	5.44	109.41	2006	MAR	5.21	167.71
2003	OCT	5.23	587.92	2006	ABR	5.30	170.31
2003	NOV	5.24	109.52	2006	MAY	5.23	172.09
2003	DIC	5.46	114.51	2006	JUN	5.20	172.49
2004	ENE	5.93	110.12	2006	JUL	5.21	170.17
2004	FEB	5.66	113.26	2006	AGO	4.91	173.81
2004	MAR	5.53	118.09	2006	SEP	5.00	176.69
2004	ABR	5.42	120.81	2006	OCT	4.90	177.86
2004	MAY	5.26	126.87	2006	NOV	5.24	180.33
2004	JUN	5.04	132.74	2007	DIC	5.61	177.23
2004	JUL	4.96	134.77	2007	ENE	5.66	176.48
2004	AGO	4.90	140.21	2007	FEB	5.25	182.81
2004	SEP	5.01	137.13	2007	MAR	5.30	181.55
2004	OCT	5.02	136.75	2007	ABR	5.25	184.65
2004	NOV	5.22	142.65	2007	MAY	4.89	187.58
2004	DIC	5.51	143.27	2007	JUN	5.08	187.34
2005	ENE	5.40	143.31	2007	JUL	5.10	190.08
2005	FEB	5.20	146.28	2007	AGO	5.20	192.09
2005	MAR	5.15	147.63	2007	SEP	5.20	195.31
2005	ABR	5.10	159.26	2007	OCT	5.25	196.11
2005	MAY	5.20	161.03	2007	NOV	5.50	197.11
2005	JUN	5.25	163.61	2007	DIC	5.65	189.14

Fuente: Del Águila P. Aristides

Jul/2008

En el cuadro de datos mensualizados de los precios de venta y la oferta histórica se dice que la oferta en los últimos cinco años se duplicó en el mercado local, este factor es influyente en la fijación de los precios, pero en este estudio se muestra ajeno porque el precio de venta su variación a sido mínima pero de forma creciente. Este fenómeno se demuestra en la regresión ver cuadro 10. Donde la variable independiente (oferta) no es significativo en la variable dependiente (precio de venta). Comprobado en su probabilidad de la oferta $P = 0.7418$ que es mayor al nivel de significancia $\alpha = 0.05$ lo cual demuestra que si la oferta sufre variaciones, el precio es indiferente a esta variación.

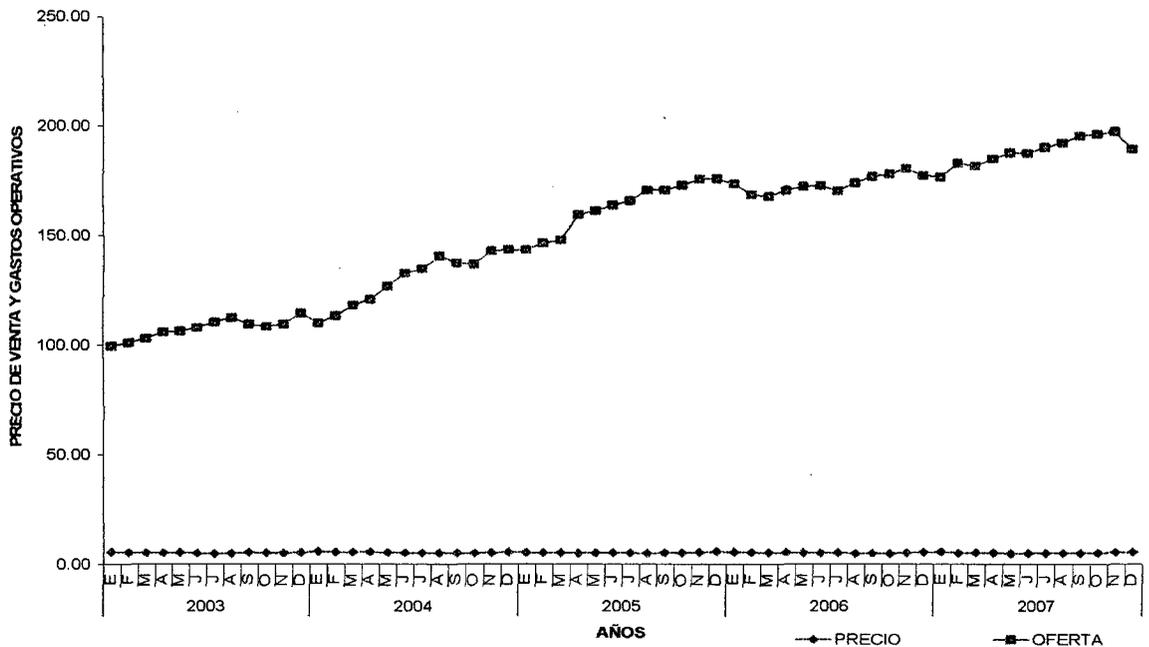


Grafico 8. Comportamiento histórico de precio de venta y la oferta

Jul/2008

En el grafico8. Muestra el curso de crecimiento de la oferta y por el otro lado el precio de venta es ajeno a estas variaciones. Ver grafico8., por teoría cuando existe mayor competencia el precio se regula la cual muestra como si existiría un monopolio concertación de precio en los distribuidores de pollo. El estudio demuestra que los empresarios no tienen en cuenta la oferta a la hora de fijar sus precios de venta.

5.5. Análisis del sistema de distribución de las empresas competidoras

Después de analizar los factores que están inmersos dentro del sistema de Distribución, se dice que este es un factor es explicado por las variables oferta y demanda y estas dos variables no tienen ninguna relación o inferencia en el precio por la cual se dice que la demanda y la oferta no hacen encarecer el precio del pollo y por consiguiente se dice que las formas de distribución no tienen relación alguna en la fijación del precio y el encarecimiento del precio del pollo.

5.5 Verificación de hipótesis

5.5.1 Explicando la hipótesis

a) Hipótesis

Los costos, gastos operativos y las políticas sobre la obtención de margen de utilidades por parte de las distribuidoras hacen que el precio del pollo de este producto sea caro para los consumidores finales.

La variable explicada encarecimiento del precio del pollo se debe principalmente a las variables costo, gastos y las utilidades, consiste en que estos factores hacen que la variable dependiente se convierta en alta cuando estos se elevan y baja cuando estas bajan. Queda claro que las variables costo, gastos y utilidades son de gran importancia sobre la variable precios elevados, pero su impacto se da mayor contundencia en los casos de distribuidoras más pequeñas donde existe el descontrol de estas variables.

b) Variable dependiente

Y = Precio de venta del pollo.

Indicador

Y_1 = Registro de ventas diarios y mensuales

c) Variables Independiente (X)

X_1 = Los costos de ventas

X_2 = Las estructuras de Gastos operativos elevados

X_3 = Las políticas de fijación de utilidades

X_4 = Nivel de competencia en oferta de pollos

X_5 = Niveles de demanda y elasticidad

X6 = Sistemas y Canales de Distribución

Indicadores

X₁= Costos de ventas

X₂= gastos de operación

X₃=Cálculo de utilidades.

X₄=Cantidad ofertada por la competencia

X₅=Cantidad demandada por la competencia

X₆=Canales de distribución

5.5.2 El modelo

Se ha planteado el modelo de kloter, en este modelo se basa en los factores internos y externos, tomando mayor impacto sobre los variables internos (Gastos operativos, costo de ventas y las utilidades), por que son manejables y de mayor influencia sobre la fijación del precio y por el otro lado las variables externas (Demanda, oferta y la distribución); que vienen a ser variables no controlables.

De acuerdo a este modelo considera indicadores como costos de ventas los gastos de operación (gastos de ventas, gastos administrativos, gastos financieros) las cuales son las que dirigen la operatividad empresarial y por otro lado las utilidades ya que las empresas son creadas para generar riquezas y los otros factores que se encuentran fuera de entorno que no es manejable como son las demanda, la oferta y los sistemas de distribución. Y como también las diferentes variables internas y externas que intervienen en este fenómeno.

El modelo planteado es:

$$P_x = b_0 + b_1CV + b_2GO + b_3U_x + b_4D_x + b_5O_x$$

5.5.3 Base de datos

Cuadro 9: Datos de costos de ventas, gastos operativos, utilidades, demanda y oferta

AÑO	MES	PX	CV	GO	UX	DX	OX
2003	ENE	5.22	3.85	0.59	0.23	81.18	99.62
2003	FEB	5.11	3.65	0.57	0.22	84.43	101.09
2003	MAR	5.16	3.80	0.59	0.23	85.01	102.99
2003	ABR	5.14	3.80	0.58	0.23	89.64	105.89
2003	MAY	5.43	4.05	0.62	0.24	84.96	106.25
2003	JUN	5.01	3.65	0.56	0.22	85.81	107.91
2003	JUL	4.80	3.45	0.53	0.21	88.06	110.41
2003	AGO	5.02	3.65	0.57	0.22	88.49	112.49
2003	SEP	5.44	4.05	0.62	0.24	91.72	109.41
2003	OCT	5.23	3.85	0.59	0.23	89.09	587.92
2003	NOV	5.24	3.85	0.59	0.23	87.90	109.52
2003	DIC	5.46	4.05	0.62	0.24	83.41	114.51
2004	ENE	5.93	4.35	0.55	0.17	82.33	110.12
2004	FEB	5.66	4.10	0.52	0.16	80.53	113.26
2004	MAR	5.53	3.95	0.51	0.16	81.36	118.09
2004	ABR	5.42	3.85	0.49	0.15	84.12	120.81
2004	MAY	5.26	3.65	0.48	0.15	85.48	126.87
2004	JUN	5.04	3.50	0.46	0.14	88.31	132.74
2004	JUL	4.96	3.45	0.46	0.14	90.64	134.77
2004	AGO	4.90	3.35	0.45	0.14	90.59	140.21
2004	SEP	5.01	3.40	0.46	0.14	91.64	137.13
2004	OCT	5.02	3.45	0.46	0.14	93.47	136.75
2004	NOV	5.22	3.65	0.48	0.15	90.03	142.65
2004	DIC	5.51	3.90	0.51	0.16	88.48	143.27
2005	ENE	5.40	3.75	0.66	0.19	94.09	143.31
2005	FEB	5.20	3.35	0.66	0.20	93.65	146.28
2005	MAR	5.15	3.40	0.65	0.19	98.91	147.63
2005	ABR	5.10	3.35	0.64	0.19	102.73	159.26
2005	MAY	5.20	3.30	0.67	0.20	106.21	161.03
2005	JUN	5.25	3.25	0.69	0.21	113.54	163.61
2005	JUL	5.15	3.00	0.68	0.20	115.98	165.61
2005	AGO	4.94	2.95	0.64	0.19	116.43	170.51
2005	SEP	5.14	3.15	0.66	0.20	120.32	170.49
2005	OCT	5.09	3.35	0.64	0.19	123.03	172.61
2005	NOV	5.40	3.55	0.69	0.21	124.93	175.44
2005	DIC	5.75	4.15	0.71	0.21	124.79	175.46
2006	ENE	5.50	3.85	0.78	0.41	122.78	173.24
2006	FEB	5.41	3.80	0.76	0.41	122.36	168.45
2006	MAR	5.21	3.65	0.73	0.39	124.71	167.71
2006	ABR	5.30	3.70	0.75	0.40	124.41	170.31
2006	MAY	5.23	3.55	0.74	0.39	120.68	172.09
2006	JUN	5.20	3.50	0.74	0.39	122.70	172.49
2006	JUL	5.21	3.55	0.74	0.39	125.97	170.17
2006	AGO	4.91	3.25	0.69	0.37	127.01	173.81
2006	SEP	5.00	3.30	0.70	0.37	126.28	176.69
2006	OCT	4.90	3.15	0.70	0.37	129.29	177.86
2006	NOV	5.24	3.45	0.75	0.40	130.85	180.33
2007	DIC	5.61	3.90	0.80	0.42	133.60	177.23
2007	ENE	5.66	3.75	0.92	0.37	140.03	176.48
2007	FEB	5.25	3.65	0.86	0.35	142.16	182.81
2007	MAR	5.30	3.55	0.87	0.35	140.46	181.55
2007	ABR	5.25	3.35	0.87	0.35	143.06	184.65
2007	MAY	4.89	3.20	0.80	0.32	143.93	187.58
2007	JUN	5.08	3.35	0.84	0.34	146.88	187.34
2007	JUL	5.10	3.35	0.84	0.34	148.72	190.08
2007	AGO	5.20	3.50	0.86	0.35	146.10	192.09
2007	SEP	5.20	3.35	0.87	0.35	148.99	195.31
2007	OCT	5.25	3.55	0.87	0.35	146.96	196.11
2007	NOV	5.50	3.70	0.91	0.37	149.63	197.11
2007	DIC	5.65	3.85	0.93	0.37	151.88	189.14

5.5.4 Resultados de la regresión

Los resultados de la regresión, realizado con el programa estadístico Econometric Views, se muestran a continuación.

Cuadro 10: Regresión en software Econometric Views

Dependent Variable: PX				
Method: Least Squares				
Date: 03/17/08 Time: 09:32				
Sample: 1 60				
Included observations: 60				
<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
<i>CV</i>	0.7321	0.0643	11.3847	0.00000000000000057
<i>GO</i>	0.8737	0.3401	2.5690	0.01299437262570000
<i>UX</i>	1.1990	0.2949	-4.0658	0.00015654768099800
<i>DX</i>	-0.0028	0.0020	1.4192	0.16157765208500000
<i>OX</i>	-0.0001	0.0002	-0.3311	0.74181482891600000
<i>C</i>	2.0470	0.2705	7.5663	0.00000000049610255
R-squared	0.7804	Mean dependent var		5.24233333333000000
Adjusted R-squared	0.7601	S.D. dependent var		0.23337150615900000
S.E. of regression	0.1143	Akaike info criterion		-1.40523661193000000
Sum squared resid	0.7056	Schwarz criterion		-1.19580215571000000
Log likelihood	48.1571	F-statistic		38.38581807420000000
Durbin-Watson stat	0.7888	Prob(F-statistic)		0.00000000000000013

Stimulation Comand

LS PX CV GO UX DX OX

Esrimation Ecuation

$$PX = C(1)*CV + C(2)*GO + C(3)UX - C(4)*DX - C(5)*OX + C(6)$$

Substituted Coefficients

$$PX = 0.7321*CV + 0.8737*GO + 1.1990*UX - 0.0028*DX - 0.0001OX + 2.0470$$

5.5.5 Análisis de indicadores estadísticos

El análisis de indicadores estadísticos comprende: el análisis de la ecuación de regresión, las pruebas de relevancia global, la prueba de relevancia individual y el estadísticos Durbin-Watson.

a) Análisis de la ecuación de regresión

La ecuación de regresión del modelo de Kotler con cinco indicadores de la variable explicativa es:

$$PX = 2.0470 + 0.7321*CV + 0.8737*GO + 1.1990*UX - 0.0028*DX - 0.0001OX$$

La ecuación de la regresión nos muestra que los indicadores costo de ventas (CV), gasto operativo (GO), utilidades (UX) tienen relación directa (+) con el precio elevado (PX); mientras que las variables demanda (DX) y la oferta (OX) tienen relación inversa (-) con el precio elevado.

Kotler considera que los gastos operativos tiene influencia negativa cuando esto tiende a elevarse genera desequilibrio en el precio de venta. Demostrado en el estudio realizado en la provincia de Leoncio Prado, y esto se puede ver con mayor claridad en el caso de las empresas distribuidoras de pollo.

El coeficiente 2.0470 es el precio elevado autónomo. Los coeficientes CV, GO, UX, son las pendientes o respectivos valores marginales; cada uno de estos coeficientes muestran la cantidad que varía el precio ante un incremento del CV, GO y UX en una unidad, respectivamente.

b) Pruebas de relevancia global

Coefficiente de determinación (R^2)

Partimos desde la siguiente consideración:

Acepto la hipótesis si: $R^2 \geq 75\%$

Rechazo la hipótesis si: $R^2 < 75\%$

El coeficiente de determinación es: $R^2 = 0.7804$, lo cual indica que el 78.04% de las variaciones en el precio del pollo en el periodo de estudio, se debe a las variaciones del costo de ventas (CV), gastos operativos(GO), utilidades(UX), demanda (DX) y oferta(OX). Esto prueba que el modelo de Kotler es consistente, ya que $R^2 > 75\%$.

Coefficiente de Fisher (F_t y F_c)

Se decide teniendo en cuenta el valor de F_c y comparándolo con un valor estadístico

F_t de la tabla de distribución F.

Acepto la hipótesis planteada si: $F_c > F_t$

Rechazo la hipótesis planteada si: $F_c < F_t$

Como el software Econometric Views me da el valor de F_c , hallamos el valor de F_t con las siguientes consideraciones.

$$\alpha = 5\% = 0.05$$

Se trabajan con una cola.

$$GL \text{ de numerador} = k - 1 = 6 - 1 = 5$$

$$GL \text{ del denominador} = n - k = 60 - 6 = 54$$

Siendo:

k = número de variables, indicadores o columnas de base de datos.

n = número de muestra, o filas de base de datos.

$$F_t = [(k - 1), (n - k), \alpha]$$

$$F_t = (5, 54, 0.05)$$

$$F_t = 2.39$$

$$F_c = 38.38$$

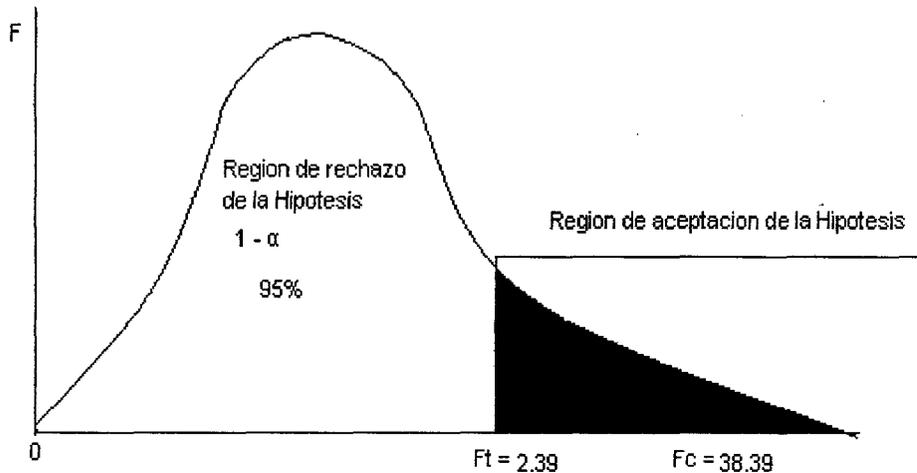


Grafico 9. Distribución (F)

Jul/2008

Como $F_c > F_t$ ($38.39 > 2.39$) acepto la hipótesis planteada. Aun nivel de significancia del 5%, los indicadores de la variable explicativa costo de ventas, gastos operativos y las utilidades, en conjunto, explican de manera significativa a la variable explicada precios elevados del pollo, en periodo de estudio.

Prueba P

Partiremos de lo siguiente:

Acepto la hipótesis si: $P < 0.05$

Rechazo la hipótesis si: $P \geq 0.05$

La prueba P sirve para confirmar lo que nos indican tanto el coeficiente de determinación (R^2), como la prueba de Fisher (F_t y F_c). Como el resultado es: $P_1 = 0.000000000000000057 < 0.05$, $P_2 = 0.01299437262570000 < 0.05$ $P_3 =$

$0.00015654768099800 < 0.05$, se trata de una firme evidencia de que la hipótesis planteada si es verdadera.

c) Prueba de relevancia individual

Test de student (T_c)

Esta prueba nos permite establecer si existe o no relevancia individual de cada uno de los regresores que se han tomado para la ecuación; es decir, si cada uno de los indicadores del variable explicativo costo de venta, gasto operativo, utilidades, demanda y la oferta influye de manera significativa en el indicador de la variable explicada precio elevado del pollo. Para ello necesitamos comparar la T calculada (T_c) de los distintos indicadores de las variables explicativas y la T tabla (T_t).

Es significativa si: $T_c > T_t$ ó $-T_c < -T_t$

No es significativa si: $T_c < T_t$ ó $-T_c > -T_t$

Como el software Econometric Views me da el valor de las T_c de los distintos indicadores de la variable explicativas; entonces hallamos el valor de T_t con los siguientes consideraciones.

$$\alpha = 5\% = 0.05$$

Se trabajan con dos colas.

$$\text{Grados de Libertad} = n - k = 60 - 6 = 54$$

Siendo:

k = número de variables, indicadores o columnas de base de datos.

n = número de muestra, o filas de base de datos.

$$T_t = (n - k, \alpha)$$

$$T_t = (54, 0.05)$$

$$T_t = 1.67$$

$$T_c = -1.67$$

De las variables

T_c = del costo de ventas (CV)

$$T_c = 11.3847$$

T_c = de los gastos operativos (GO)

$$T_c = 2.57$$

T_c = de las utilidades (UX)

$$T_c = -4.07$$

T_c = de la demanda (DX)

$$T_c = 1.42$$

T_c = de la oferta (CV)

$$T_c = -0.33$$

T_c = de constante (Intercepto)

$$T_c = 7.57$$

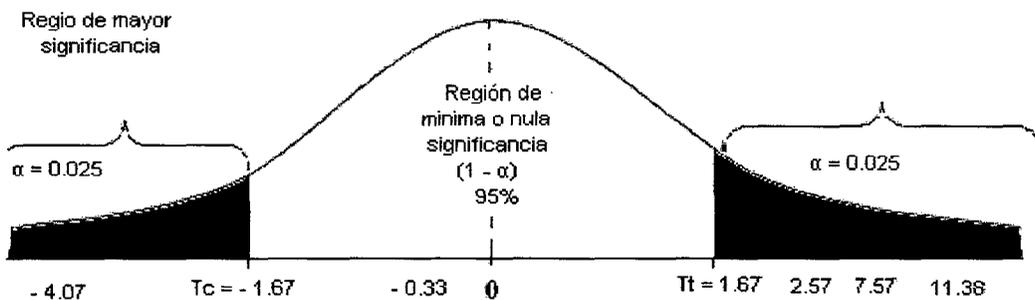


Gráfico 10. Distribución (T)

Jul/2008

Los resultados nos muestran que el costo variable (CV) tiene una influencia significativa en precio del pollo (PX) ya que posee un $T_c = 11.38 > T_t = 1.67$; el

gasto operativo (GO) tiene una influencia significativa pues el $T_c = 2.57 > T_t = 1.67$; utilidad (UX) tiene una influencia significativa pues el $T_c = -4.07 < T_t = -1.67$; mientras que la demanda tiene poca significancia, pues $T_c = 1.42 > T_t = 1.67$; mientras que la oferta (OX) tiene poca significancia, pues que el $T_c = -0.33 < T_t = -1.67$. La constante (C) es significativa ya que posee un $T_c = 7.57 > T_t = 1.67$

d) Estadístico de Durbin-Watson (d)

El estadístico de Durbin-Watson permite evaluar si en la regresión existe o no autocorrelación; es decir, correlación entre los datos de una serie de tiempo.

Si: $1 < d < 3$, no existe autocorrelación.

Si: $d =$ cercano a 4, existe autocorrelación negativa.

Si: $d =$ cercano a 0, existe autocorrelación positiva.

Como el estadístico $d = 0.788753$, que es un valor a 1 y a la vez menor a 3, entonces podemos concluir que no existe autocorrelación.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en el estudio sobre la variable independiente (costos de ventas) demuestran que el nivel de influencia que esta variable tiene incidencia sobre la fijación de los precios lo cual coincide con **Aguilar (2007)**; quien comprobó que los precios del pollo varían de acuerdo a los mercado donde se vende, es por ello que los precios de este producto en el mercado de Tingo María, en comparación a otros mercados, en condiciones similares de ubicación geográfica.

La demanda y la oferta de pollos ha crecido sostenidamente en los últimos cinco años (2003 - 2007), información que coincide con los resultados obtenidos por **Calderón (2007)**, quien sostiene que la oferta del pollo en los últimos diez en el Perú, han mantenido crecimiento sostenido.

La variable costos operativos es influyente en el precio de venta tal como confirman **Amatoriol y Blake (2002, 71-73)**, en el sentido que el costo de ventas influye en gran porcentaje en la fijación del precio, como también es uno de los factores mas determinantes para su elevación.

Los gastos operativos es una de las variables que tiene un alto nivel de significancia en la variable precio d venta, nuestra investigación demostró que cuando existe movimiento del gasto el precio de venta también se mueve, dichos gastos se elevan cuando existe un descontrol del mismo lo cual lo confirma **Gutiérrez (2005, 49)**, diciendo que estos afectan cuando realizan desembolsos para obtener servicios de terceros en forma descontrolada.

Las utilidades demostraron ser significativamente influyentes en la variable precio, es decir las empresas distribuidoras obtienen elevadas ganancias por cada unidad vendida; sobre el cual **Talaya (2001, 596)**, dice si las utilidades son positivas la empresa genera riquezas, es el caso de estas empresas distribuidoras de pollo que por la afectación elevada de utilidades están generando riquezas a costa del sacrificio del consumidor.

Si bien es cierto que el incremento en la demanda genera variación en el precio (**Vargas, 2007**); afirmo el incremento de la cantidad ofertada reduce el precio (**Kotler y Anstron, 2006**); sin embargo, en el caso de Leoncio Prado, por las características casi implícitas en la distribución del pollo, los factores influyentes son los costos de ventas, gastos operativos y las políticas establecidas para márgenes de utilidad.

La demanda es la variable que demostró un comportamiento de crecimiento sostenido a lo largo de los cinco años de estudio, pero que es ajeno a la variación del precio, de venta en este caso, **Simón (2000, 215)**, explica que la demanda tiene relación directa con el precio es decir si existe relación debería tener un comportamiento concatenado con el precio de venta. Asimismo **Vargas (2007)**, corrobora diciendo que el precio del pollo sucede cuando incrementa la demanda.

CONCLUSIONES

1. El costo de ventas de las distribuidoras de pollo en la provincia de Leoncio Prado se ve afectada por el alto precio de compra ($P = 0.000$); y los gastos de transporte, desde los productores hasta Tingo Maria.
2. Los gastos de ventas, gastos administrativos y gastos financieros conforman el gasto operativo en las empresas distribuidoras de pollo, las cuales demostraron ser elevados en el estudio realizado, por lo tanto este factor hace encarecer el precio de venta del mismo producto, siendo capaz de revertir el precio si estas a la vez disminuyeran proporcionalmente. ($P = 0.0129$)
3. El margen de las utilidades que obtienen las empresas distribuidoras de pollo se muestran influyentes es el precio eso quiere decir que las empresas cuando fijan obtener elevados márgenes de utilidad, genera como efecto el encarecimiento del precio de venta del pollo ($P = 0.0001$), si los márgenes se tornarían adversas a los estudiados entonces el precio de venta bajaría.
4. Los resultados obtenidos indican que la demanda sube con respecto a las cantidades demandadas de pollo en la ciudad de Tingo Maria, es un factor que no tiene influencia alguna sobre la fijación del precio de venta del pollo, ya que muestra una indiferencia con respecto al precio cuando se incrementa y disminuye las cantidades demandadas por los consumidores
5. Cuando en el mercado de Tingo Maria los competidores ofertan más unidades no causa ningún efecto sobre el precio por que no tienen en cuenta estos factores para la fijación

del precio de venta, siendo inverso este efecto tampoco causa efecto alguno sobre el precio de venta.

6. En los resultados finales del estudio de la oferta y demanda que son los elementos principales del sistema de distribución, en análisis de estas dos variables encontramos que no tiene ninguna influencia en factor encarecimiento del precio de venta del pollo.

RECOMEDACIONES

1. Las empresas distribuidoras de pollo deben seleccionar sus proveedores para conseguir precios bajos y descuento por volúmenes de compras. También programar las compras de acuerdo a la calendarización productiva de los proveedores para eliminar retrasos en el abastecimiento y la seleccionar aves de acuerdo a peso, tamaño y estado de salud para evitar pérdidas producto de las mermas.
2. Las empresas competidoras en la venta de pollo, deben realizar un estricto estudio de costos y gastos operativos con la finalidad de reducirlos, con la finalidad de bajar el precio y concienciar al consumidor a consumir más y elevar el volumen de ventas, de tener costos y gastos elevados esto hará que los precios sean elevados y el consumidor baje las cantidades habituales de compra.
3. La fijación de utilidades en las empresas distribuidoras deben fijarse con respecto al nivel de rotación de productos al mes, regular según los precios de la competencia, teniendo en cuenta la recesión económica y por otro lado teniendo en cuenta la oferta y demanda.
4. Tomar en cuenta la demanda y su elasticidad del pollo para fijar el precio, con la intención de no afectar las utilidades y de no encarecer el precio de venta, ya que entraría generando que este producto de origen a productos sustitutos, si esto fenómenos sucederán se vería afectado la demanda.

5. Se debe tomar en cuenta la ofertada para fijar precios, cuando la oferta se incrementa por los competidores se debe bajar los precios para dar salida todas las unidades en el periodo programado y no incurrir en gastos de inventario y de mantenimiento que esto generaría un incremento de precio por el factor de gastos.
6. Las empresas distribuidoras deben tomar en cuenta la programación de distribución basándose en datos históricos de la demanda con la finalidad de no ocasionar pérdidas por la sobra de producto, ya que es un producto perecible sujeto a mortandad y mermas, la cual generaría pérdidas que tendría que ser compensado subiendo el precio para reponer las unidades perdidas.
7. Sugerir a la cámara de comercio organizar a las empresas distribuidoras y regular los precios a través de la normatividad de Organismo Supervisor de la Inversión en Energía

BIBLIOGRAFIA

TEXTOS

1. AMAT ORIOL Y BLAKE JOHN. (2002). "Contabilidad Creativa", Edit. Ediciones Gestión, S.A. España Págs. 71-73
2. AMAT, ORIOL Y SOLDEVILA GARCIA, PILAR. (2000) "Contabilidad y Gestión de Costes". Edit. Editora Gestión 2000, España. Cáp. 2, Pág. 48.
3. AMAT, ORIOL Y SOLDEVILA GARCIA, PILAR. (2005). "Contabilidad y Gestión de Costes", Editora Gestión 2000, España, Cáp. 2, Pág. 51.
4. ANDERSON, HENRY Y RAIBORN, MICHELL. (2001). Conceptos Básicos de Contabilidad de Costos. Edit. CECSA Pág. 85
5. ANDRADE, SIMÓN. (1997). Diccionario de Economía, Tercera Edición, de, Edit. Andrade. Págs. 215.
6. FERREL O.C.. (2004). Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante», Cuarta Edición. Edit. Mc Graw Hill, Pág. 371.
7. FLEITMAN JACK. (2000). Negocios Exitosos. Edit. Mc Graw Hill. España. Págs. 82.83
8. FISCHER, Laura y ESPEJO, JORGE.(2003). Mercadotecnia, Tercera Edición. Edit. Mc Graw Hill. España. Pág. 243.
9. FISCHER, Laura y ESPEJO, JORGE.(2003). Mercadotecnia, Tercera Edición. Edit. Mc Graw Hill. España. Pág. 240.
10. GUTIERREZ MARULANDA LUÍS F. (1995). Finanzas practicas para países en desarrollo. Edit. Grupo Editorial Norma, Colombia, Pág. 49.
11. KOTLER, PHILIP y ARMSTRONG GARY. (2005). Marketing, Décima Edición. Edit. Prentice Hall, Pág. 7.

12. KOTLER, PHILIP. (2003) Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición. Edit. Hall, Pág. 7.
13. KOTLER, PHILIP. (2003). Dirección de Marketing, Edición del Milenio. Edit. Prentice Hall, Pág. 10.
14. KOTLER, PHILIP. (2003). Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición. Edit. Prentice Hall, Pág. 7.
15. MANKIW, GREGORY. (1999). Principios de Economía, Tercera Edición. Edit. Mc Graw Hill, Pág. 42.
16. MANKIW, GREGORY. (2001). Principios de Economía, Tercera Edición. Edit. Mc Graw Hill, 2001, Pág. 47.
17. PHILIP, KOTLER y OTRO. (2002). Fundamentos del marketing, Sexta Edición. Edit. España Pág. 21.
18. ROMERO, RICARDO. (1998). Marketing, Edit. Palmir .Perú Pág. 107.
19. TALAYA AGUEDA. (1997). Esteban, Principios de Marketing. Edit. ESIC. Págs. 596 al 599.

REVISTAS

20. SORIA, OSVALDO. (2007). Revista Costos y Gestión. Revista española. Edición N° 8. Pág. 320.
21. TORRECILLA, RICARDO. (1994). Cuestiones polémicas del modelo ABC" Revista, Española, Costos y Gestión. Publicación T.III-No.12, Pág. 341-342.

PUBLICACIONES

22. Willy, SORIA. (2007). Presidente de la Asociación de Avicultores (ADDA).

INTERNET

23. Portal Web. Especulaciones de la subida del precio del pollo en el mercado peruano <http://www.elcomercioperu.com.pe/especulaciondelpreciodelpollo/htm>.
Accesado 25 may 2008.
24. Portal Web. Elasticidad de la demanda <http://claudia-clasesparamisalumnos.blogspot.com/2007/03/la-elasticidad-de-la-demanda.html>.
publicado marzo de 2007. accesado 22 Jun 2008
25. Web. Personal de R. F. Chamoso V. (2002) Sist. de Control y Distribución
<http://www.monografias.com/trabajos11/travent/travent.shtml>. Accesado en Jul
2008

TESIS

26. AGUILAR CEBRECOS, VALESKA A.Y. (2007). La demanda y comparación de precios de la carne. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad San Martín de Porres Lima Perú. Págs. 87 -90
27. CALDERÓN BUSTAMANTE, DIANA C. (2007) La Demanda del Pollo aplicando el estudio de la Microeconomía en el Mercado de Lima Metropolitana y Callao. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad San Martín de Porres Lima Perú. Págs. 25-45
28. SIMON, NORGE. (2000). Costeo Basado en las Actividades: Una propuesta para su aplicación en la Hotelería Cubana, Tesis en Opción al Título Académico de Master en Gestión Turística, Santiago de Cuba. Págs. 65 – 68.

29. VARGAS VELÁSQUEZ, REMY E. (2007). demanda del pollo en el mercado del Perú. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad San Martín de Porres Lima Perú. Págs. 153-155

ANEXO

ANEXO 1

Cuadro de precios de Venta en Soles (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	S/. 5.04	S/. 4.81	S/. 5.02	S/. 4.89	S/. 5.25	S/. 4.72	S/. 4.50	S/. 4.85	S/. 5.28	S/. 4.96	S/. 4.97	S/. 5.32	S/. 4.97
2004	S/. 5.97	S/. 5.61	S/. 5.47	S/. 5.34	S/. 5.22	S/. 4.98	S/. 4.92	S/. 4.91	S/. 5.02	S/. 5.04	S/. 5.24	S/. 5.52	S/. 5.27
2005	S/. 5.30	S/. 5.40	S/. 5.30	S/. 5.20	S/. 5.50	S/. 5.70	S/. 5.60	S/. 5.27	S/. 5.47	S/. 5.27	S/. 5.70	S/. 5.80	S/. 5.46
2006	S/. 5.80	S/. 5.65	S/. 5.60	S/. 5.40	S/. 5.50	S/. 5.40	S/. 5.30	S/. 5.12	S/. 5.26	S/. 5.30	S/. 5.52	S/. 5.85	S/. 5.48
2007	S/. 5.62	S/. 5.50	S/. 5.80	S/. 5.70	S/. 5.10	S/. 5.46	S/. 5.50	5.7	S/. 5.80	S/. 5.80	S/. 5.90	S/. 6.00	S/. 5.65

ANEXO 2

Cuadro de Ventas en Kilos (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	49,368.62	50,619.73	49,542.09	51,832.84	48,388.57	49,628.05	51,200.83	50,243.92	52,151.31	51,109.60	50,020.67	49,838.71	46811.37995
2004	48,767.42	47,555.38	47,789.95	49,940.22	50,013.59	51,452.57	53,049.05	52,227.18	54,039.64	55,869.36	53,879.14	54,305.34	47760.98942
2005	58,914.20	57,452.82	61,914.20	64,431.78	67,044.59	71,376.36	73,686.65	75,360.41	76,415.27	78,363.43	81,376.36	79,111.25	65188.8403
2006	81,364.87	81,747.46	82,760.32	81,439.85	78,725.90	79,836.97	82,119.28	83,200.26	82,381.39	84,322.67	85,858.98	86,827.14	78353.15951
2007	92,055.90	95,613.99	94,806.33	96,064.39	97,073.63	98,521.31	98,953.99	97,206.33	99,064.39	99,306.33	101,963.89	103,198.99	90448.95959

ANEXO 3

Cuadro de Ventas en Soles (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	S/. 248,669.75	S/. 243,632.75	S/. 248,651.75	S/. 253,410.75	S/. 254,136.75	S/. 234,194.75	S/. 230,147.75	S/. 243,632.75	S/. 275,306.75	S/. 253,554.75	S/. 248,602.75	S/. 264,892.75	S/. 249,902.83
2004	S/. 291,083.00	S/. 268,850.36	S/. 261,239.00	S/. 266,578.92	S/. 261,239.00	S/. 256,258.52	S/. 261,239.00	S/. 256,331.00	S/. 271,279.00	S/. 281,384.92	S/. 282,188.76	S/. 299,895.80	S/. 271,297.11
2005	S/. 312,245.25	S/. 310,245.25	S/. 328,145.25	S/. 335,045.25	S/. 368,745.25	S/. 406,845.25	S/. 412,645.25	S/. 397,164.45	S/. 418,245.25	S/. 412,975.25	S/. 483,845.25	S/. 458,845.25	S/. 385,416.02
2006	S/. 455,643.25	S/. 443,071.25	S/. 431,181.25	S/. 431,631.20	S/. 421,183.55	S/. 423,151.93	S/. 429,171.77	S/. 409,561.59	S/. 411,626.83	S/. 422,153.01	S/. 470,953.65	S/. 496,651.25	S/. 437,185.04
2007	S/. 517,354.17	S/. 508,754.17	S/. 511,954.17	S/. 528,354.17	S/. 482,556.89	S/. 518,222.07	S/. 52,758.17	S/. 524,914.17	S/. 544,854.17	S/. 538,254.17	S/. 581,194.17	S/. 598,554.17	S/. 491,976.88

ANEXO 4

Cuadro de precios de Venta en Soles (Multiservicios Katy)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	S/. 5.40	S/. 5.40	S/. 5.30	S/. 5.40	S/. 5.60	S/. 5.30	S/. 5.10	S/. 5.20	S/. 5.60	S/. 5.50	S/. 5.50	S/. 5.60	S/. 5.41
2004	S/. 5.90	S/. 5.70	S/. 5.60	S/. 5.50	S/. 5.30	S/. 5.10	S/. 5.00	S/. 4.90	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 5.20	S/. 5.50	S/. 5.31
2005	S/. 5.50	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 4.90	S/. 4.80	S/. 4.70	S/. 4.60	S/. 4.80	S/. 4.90	S/. 5.10	S/. 5.70	S/. 5.00
2006	S/. 5.40	S/. 5.40	S/. 5.20	S/. 5.30	S/. 5.10	S/. 5.10	S/. 5.20	S/. 4.90	S/. 5.00	S/. 4.80	S/. 5.00	S/. 5.50	S/. 5.16
2007	S/. 5.70	S/. 5.20	S/. 5.20	S/. 5.00	S/. 4.80	S/. 4.90	S/. 4.90	S/. 5.00	S/. 4.90	S/. 5.10	S/. 5.30	S/. 5.50	S/. 5.13

ANEXO 5

Cuadro de Ventas en Kilos (Multiservicios Katy)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	31,815.48	33,815.48	35,472.37	37,815.48	36,572.07	36,172.37	36,863.45	38,254.54	39,572.07	37,982.47	37,882.47	33,572.07	36,315.86
2004	33,565.01	32,983.08	33,572.07	34,182.47	35,472.37	36,863.45	37,600.72	38,368.08	37,600.72	37,600.72	36,154.54	34,182.47	35,678.81
2005	35,182.47	36,200.72	37,000.72	38,300.72	39,168.08	42,167.41	42,300.76	41,070.34	43,907.41	44,668.08	43,563.45	45,683.08	40,767.77
2006	41,415.48	40,615.48	41,954.54	42,972.37	41,963.45	42,863.45	43,854.54	43,808.08	43,900.72	44,967.41	45,000.72	46,782.47	43,341.56
2007	47,983.08	46,554.54	45,654.54	47,002.72	46,857.41	48,368.08	49,768.08	48,900.72	49,928.08	47,663.45	47,672.37	48,682.47	47,919.63

ANEXO 6

Cuadro de Ventas en Soles (Multiservicios Katy)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	S/. 171,803.58	S/. 182,603.58	S/. 188,003.58	S/. 204,203.58	S/. 204,803.58	S/. 191,713.58	S/. 188,003.58	S/. 198,923.58	S/. 221,603.58	S/. 208,903.58	S/. 208,353.58	S/. 188,003.58	S/. 687,004.50
2004	S/. 198,033.58	S/. 188,003.58	S/. 888,489.57										
2005	S/. 193,503.58	S/. 181,003.58	S/. 185,003.58	S/. 191,503.58	S/. 191,923.58	S/. 202,403.58	S/. 198,813.58	S/. 188,923.58	S/. 210,755.58	S/. 218,873.58	S/. 222,473.58	S/. 260,393.58	S/. 1,348,697.62
2006	S/. 223,643.58	S/. 219,323.58	S/. 218,163.58	S/. 227,753.58	S/. 214,013.58	S/. 218,803.58	S/. 228,043.58	S/. 214,659.58	S/. 219,503.58	S/. 215,843.58	S/. 225,003.58	S/. 257,303.58	S/. 1,226,937.59
2007	S/. 273,503.58	S/. 242,083.58	S/. 237,403.58	S/. 235,013.58	S/. 224,915.58	S/. 237,003.58	S/. 243,863.58	S/. 244,503.58	S/. 244,647.58	S/. 243,083.58	S/. 252,863.58	S/. 267,753.58	S/. 1,478,626.73

ANEXO 7

Cuadro de precios de compra en Soles (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	S/ 3.90	S/ 3.70	S/ 3.90	S/ 3.80	S/ 4.10	S/ 3.60	S/ 3.40	S/ 3.70	S/ 4.10	S/ 3.80	S/ 3.80	S/ 4.10	S/ 3.83
2004	S/ 4.40	S/ 4.10	S/ 3.90	S/ 3.80	S/ 3.60	S/ 3.50	S/ 3.50	S/ 3.40	S/ 3.40	S/ 3.50	S/ 3.70	S/ 3.90	S/ 3.73
2005	S/ 3.70	S/ 3.30	S/ 3.40	S/ 3.30	S/ 3.30	S/ 3.30	S/ 2.90	S/ 2.90	S/ 3.10	S/ 3.40	S/ 3.60	S/ 4.20	S/ 3.37
2006	S/ 3.90	S/ 3.80	S/ 3.70	S/ 3.70	S/ 3.60	S/ 3.50	S/ 3.50	S/ 3.20	S/ 3.20	S/ 3.10	S/ 3.50	S/ 3.90	S/ 3.55
2007	S/ 3.70	S/ 3.70	S/ 3.50	S/ 3.30	S/ 3.20	S/ 3.40	S/ 3.40	S/ 3.60	S/ 3.40	S/ 3.60	S/ 3.70	S/ 3.80	S/ 3.53

ANEXO 8

Cuadro de Compras en Kilos (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	52,792.80	53,862.68	55,792.80	57,287.35	57,022.42	59,525.53	60,144.68	59,862.68	58,022.42	58,287.35	58,287.35	60,022.42	692,913.48
2004	63,902.61	65,432.07	69,838.85	72,676.71	75,658.75	78,820.43	79,820.43	83,199.26	81,102.26	78,820.42	83,683.92	83,638.85	918,598.57
2005	85,209.41	89,234.80	89,002.19	102,268.80	102,934.80	103,934.80	105,577.53	107,577.53	109,411.24	111,063.19	113,265.23	115,098.77	1,236,583.26
2006	113,481.41	109,888.82	108,426.35	107,426.35	108,104.86	107,206.43	106,536.43	108,192.97	109,892.97	109,889.52	111,936.43	110,001.41	1,312,989.94
2007	109,046.40	113,806.40	109,946.40	112,006.40	112,946.40	113,046.40	115,046.40	115,246.40	116,046.40	118,546.40	119,046.40	121,040.40	1,377,777.77

ANEXO 9

Cuadro de Compras en Soles (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	S/ 205,891.92	S/ 199,291.92	S/ 217,591.92	S/ 217,691.92	S/ 233,791.92	S/ 214,291.92	S/ 204,491.92	S/ 221,491.92	S/ 237,891.92	S/ 221,491.92	S/ 221,491.92	S/ 246,091.92	S/ 2,643,506.04
2004	S/ 281,171.50	S/ 268,271.50	S/ 272,371.50	S/ 276,171.50	S/ 272,371.50	S/ 275,871.50	S/ 279,371.50	S/ 282,877.50	S/ 275,747.70	S/ 275,871.48	S/ 309,630.50	S/ 3,274,591.50	S/ 6,346,323.18
2005	S/ 315,274.83	S/ 294,474.83	S/ 302,607.43	S/ 337,487.03	S/ 339,684.83	S/ 342,984.83	S/ 306,174.83	S/ 311,974.83	S/ 339,174.83	S/ 377,614.83	S/ 407,754.83	S/ 483,414.83	S/ 4,160,627.76
2006	S/ 442,577.50	S/ 417,577.50	S/ 401,177.50	S/ 397,477.50	S/ 389,177.50	S/ 375,222.50	S/ 3,739,877.50	S/ 346,217.50	S/ 351,657.50	S/ 340,657.50	S/ 391,777.50	S/ 429,005.50	S/ 8,024,409.00
2007	S/ 403,471.67	S/ 421,083.67	S/ 384,812.39	S/ 369,621.11	S/ 361,428.47	S/ 384,357.75	S/ 391,157.75	S/ 414,887.03	S/ 394,557.75	S/ 426,787.03	S/ 440,471.67	S/ 459,953.51	S/ 4,854,576.81

ANEXO 10

Cuadro de precios de compra en Soles (Multiservicios Katy)

AÑO	Ene	Feb.	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	S/ 3.80	S/ 3.60	S/ 3.70	S/ 3.80	S/ 4.00	S/ 3.70	S/ 3.50	S/ 3.60	S/ 4.00	S/ 3.90	S/ 3.90	S/ 4.00	S/ 3.79
2004	S/ 4.30	S/ 4.10	S/ 4.00	S/ 3.90	S/ 3.70	S/ 3.50	S/ 3.40	S/ 3.30	S/ 3.40	S/ 3.40	S/ 3.60	S/ 3.90	S/ 3.71
2005	S/ 3.80	S/ 3.40	S/ 3.40	S/ 3.40	S/ 3.30	S/ 3.20	S/ 3.10	S/ 3.00	S/ 3.20	S/ 3.30	S/ 3.50	S/ 4.10	S/ 3.39
2006	S/ 3.80	S/ 3.80	S/ 3.60	S/ 3.70	S/ 3.50	S/ 3.50	S/ 3.60	S/ 3.30	S/ 3.40	S/ 3.20	S/ 3.40	S/ 3.90	S/ 3.56
2007	S/ 3.80	S/ 3.60	S/ 3.60	S/ 3.40	S/ 3.20	S/ 3.30	S/ 3.30	S/ 3.40	S/ 3.30	S/ 3.50	S/ 3.70	S/ 3.90	S/ 3.50

ANEXO 11

Cuadro de Compras en Kilos (Multiservicios Katy)

AÑO	Ene	Feb.	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	46,835.04	47,236.99	47,200.86	48,605.04	49,233.29	48,390.86	50,262.48	52,636.99	51,393.29	529,634.15	51,234.15	54,493.29	89,763.03
2004	46,217.95	47,829.94	48,251.29	48,135.17	51,218.15	53,927.76	54,954.46	57,000.75	56,035.46	57,934.46	58,971.44	59,635.17	53,342.67
2005	58,101.69	57,050.65	58,635.65	57,000.65	58,098.37	59,683.26	60,040.78	62,928.81	61,083.26	61,544.37	62,181.83	60,362.54	59,725.99
2006	59,768.36	58,568.36	59,288.82	62,883.72	63,991.36	65,291.36	63,640.78	65,624.17	66,799.93	67,974.92	68,399.93	67,235.83	64,122.29
2007	67,440.39	69,000.31	71,609.31	72,650.15	74,635.47	74,294.70	75,040.78	76,845.15	79,264.70	77,563.86	78,071.22	68,108.59	73,710.38

ANEXO 12

Cuadro de Compras en Soles (Multiservicios Katy)

AÑO	Ene	Feb.	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	S/ 177,973.15	S/ 170,053.17	S/ 174,643.17	S/ 184,699.17	S/ 196,933.17	S/ 179,046.17	S/ 175,918.67	S/ 189,493.17	S/ 205,573.17	#####	S/ 199,813.17	S/ 217,973.17	S/ 4,137,692.49
2004	S/ 198,737.17	S/ 196,102.77	S/ 193,005.17	S/ 187,727.16	S/ 189,507.17	S/ 188,747.17	S/ 186,845.17	S/ 188,102.47	S/ 190,520.57	S/ 196,977.17	S/ 212,297.17	S/ 232,577.17	S/ 2,361,146.30
2005	S/ 220,788.42	S/ 193,972.22	S/ 199,361.22	S/ 193,802.22	S/ 191,724.62	S/ 190,986.42	S/ 186,126.42	S/ 188,786.42	S/ 195,466.42	S/ 203,096.42	S/ 217,636.42	S/ 247,486.42	S/ 2,429,231.60
2006	S/ 227,119.75	S/ 222,559.75	S/ 213,439.75	S/ 232,669.75	S/ 223,969.75	S/ 228,519.75	S/ 229,106.81	S/ 216,559.75	S/ 227,119.75	S/ 217,519.75	S/ 232,559.75	S/ 262,219.75	S/ 2,733,364.06
2007	S/ 256,273.50	S/ 248,401.10	S/ 257,793.50	S/ 247,010.50	S/ 238,833.50	S/ 245,172.50	S/ 247,634.57	S/ 261,273.50	S/ 261,573.50	S/ 271,473.50	S/ 288,863.50	S/ 265,623.50	S/ 3,089,926.67

ANEXO 13

Cuadro de precios de Venta en Soles (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio	MARGEN %
2003	S/. 0.97	S/. 0.93	S/. 0.97	S/. 0.94	S/. 1.01	S/. 0.91	S/. 0.87	S/. 0.94	S/. 1.02	S/. 0.96	S/. 0.96	S/. 1.03	S/. 0.96	19.30%
2004	S/. 0.89	S/. 0.83	S/. 0.81	S/. 0.79	S/. 0.78	S/. 0.74	S/. 0.73	S/. 0.73	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.78	S/. 0.82	S/. 0.78	14.85%
2005	S/. 1.15	S/. 1.17	S/. 1.15	S/. 1.13	S/. 1.19	S/. 1.23	S/. 1.21	S/. 1.14	S/. 1.18	S/. 1.14	S/. 1.23	S/. 1.26	S/. 1.18	21.65%
2006	S/. 1.03	S/. 1.00	S/. 0.96	S/. 0.97	S/. 0.98	S/. 0.97	S/. 0.96	S/. 0.90	S/. 0.92	S/. 0.92	S/. 1.01	S/. 1.05	S/. 0.97	18.36%
2007	S/. 1.35	S/. 1.27	S/. 1.29	S/. 1.32	S/. 1.19	S/. 1.26	S/. 1.27	S/. 1.29	S/. 1.32	S/. 1.29	S/. 1.37	S/. 1.39	S/. 1.30	23.98%

ANEXO 14

Cuadro de Ventas en Kilos (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio	MARGEN %
2003	9,528.14	9,769.61	9,561.62	10,003.74	9,338.99	9,578.21	9,881.76	9,697.08	10,065.20	9,864.15	9,653.99	9,618.87	7223.768929	19.30%
2004	7,241.96	7,061.97	7,096.81	7,416.12	7,427.02	7,640.71	7,877.78	7,755.74	8,024.89	8,296.60	8,001.05	8,064.34	14234.18043	14.85%
2005	12,754.92	12,438.54	13,404.42	13,949.48	14,515.15	15,452.98	15,953.16	16,315.53	16,543.91	16,965.68	17,617.98	17,127.59	14144.41689	21.65%
2006	14,938.59	15,008.83	15,194.79	14,952.36	14,454.07	14,658.07	15,077.10	15,275.57	15,125.22	15,481.64	15,763.71	15,941.46	20165.316	18.36%
2007	22,075.01	22,928.24	22,734.56	23,036.24	23,278.26	23,625.41	2,386.97	23,310.08	23,755.64	23,813.66	24,450.94	24,747.12	#DIV/0!	23.98%

ANEXO 15

Cuadro de Ventas en Soles (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio	MARGEN %
2003	S/. 47,993.26	S/. 47,021.12	S/. 47,989.79	S/. 48,908.27	S/. 49,048.39	S/. 45,189.59	S/. 44,418.52	S/. 47,021.12	S/. 53,134.20	S/. 48,936.07	S/. 47,980.33	S/. 51,124.30	S/. 48,231.25	19.30%
2004	S/. 43,225.83	S/. 39,627.28	S/. 38,793.99	S/. 39,586.67	S/. 38,793.99	S/. 38,054.39	S/. 38,793.99	S/. 38,065.15	S/. 40,284.93	S/. 41,785.66	S/. 41,905.03	S/. 44,534.53	S/. 40,287.62	14.85%
2005	S/. 67,601.10	S/. 67,188.10	S/. 71,043.45	S/. 72,537.30	S/. 79,833.35	S/. 88,082.00	S/. 89,337.70	S/. 85,986.10	S/. 90,550.10	S/. 89,409.14	S/. 100,422.50	S/. 99,340.00	S/. 83,442.57	21.65%
2006	S/. 83,656.10	S/. 81,347.88	S/. 79,164.88	S/. 79,247.49	S/. 77,329.30	S/. 77,690.69	S/. 78,795.94	S/. 75,195.51	S/. 75,574.69	S/. 77,507.29	S/. 86,467.09	S/. 91,185.17	S/. 80,263.50	18.36%
2007	S/. 124,081.53	S/. 121,519.65	S/. 122,786.61	S/. 126,699.33	S/. 115,717.14	S/. 124,269.65	S/. 12,650.93	S/. 125,874.42	S/. 130,656.03	S/. 128,593.75	S/. 139,370.38	S/. 143,533.29	S/. 117,976.06	23.98%

ANEXO 19

Cuadro de Margen de utilidad en Soles (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio	Margen %
2003	S/. 0.38	S/. 0.36	S/. 0.38	S/. 0.37	S/. 0.40	S/. 0.36	S/. 0.34	S/. 0.37	S/. 0.40	S/. 0.37	S/. 0.37	S/. 0.40	S/. 0.37	7.54%
2004	S/. 0.23	S/. 0.22	S/. 0.21	S/. 0.21	S/. 0.20	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.20	S/. 0.20	S/. 0.20	S/. 0.22	S/. 0.21	3.91%
2005	S/. 0.37	S/. 0.38	S/. 0.37	S/. 0.37	S/. 0.39	S/. 0.40	S/. 0.39	S/. 0.37	S/. 0.38	S/. 0.37	S/. 0.40	S/. 0.41	S/. 0.38	7.02%
2006	S/. 0.57	S/. 0.55	S/. 0.53	S/. 0.54	S/. 0.55	S/. 0.54	S/. 0.53	S/. 0.50	S/. 0.51	S/. 0.51	S/. 0.56	S/. 0.58	S/. 0.54	10.20%
2007	S/. 0.47	S/. 0.44	S/. 0.45	S/. 0.46	S/. 0.41	S/. 0.44	S/. 0.44	S/. 0.45	S/. 0.46	S/. 0.45	S/. 0.47	S/. 0.48	S/. 0.45	8.30%

ANEXO 20

Cuadro de margen de utilidad en Kilos (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio	Utilidad
2003	3722.39	3816.73	3735.47	3908.20	3648.50	3741.95	3860.54	3788.39	3932.21	3853.66	3771.56	3757.84	3794.79	7.54%
2004	1908.81	1859.42	1868.59	1952.66	1955.53	2011.80	2074.22	2042.08	2112.95	2184.49	2106.67	2123.34	2016.55	3.91%
2005	4135.78	4033.19	4346.38	4523.11	4706.53	5010.62	5172.80	5290.30	5364.35	5501.11	5712.62	5553.61	4945.87	7.02%
2006	8299.22	8338.24	8441.55	8306.86	8030.04	8143.37	8376.17	8486.43	8402.90	8600.91	8757.62	8856.37	8419.97	10.20%
2007	7840.64	7935.96	7868.93	7973.34	8057.11	8177.27	8268.18	8068.13	8222.34	8242.43	8463.00	8565.52	7503.40	8.30%

ANEXO 21

Cuadro de Ventas en Soles (Distribuidora Keny)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio	Utilidad
2003	S/. 18,749.70	S/. 18,369.91	S/. 18,748.34	S/. 19,107.17	S/. 19,161.91	S/. 17,658.28	S/. 17,353.14	S/. 18,369.91	S/. 20,758.13	S/. 19,118.03	S/. 18,744.65	S/. 19,972.91	S/. 18,842.67	7.54%
2004	S/. 11,381.35	S/. 10,433.85	S/. 10,214.44	S/. 10,423.16	S/. 10,214.44	S/. 10,019.71	S/. 10,214.44	S/. 10,022.54	S/. 10,607.01	S/. 11,002.15	S/. 11,033.58	S/. 11,725.93	S/. 10,607.72	3.91%
2005	S/. 21,919.62	S/. 21,779.22	S/. 23,035.80	S/. 23,520.18	S/. 25,885.92	S/. 28,560.54	S/. 28,967.70	S/. 27,880.94	S/. 29,360.82	S/. 28,990.86	S/. 32,561.94	S/. 32,210.94	S/. 27,056.20	7.02%
2006	S/. 46,475.61	S/. 45,193.27	S/. 43,980.49	S/. 44,026.38	S/. 42,960.72	S/. 43,161.50	S/. 43,775.52	S/. 41,775.28	S/. 41,985.94	S/. 43,059.61	S/. 48,037.27	S/. 50,858.43	S/. 44,590.83	10.20%
2007	S/. 42,940.40	S/. 42,060.60	S/. 42,492.20	S/. 43,853.40	S/. 40,052.22	S/. 43,012.43	S/. 4,378.76	S/. 43,567.66	S/. 45,222.90	S/. 44,509.10	S/. 48,239.12	S/. 49,680.00	S/. 40,834.08	8.30%

ANEXO 22

Cuadro de Margen de utilidad en Soles (Multiservicios Katy)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio	Utilidad
2003	S/. 0.08	S/. 0.08	S/. 0.08	S/. 0.08	S/. 0.09	S/. 0.08	S/. 0.08	S/. 0.08	S/. 0.09	S/. 0.09	S/. 0.09	S/. 0.09	S/. 0.08	1.55%
2004	S/. 0.11	S/. 0.10	S/. 0.10	S/. 0.10	S/. 0.10	S/. 0.09	S/. 0.10	S/. 0.10	1.82%					
2005	S/. 0.02	S/. 0.01	S/. 0.02	0.32%										
2006	S/. 0.26	S/. 0.26	S/. 0.25	S/. 0.25	S/. 0.24	S/. 0.24	S/. 0.25	S/. 0.23	S/. 0.24	S/. 0.23	S/. 0.24	S/. 0.26	S/. 0.25	4.77%
2007	S/. 0.28	S/. 0.25	S/. 0.25	S/. 0.24	S/. 0.23	S/. 0.24	S/. 0.24	S/. 0.24	S/. 0.24	S/. 0.25	S/. 0.26	S/. 0.27	S/. 0.25	4.87%

ANEXO 23

Cuadro de margen de utilidad en Kilos (Multiservicios Katy)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio	Utilidad
2003	493.14	524.14	549.82	586.14	566.87	560.67	571.98	592.95	613.37	588.73	587.18	520.37	562.90	1.55%
2004	610.88	600.29	611.01	622.12	645.80	670.91	684.33	698.30	684.33	684.33	658.01	622.12	649.35	1.82%
2005	112.58	115.84	118.40	122.56	125.34	134.84	135.36	131.43	140.50	142.94	139.40	146.19	130.46	0.32%
2006	1975.52	1937.36	2001.23	2049.76	2001.66	2044.59	2091.86	2089.65	2094.06	2144.95	2146.53	2231.52	2067.39	4.77%
2007	2336.78	2267.21	2223.38	2289.03	2281.96	2355.53	2423.71	2381.46	2431.50	2321.21	2321.64	2370.84	2333.89	4.87%

ANEXO 24

Cuadro de Ventas en Soles (Multiservicios Katy)

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio	Utilidad
2003	S/. 2,662.96	S/. 2,830.36	S/. 2,914.06	S/. 3,165.16	S/. 3,174.46	S/. 2,971.56	S/. 2,914.06	S/. 3,083.32	S/. 3,434.86	S/. 3,238.01	S/. 3,229.48	S/. 2,914.06	S/. 2,914.06	1.55%
2004	S/. 3,804.21	S/. 3,421.67	S/. 4,139.51	1.82%										
2005	S/. 619.21	S/. 579.21	S/. 592.01	S/. 612.81	S/. 614.16	S/. 647.69	S/. 636.20	S/. 604.56	S/. 674.42	S/. 700.40	S/. 710.96	S/. 833.28	S/. 695.18	0.32%
2006	S/. 10,867.80	S/. 10,461.73	S/. 10,406.40	S/. 10,863.85	S/. 10,208.45	S/. 10,427.39	S/. 10,877.88	S/. 10,239.26	S/. 10,470.32	S/. 10,295.74	S/. 10,732.67	S/. 12,273.38	S/. 13,282.87	4.77%
2007	S/. 13,319.62	S/. 11,789.47	S/. 11,561.55	S/. 11,445.16	S/. 10,953.39	S/. 11,542.07	S/. 11,876.16	S/. 11,907.32	S/. 11,914.34	S/. 11,833.17	S/. 12,304.72	S/. 13,039.60	S/. 16,165.85	4.87%

ANEXO 25

Cuadro de demanda en kilos de pollo en la provincia de Leoncio Prado

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	81,184.10	84,435.21	85,014.46	89,648.32	84,960.63	85,800.42	88,064.28	88,498.45	91,723.38	89,092.07	87,903.14	83,410.78	80133.71159
2004	82,332.44	80,538.47	81,362.02	84,122.69	85,485.97	88,316.02	90,649.77	90,595.26	91,640.36	93,470.08	90,033.67	88,487.81	80695.27343
2005	94,096.67	93,653.54	98,914.91	102,732.50	106,212.67	113,543.77	115,987.41	116,430.76	120,322.69	123,031.50	124,939.81	124,794.33	102820.4281
2006	122,780.34	122,362.94	124,714.85	124,412.22	120,689.35	122,700.42	125,973.81	127,008.34	126,282.10	129,290.08	130,859.69	133,609.61	116360.7512
2007	140,038.99	142,168.53	140,460.86	143,067.11	143,931.04	146,889.38	148,722.07	146,107.04	148,992.47	146,969.77	149,636.26	151,881.46	134682.4618

ANEXO 26

Cuadro de ferta en kilos de pollo en la provincia de Leoncio Prado

AÑO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
2003	99,627.84	101,099.67	102,993.66	105,892.39	106,255.71	107,916.39	110,407.16	112,499.67	109,415.71	587,921.49	109,521.49	114,515.71	136159.2229
2004	110,120.56	113,262.02	118,090.14	120,811.88	126,876.90	132,748.19	134,774.89	140,200.01	137,137.73	136,754.88	142,655.35	143,274.02	119900.8131
2005	143,311.10	146,285.45	147,637.84	159,269.45	161,033.17	163,618.05	165,618.31	170,506.33	170,494.49	172,607.55	175,447.06	175,461.31	150253.4702
2006	173,249.77	168,457.17	167,715.17	170,310.07	172,096.22	172,497.79	170,177.21	173,817.14	176,692.90	177,864.44	180,336.36	177,237.24	160189.0349
2007	176,486.79	182,806.70	181,555.70	184,656.54	187,581.87	187,341.09	190,087.18	192,091.54	195,311.09	196,110.25	197,117.61	189,148.99	174023.2595

CUADRO DE REGRESION DE LAS VARIABLES EN ESTUDIO

Dependent Variable: PX
 Method: Least Squares
 Date: 10/14/08 Time: 09:32
 Sample: 1 60
 Included observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Cto Vtas	0.7321	0.0643	11.3847	0.00000000000000057
Gtos Oper	0.8737	0.3401	2.5690	0.01299437262570000
Utilidad	-1.1990	0.2949	-4.0658	0.00015654768099800
Demanda	0.0028	0.0020	1.4192	0.16157765208500000
Oferta	-0.0001	0.0002	-0.3311	0.74181482891600000
C	2.0470	0.2705	7.5663	0.00000000049610255
R-squared	0.7804	Mean dependent var		5.24233333333000000
Adjusted R-squared	0.7601	S.D. dependent var		0.23337150615900000
S.E. of regression	0.1143	Akaike info criterion		-1.40523661193000000
Sum squared resid	0.7056	Schwarz criterion		-1.19580215571000000
Log likelihood	48.1571	F-statistic		38.38581807420000000
Durbin-Watson stat	0.7888	Prob(F-statistic)		0.00000000000000013

CUADRO DE VARIABLES EN MILES DE SOLES Y KILOS

AÑO	MES	Cto. Vta	Gto Operat	Utilidad	Demanda	Oferta	Precio Vta
2003-I	E	3.85	0.59	0.23	81.18	99.62	5.22
	F	3.65	0.57	0.22	84.43	101.09	5.11
	M	3.80	0.59	0.23	85.01	102.99	5.16
	A	3.80	0.58	0.23	89.64	105.89	5.14
	M	4.05	0.62	0.24	84.96	106.25	5.43
	J	3.65	0.56	0.22	85.81	107.91	5.01
	J	3.45	0.53	0.21	88.06	110.41	4.80
	A	3.65	0.57	0.22	88.49	112.49	5.02
	S	4.05	0.62	0.24	91.72	109.41	5.44
	O	3.85	0.59	0.23	89.09	587.92	5.23
	N	3.85	0.59	0.23	87.90	109.52	5.24
	D	4.05	0.62	0.24	83.41	114.51	5.46
2004-II	E	4.35	0.55	0.17	82.33	110.12	5.93
	F	4.10	0.52	0.16	80.53	113.26	5.66
	M	3.95	0.51	0.16	81.36	118.09	5.53
	A	3.85	0.49	0.15	84.12	120.81	5.42
	M	3.65	0.48	0.15	85.48	126.87	5.26
	J	3.50	0.46	0.14	88.31	132.74	5.04
	J	3.45	0.46	0.14	90.64	134.77	4.96
	A	3.35	0.45	0.14	90.59	140.21	4.90
	S	3.40	0.46	0.14	91.64	137.13	5.01
	O	3.45	0.46	0.14	93.47	136.75	5.02
	N	3.65	0.48	0.15	90.03	142.65	5.22
	D	3.90	0.51	0.16	88.48	143.27	5.51
2005-III	E	3.75	0.66	0.19	94.09	143.31	5.40
	F	3.35	0.66	0.20	93.65	146.28	5.20
	M	3.40	0.65	0.19	98.91	147.63	5.15
	A	3.35	0.64	0.19	102.73	159.26	5.10
	M	3.30	0.67	0.20	106.21	161.03	5.20
	J	3.25	0.69	0.21	113.54	163.61	5.25
	J	3.00	0.68	0.20	115.98	165.61	5.15
	A	2.95	0.64	0.19	116.43	170.51	4.94
	S	3.15	0.66	0.20	120.32	170.49	5.14
	O	3.35	0.64	0.19	123.03	172.61	5.09
	N	3.55	0.69	0.21	124.93	175.44	5.40
	D	4.15	0.71	0.21	124.79	175.46	5.75
2006-IV	E	3.85	0.78	0.41	122.78	173.24	5.50
	F	3.80	0.76	0.41	122.36	168.45	5.41
	M	3.65	0.73	0.39	124.71	167.71	5.21
	A	3.70	0.75	0.40	124.41	170.31	5.30
	M	3.55	0.74	0.39	120.68	172.09	5.23
	J	3.50	0.74	0.39	122.70	172.49	5.20
	J	3.55	0.74	0.39	125.97	170.17	5.21
	A	3.25	0.69	0.37	127.01	173.81	4.91
	S	3.30	0.70	0.37	126.28	176.69	5.00
	O	3.15	0.70	0.37	129.29	177.86	4.90
	N	3.45	0.75	0.40	130.85	180.33	5.24
	D	3.90	0.80	0.42	133.60	177.23	5.61
2007-V	E	3.75	0.92	0.37	140.03	176.48	5.66
	F	3.65	0.86	0.35	142.16	182.81	5.25
	M	3.55	0.87	0.35	140.46	181.55	5.30
	A	3.35	0.87	0.35	143.06	184.65	5.25
	M	3.20	0.80	0.32	143.93	187.58	4.89
	J	3.35	0.84	0.34	146.88	187.34	5.08
	J	3.35	0.84	0.34	148.72	190.08	5.10
	A	3.50	0.86	0.35	146.10	192.09	5.20
	S	3.35	0.87	0.35	148.99	195.31	5.20
	O	3.55	0.87	0.35	146.96	196.11	5.25
	N	3.70	0.91	0.37	149.63	197.11	5.50
	D	3.85	0.93	0.37	151.88	189.14	5.65

27. PROMEDIOS DE VARIABLES DE ESTUDIO DE LA EMRESA DISTRIBUIDORA KENY

AÑO	MES	Costo Vta	Precio Vta	Gto Operat.	Utilidad	Demanda**	Oferta**
2003	ENE	3.90	5.04	0.97	0.38	81184.10	99627.84
	FEB	3.70	4.81	0.93	0.36	84435.21	101099.67
	MAR	3.90	5.02	0.97	0.38	85014.46	102993.66
	ABR	3.80	4.89	0.94	0.37	89648.32	105892.39
	MAY	4.10	5.25	1.01	0.40	84960.63	106255.71
	JUN	3.60	4.72	0.91	0.36	85800.42	107916.39
	JUL	3.40	4.50	0.87	0.34	88064.28	110407.16
	AGO	3.70	4.85	0.94	0.37	88498.45	112499.67
	SEP	4.10	5.28	1.02	0.40	91723.38	109415.71
	OCT	3.80	4.96	0.96	0.37	89092.07	587921.49
	NOV	3.80	4.97	0.96	0.37	87903.14	109521.49
	DIC	4.10	5.32	1.03	0.40	83410.78	114515.71
2004	ENE	4.40	5.97	0.89	0.23	82332.44	110120.56
	FEB	4.10	5.61	0.83	0.22	80538.47	113262.02
	MAR	3.90	5.47	0.81	0.21	81362.02	118090.14
	ABR	3.80	5.34	0.79	0.21	84122.69	120811.88
	MAY	3.60	5.22	0.78	0.20	85485.97	126876.90
	JUN	3.50	4.98	0.74	0.19	88316.02	132748.19
	JUL	3.50	4.92	0.73	0.19	90649.77	134774.89
	AGO	3.40	4.91	0.73	0.19	90595.26	140200.01
	SEP	3.40	5.02	0.75	0.20	91640.36	137137.73
	OCT	3.50	5.04	0.75	0.20	93470.08	136754.88
	NOV	3.70	5.24	0.78	0.20	90033.67	142655.35
	DIC	3.90	5.52	0.82	0.22	88487.81	143274.02
2005	ENE	3.70	5.30	1.15	0.37	94096.67	143311.10
	FEB	3.30	5.40	1.17	0.38	93653.54	146285.45
	MAR	3.40	5.30	1.15	0.37	98914.91	147637.84
	ABR	3.30	5.20	1.13	0.37	102732.50	159269.45
	MAY	3.30	5.50	1.19	0.39	106212.67	161033.17
	JUN	3.30	5.70	1.23	0.40	113543.77	163618.05
	JUL	2.90	5.60	1.21	0.39	115987.41	165618.31
	AGO	2.90	5.27	1.14	0.37	116430.76	170506.33
	SEP	3.10	5.47	1.18	0.38	120322.69	170494.49
	OCT	3.40	5.27	1.14	0.37	123031.50	172607.55
	NOV	3.60	5.70	1.23	0.40	124939.81	175447.06
	DIC	4.20	5.80	1.26	0.41	124794.33	175461.31
2006	ENE	3.90	5.60	1.03	0.57	122780.34	173249.77
	FEB	3.80	5.42	1.00	0.55	122362.94	168457.17
	MAR	3.70	5.21	0.96	0.53	124714.85	167715.17
	ABR	3.70	5.30	0.97	0.54	124412.22	170310.07
	MAY	3.60	5.35	0.98	0.55	120689.35	172096.22
	JUN	3.50	5.30	0.97	0.54	122700.42	172497.79
	JUL	3.50	5.23	0.96	0.53	125973.81	170177.21
	AGO	3.20	4.92	0.90	0.50	127008.34	173817.14
	SEP	3.20	5.00	0.92	0.51	126282.10	176692.90
	OCT	3.10	5.01	0.92	0.51	129290.08	177864.44
	NOV	3.50	5.49	1.01	0.56	130859.69	180336.36
	DIC	3.90	5.72	1.05	0.58	133609.61	177237.24
2007	ENE	3.70	5.62	1.35	0.47	140038.99	176486.79
	FEB	3.70	5.30	1.27	0.44	142168.53	182806.70
	MAR	3.50	5.40	1.29	0.45	140460.86	181555.70
	ABR	3.30	5.50	1.32	0.46	143067.11	184656.54
	MAY	3.20	4.97	1.19	0.41	143931.04	187581.87
	JUN	3.40	5.26	1.26	0.44	146889.38	187341.09
	JUL	3.40	5.30	1.27	0.44	148722.07	190087.18
	AGO	3.60	5.40	1.29	0.45	146107.04	192091.54
	SEP	3.40	5.50	1.32	0.46	148992.47	195311.09
	OCT	3.60	5.40	1.29	0.45	146969.77	196110.25
	NOV	3.70	5.70	1.37	0.47	149636.26	197117.61
	DIC	3.80	5.80	1.39	0.48	151881.46	189148.99

28. PROMEDIOS DE VARIABLES DE ESTUDIO DE LA MULTSERVICIOS KATTY

AÑO	MES	Costo Vta	Precio Vta	Gto Operat.	Utilidad	Demanda	Oferta
2003	ENE	3.80	5.40	0.21	0.08	81184.10	99627.84
	FEB	3.60	5.40	0.21	0.08	84435.21	101099.67
	MAR	3.70	5.30	0.21	0.08	85014.46	102993.66
	ABR	3.80	5.40	0.21	0.08	89648.32	105892.39
	MAY	4.00	5.60	0.22	0.09	84960.63	106255.71
	JUN	3.70	5.30	0.21	0.08	85800.42	107916.39
	JUL	3.50	5.10	0.20	0.08	88064.28	110407.16
	AGO	3.60	5.20	0.20	0.08	88498.45	112499.67
	SEP	4.00	5.60	0.22	0.09	91723.38	109415.71
	OCT	3.90	5.50	0.22	0.09	89092.07	587921.49
	NOV	3.90	5.50	0.22	0.09	87903.14	109521.49
	DIC	4.00	5.60	0.22	0.09	83410.78	114515.71
2004	ENE	4.30	5.90	0.21	0.11	82332.44	110120.56
	FEB	4.10	5.70	0.20	0.10	80538.47	113262.02
	MAR	4.00	5.60	0.20	0.10	81362.02	118090.14
	ABR	3.90	5.50	0.20	0.10	84122.69	120811.88
	MAY	3.70	5.30	0.19	0.10	85485.97	126876.90
	JUN	3.50	5.10	0.18	0.09	88316.02	132748.19
	JUL	3.40	5.00	0.18	0.09	90649.77	134774.89
	AGO	3.30	4.90	0.18	0.09	90595.26	140200.01
	SEP	3.40	5.00	0.18	0.09	91640.36	137137.73
	OCT	3.40	5.00	0.18	0.09	93470.08	136754.88
	NOV	3.60	5.20	0.19	0.09	90033.67	142655.35
	DIC	3.90	5.50	0.20	0.10	88487.81	143274.02
2005	ENE	3.80	5.50	0.16	0.02	94096.67	143311.10
	FEB	3.40	5.00	0.15	0.02	93653.54	146285.45
	MAR	3.40	5.00	0.15	0.02	98914.91	147637.84
	ABR	3.40	5.00	0.15	0.02	102732.50	159269.45
	MAY	3.30	4.90	0.15	0.02	106212.67	161033.17
	JUN	3.20	4.80	0.14	0.02	113543.77	163618.05
	JUL	3.10	4.70	0.14	0.02	115987.41	165618.31
	AGO	3.00	4.60	0.14	0.01	116430.76	170506.33
	SEP	3.20	4.80	0.14	0.02	120322.69	170494.49
	OCT	3.30	4.90	0.15	0.02	123031.50	172607.55
	NOV	3.50	5.10	0.15	0.02	124939.81	175447.06
	DIC	4.10	5.70	0.17	0.02	124794.33	175461.31
2006	ENE	3.80	5.40	0.53	0.26	122780.34	173249.77
	FEB	3.80	5.40	0.53	0.26	122362.94	168457.17
	MAR	3.60	5.20	0.51	0.25	124714.85	167715.17
	ABR	3.70	5.30	0.52	0.25	124412.22	170310.07
	MAY	3.50	5.10	0.50	0.24	120689.35	172096.22
	JUN	3.50	5.10	0.50	0.24	122700.42	172497.79
	JUL	3.60	5.20	0.51	0.25	125973.81	170177.21
	AGO	3.30	4.90	0.48	0.23	127008.34	173817.14
	SEP	3.40	5.00	0.49	0.24	126282.10	176692.90
	OCT	3.20	4.80	0.47	0.23	129290.08	177864.44
	NOV	3.40	5.00	0.49	0.24	130859.69	180336.36
	DIC	3.90	5.50	0.54	0.26	133609.61	177237.24
2007	ENE	3.80	5.70	0.49	0.28	140038.99	176486.79
	FEB	3.60	5.20	0.44	0.25	142168.53	182806.70
	MAR	3.60	5.20	0.44	0.25	140460.86	181555.70
	ABR	3.40	5.00	0.43	0.24	143067.11	184656.54
	MAY	3.20	4.80	0.41	0.23	143931.04	187581.87
	JUN	3.30	4.90	0.42	0.24	146889.38	187341.09
	JUL	3.30	4.90	0.42	0.24	148722.07	190087.18
	AGO	3.40	5.00	0.43	0.24	146107.04	192091.54
	SEP	3.30	4.90	0.42	0.24	148992.47	195311.09
	OCT	3.50	5.10	0.44	0.25	146969.77	196110.25
	NOV	3.70	5.30	0.45	0.26	149636.26	197117.61
	DIC	3.90	5.50	0.47	0.27	151881.46	189148.99

PRECIOS DE VENTA DE POLLO EN LEONCIO PRADO

PRODUCTOS	Años	Unid. Med.	Tipo Precio	Prom	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
POLLO EVISCERADO	2003	Kg.	May	4.97	5.04	4.81	5.02	4.89	5.25	4.72	4.50	4.85	5.28	4.96	4.97	5.32
POLLO EVISCERADO	2004	Kg.	May	5.27	5.97	5.61	5.47	5.34	5.22	4.98	4.92	4.91	5.02	5.04	5.24	5.52
POLLO EVISCERADO	2005	Kg.	May	5.46	5.30	5.40	5.30	5.20	5.50	5.70	5.60	5.27	5.47	5.27	5.70	5.80
POLLO EVISCERADO	2006	Kg.	May	5.48	5.80	5.65	5.60	5.40	5.50	5.40	5.30	5.12	5.26	5.30	5.52	5.85
POLLO EVISCERADO	2007	Kg.	May	5.65	5.62	5.50	5.80	5.70	5.10	5.46	5.50	5.7	5.80	5.80	5.90	6.00

PRECIOS DE VENTA DE POLLO EN HUANUCO

PRODUCTOS	Años	Unid. Med.	Tipo Precio	Prom	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
POLLO EVISCERADO	2003	Kg.	May	4.51	4.42	4.19	4.59	4.03	3.99	4.08	4.55	4.39	4.74	4.91	5.05	5.19
POLLO EVISCERADO	2004	Kg.	May	5.05	4.47	4.66	4.63	4.61	4.44	5.35	5.75	5.37	5.80	5.45	5.11	5.02
POLLO EVISCERADO	2005	Kg.	May	4.92	5.17	4.85	5.21	4.99	4.95	5.35	5.57	5.19	5.46	4.36	3.71	4.22
POLLO EVISCERADO	2006	Kg.	May	5.11	4.97	5.32	5.32	4.99	4.91	5.04	5.23	4.96	4.64	5.36	5.52	5.09
POLLO EVISCERADO	2007	Kg.	May	5.41	4.44	4.88	5.19	4.53	5.23	5.76	6.10	5.59	6.15	6.10	5.35	5.65