

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas**

**Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas**

**TESIS:**

**MANEJO GERENCIAL DE LA VARIACIÓN DEL PRECIO Y  
VOLUMEN DE LA CARNE DE POLLO DURANTE LA PANDEMIA  
DE COVID-19 EN LA EMPRESA DISACAJ - CAJAMARCA 2°  
TRIMESTRE 2020.**

**Cueva Cerquín, Ruth Esther.**

**Vigo Terrones, Christopher Jhobess**

**Asesor:**

**José Hugo Rey Gálvez**

**Cajamarca – Perú**

**Mayo – 2021**

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas**

**Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas**

**MANEJO GERENCIAL DE LA VARIACIÓN DEL PRECIO Y  
VOLUMEN DE LA CARNE DE POLLO DURANTE LA PANDEMIA  
DE COVID-19 EN LA EMPRESA DISACAJ - CAJAMARCA 2°  
TRIMESTRE 2020.**

**Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para  
optar el Título Profesional de Contador Público**

**Bach. Cueva Cerquín, Ruth Esther.**

**Bach. Vigo Terrones, Christopher Jhobess**

**Asesor:**

**Mg. José Hugo Rey Gálvez.**

**Cajamarca – Perú**

**Mayo – 2021**

COPYRIGHT © 2021 by  
CUEVA CERQUÍN, RUTH ESTHER.  
VIGO TERRONES, CHRISTOPHER JHOBESS  
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

MANEJO GERENCIAL DE LA VARIACIÓN DEL PRECIO Y VOLUMEN DE LA  
CARNE DE POLLO DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19 EN LA EMPRESA  
DISACAJ - CAJAMARCA 2° TRIMESTRE 2020.

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR  
PÚBLICO.

Presidente: \_\_\_\_\_

Secretario: \_\_\_\_\_

Vocal - Asesor: \_\_\_\_\_

**A:**

Dios, por iluminar nuestro camino.

A nuestros padres y familiares que con su apoyo moral nos han motivado para concluir con nuestra formación profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos expresar nuestra gratitud a las personas que han colaborado con nuestro esfuerzo.

A nuestros docentes que contribuyen con sus comentarios y recomendaciones.

A la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo por albergarnos durante nuestro aprendizaje.

## **RESUMEN**

La investigación tiene como título: Manejo gerencial de la variación del precio y volumen de la carne de pollo durante la pandemia de covid-19 en la empresa DISACAJ - Cajamarca 2° Trimestre 2020P Tiene como objetivo principal conocer y analizar si la toma de decisiones de la gerencia con respecto a mantener el precio por debajo del precio de Lima en los cuatro primeros meses de la pandemia y si consiguió tener un impacto positivo en los ingresos de la empresa, manteniendo los volúmenes de ventas en una cantidad de toneladas similar a la del 2019, como hipótesis se plantea que la decisión de mantener los precios bajos disminuyó el impacto de la inmovilización social en las ventas de la empresa entre abril a julio del 2020.

El tipo de investigación tiene como base un enfoque de alcance descriptivo, ya que se describe el proceso de la evolución de las ventas y de los ingresos de la empresa, que representa un conjunto de procesos consecutivos y probatorios de nuestra hipótesis. Es una investigación no experimental ya que las variables no son manipuladas; es transversal porque las variables son descritas y analizadas en un momento dado; la muestra está conformada intencionalmente por la documentación sobre las ventas de Lima como de la empresa en el periodo de estudio. El instrumento que se utilizó es la entrevista, con la cual se obtuvieron los datos como son las decisiones en la empresa, las acciones y los planes de los administrativos y el análisis documental. La conclusión principal es que la decisión de mantener los precios por debajo de los precios de Lima logró incrementar después la demanda de carne de pollo a la empresa y por lo tanto los ingresos se recuperaron a partir del mes de julio por la estacionalidad del mercado y la re apertura de las actividades en el mes de julio y se incrementaron los precios de Disacaj, volvieron a ser superiores a los de Lima.

Se demostró que la estrategia de mantener los costos bajos de la gerencia en el mes de mayo, fidelizó a sus clientes, quienes continuaron con la empresa después de la inmovilización, por lo cual, recomendamos esta estrategia a empresas con mercados similares a la carne de pollo y con costumbres similares a Cajamarca.

**Palabras Claves:** Crisis económica, Estrategia gerencial, fijación de precios, ingresos, ventas.



## **ABSTRACT.**

The research is entitled: Management of the variation in the price and volume of chicken meat during the covid-19 pandemic in the company DISACAJ - Cajamarca 2nd Quarter 2020 Its main objective is to know and analyze whether the decision-making of The management with respect to keeping the price below the Lima price in the first four months of the pandemic managed to have a positive impact on the company's income, maintaining sales volumes at a similar amount of tons to 2019, as The hypothesis is that the decision to keep prices low decreased the impact of social immobilization on the company's sales between April and July 2020.

The type of research is based on a descriptive scope approach, since the process of the evolution of sales and income of the company is described, which represents a set of consecutive processes and evidence of our hypothesis. It is a non-experimental investigation since the variables are not manipulated; it is transversal because the variables are described and analyzed at a given moment; The sample is made up intentionally by the documentation on the sales of lime and the company in the study period. The instrument that was used is the interview guide, with which the data were obtained such as the decisions in the company, the actions and the administrative plans and which was more detailed is the proposal to improve their results The main conclusion is that the decision to keep prices below Lima prices succeeded in increasing the demand for chicken meat from the company and therefore revenues recovered in July due to the seasonality of the market and the reopening of the activities in the month of July and Disacaj prices increased, they were again higher than those of Lima. It was demonstrated that the strategy of keeping management

costs low in the month of May, loyal customers, who continued with the company after the immobilization, for which we recommend this strategy to companies with markets similar to chicken meat and with customs similar to Cajamarca.

Keywords: Economic crisis, Management strategy, pricing, income, sales.

## INDICE DE CONTENIDOS

A: .....	1
AGRADECIMIENTO.....	2
RESUMEN .....	3
INDICE DE FIGURAS.....	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN. ....	11
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN. ....	12
1.1.1. Descripción de la realidad problemática.....	12
1.1.2. Formulación del problema. ....	14
1.1.3. Justificación de la investigación. ....	15
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN. ....	17
1.2.1. Objetivo general. ....	17
1.2.2. Objetivos secundarios.....	18
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	19
2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS. ....	19
2.1. Antecedentes.....	19
2.1.1. Internacionales. ....	19
2.1.2. Nacionales.....	26
2.1.3. Locales .....	35
2.2. Bases teóricas. ....	38
2.2.1. Declaratoria de emergencia sanitaria. ....	39
2.2.2. Coronavirus COVID-19. ....	39

2.2.3. Estado de emergencia.....	41
2.2.4. Oferta y demanda de pollo en Cajamarca.....	43
2.2.5. Fijación de precios.....	43
2.2.6. Registro de ventas de la empresa.....	44
2.2.7. Decisiones gerenciales.....	44
2.3. Hipótesis de investigación.....	45
2.3.1. Discusión.....	45
2.3.2. Hipótesis.....	46
2.3.3. Operacionalización de variables.....	55
CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	56
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	56
3.1.1. Tipo de investigación.....	56
3.1.2. Nivel de investigación.....	56
3.2 Método y diseño de la investigación.....	56
3.2.1 Método de la investigación.....	56
3.2.2. Diseño de la investigación.....	57
3.3. Unidad de análisis, universo y muestra.....	57
3.3.1. Unidad de Análisis.....	57
3.1.2. Universo.....	57
3.1.3. Muestra.....	58
3.1.4. Criterios de selección de la muestra.....	58

3.2. Métodos de Investigación:.....	58
3.2.1. Entrevista.....	59
3.2.2. Revisión Documental: .....	59
3.3. Instrumentos: .....	59
3.3.1. Observación.....	59
3.3.2. Cuestionario.....	59
3.3.3. Análisis documental .....	60
3.4. Aspectos éticos. ....	60
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	61
4. Aspectos generales de la empresa.....	61
4.1. Reseña Histórica de Distribuidora Cajamarca. ....	61
4.2. Discusión previa.....	62
4.3. Producción y venta de pollo en Lima. ....	63
4.4. Venta de carne de pollo de Disacaj durante los meses de inmovilización. ....	71
4.5. Tendencias del volumen de venta e ingresos de Lima versus Disacaj.....	73
4.5.1. Volumen de ventas del mes de abril a julio. ....	73
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. ....	82
5.1. Conclusiones.....	82
5.2. Recomendaciones.....	84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	85
ANEXOS. ....	89

## INDICE DE TABLAS.

Tabla 1 Ventas mensuales de carne de pollo en Lima 2018-2020.....	63
Tabla 2 Precio mensual de kilo de carne de pollo en Lima 2018 – 2020 .....	65
Tabla 3 Tendencia mensual del precio de pollo en Lima del 2018 al 2020.....	67
Tabla 4 Comparativo de venta de pollo en Lima de los meses de abril a julio para los años 2018 al 2020.....	69
Tabla 5 Comparación de precios de venta del kilo de pollo de Disacaj versus Lima de abril a julio del 2020.....	71
Tabla 6 Comparación de los Volúmenes de Venta mensuales de Abril a Julio entre Disacaj y Lima .....	73
Tabla 7 Evolución del Volumen de Ventas anuales de Disacaj y Lima 2020. ....	75
Tabla 8 Determinación de la Incidencia de la Decisión Gerencial en los Ingresos en el periodo de inmovilización .....	77

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tendencia de la Venta Mensual de Carne de Pollo en Lima 2018-2020.....	64
Figura 2 Tendencia mensual del precio de pollo en Lima del 2018 al 2020. ....	66
Figura 3 Comparación de la evolución precio de pollo Lima versus Disacaj Abril a Julio 2020.....	72
Figura 4 Efecto de la decisión gerencial de precios bajos sobre los ingresos de Disacaj. ...	78

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.**

El presente trabajo investigación tiene como finalidad realizar una revisión contable y financiera de como influyó el manejo gerencial de la oferta y la demanda de la carne de pollo al por menor en la ciudad de Cajamarca en los meses iniciales de la pandemia del COVID-19 a través de fijar precios semanales menores que los Lima cuando la gerencia esperaba que la demanda disminuya en los mercados locales.

De acuerdo a la entrevista previa con el gerente, se manejó adecuadamente el efecto de la inmovilización social, al punto de que a finales del periodo de estudio el impacto en los ingresos de la empresa está en niveles similares a los obtenidos el año anterior para el mismo periodo de tiempo.

Entonces la investigación buscó entender si el manejo de los precios de carne de pollo por parte de la gerencia, mantener el precio por debajo de Lima por cinco semanas, logró que la demanda de carne de pollo se mantuviera o disminuyera en menor proporción que en Lima y si existió el impacto positivo en la recuperación en los meses de Pandemia.

Para tal efecto, se realizó la elaboración de informes comparativos sobre la base de la información de los reportes semanales del ministerio de agricultura durante los años 2018 al 2020, sobre la venta de este producto en Lima, así analizar la tendencia sobre el volumen de toneladas vendidas y los precios de venta del kilo de pollo

durante estos años y en la inmovilización social decretada por el gobierno durante los meses de abril a Julio del 2020. Estos datos se compararon con el de volumen de ventas de aves y kilos de carne de pollo de la empresa.

Los resultados se complementaron con los de una entrevista al personal directivo (Sr. Rosell, Gerente) para llegar a conclusiones sobre el efecto real y si esto guarda relación directa con el efecto logrado en los ingresos de la empresa.

## **1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

### **1.1.1. Descripción de la realidad problemática.**

Durante y después de las guerras se origina una gran crisis económica en los países del mundo especialmente en los países que pierden estas confrontaciones, la población en el caso de la segunda guerra mundial tuvo la necesidad de alimentarse, pero contaba con muy limitados ingresos económicos, además la producción de carne para consumo humano estaba basada en el ganado vacuno que se había visto muy afectada por que las granjas y empresas productoras se expropiaban o quiebran.

En las etapas posteriores, se generan crisis económicas para diferentes poblaciones que al no contar con ingresos necesarios para adquirir alimentos con precios elevados y tienen necesidad sobrevivir, los alimentos que tardan en producirse y necesitan una gran inversión, como carnes rojas son poco consumidas en épocas de crisis económicas la población consume productos básicos y baratos.



Es en este contexto que los científicos y gobiernos buscaron un producto sustituto que provean de carne a la población en gran volumen y de un rápido crecimiento. Es así a través del mejoramiento genético del pollo que se conocía hasta ese entonces, se logró que adquiriera mayor volumen de carne y se desarrolle más rápido para ser comercializado industrialmente.

En el Perú y en nuestra región la carne de pollo constituye posiblemente la principal fuente de carne para la población, se consume casi a diario por los distintos estratos socio económicos de la población desde hace mucho tiempo atrás. Nuestra región y ciudad de Cajamarca tiene la misma tendencia en el consumo de carne de pollo por su bajo costo y rendimiento.

Durante el segundo trimestre del presente año se propagó en la enfermedad causada por un virus, denominado COVID-19, como consecuencia de esto el gobierno dispuso una cuarentena total de la población y la prohibición para el funcionamiento de muchas empresas dentro de ellas los restaurantes y principalmente para nuestro caso, las dedicadas a la venta de comida y pollo a la brasa.

Este hecho afectó a las empresas dedicadas a la producción, comercialización de carne de pollo ya que exista una sobre oferta de este producto en la provincia de Cajamarca y en consecuencia los precios

disminuyeron para fomentar su compra ya que el costo de mantener vivos los pollos en las granjas traería mayores pérdidas.

La población en su mayoría informal en sus actividades económicas se vio afectada en su poder adquisitivo, al no poder trabajar y no contar con un ingreso regular de dinero, además del miedo a ser contagiada, se prohibió de concurrir masivamente a los mercados para adquirir este producto, hasta que se dio la reapertura gradual de las actividades económicas después de dos meses en donde aparentemente se mejoró el volumen de ventas a partir de la reapertura también de las actividades comerciales.

La empresa objeto del estudio. De acuerdo a lo indicado por la gerencia realizó diversas acciones para aminorar el impacto de esta crisis en sus ventas durante estos meses, pero no puede determinar con claridad el impacto causado en su rentabilidad la constante variación de precios y volumen de ventas en este periodo, mucho más si sólo se formulan y analizan costos para el total del año.

Es por esta razón que se hace necesario realizar un análisis contable y financiero de esta crisis de salud y sus consecuencias en la rentabilidad para la empresa durante este periodo, para lograr entender si con un adecuado manejo gerencial se logró disminuir o neutralizar el impacto económico en la empresa comercializadora de carne de Pollo DISTRIBUCIONES AVICOLAS CAJAMARCA S.R.L de Cajamarca y plantear el siguiente problema.

### **1.1.2. Formulación del problema.**

### **1.1.2.1. Problema principal**

¿Cómo afectó la crisis sanitaria del COVID-19 y las decisiones gerenciales de la empresa, sobre no variar el precio semanal, de acuerdo a la oferta y demanda de carne de pollo según la tendencia de otros mercados, durante los meses de abril a julio del 2020 a los ingresos de la empresa Distribuciones avícolas Cajamarca S.R.L.?

### **1.1.2.2. Problemas secundarios.**

¿Existe una variación en el volumen de precios y volúmenes de venta de carne de pollo de la empresa durante la inmovilización por la crisis sanitaria?

¿Los ingresos por ventas de la empresa se recuperaron a niveles de los años 2018 y 2019 en el 2020?

¿Cómo influyeron en el nivel de ventas de la empresa, las decisiones de los directivos para disminuir el impacto de la crisis en la empresa?

### **1.1.3. Justificación de la investigación.**

#### **1.1.3.1. Justificación Metodológica.**

Los efectos de la presente crisis sanitaria causada por el virus denominado coronavirus conocido como COVID-19 por ser algo que se está desarrollando hasta la actualidad, aún no se han desarrollado estudios de cómo enfrentar sus efectos para las pequeñas empresas, existen algunas investigaciones a nivel macroeconómico para nuestro

país, muchas veces basadas en técnicas aplicadas en otras realidades que no necesariamente mostrarán la realidad económica de un país como el nuestro en donde la economía se desarrolla informalmente.

#### **1.1.3.2. Justificación teórica**

Ampliar el conocimiento teórico de cómo enfrentar crisis económicas a través de una toma de Decisiones gerenciales en forma adecuada, muchas veces anticíclicas.

Las empresas dedicadas a la producción y comercialización de productos alimenticios nunca detuvieron sus actividades al considerarse prioritarias para la población, se vieron afectadas sus ventas al disminuir la demanda de sus productos por la alteración económica

#### **1.1.3.3. Justificación Practica**

En el caso del sector dedicado a la comercialización de carne de pollo a nivel nacional y en la ciudad de Cajamarca se vio afectado por el bajo consumo de la carne de pollo por lo mencionado anteriormente y por el cierre de restaurantes que representan uno de los clientes habituales de la carne de pollo.

En el caso de la empresa DISTRIBUCIONES AVICOLAS CAJAMARCA S.R.L, este efecto se trató de estabilizar a través de reducir los márgenes de utilidad cuando existía una gran variación de los precios de las empresas proveedoras de pollos vivos para su

comercialización, pero en realidad desconocen cuál fue el efecto neto que estas políticas tuvieron en las utilidades anuales para el año 2020. Ellos perciben que al normalizarse el consumo se recuperaron sus ingresos y su proyección es que ahora venden más que el mismo periodo del año anterior.

Finalmente es necesario determinar el impacto financiero en los costos de la empresa, así como el margen de contribución real durante los meses desde el inicio de la declaratoria de emergencia hasta que la población comenzó a poder consumir de restaurantes comidas como el pollo a la brasa o alimentos de restaurant que ofrecen “menús” para su alimentación, muchos de los cuales hasta la fecha no abrieron sus puertas al público o quebraron.

Por lo cual hemos creído conveniente tratar de enfocar nuestra investigación a lograr los siguientes objetivos.

## **1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **1.2.1. Objetivo general.**

Determinar si la decisión gerencial de mantener los precios semanales durante el periodo de inmovilización por debajo de los precios de mercado logró que ingresos por venta de carne de pollo fueran mejores o similares a los de otros mercados o al de años anteriores a pesar de la variación del

volumen y precio de venta causada por la crisis económica causada por el COVID-19.

### **1.2.2. Objetivos secundarios.**

Determinar la variación mensual y semanal en los precios y volúmenes de venta de carne de pollo de la empresa y otros mercados durante la inmovilización por la crisis sanitaria.

Calcular los ingresos por ventas de la empresa durante el 2019 y 2020 y comprarlos con otro mercado para verificar su evolución.

Determinar el efecto en los ingresos por ventas de la empresa de la decisión tomada por los directivos de mantener los precios semanales por debajo del mercado de Lima para disminuir el impacto de la crisis en la empresa.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS.**

#### **2.1. Antecedentes.**

Para el desarrollo de la presente investigación nos vimos en la necesidad de conocer el entorno a nivel internacional, nacional y local, en donde buscamos entender cómo se desarrollaron los acontecimientos los cuales analizamos y así entender y analizar sus consecuencias presentes y futuras en el desarrollo, incidencia en sus utilidades y el correcto manejo financiero que necesita la empresa.

Como sabemos la empresa, al encontrarse en un entorno globalizado es influenciada de acuerdo a como se mueve la economía a nivel mundial, nacional y local afecta el desarrollo de sus actividades.

##### **2.1.1. Internacionales.**

De acuerdo a (Andrade,2015) en su tesis denominada “Determinación de los indicadores de las variables que influyen en la decisión compra en los mercados de Guatemala en los tres tipos de carne estudiados:

- a) psicoanalíticos; Limpieza y amplitud de la carnicería, presentación de los productos, amabilidad del carnicero, contenido de grasa del producto,
- b) económicos; precio del producto,
- c) cognitivos; disponibilidad de equipo y producto, honradez y atención del carnicero, frescura de los productos, practicidad de preparación, características organolépticas y cortes cárnicos.

Para la variable social no se encontraron indicadores que influyen en la decisión de compra para ningún tipo de carne evaluado.

**Para la decisión de compra de carne de res** prevalecieron los indicadores amplitud de la carnicería y cortes cárnicos.

**Para la decisión de compra de carne de pollo** prevalecieron los indicadores honradez, contenido de grasa y precio del producto.

Nuestra investigación y la empresa Disacaj por ser distribuidor a minoristas, no pueden influir en los factores psicoanalíticos, ni cognitivos, pero si en los económicos. Nuestra investigación se enfocó a la influencia del precio de del producto.

El entorno internacional para la población no ha sido muy bueno. En las últimas dos décadas, la aparente prosperidad de las personas está basada en el mayor uso de dinero, para actividades de consumo y la compra de alimentos mediante endeudamiento directo o a través de las tarjetas de crédito y prestamos indirectos a financieras.

Las personas estén cada vez más endeudadas como producto de consumir más de lo que pueden pagar. Entonces, cuando existen crisis se ven afectados por el pago de más intereses y en su capacidad de comprar nuevos productos alimenticios.



En este sentido el artículo de la Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública ante el COVID-19 Orden civilizatorio y económico en crisis nos indica lo siguiente: “ En el marco de una economía financiada, el crecimiento del capital ficticio que desde los inicios de la década del setenta ha recibido los dineros resultado del desplazamiento de capitales empresariales con tasas de ganancia decrecientes, además de los dineros provenientes del despojo especulativo de familias y Estados, crecimiento separado de la “economía real”, ha terminado por producir un aumento exorbitante del endeudamiento tanto público como privado, el cual superó en septiembre de 2019 el 322% del PIB mundial, una cifra equivalente a US 253 billones (CEPAL, 2020).

También se menciona que: Este endeudamiento en momentos de descenso de la rentabilidad en los mercados de capitales, produce aumentos considerables en los pasivos crediticios de los intermediarios del crédito. Dado el poder político de los grandes grupos financieros internacionales sobre los Estados, han logrado imponer una política monetaria instrumentalizando a los Bancos Centrales. para que mediante emisión de dinero realicen “operaciones de salvamento” adquiriendo esos pasivos crediticios sin que los operadores privados pierdan la propiedad de sus establecimientos financieros.

Esto significa una transferencia de riqueza desde lo público a lo privado sin antecedentes en la historia del capitalismo y en la medida en que la crisis estructural del capitalismo se profundiza esta transferencia aumenta.

Desde que fue oficializada la crisis financiera del 2008 la Reserva Federal norteamericana, y los Bancos Centrales del G-20 han venido implementando, con algunos intervalos, la política de expansión monetaria denominada *Quantitative Easing* mediante la cual compran títulos de deuda pública y títulos corporativos privados bajo el argumento de otorgar liquidez al funcionamiento del sistema financiero y al mercado de deuda pública.

La agudización de la recesión económica producto de la pandemia de la COVID-19 con millones de trabajadores confinados en sus hogares, con la contracción de la demanda interna y los cortos circuitos generados en las cadenas de valor internacional aumenta el riesgo de los inversionistas financieros que en condiciones normales esperaban mayores rendimientos (CEPAL, 2020) aumentando de paso la volatilidad financiera. Una preocupación adicional en los mercados financieros es la de la posible cesación de pagos por parte del sector corporativo no financiero en los Estados Unidos que cuenta con un endeudamiento considerable. Por todo ello, la volatilidad ha aumentado en las últimas semanas en los mercados bursátiles<sup>27</sup>. Entonces de acuerdo con esto a nivel internacional el confinamiento de la población redujo la demanda de la población a nivel mundial. Nuestra realidad fue muy similar a nivel nacional y local el consumo se contrajo al punto de que la oferta de pollo sobrepaso por largo a la demanda en los meses en donde marzo a mayo.

La industrialización de la producción carne de pollo, de acuerdo a la publicación de “Industrias del pollo para carne” (AVICOL, 2016) en el capítulo uno, menciona que la producción de carne de pollo se intensificó debido a por: “En buena parte esto se debió al descubrimiento del método de sexaje cloacal, por Masui, en 1927, que permitió separar a las hembras de los machos recién nacidos, dedicando aquellas a la puesta y aprovechando a éstos - que hasta entonces se desechaban para su engorde.

También en esta misma se menciona que: “Poco a poco, mediante cruces de estas razas y la lenta introducción, a partir de la II Guerra Mundial, de otras de tipo "pesado" - la Plymouth blanca, fundamentalmente, junto con machos mejorados de la Cornish, el sector fue evolucionando con el fin de conseguir unos crecimientos cada vez más acelerados. De esta forma, a mediados del pasado siglo, en tanto que, con un híbrido corriente, de raza semi pesada, se tardaba unas 9 semanas para llegar al kilo de peso vivo, con una conversión alimenticia de cerca de 3 kg de pienso, con las incipientes aves pesadas, que entonces comenzaban su carrera, se conseguían ya unos 1,3 kg de peso y una conversión de unos 2,4 kg. de peso,” Estas razones hacen que la carne de pollo se constituya en alimento de consumo popular.

En nuestro país el consumo de carne de pollo constituye un ingrediente muy popular para los distintos tipos de platos consumidos por la población.

Entre las razones que motivó llevar a cabo la presente investigación es que de acuerdo a la entrevista previa con el gerente de la empresa el aseguro que: “A pesar de la crisis sanitaria, el adecuado manejo que realizo de las variaciones de precio de la carne de pollo hizo que se empresa no tuviera mayor impacto en sus ventas”.

De acuerdo a la investigación realizada de (Carrillo, Loreto, Zanoguera y Bustamante, 2016) denominada “impacto de la falta de información financiera en el funcionamiento de las pequeñas empresas comerciales y de servicios en mexicali, baja california”. presentada en el XV congreso de Contaduría Administración e informática

Concluye que “Con base al análisis de los resultados obtenidos se llegó a las siguientes conclusiones:

Los índices mostrados de las variables de escolaridad y experiencia son factores claves en el desempeño y operación de las pequeñas empresas, ya que las personas a cargo de su administración tienen una mejor comprensión de la operación de su empresa, la necesidad de capacitarse y de aplicar cambios en la forma de administrarlas para lograr un mejor desempeño.

Estos empresarios no aplican herramientas financieras que realmente les puedan arrojar información importante sobre la liquidez, rotación de inventarios, rendimiento sobre las ventas y su capital, nivel de endeudamiento y capacidad de pago, como lo son las razones financieras,

aplicación de por cientos, determinación del punto de equilibrio y comparación de estados financieros de distintos periodos.

Se siguen basando principalmente en su experiencia y en las ventas para tomar decisiones, sin tomar en consideración los gastos y costos en que incurren, el efectivo de que disponen para cumplir con sus compromisos, ni tampoco la forma en que están obteniendo recursos y la manera en que estos están siendo aplicados e invertidos.

La información obtenida apoya la hipótesis planteada en esta investigación, de que el pequeño empresario basa sus decisiones en su experiencia empírica, sin elaborar suficiente información financiera y sin aplicar herramientas para analizar la información financiera o bien las aplica de manera incipiente. Pues si bien preparan reportes de sus operaciones de ventas e inventarios y elaboran algunos presupuestos y estados financieros, a dichos reportes no les aplican técnicas financieras para su análisis y comprensión para poder contar con elementos para tomar decisiones. En el caso de los estados financieros y de su contabilidad, básicamente los ven como una obligación fiscal.

Los empresarios de Perú no tienen un comportamiento muy diferente ya que como se menciona la mayoría son emprendedores que solo realizan estados financieros con propósito de cumplir con los pagos de impuestos del estado y lograr no ser multados por SUNAT.

La idea de lograr tener una mejor explicación a cerca del desempeño real logrado por la empresa DISTRIBUCIONES AVICOLAS CAJAMARCA S.R.L nos lleva a plantearnos la utilidad de la elaboración de reportes financieros mensuales para la empresa.

### **2.1.2. Nacionales.**

Para entender el contexto en donde se desarrolla la investigación tenemos que comprender la naturaleza del mercado, al cual está dirigido la oferta de carne de pollo y como fue afectado por la crisis sanitaria desencadenada por el COVID-19 en el Perú y en especial en Cajamarca.

En el artículo “Crecimiento de la clase media en Perú”, (Asencio, 2020) denominado “Características de la clase media en el Perú Un estudio de la OCDE10, se centra en analizar las características de la clase media en América Latina y el Caribe. La describe como un grupo heterogéneo y que no corresponde con la clase media en los países de la OCDE. Su poder adquisitivo, su nivel educativo y su nivel de seguridad del empleo son diferentes a los de las economías más avanzadas.

La clase media es el porcentaje de hogares con ingresos entre el 50% y el 150 % de la mediana del ingreso. Los hogares con ingresos por debajo del 50% pertenecen a la clase en desventaja, y sobre el 150% a la clase alta.

Cabe señalar que el uso de este enfoque implica que, en comparación al enfoque de seguridad económica, un mayor número de hogares con bajos ingresos formen parte de la clase media. En el Perú, el porcentaje de la población de la clase media que tiene el jefe del hogar con solo educación secundaria completa o menos, es de 79%, por lo cual, no se tiene un estándar de educación que permita a los miembros de este sector mantenerse y consolidarse como clase media cuando el país enfrenta una crisis como la causada por el coronavirus. superior.

En cuanto al porcentaje de la población con seguro médico, la clase media tiene un gran porcentaje de hogares sin seguro alguno, 43,8%. Esta característica hace que un hogar de clase media sea vulnerable ante shocks negativos en su economía por algún tipo de enfermedad o accidente. Estos eventos conllevan un gran costo económico para la familia, lo cual no les permitirá consolidarse en este segmento o, en el peor de los casos, implicará que caigan en situación de pobreza.

En cuanto a la ocupación principal, se encuentra que la mayoría de los jefes de hogar en la clase media trabaja como empleado independiente, 47,9 %. Este estatus laboral impide que tengan seguridad en el empleo, así como los beneficios que se desprenden de un empleo formal. Entonces, podemos apreciar que la clase media en el Perú es un sector que se caracteriza por tener aún grandes deficiencias económicas y sociales. Cuenta con pocos

integrantes con títulos universitarios, pero presenta un elevado número de trabajadores informales sin acceso a un sistema de pensiones o seguro de salud.

Por esta razón, clase media peruana y cajamarquina se vio seriamente afectada, en su poder adquisitivo, durante la emergencia sanitaria y muchos de los miembros de la familia perdieron su trabajo, enfermaron o murieron por lo que agotaron el capital de trabajo para ejercer su actividad independiente. Gracias a la inyección de dinero por parte del estado a través de bonos a la población se logró que la baja de la demanda de carne de pollo tenga una recuperación más rápida durante el año 2020 y de acuerdo a como esta clase emergente fue recuperando su poder adquisitivo.

Como se menciona en el artículo “Emergencia, gestión, vulnerabilidad y respuestas frente al impacto de la pandemia COVID-19 en el Perú” (Llerena y Sánchez, 2020)

“Hoy muchas personas señalan que no viene siendo atendida dentro de los programas sociales o subsidios, lo cierto es que a la actual emergencia le antecede el último censo (2017) y empadronamientos con cuestionamientos a su ejecución y resultados, a los que se hizo hincapié en la repercusión que esto generaría en las políticas públicas, también influye, en las emergencias; tener hogares focalizados e información actualizada de los mismos; de cara al futuro, el empadronamientos de su población, usando



herramientas que puedan configurar los mapas de necesidades y vulnerabilidad que nos permita actuar de inmediato.

Para entender mejor el entorno donde se desarrollan las actividades comerciales de la empresa DISTRIBUCIONES AVICOLAS Cajamarca S.R.L, es necesario saber cómo evoluciono el precio del pollo a lo largo de los meses más críticos por el confinamiento ocasionado por la pandemia. Para este motivo buscamos información en los boletines del ministerio de agricultura al respecto.

En el Boletín del Viernes 13 de marzo, antes del inicio de la emergencia, se publicó información con respecto al precio de la carne de pollo, a cargo del ministerio de Agricultura en el sistema de información y abastecimiento de precios:

Publicación del 13 de marzo 2020.

“Hoy viernes, el pollo en pie se vendió a S/ 5.25 por kilogramo; incrementándose en treinta céntimos respecto al día de ayer; comercializándose la totalidad de las aves ofertadas. El peso promedio del pollo en pie en Centros de Acopio, fue de 2.63 kilogramos. Referente al precio del pollo eviscerado en Mercados Minoristas, se vendió a S/ 7.85 por kilogramo; incrementándose en tres céntimos (0.4%) con relación al miércoles 11 del presente mes que fue de S/ 7.82 por kilogramo”

Publicación del 30 de marzo 2020

Hoy martes, el pollo en pie se vendió a S/ 2,75 por kilogramo; manteniéndose igual al día de ayer; no lográndose comercializar el total de lo ofertado. El peso promedio

del pollo en pie en Centros de Acopio, fue de 2,84 kilogramos. Referente al precio del pollo eviscerado en Mercados Minoristas, se vendió a S/ 6,63 por kilogramo; incrementándose en veintiséis céntimos (4,1%) con relación al día de ayer.

#### Publicación del 02 de abril 2020

Hoy jueves, el pollo en pie se vendió a S/ 2,25 por kilogramo; disminuyendo en cuarenta céntimos respecto al día de ayer; comercializándose el total de lo ofertado. El peso promedio del pollo en pie en Centros de Acopio, fue de 2,82 kilogramos. Referente al precio del pollo eviscerado en Mercados Minoristas, se vendió a S/ 6,13 por kilogramo; incrementándose en dos céntimos (0,3%) con relación al día de ayer.

#### **Coronavirus: El precio del pollo bajó a su menor nivel en lo que va del año**

La rebaja se debe a una menor demanda, producto del aislamiento social obligatorio para evitar aglomeraciones, así como de una oferta que recién se empieza a reducir. Al cierre de marzo, el precio se ubicaba en S/2,75 por kilogramo

Antes de iniciar la cuarentena era usual la venta de unas 2.300 toneladas en diversos centros de acopio en Lima.

El precio del pollo bajo a S/2,75 por kilogramo al cierre de marzo, en medio de la cuarentena decretada para reducir el contagio del coronavirus trata del menor nivel alcanzado en lo que va del año, según información del Ministerio de Agricultura.

Distinta era la cotización al 19 de marzo, cuando llegó a los **S/5,45 por kilogramo**.

La rebaja se debe a una menor demanda, producto del aislamiento social

obligatorio para evitar aglomeraciones, así como de una oferta que recién se empieza a reducir.

El pasado el lunes, no se pudo vender la totalidad de las 1.969 aves ofertadas. En cambio, antes de iniciar la cuarentena era usual la venta de unas 2.300 toneladas en diversos centros de acopio en Lima.

Al respecto, Minagri explicó en su momento, que la industria empezaría a ajustar el volumen de comercialización para evitar que el precio continúe a la baja.

Esto se refleja en el peso del ave, teniendo en cuenta que el animal pasa más tiempo en la granja. Así, al 31 de marzo, el peso por unidad fue 2,84 kilogramos, comparado con los 2,60 kilogramos que tenía cuando inició la emergencia sanitaria.

Entonces, nos vemos en la necesidad de buscar información con respecto a otra afirmación realizada por el gerente de la empresa de que durante la pandemia ellos vieron la necesidad de mantener estable los precios de la carne de pollo incluso sacrificando el margen de ganancia que obtienen la empresa al beneficiar el pollo vivo entregado por las granjas y distribuirlo a sus locales para la venta al público con la finalidad de que no disminuya la demanda del producto a nivel local.

Con la finalidad de estudiar mejor la decisión de tratar de estabilizar las fluctuaciones del costo del pollo vivo por parte de las granjas manteniendo los precios relativamente estables semanalmente se buscó información de

como fijar precios adecuadamente para no afectar la rentabilidad de la empresa.

Es así que de acuerdo a (Nagle y Holden,2009), establecen que uno de los métodos más populares para la fijación de precios de los productos es estimar los costos unitarios de producción primero, para posteriormente asignarle un margen adicional, generalmente un porcentaje fijo, para asegurar las ganancias de la empresa

Esta práctica muy popular, mencionan que no es correcta, ya que parte de la afirmación de que los costos de producción se mantendrán a lo largo del tiempo y sin importar el nivel de producción y de la demanda del producto. Como sabemos los costos varían en función del volumen de producción y este a su vez se relaciona mucho con la cantidad de la demanda del producto, por lo que no resulta real asignar un precio en función de los costos de producción. Esto debido a que la mayor parte de los costos son de carácter fijo y se tienen que distribuir en función de los que se produce y vende posteriormente.

Entonces al tener una demanda que va en disminución y asignar los costos fijos a un número cada vez más reducido de productos hará que estos eleven su precio unitario al tener que absorber una mayor proporción de los costos fijos y por lo tanto dejaran de ser competitivos y por lo tanto sustituidos por otros similares.

Entonces el mantener los precios fijos en función del mercado es una mejor alternativa a fin de lograr mantener el volumen de ventas y poder distribuir entre más productos los costos fijos a la medida que se disponga los recursos necesarios para implementar esta decisión.

Otra estrategia mencionada en este libro es la de fijación de precios en función de lo que los consumidores están dispuestos a pagar por nuestros productos (Enfoque de marketing) para conseguir incrementar el volumen de nuestras ventas ya que los clientes nos indican las cualidades del producto que desean y se obtiene la rentabilidad por un gran volumen de ventas y no por un amplio margen de ganancias por unidad.

El inconveniente de este enfoque es que muchas veces las personas no valoran el producto adecuadamente si no de acuerdo a sus posibilidades económicas es decir una persona con pocos recursos está dispuesta a pagar un determinado monto que está por debajo del costo unitario del mismo, lo cual, terminaría por hacer que la empresa no sea rentable a largo plazo.

Finalmente, está el enfoque de fijar los precios en función de la competencia. es decir, fijar los precios de acuerdo a lo que los competidores están ofertando, pero esto nos lleva a posiblemente llevar a todo el sector a una guerra de precios en donde posiblemente ninguna de las empresas logre sobrevivir en el mercado.

La recomendación de los autores es que la fijación de precios debe estar de acuerdo al plan estratégico de la empresa que nos proporcionara las metas y objetivos estratégicos de la misma en función de sus necesidades a corto y largo plazo determinando las acciones y cronogramas a implementar para cumplir los mismos, dentro de estos estará el objetivo de fijar un precio que nos aproxime a lograr cumplir las metas y objetivos de la empresa en un determinado periodo.

Entonces la estrategia para fijar un precio debería ser una combinación de los tres criterios mencionados anteriormente que será parte de plan estratégico de ventas y por lo tanto contendrá un objetivo de ventas cuantificado y en un plazo determinado de tiempo para conseguirlo y en función de ello el precio que haga posible alcanzarlo dentro de ese lapso de tiempo planteado por la gerencia y se realizaran las acciones necesarias para alcanzarlo, para posteriormente evaluar se logró cumplir el objetivo y realizar los ajustes necesarios para mejorar el proceso en el siguiente periodo.

Lo anterior nos lleva a investigar cómo realizar los informes que permitan efectuar la evaluación de los objetivos de ventas y de costos de la empresa en periodos no necesariamente de un año. Como se acostumbra para efectos tributarios por la mayoría de las medianas y pequeñas empresas, como la que es objeto de esta investigación.

Para evaluar la gestión para lograr los objetivos y metas del plan estratégico la revista actualidad contable y en el artículo de (Chacón, Galia, 2009). en sus consideraciones finales establece dentro de sus citas los siguiente:

“...En la generalización antes expuesta sobresalen tres aspectos: la contabilidad de costos como sistema de información, los sistemas de control de gestión como mecanismos de vinculación y conducción de las actividades de la organización y la rentabilidad económica como una medida del desempeño organizacional. La contabilidad de costos obtiene la información necesaria para facilitar el control de gestión y este proceso, a su vez, ayuda a empujar a la organización hacia sus objetivos estratégicos, cuyos logros deberían materializarse en mejores resultados económicos. Por consiguiente, los sistemas de contabilidad de costos pueden y deber ser diseñados para apoyar las operaciones y estrategias empresariales, ya que, existe la tecnología lo que falta es el conocimiento, pero éste puede adquirirse por medio de la práctica y la comunicación (Johnson y Kaplan, 1988)”

### **2.1.3. Locales**

Los efectos en la actividad empresarial a nivel mundial, nacional y sobre todo local, aún no han motivado investigaciones académicas por parte de las universidades locales. Pero si en una investigación encargada por la cámara de comercio al inicio de la pandemia.

Por lo general, los estudios académicos a nivel local se desarrollan al final de un hecho y aun lo que estamos investigando está en desarrollo, por lo que no podemos encontrar aun resultados definitivos y realizar una evaluación económica y comercial de los efectos de esta enfermedad sobre la población cajamarquina.

Sin embargo, el sector comercial de Cajamarca estuvo interesado en tener una proyección de las consecuencias para el sector comercial, es así que en el estudio de (Mendoza, 2020), encargado por la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el marco del convenio con la empresa asociada Recursos SAC, presentaron los resultados del ‘Estudio de Estimación del impacto en el corto plazo de la pandemia del COVID-19 en el sector productivo de Cajamarca’, aplicado a representantes y directivos de empresas de las diferentes ramas de actividad económica de la provincia de Cajamarca.

Entre las principales conclusiones, se encuentran las siguientes:

Se evidencia un amplio impacto negativo en el aparato productivo formal de la provincia de Cajamarca, que al concentrar el 83.6% de las unidades productivas del departamento (SUNAT 2020), supondría un impacto recesivo mayor que el generado por acontecimientos sociales previos.



El ajuste más importante de las empresas está pasando por la suspensión del abastecimiento por falta de condiciones para la movilización esto implica que se necesitará modificar dichas condiciones para la etapa del reinicio de actividades: protocolos sanitarios para operar y que las autoridades garanticen un libre tránsito para el comercio y el empleo.

El segundo ajuste que se ha asumido para enfrentar la crisis es el incremento de la productividad de corto plazo a través del despido de personal (hacer más con menos).

El estudio evidencia una gran demanda por los fondos del programa Reactiva Perú, no obstante, por la forma cómo se han asignado las subastas de fondos hasta el viernes 8 de mayo, el programa no alcanzaría a beneficiar a las MYPE.

En la medida que el encierro obligatorio generado por el estado de emergencia se extienda, habría una potencial salida de mercado que abarcaría a 4 de 10 empresas formales, concentrado principalmente en la mediana empresa (6 de cada 10) y en la microempresa (5 de cada 10).

Las demandas de apoyo requerida por los asociados a la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca se concentran en información y asistencia técnica para acceder a los beneficios generados por el gobierno y representación para dar a conocer la problemática del sector ante todos los estamentos del gobierno.

Por su parte el Gobierno regional de Cajamarca se enfocó en mantener informada y controlar a la población. Por ejemplo, el confinamiento (aislamiento social) en la región y la ciudad de Cajamarca tuvo un gran porcentaje de acogimiento de la población logrando que los de contagiados fueran pocos por un periodo largo desde el inicio de la enfermedad (Anexo 1), pero a su vez perjudicó el consumo de productos alimenticios y en nuestro caso de la carne de pollo por la población. Al tomar medidas como el control de ingresos a Cajamarca que incluía el paso de personas y un exhaustivo control de los camiones de carga dentro de ellos los que transportaba pollo vivo para la empresa.

## **2.2. Bases teóricas.**

La investigación se desarrolló como se menciona en relación a los antecedentes mostrados del efecto de la pandemia del coronavirus COVID-19, en la rentabilidad de la empresa DISTRIBUCIONES AVICOLAS CAJAMARCA S.R.L, que desarrolla sus actividades comerciales en la ciudad de Cajamarca. Que de acuerdo al entendimiento del gerente. Ha logrado recuperar sus utilidades al nivel del año anterior. Entonces buscaremos reforzar lo mostrado en las investigaciones mencionadas en base a teorías sobre los temas investigados.

### **2.2.1. Declaratoria de emergencia sanitaria.**

Para definir el periodo de la investigación es necesario conocer cómo se inició para la empresa los efectos adversos de la pandemia de coronavirus en el Perú y en Cajamarca.

Los efectos económicos por la inmovilización de los pobladores del distrito de Cajamarca se iniciaron a partir del 12 de marzo, fecha en la que se publicó el decreto supremo para este efecto (ver Anexo N°3).

### **2.2.2. Coronavirus COVID-19.**

Para nuestra investigación, a pesar de no ser el motivo principal de nuestra investigación, por lo que no se profundizara más en este tema. Es importante tener en claro las características de la enfermedad que ocasiono el confinamiento de la población en la mayoría de países a nivel mundial y en especial en el Perú y como es lógico en Cajamarca, que es el lugar donde se desarrolla la investigación.

A finales del 2019 se presentaron los primeros casos de covid-19 en Wuhan (China), enfermedad causada por el virus SARS-CoV-2 y que ha tenido un impacto más grande que el brote del síndrome respiratorio agudo grave y el síndrome respiratorio del medio oriente, los cuales produjeron un número mucho menor de víctimas mortales. El artículo menciona las características principales de la covid-19 como: la incubación del virus por 5 días, la alta tasa de contagio (no obstante las personas que llegan a cuidado intensivo solo abarcan un 5%) y fiebre; de igual modo, los cultivos de esputo

raramente muestran otros patógenos, pero hay un empeoramiento progresivo que llega hasta la insuficiencia respiratoria, la cual se observa a través de una radiografía.

La principal causa de mortalidad es la insuficiencia respiratoria (53%) y la segunda el daño miocárdico con insuficiencia cardíaca (7%), falleciendo el 33% por una combinación de ambas, el daño miocárdico con frecuencia es por miocarditis fulminante. Para evitar esta mortalidad se requiere una detección temprana, siendo el hisopado faríngeo el método de detección más confiable: sin embargo sólo posee un 70 % de efectividad, dado que el virus puede estar alojado en otros fluidos.

Con el fin de lograr la posible eliminación del SARS-CoV-2 del cuerpo, se toma como antecedente los estudios relacionados con la erradicación del virus SARS-CoV-1 por medios fisicoquímicos, uno de estos medios consiste en la exposición al virus SARS-CoV-1 por un minuto a radiación ultravioleta tipo C a una distancia de 3 cm, lo que causa inactivación parcial y según el tiempo y la temperatura se irá eliminando al virus.

De igual modo, cabe recalcar que este nuevo virus tiene un ritmo de reproducción de 1.4 a 2.5, lo que significa su alto contagio en aglomeramientos. Es por ello que los países que han sufrido con este virus tienen tres opciones para enfrentarlo: La primera es no intervenir y esperar que la difusión del virus descienda, la segunda es realizar la mitigación y

por último tenemos la búsqueda de la superación; los países que optaron por la primera solución tuvieron una mayor tasa de contagios y muertes en la población, este es el caso de Estados Unidos, Inglaterra, España, entre otros. Por consiguiente, al tratarse de un virus al que los humanos no han estado expuestos ni tiene tratamiento demostrado, impedir el contagio es la primera y más importante medida, lo que se logra con el aislamiento del caso.

La pandemia ha tenido un efecto socioeconómico disruptivo. Se han cerrado colegios y universidades en más de 124 países, lo que ha afectado a más de 2200 millones de estudiantes. Un tercio de la población mundial se encuentra confinada, con fuertes restricciones de movimientos, lo cual ha conducido a una reducción drástica de la actividad económica y a un aumento paralelo del desempleo.

### **2.2.3. Estado de emergencia.**

El estado de emergencia establecido en el Perú a partir del 13 de marzo en donde se establecía la obligación de no salir de su domicilio a la población salvo casos de emergencia, finalizó formalmente mediante el Decreto Supremo N° 094-2020-PCM, del 23 el Poder Ejecutivo estableció a partir del 23 de mayo, una nueva convivencia social en la que se dispone un nuevo horario del toque de queda, que desde hoy será de las 21:00 a 4:00 horas.

No obstante, la situación será diferente en Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Loret

o, Ucayali, Ica y tres provincias de Áncash: Santa, Casma y Huarney, donde la inmovilización social obligatoria empezará desde las 18:00 y acabará a las 4:00 horas.

La inmovilización total los días domingo sigue en pie. De otro lado, el distanciamiento social y el uso obligatorio de barreras físicas contra el nuevo coronavirus, como las mascarillas, para circular en las calles, se mantienen.

En cuanto a la reactivación de actividades económicas, desde hoy se permite la prestación de servicios técnicos y profesionales de independientes: técnicos de informática, mantenimiento y reparación de artefactos, empleados de limpieza, gasfiteros, carpinteros, jardineros y electricistas podrán reincorporarse a sus labores.

También los servicios de lavandería y peluquería también serán a domicilio. Se habilitan servicios de delivery por app y comercio electrónico para ferreterías, librerías, calzado, electrodomésticos, vestuario y artículos de oficina.

Asimismo, se habilitarán especialidades médicas como odontología, reproducción asistida, oftalmología, rehabilitación, servicios de diagnóstico y otras; además del servicio de veterinaria.

Por último, se autoriza la reanudación de actividades deportivas federadas, bajo protocolos aprobados por el Instituto Peruano de Deportes, en coordinación con el Ministerio de Salud.

#### **2.2.4. Oferta y demanda de pollo en Cajamarca.**

La ley de la oferta y la demanda es el principio básico sobre el que se basa una economía de mercado. Este principio refleja la relación que existe entre la demanda de un producto y la cantidad ofrecida de ese producto teniendo en cuenta el precio al que se vende el producto.

Así, según el precio que haya en el mercado de un bien, los oferentes (los que venden) están dispuestos a fabricar un número determinado de ese bien. Al igual que los demandantes (los que compran) están dispuestos a comprar un número determinado de ese bien, dependiendo del precio.

El punto donde existe un equilibrio porque los demandantes están dispuestos a comprar las mismas unidades que los oferentes quieren fabricar, por el mismo precio, se llama equilibrio de mercado o punto de equilibrio

#### **2.2.5. Fijación de precios.**

Consiste en explotar la heterogeneidad del mercado de consumidores para incrementar los beneficios. En resumidas cuentas, se trata de fijar diferentes precios dependiendo del segmento del mercado al que nos dirijamos.

Por lo general, la **fijación dinámica de precios** consiste en proponer, para un mismo producto o servicio, un **precio** diferente para cada cliente y cada

momento. Todo ello, en función del deseo de compra y el valor que el cliente potencial percibe en dicho producto.

#### **2.2.6. Registro de ventas de la empresa.**

Este concepto es muy fácil de definir. Como su nombre lo indica, es la acción de registrar o anotar en un documento todos aquellos movimientos que se generan a partir de las ventas que realice la empresa en un período determinado.

Es decir, cada uno de los ingresos que entren al negocio deben ser contabilizados de manera que permita conocer realmente la ganancia que se está obteniendo por la comercialización de un producto o servicio.

#### **2.2.7. Decisiones gerenciales.**

La toma de decisiones constituye un aspecto fundamental en la alta gerencia, los gerentes deben tener la competitividad y la responsabilidad para tomar decisiones asertivas. Los gerentes toman grandes decisiones para las organizaciones, el correcto y acertado análisis de las decisiones se hace importante en el buen uso de la información disponible.

Por qué es tan importante la toma de decisiones en las organizaciones; Decidir implica adoptar una posición, es una responsabilidad fundamental de la organización. La elección de un camino a seguir, que requiere información acerca de la organización (ambiente interno), y ambiente externo. Es de vital importancia para la gerencia ya que es parte fundamental del proceso de planeación y contribuye a mantener la armonía y coherencia



de la organización, y por ende su eficiencia.

## **2.3. Hipótesis de investigación.**

### **2.3.1. Discusión.**

De acuerdo a los antecedentes y el entorno donde se desarrollaron los acontecimientos planteados para realizar nuestra investigación fue necesario partir de un análisis del entorno como son las fechas donde se inició la pandemia del COVID-19 en el Perú.

Establecer cuando tuvo mayor impacto la crisis económica ocasionada por esta pandemia por la inmovilización de la población. Esto se inició en el mes de marzo hasta normalizar la economía, producto de dejar sin efecto la inmovilización en junio del mismo año. Pero la “normalidad” recién se produjo en el mes de julio.

La investigación de estos datos determinó que la variación de volumen y precios de ventas de carne de pollo no varía a nivel nacional de acuerdo a la época del año, es decir, no es cíclica. Lo que se demuestra en los reportes del ministerio de Agricultura.

La clase media en nuestro país tiene un gran componente informal (70% aprox.), por lo que, fue muy susceptible a el efecto de la pandemia al no poder salir a trabajar. Pero este sector se recuperó más rápido, por no

necesidad de un capital de trabajo muy grande, tienen una capacidad rápida de volver a lograr ingresos informales por esta misma razón.

Entonces nuestra investigación a nivel de empresa y su manejo gerencial, durante la pandemia se enfocó en determinar si se tomaron decisiones gerenciales oportunas, durante el efecto de la pandemia para mantener la demanda de su producto, además si existen objetivos y metas de la empresa en las cual se enfocó la gerencia para lograr mantener los ingresos y lograr un crecimiento en el mercado de la provincia de Cajamarca.

Además, en comparación con nuestros antecedentes locales ver que protocolos sanitarios fueron necesarios para operar y que las autoridades garanticen un libre tránsito del comercio y el empleo.

Ver si el segundo reajuste observado en la investigación de la Cámara de comercio de Cajamarca fue aplicado de manera oportuna y que impacto tuvo en la empresa referido al despido del personal (hacer mas con menos).

En resumen, estudiar cuál fue la influencia real de las decisiones de la gerencia de Disacaj, en los resultados de la empresa durante el segundo trimestre del 2020 como consecuencia de la pandemia de COVID-19.

### **2.3.2. Hipótesis.**

Ho: Las decisiones de la gerencia de mantener el precio semanal de la carne de pollo en los meses de inmovilización en especial en el mes mayo más

bajos que en Lima, incidió de manera moderada en el mantenimiento de los volúmenes de venta de la empresa”

### 2.3.3. Operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Escala
<b>Variable Independiente:</b>  Fijación dinámica de precios de carne de pollo	Es una estrategia de presupuestación en la que el valor de la venta cambia en función de la oferta y la demanda en tiempo real. Es propia de estrategias de Revenue Management cuyo lema es ofrecer el recurso correcto al cliente correcto en el momento correcto y al precio correcto (Unir,2020)	Oferta de carne de pollo local	Toneladas ofertadas durante los meses de estudio de la empresa	Revisión documental de ventas de la empresa y reportes de ministerio de agricultura y salud.	Ordinal
		Demanda de carne de pollo local.	Ventas del 2019 vs 2020 y estacionalidad		
		Variación de precios de la empresa	Informes semanales de ministerio de agricultura		
		Precios a nivel nacional			
		Volumen de ventas a nivel nacional			
<b>Variable Dependiente:</b>  Ingresos de la empresa	La rentabilidad mide la capacidad de lograr que la empresa sea rentable ante cualquier competencia por lo que significa obtener mayores ingresos en las ventas o realizar la venta de un bien que ya este devaluado, de esa manera nuestros ingresos incrementarían (Morales, 2017).	Registro de las ventas de la empresa	Cantidad de toneladas de carne de pollo vendidas semanalmente.	Reportes de ventas y entrevista.	Ordinal
			Precios de venta semanal		
			Ingresos semanales		
		Decisiones gerenciales	Periodo de mantenimiento de precios		
			Fidelización de clientes		
			Rentabilidad de la empresa		

## **CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **3.1. Tipo y nivel de investigación**

#### **3.1.1. Tipo de investigación.**

El tipo de estudio fue explicativo; Por que busca establecer el efecto que tuvo sobre los ingresos de la empresa la inmovilización de la población durante los primeros meses de la pandemia del Covid 19 y la valides de la toma de decisiones realizada por la gerencia durante este mismo periodo de tiempo.

Cuantitativo: La investigación fue cuantitativa porque, mediante los instrumentos se tabuló la información obtenida del ministerio de agricultura y la empresa sobre las ventas a nivel de Lima y de la empresa para comparar las variaciones de los ingresos en diferentes periodos de tiempo a nivel monetario.

#### **3.1.2. Nivel de investigación.**

La presente investigación por el nivel de grado y profundidad de estudio, corresponde en primer lugar al nivel descriptivo, porque se investigó realidades de hechos, cuya característica fundamental es de presentarnos una interpretación correcta. En segundo lugar, correlacional, esta investigación tiene como finalidad determinar el grado de relación e incidencia, existente entre las dos variables: La fijación de precios y los ingresos de la empresa, el cual tratará de medir y evaluar la incidencia de las variables mencionadas.

### **3.2 Método y diseño de la investigación**

#### **3.2.1 Método de la investigación**

La investigación fue realizada a través del método deductivo, porque se inició a partir del análisis de información de los documentos contables de la empresa pasados de periodos similares a los de la investigación para adquirir entendimiento sobre el desarrollo de las actividades de la empresa desde el punto de vista contable y financiero, para luego proponer explicaciones de los efectos en los ingresos y el efecto sobre el volumen de demanda del producto ofertado por la empresa

### **3.2.2. Diseño de la investigación**

La tesis es no experimental, porque se efectuó sin la manipulación deliberada de las variables. La base de datos fue realiza con los datos proporcionados por la empresa e informes del ministerio de agricultura sobre los volúmenes de ventas, precios y se ingresó a el programa Excel para obtener tablas resúmenes para obtener resultados válidos para nuestra investigación.

### **3.3. Unidad de análisis, universo y muestra.**

#### **3.3.1. Unidad de Análisis.**

La unidad para realizar el análisis de la investigación será las ventas de la empresa Distribuidora Avícolas Cajamarca SRL.

#### **3.1.2. Universo**

Para efecto del estudio se determinó como el universo de investigación está constituido por todos los datos contables de las ventas de la empresa

desde el inicio de sus actividades comerciales en junio del 2019 hasta la actualidad.

### **3.1.3. Muestra.**

Para realizar el análisis de los datos con mayor detalle y entender el efecto de la crisis económica originada por la Pandemia de Covid -19, se tomó como muestra los datos de la cantidad como los precios de las ventas realizadas durante el periodo de inmovilización entre los meses de abril a julio del 2020.

### **3.1.4. Criterios de selección de la muestra.**

El criterio de selección de los datos para la muestra fue intencional puesto que se quiso determinar los efectos de la crisis sanitaria en meses específicos.

## **3.2. Métodos de Investigación:**

La metodología de la investigación consiste en realizar una revisión de la documentación y registros que se encuentra en los libros contables, para analizar las compras y ventas de pollo vivo a lo largo del 2018 ,2019 y 202 0 del mercado de Lima y comparar con compararlos con las ventas de Disacaj entre abril a julio del 2020, para determinar las tendencias y variaciones en las compras de pollo vivo y ventas de pollo beneficiado tanto en su volumen como en el precio. Comparar estos resultados con los mismos indicadores a nivel nacional publicados por el ministerio de agricultura.

En el desarrollo de la investigación es necesario hacer uso de la técnica de aplicación de encuestas, entrevistas y revisión documental.

### **3.2.1. Entrevista.**

Para la investigación se aplicará una entrevista individual al Gerente de la empresa, para conocer la forma como toman de decisiones con respecto a la fijación de precios y manejo y control de volumen de ventas.

### **3.2.2. Revisión Documental:**

En la investigación se procederá a revisar las facturas de los proveedores, reportes de mermas, así como las los reportes del ministerio de agricultura a fin de determinar el impacto del manejo gerencial de la empresa en el periodo de estudio.

## **3.3. Instrumentos:**

### **3.3.1. Observación.**

Se realizo la observación de los datos consignados por publicaciones del ministerio y de los documentos e informes de la empresa sin alterar los mismos.

### **3.3.2. Cuestionario.**



Se realiza un cuestionario de preguntas orientadas a determinar la actuación del gerente de la empresa, así como sus conocimientos y aplicación de los instrumentos financieros y reportes contables.

### **3.3.3. Análisis documental**

Este instrumento permitirá revisar la documentación existente para recabar información sobre la influencia del manejo de precios y volumen de ventas realizados por la gerencial y su impacto con la rentabilidad de la empresa.

### **3.4. Aspectos éticos.**

La presente investigación guardó aspectos éticos durante su desarrollo, ya que fue honesta en el manejo de las fuentes escritas y citadas; y los datos obtenidos fueron estudiados e interpretados de manera correcta y adecuada. Además, se consignó el nombre de la empresa en estudio por autorización de sus representados y se conservó en buen estado la documentación otorgada para su revisión.

El detalle de la información proporcionada por la empresa sobre sus clientes compras y ventas no se consigna en la tesis de acuerdo a lo acordado con el dueño y gerente de la misma, sin embargo, los autores de la investigación podrán mostrarlos en la sustentación o brindarlos a los interesados con la autorización del gerente de la empresa.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4. Aspectos generales de la empresa**

#### **4.1. Reseña Histórica de Distribuidora Cajamarca.**

La empresa Distribuciones Avícolas Cajamarca S.R.L ubicada en la ciudad de Cajamarca, se creó el 15 de mayo del 2019 e inicio sus actividades la segunda mitad del mes de junio del mismo año, nace como consecuencia del crecimiento de AVESA (Empresa matriz) en el mercado de venta de pollo en la provincia de Cajamarca y con la finalidad de diversificar su oferta, como una nueva empresa.

Está conformada con casi los mismos socios de esta última empresa, por lo que contaba con un mercado formado y cartera de cliente para la comercialización y distribución de carne de pollo para el mercado de la provincia de Cajamarca.

Casi al año de constituida tuvo que enfrentar los efectos de la pandemia y la caída en la demanda de carne de pollo en los meses iniciales por la inmovilización decretada por el gobierno, hecho que es motivo de nuestro estudio; tomándose en cuenta el volumen de compras y ventas de la empresa AVESA del 2018 para motivos comparativos.

#### **4.2. Discusión previa.**

De acuerdo a los artículos y publicaciones realizadas hasta la fecha desarrollo y toma de datos de la presente investigación, meses finales de 2020, como se mencionó en la investigación realizada de (Carrillo, Loreto, Zanoguera y Bustamante, 2016) denominada “impacto de la falta de información financiera en el funcionamiento de las pequeñas empresas comerciales y de servicios en Mexicali, Baja California”.

Los empresarios se siguen basando principalmente en sus decisiones en su experiencia personal sin tener en cuenta los costos y gastos en los que incurren, además del efectivo del que disponen para cumplir sus compromisos. Lo que respalda su hipótesis de que el pequeño empresario basa sus decisiones en su experiencia empírica, sin elaborar suficiente información financiera y sin aplicar herramientas para analizar la información financiera o bien las aplica de manera incipiente.

Con respecto a (Nagle y Holden, 2009) donde se resalta que uno de los métodos más populares para la fijación de precios de los productos es estimar los costos unitarios de producción primero, para posteriormente asignarle un margen adicional, generalmente un porcentaje fijo, para asegurar las ganancias de la empresa, y rescatan que no es correcta, ya que parte de la afirmación de que los costos de producción se mantendrán a lo largo del tiempo y sin importar el nivel de producción y de la demanda del producto, además de algún imprevisto de cualquier tipo que pueda dificultar el giro del negocio.

Además, el estudio de (Mendoza, 2020), encargado por la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el marco del convenio con la empresa asociada Recursos SAC, nos resalta que las empresas debieron optar por mecanismos de emergencia ante la nueva problemática, como la aplicación de nuevas y mejores medidas sanitarias para operar y así les garanticen el libre tránsito y comercio.

También optar por medidas de ajuste de personal asignando funciones adicionales a cada vez menos empleados.

Así mismo también como se menciona los trabajos de la población a nivel nacional y local son altamente vulnerables a las crisis, por ser informales carentes de seguridad económica. Por lo que, es necesario ir realizado este tipo de esfuerzos de investigación adecuando los instrumentos y datos de los que se dispone actualmente.

La presente investigación se tuvo que realizar con datos sobre la venta del del mercado de Lima al no existir datos a nivel local ni regional en forma semanal o mensual, para poder analizar la influencia de la pandemia en el periodo de inmovilización.

#### **4.3. Producción y venta de pollo en Lima.**

Para comprender el comportamiento de la empresa y las decisiones gerenciales en la misma es necesario conocer el desempeño del sector dedicado a la

comercialización de carne de pollo y el entorno donde se realiza esta actividad tal como se menciona en el marco teórico.

Entonces iniciaremos analizando el comportamiento del mercado de venta de pollo en la provincia de Lima en base a los datos obtenidos con respecto a los años 2018, 2019 y 2020 para verificar la evolución del mercado de carne de pollo en dos años en donde no hubo COVID y el año con la influencia del mismo en las ventas de esta pandemia.

En la tabla N°1, se muestra las ventas de estos tres años, podemos ver la estacionalidad que nos menciona el gerente de Disacaj con respecto a días festivos como: Día de la madre (mayo) Fiestas patrias (Julio) y Navidad (diciembre). Salvo en el año 2020 en los meses de mayo y junio en donde no presentan volúmenes más altos de ventas, que el mismo mes del año anterior, posiblemente producto de la pandemia sanitaria y la caída de la economía del sector informal de consumidores de esta carne.

También podemos observar que las toneladas vendidas anualmente disminuyeron en el 2020 al 95.92% del 2018 y al 85.92% con respecto al 2019.

Tabla N°1.

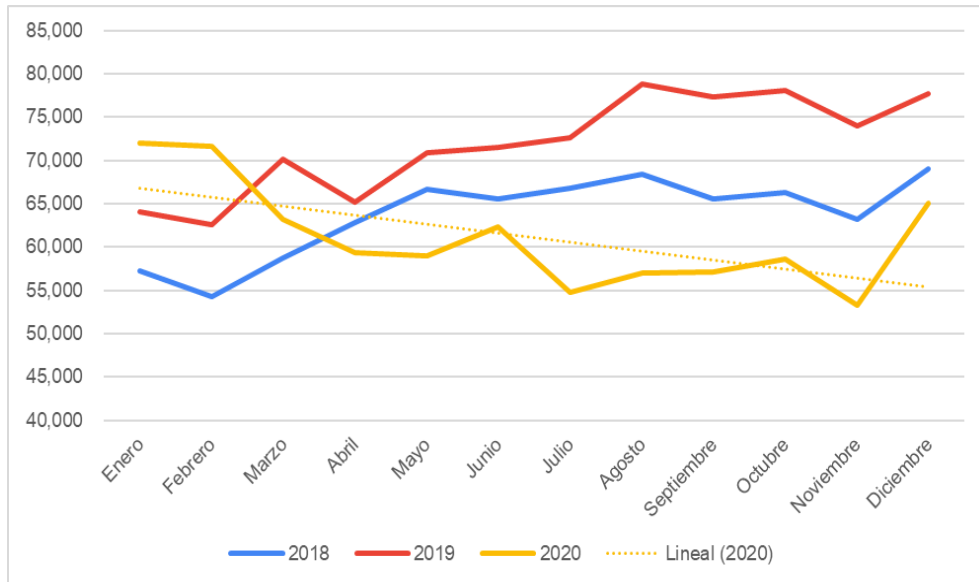
*Ventas mensuales de carne de pollo en Lima 2018-2020.*

<b>Mes</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Enero	57,204	64,126	71,972
Febrero	54,278	62,605	71,651
Marzo	58,714	70,153	63,172
Abril	62,837	65,194	59,400
Mayo	66,707	70,848	59,045
Junio	65,550	71,523	62,317
Julio	66,853	72,563	54,772
Agosto	68,344	78,866	57,041
Septiembre	65,529	77,260	57,135
Octubre	66,360	78,021	58,655
Noviembre	63,253	73,954	53,333
Diciembre	69,059	77,638	65,030
<b>Total TM ventas</b>	<b>764,688</b>	<b>862,751</b>	<b>733,523</b>

En el grafico N°1 podemos observar que mensualmente que las tendencias de las ventas de las toneladas de pollo en los años 2018 y 2019 siguen un patrón similar a ir creciendo hasta el final del año. Pero en el año 2020 la venta de toneladas de carne de pollo después del mes de febrero disminuye drásticamente y no se recupera durante el año a niveles similares a los de años anteriores incluso ni a los niveles de los primeros meses de este año. Solo en los meses de junio y diciembre se recuperan el volumen de ventas mensuales.

**Figura N°1**

*Tendencia de la Venta Mensual de Carne de Pollo en Lima 2018-2020.*



Lo siguiente que observaremos es que si la disminución de los volúmenes de venta registrados en estos tres años es la misma que se siguen en los precios de ventas de kilo de pollo.

En la tabla número 2, muestra los precios mensuales del kilo de carne de pollo en Lima, podemos observar que, durante todos los meses del 2019, los precios fueron menores a los mismos meses del 2018 y 2020, lo cual, explicaría el mayor volumen de ventas en este año.

También vemos que en promedio de precios del 2019 es más bajo (S/4.03) en relación que el 2018. Pero si comparamos el precio promedio del 2018 versus el 2020, podemos concluir que son muy similares S/. 4.86 y S/4.85, por lo que se podría suponer que el volumen de ventas anuales debería también ser

similares, pero vemos que en el 2020 el volumen de venta disminuyó en un 4.08%.

## Tabla N°2

*Precio mensual de kilo de carne de pollo en Lima 2018 – 2020*

<b>Mes</b>	<b>2018</b>		<b>2019</b>		<b>2020</b>	
Enero	S/	5.52	S/	4.08	S/	4.25
Febrero	S/	5.65	S/	3.71	S/	4.76
Marzo	S/	5.68	S/	4.28	S/	4.68
Abril	S/	4.02	S/	4.17	S/	2.82
Mayo	S/	4.25	S/	5.23	S/	3.66
Junio	S/	4.40	S/	4.32	S/	3.69
Julio	S/	4.61	S/	3.90	S/	5.91
Agosto	S/	4.07	S/	3.54	S/	5.63
Septiembre	S/	4.76	S/	3.35	S/	5.82
Octubre	S/	4.99	S/	3.77	S/	5.66
Noviembre	S/	5.30	S/	3.99	S/	5.86
Diciembre	S/	5.03	S/	4.07	S/	5.41
<b>Promedio</b>	<b>S/</b>	<b>4.86</b>	<b>S/</b>	<b>4.03</b>	<b>S/</b>	<b>4.85</b>

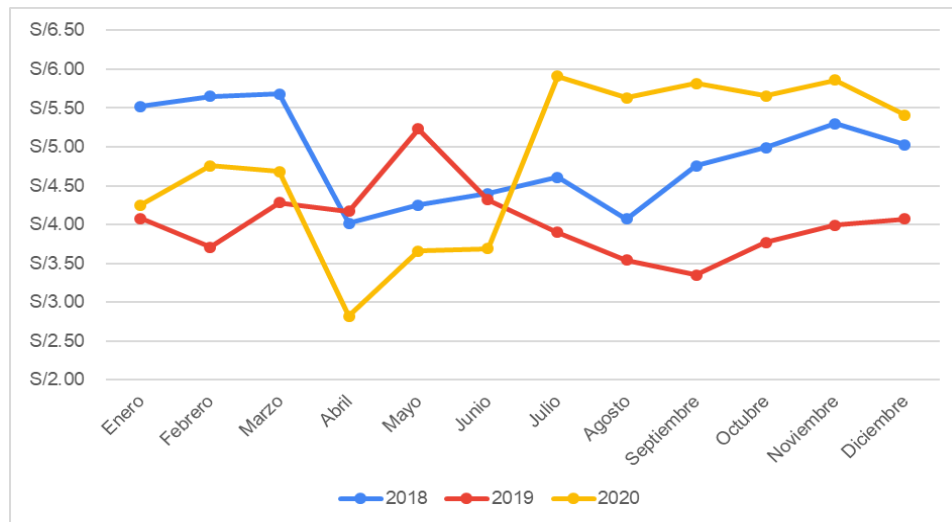
En la figura número 2, podemos ver que los precios de venta de pollo durante la segunda mitad de los años 2018 y 2019 disminuyen. Pero en el año 2020 ocurrió lo contrario los precios subieron en forma sostenida hasta finalizar el año.

La inmovilización decretada por el gobierno (abril, mayo y junio) el precio del pollo cayó casi el 40% inicialmente y se mantuvieron por debajo de los años anteriores hasta el mes de julio, en donde se incrementaron por encima de los años anteriores hasta cerrar el año.

## Figura N°2



*Tendencia mensual del precio de pollo en Lima del 2018 al 2020.*



Finalmente, para poder verificar nuestro objetivo principal observaremos en el cuadro número 3, la tendencia de los ingresos por venta de pollo (Cantidad por precio por toneladas, durante estos tres años para comprobar que efecto tuvo la pandemia en los ingresos en soles, del sector dedicado a la venta de pollo al por menor en el mercado de Lima

En la tabla número 3, Podemos que los ingresos del sector disminuyeron durante los dos primeros años de S/3.6 a 3.4 y subieron a 3.5 millones el último año de análisis. Entonces podemos verificar que los ingresos por venta de pollo no se recuperaron en Lima después de la pandemia a niveles similares al 2019.

Si analizamos el año 2020 versus el 2019 si lograron recuperar sus ingresos, pero el 2019, los precios del pollo fueron más bajos que el 2020.

**Tabla N°3.**

*Tendencia mensual del precio de pollo en Lima del 2018 al 2020*

<b>Mes</b>		<b>2018</b>		<b>2019</b>		<b>2020</b>
Enero	S/	315,766	S/	261,634	S/	305,881
Febrero	S/	306,671	S/	232,265	S/	341,059
Marzo	S/	333,496	S/	300,255	S/	295,645
Abril	S/	252,605	S/	271,859	S/	167,508
Mayo	S/	283,505	S/	370,535	S/	216,105
Junio	S/	288,420	S/	308,979	S/	229,950
Julio	S/	308,192	S/	282,996	S/	323,703
Agosto	S/	278,160	S/	279,186	S/	321,141
Septiembre	S/	311,918	S/	258,821	S/	332,526
Octubre	S/	331,136	S/	294,139	S/	331,987
Noviembre	S/	335,241	S/	295,076	S/	312,531
Diciembre	S/	347,367	S/	315,987	S/	351,812
<b>Promedio</b>	<b>S/</b>	<b>3,692,476</b>	<b>S/</b>	<b>3,471,731</b>	<b>S/</b>	<b>3,529,847</b>

**Variación 2020 con respecto al 2018** -4.40%

**Variación 2020 con respecto al 2019** 1.67%

Finalmente observaremos el efecto en los ingresos por la venta de carne de pollo en Lima, durante los meses de inmovilización por la pandemia, es decir, los meses de abril a julio del 2020.

Podemos ver, en la tabla número cuatro, que, desde el inicio de la inmovilización, la cantidad vendida de toneladas de pollo fue disminuyendo constantemente desde el 8.89% en abril hasta el 24.52% en Julio.

Con respecto al precio del kilo de pollo. Este disminuyó con respecto al año 2019 en el mes de abril a mayo se redujo en 32.37%, 30.02% y 14.58% hasta finalmente incrementarse el mes de Julio en 51.54% con respecto al mismo mes del 2019.

Finalmente, si comparamos los ingresos por ventas en este periodo se redujeron en 14.26% con respecto al 2018 y en 24.07% con respecto al 2019

**Tabla N° 4**

***Comparativo de Venta de Pollo en Lima de los Meses de Abril a Julio para los años 2018 al 2020.***

Mes	2018			2019			2020			Var.Toneldas año 19 y 20	Var.Precio kg año 19 y 20	
	Toneladas	Precio (Kg)	Ventas totales (Miles de S/.	Toneladas	Precio (Kg)	Ventas totales (Miles de S/.	Toneladas	Precio (Kg)	Ventas totales (Miles de S/.			
Abril	62,837	S/ 4.02	S/ 252,604.74	65,194	S/ 4.17	S/ 271,858.98	59,400	2.82	S/ 167,508.00	-8.89%	-32.37%	
Mayo	66,707	S/ 4.25	S/ 283,504.75	70,848	S/ 5.23	S/ 370,535.04	59,045	3.66	S/ 216,104.70	-16.66%	-30.02%	
Junio	65,550	S/ 4.40	S/ 288,420.00	71,523	S/ 4.32	S/ 308,979.36	62,317	3.69	S/ 229,949.73	-12.87%	-14.58%	
Julio	66,853	S/ 4.61	S/ 308,192.33	72,563	S/ 3.90	S/ 282,995.70	54,772	5.91	S/ 323,702.52	-24.52%	51.54%	
<b>Ingreso en meses de inmovilización</b>			<b>S/ 1,132,721.82</b>				<b>S/ 1,234,369.08</b>				<b>S/ 937,264.95</b>	

Variación de ingresos 2020 vs 2018 -17.26%

Variación de ingresos 2020 vs 2019 -24.07%

#### **4.4. Venta de carne de pollo de Disacaj durante los meses de inmovilización.**

En los meses durante los cuales el gobierno central decreto la inmovilización en todo el país, la gerencia de Disacaj, deicidio de acuerdo a lo informado en la entrevista con el gerente, mantener los precios semanales controlados por debajo de los del mercado. Esto a pesar de afectar su margen de utilidad a corto plazo, con la finalidad de mantener y ganar clientela. Manteniendo sus niveles de volumen de ventas a nivel del año anterior.

Es así, que como vemos en la tabla número 5, los precios de venta de pollo, por parte de Disacaj, fueron menores que los de Lima desde el mes de abril hasta el mes de mayo. A partir del mes de junio los precios se incrementaron por encima de los precios de Lima por S/. 0.30 hasta S/. 1.10 (Lo que es usual en años normales) puesto que las restricciones ya eran menores y en Julio se iniciaron las actividades de los restaurantes con aforos controlados en la ciudad de Cajamarca, pero en Lima no ocurría lo mismo producto de la pandemia no disminuyo en esa ciudad.

**Tabla N° 5**

*Comparación de Precios de venta del Kilo de Pollo de Disacaj Versus Lima de Abril a Julio del 2020.*

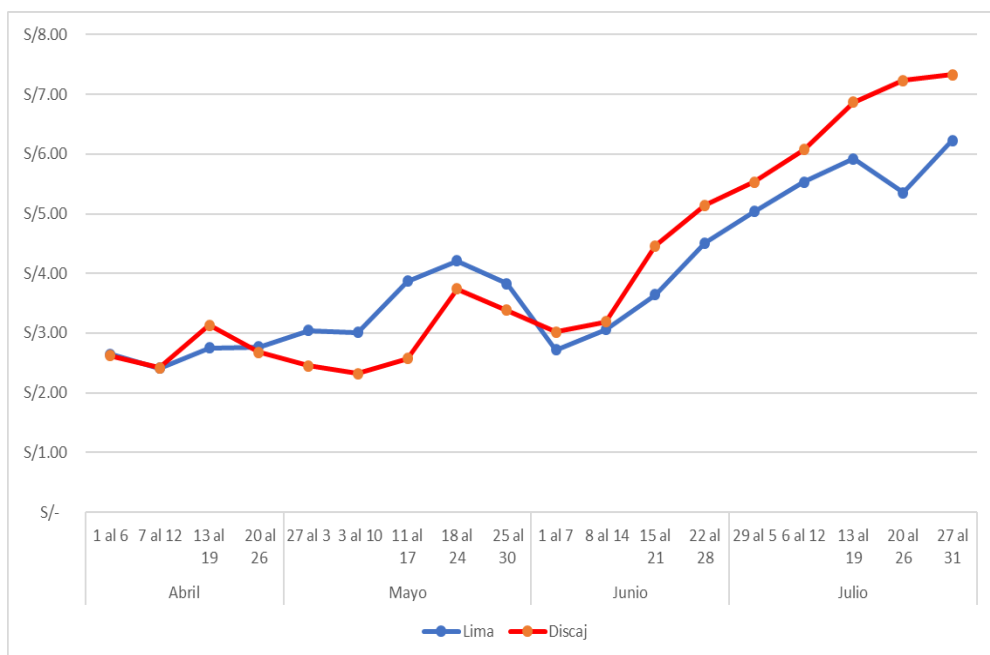
<b>Mes</b>	<b>Semana</b>	<b>Lima</b>	<b>Discaj</b>	<b>Diferencia</b>
Abril	1 al 6	S/ 2.65	S/ 2.62	0.03
	7 al 12	S/ 2.41	S/ 2.42	-0.01
	13 al 19	S/ 2.75	S/ 3.13	-0.38
	20 al 26	S/ 2.77	S/ 2.68	0.09
Mayo	27 al 3	S/ 3.04	S/ 2.45	0.59
	3 al 10	S/ 3.01	S/ 2.32	0.69
	11 al 17	S/ 3.87	S/ 2.57	1.30
	18 al 24	S/ 4.21	S/ 3.74	0.47
	25 al 30	S/ 3.83	S/ 3.38	0.45
Junio	1 al 7	S/ 2.72	S/ 3.02	-0.30
	8 al 14	S/ 3.06	S/ 3.19	-0.13
	15 al 21	S/ 3.64	S/ 4.46	-0.82
	22 al 28	S/ 4.51	S/ 5.14	-0.63
Julio	29 al 5	S/ 5.04	S/ 5.53	-0.49
	6 al 12	S/ 5.53	S/ 6.07	-0.54
	13 al 19	S/ 5.92	S/ 6.87	-0.95
	20 al 26	S/ 5.35	S/ 7.23	-1.88
	27 al 31	S/ 6.23	S/ 7.33	-1.10

En la figura N°3 nos muestra como evolucionaron los precios de kilo de carne de pollo en Lima con relación a Disacaj notamos que en los dos casos disminuyeron a su nivel más bajo en la semana del 7 al 12 de abril del 2020 en ambos casos. En la ciudad de Lima hasta el 18 de mayo los precios se incrementaron regularmente. Pero los precios de Disacaj recién volvieron a incrementarse a partir de la semana del 3 al 10 de abril hasta el 18 que volvieron a bajar la quincena de junio, por las restricciones decretadas por el gobierno. En todo este periodo los precios de Disacaj se mantuvieron por debajo de los precios de venta de Lima.

En Lima, a partir de la semana del 7 al 12 de abril, el precio del kilo de carne de pollo se fue incrementando semanalmente regularmente hasta el 24 de mayo.

**Figura N°3.**

*Comparación de la evolucione precio de pollo Lima versus Disacaj abril a Julio 2020.*



**4.5. Tendencias del volumen de venta e ingresos de Lima versus Disacaj.**

**4.5.1. Volumen de ventas del mes de abril a julio.**

Es importante observar la repercusión de las medidas de la gerencia con respecto al manejo de los precios durante los meses en donde hubo restricciones con respecto al volumen de ventas de la empresa en comparación a las tendencias de este producto en Lima.

En este sentido en la tabla número 6, podemos, ver que la disminución del volumen de ventas en Lima fue mucho más fuerte que en la empresa.

Así, en Lima en abril disminuyo en -8.89% en relación al año 2019 mientras que en Discaj solo fue un -1.02% en los dos meses siguientes se mantiene un comportamiento similar. Hasta que en julio la empresa, logra incrementar su volumen de ventas en 40.11% mientras que en Lima las ventas son menores al año anterior en -24.52%

Como podemos observar las decisiones gerenciales en el desempeño de la empresa durante la pandemia, influyeron positivamente en la menor caída del volumen de ventas durante los primeros meses de la pandemia.

**Tabla N°6.**

*Comparación de los Volúmenes de Venta mensuales de Abril a Julio entre Discaj y Lima.*

Mes de inmovilizacion	Mercados de venta de carne de pollo	Volumen de ventas		Variacion en volumen <sup>TM</sup>	Variación mensual %
		2019	2020		
Abril	Lima (Toneladas)	65,194.00	59,400.00	-5794.00	-8.89%
	Discaj (Kilos)	343.89	340.37	-3.51	-1.02%
Mayo	Lima (Toneladas)	70,848.00	59,045.00	-11803.00	-16.66%
	Discaj (Kilos)	345.68	367.38	21.70	6.28%
Junio	Lima (Toneladas)	71,523.00	62,317.00	-9206.00	-12.87%
	Discaj (Kilos)	343.02	304.60	-38.42	-11.20%
Julio	Lima (Toneladas)	72,563.00	54,772.00	-17791.00	-24.52%
	Discaj (Kilos)	405.25	567.77	162.53	40.11%

Ahora necesitamos verificar si esta tendencia de la disminución de los volúmenes de venta se mantuvo a lo largo del año en Lima como en la empresa.

En la tabla número 7, podemos apreciar que el desempeño de la empresa durante el año 2020, con relación a los precios de venta de carne de pollo en Lima en donde no se logra recuperar el volumen de ventas de enero, de 71,972 toneladas mensuales, durante todos los meses hasta diciembre con 65,030 Toneladas

Disacaj en el mes de enero, tuvo un volumen de ventas de 412.41 toneladas mensuales, esto se superó en el mes de julio con la venta de 567.77 toneladas durante ese mes. Esto influenciado por la apertura de los restaurantes y fiestas patrias en la ciudad de Cajamarca. solo en octubre estuvo por debajo del mes de enero. Entonces, una vez más vemos que la empresa con respecto a su volumen de ventas tuvo mejor al del mercado en este caso Lima.

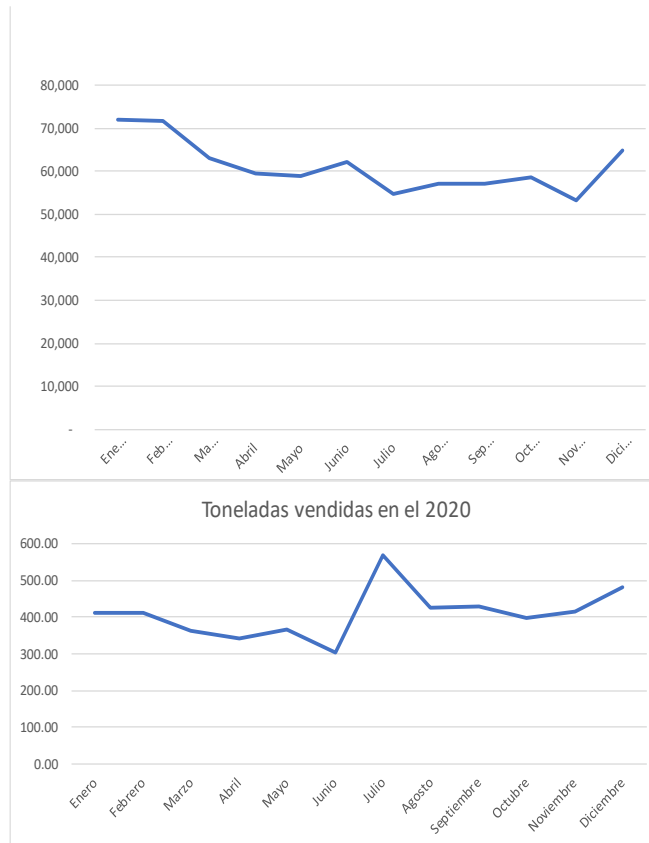


**Tabla N°7.**

*Evolución del Volumen de Ventas anuales de Disacaj y Lima 2020.*

Mes	Lima
Enero	71,972
Febrero	71,651
Marzo	63,172
<b>Abril</b>	<b>59,400</b>
<b>Mayo</b>	<b>59,045</b>
<b>Junio</b>	<b>62,317</b>
<b>Julio</b>	<b>54,772</b>
Agosto	57,041
Septiembre	57,135
Octubre	58,655
Noviembre	53,333
Diciembre	65,030
<b>Total</b>	<b>733,523.00</b>

Mes	Disacaj
Enero	412.42
Febrero	410.58
Marzo	361.99
<b>Abril</b>	<b>340.37</b>
<b>Mayo</b>	<b>367.38</b>
<b>Junio</b>	<b>304.60</b>
<b>Julio</b>	<b>567.77</b>
Agosto	426.86
Septiembre	427.40
Octubre	396.11
Noviembre	415.61
Diciembre	482.64
Total	4643.72



Finalmente veremos el efecto de las medidas de la gerencia de Disacaj dentro del periodo de inmovilización por la pandemia causada por el COVID 19 en las ventas de la empresa.

En la tabla número 8, hemos tratado de cuantificar en soles la influencia y las consecuencias posibles que hubiera teniendo en el volumen de ventas de la empresa si no se hubieran tomado la decisión gerencial de mantener los precios semanales por debajo de los de lima en los meses más críticos de la

inmovilización por la pandemia. Especialmente manteniéndolo por debajo del promedio del precio ofertado en Lima en los meses de abril a mayo y así lograr que el impacto en el volumen de ventas sea menor al de Lima.

Esto se calculó en base a la variación mensual porcentual de los volúmenes de venta ocurrida en Lima y con los precios promedio mensuales de la empresa (No se tuvo acceso a data disponible de los volúmenes semanales del mercado de Lima) en consecuencia estimar el impacto en los ingresos por ventas hubiera tenido la empresa en estos meses.

Así, podemos apreciar que los volúmenes de venta de Disacaj de los meses de Abril a Julio 2020 en comparación a el mismo periodo del 2019 hubieran significado una pérdida de ventas valuadas en S/ 1,080,338.80, es decir la empresa hubiera dejado de percibir ingresos por ese monto.

En cambio, con las medidas adoptadas, por la gerencia, logro aminorar la variación negativa e incluso logro que esta sea positiva con respecto al 2019 en el mes de julio. Es así, que en el 2020 durante el periodo de análisis la empresa logro una variación positiva de S/975,046.94 con respecto al mismo periodo del año anterior.

**Tabla N° 8.**

*Determinación de la Incidencia de la Decisión Gerencial en los Ingresos en el periodo de inmovilización.*

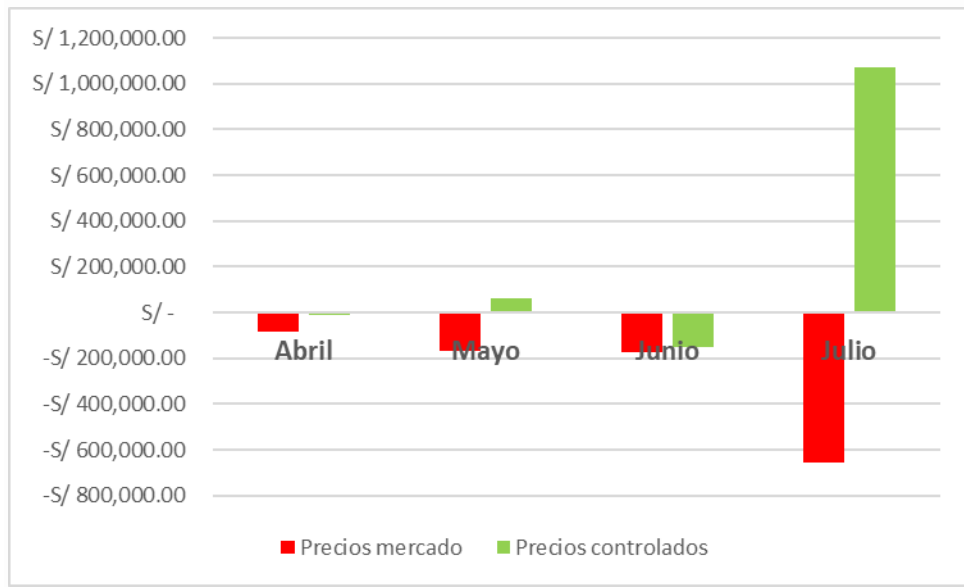
Mes	Ventas de Disacaj Abril a Julio 2020	Variación Mensual	Venta en TM del 2019	Venta en TM2020	Variación		Precio promedio mensual (Disacaj)	Variación mensual de ingresos
					mensual en volumen (toneladas)	Variación mensual en Kilos		
Abril	Estimación de la variación según porcentaje de Lima	-8.89%	343.89	313.31	-30.57	- 30,571.44	S/2.71	S/82,925.02
	Variación según porcentaje real de Disacaj	-1.02%	343.89	340.37	-3.51	- 3,510.68	S/2.71	S/9,522.73
Perdidas estimada evitada de ventas por gerencia Disacaj								S/73,402.29
Mayo	Estimación de la variación según porcentaje de lima 8.89%	-16.66%	345.68	288.09	-57.59	- 57,588.45	S/2.89	S/166,545.81
	Estimación de la variación según porcentaje real de Disacaj 1.02%	6.28%	345.68	367.38	21.70	21,704.78	S/2.89	S/62,770.21
Perdidas estimada evitada de ventas por gerencia Disacaj								S/229,316.02
Junio	Estimación de la variación según porcentaje de lima 8.89%	-12.87%	343.02	298.87	-44.15	- 44,151.29	S/3.95	S/174,507.97
	Estimación de la variación según porcentaje real de Disacaj 1.02%	-11.20%	343.02	304.60	-38.42	- 38,418.63	S/3.95	S/151,849.62
Perdidas estimada evitada de ventas por gerencia Disacaj								S/22,658.35
Julio	Estimación de la variación según porcentaje de lima	-24.52%	405.25	305.89	-99.36	- 99,358.16	S/6.61	S/656,360.01
	Estimación de la variación según porcentaje real de Disacaj	40.11%	405.25	567.77	162.53	162,526.35	S/6.61	S/1,073,649.09
Perdidas estimada evitada de ventas por gerencia Disacaj								S/1,730,009.10

Variación estimada en el 2020 con respecto al 2019 entre abril a Julio, sin decisión gerencial S/1,080,338.80  
 Variación real en el 2020 con respecto al 2019 entre abril a Julio según tendencias de Disacaj S/975,046.94

En la figura N°4, se muestra gráficamente estos mismos resultados, para mejor entendimiento de la incidencia de la política de mantener los precios del kilo de pollo por debajo de los precios de Lima, en un periodo corto. Esto logró disminuir las pérdidas y fidelizar a los clientes de tal manera que cuando el mercado se normalizo en Julio las ventas se incrementaron a pesar del precio que ya era superior al de lima.

**Figura 4.**

*Efecto de la Política de Precios bajos en Disacaj sobre los Ingresos mensuales en Pandemia.*



Mes	Precios mercad	Precios controlados
Abril	-S/ 82,925.02	-S/ 9,522.73
Mayo	-S/ 166,545.81	S/ 62,770.21
Junio	-S/ 174,507.97	-S/ 151,849.62
Julio	-S/ 656,360.01	S/ 1,073,649.09

#### **4.4. Discusión de resultados.**

De acuerdo al análisis de los resultados podemos apreciar que al examinar el sector dedicado a la comercialización de carne de pollo en Lima con respecto a los años 2018 al 2020, podemos apreciar que el realizar una comparación de los efectos de la pandemia sanitaria que se inició en la segunda mitad del mes de marzo 2020 y que estuvo marcado por las medidas de inmovilización social durante los meses abril a julio con respecto al mismo periodo del 2019 no es lo más adecuado con respecto al volumen de ventas, porque este año tuvo mayores ventas producto de que los precios fueron menores que el 2018 menores ingresos por ventas que el 2018 y con precios más bajos.

El precio promedio anual del año 2018, fue de S/ 4.86 y del 2019 de S/. 4.08 lo que explica el mayor volumen de ventas registrado este año. El año 2020 el precio promedio casi igual en el 2020 en donde fue S/. 4.85 por Kilogramo de pollo, pero no se logró recuperar el volumen de las ventas de los dos años anteriores.

Si hacemos el análisis de la fijación de precios, por parte de la empresa y su tendencia durante el periodo de estudio (periodo de inmovilización) comparando la tendencia de la empresa con respecto a Lima podemos apreciar que efectivamente la empresa mantuvo sus precios más bajos que los de Lima desde el 07 de abril al 30 de mayo con la finalidad de que no se afecte significativamente el volumen de ventas en Cajamarca por parte de la empresa. Para luego tener un comportamiento normal de estar por encima del precio de Lima a partir del mes junio en donde las restricciones de inmovilización en

Cajamarca fueron menores incluso logrando incrementar significativamente sus ventas el mes de Julio a pesar del incremento de precio de este mes.

Finalmente, hemos podido apreciar que estas medidas de la gerencia lograron hacer que la pérdida de ventas de la empresa fuera menor que en Lima. Que de acuerdo a lo estimado por nuestro estudio logro evitar una disminución de ventas de evitaron la perdida de ventas equivalente a S/1,080,338.80si se hubiera seguido la tendencia de la venta de carne de pollo de Lima en comparación a el 2019

En comparación a lo que logro la empresa con mantener los precios bajos en el periodo mencionado que causo que incluso logre tener ingresos superiores a los del año anterior en el periodo de abril a julio del 2019 en S/ 975,046.94.

## **CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **5.1. Conclusiones.**

La empresa logro mantener de sus ingresos a niveles similares a los del mismo periodo del año anterior a pesar de la variación del volumen y precio de venta causada por la inmovilización social causada por el COVID-19. Gracias a la decisión gerencial de mantener los precios semanales bajos en los dos meses más críticos, para luego incrementarlos por encima de los de Lima logrando que la incidencia de la crisis sea mucho menor al mercado de Lima y recuperando sus ingresos a niveles similares al año 2019.

La variación semanal en los precios de venta de carne de pollo de la empresa fue menor a la del mercado de Lima manteniéndola por debajo en los meses de abril y mayo en la inmovilización por la crisis sanitaria. Lo cual fidelizo a su clientela.

La empresa gracias a la decisión gerencial, logro que entre meses de abril a julio sus ingresos fueran superiores en S/ 975,046.94 en comparación al 2019 al tomar una decisión acertada si la comparamos al mismo periodo del año 2019 sin tomar esta decisión. Así evitar una pérdida de S/. S/1,080,338.80 por no tomar esta decisión.

Los reportes y cuadros comparativos entre los años 2018, 2019 y 2020 demostraron que los volúmenes de toneladas y de ingresos por ventas no tienen un comportamiento estacional en Lima, pero si en Cajamarca que coincide con las afirmaciones del Gerente de la empresa.



## **5.2. Recomendaciones.**

De acuerdo a los resultados encontrados en nuestra investigación recomendamos que las empresas elaboren una política de fijación de precios, no solo está basada en las tendencias del mercado o los costos de adquisición de los productos que comercializan, sino que se realice teniendo en cuenta las futuras crisis económicas o sanitarias para una adecuada una fijación de precios con criterios integrales que incluyen las idiosincrasias del mercado, como el Cajamarquino.

El lograr mantener la cartera de clientes cuando existen crisis económicas como la causada por la pandemia es importante siempre que sea viable, y se estime una retribución, por lo que si tiene el adecuado financiamiento es recomendable establecer una política de precios bajos por un periodo corto apoyando a los clientes.

Las crisis económicas, sanitarias, sociales, siempre pueden ser una oportunidad para las empresas si se adecuan a las nuevas condiciones del mercado, por lo que recomendamos implementar estrategias gerenciales facilitando el transporte del producto a sus clientes como Disacaj para lograr incrementar y fidelizar sus clientes en base a una política de precios bajos y producto entregado en los locales del cliente en tiempos de crisis.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrade Urbina, J (2015) Determinación de los indicadores de las variables que influyen en la decisión de compra de 3 tipos de carne (res, cerdo y pollo) en mercados municipales de la ciudad capital.

<http://www.repositorio.usac.edu.gt/1380/1/TESIS%20FINAL%20JULIO%20AN-DRADE%2013%20DE%20JUNIO%202015%202.pdf>.

consultado el 05 /09/2020

Alvarado Lagunas, E., Luyando Cuevas, J. R., & Téllez Delgado, R. (2012). Caracterización del consumidor de la carne de pollo en el área metropolitana de Monterrey. *Región y Sociedad*, 175-199.

Moneda uno, Revista del BCRP, el artículo Crecimiento de la clase media en Perú: Asencio Roger, 2020. Consultado el 17 de setiembre 2020.

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-159/moneda-159-06.pdf>.

COVID-19 y shock externo Impactos económicos y opciones de política en el Perú, Miguel Jaramillo Hugo Ñopo\*, Instituto Grade, ,2020. Consultado el 17 de Setiembre de 2020

<http://repositorio.grade.org.pe/bitstream/handle/GRADE/579/GRADEdi107-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Emergencia, gestión, vulnerabilidad y respuestas frente al impacto de la pandemia COVID-19 en el Perú” Llerena Lanza, Renato Alonso1Sánchez Narváez, Cesar Augusto.2020.

<https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/94/129>.

Diario el comercio 2 de abril del 2020, recopilado el 25 de Setiembre de 2020 en

<https://elcomercio.pe/economia/peru/coronavirus-peru-el-precio-del-pollo-bajo-a-su-menor-nivel-en-lo-que-va-del-ano-covid-19-minagri-noticia/?ref=ecr>.

Boletines del ministerio de agricultura, sobre el precio y volumen del precio de las aves en los mercados de lima.

<https://www.gob.pe/institucion/minagri/informes-publicaciones/466125-boletines-de-aves-abril-2020>.

Sósima Carrillo, Loreto Ma. o Zanoguera, Ana Cecilia Bustamante Valenzuela (2019) Impacto de la falta de información financiera en el funcionamiento de las pequeñas empresas comerciales y de servicios en mexicali, baja california, recuperado el 01 de octubre 2020.

Thomas T. Nagle, Red K. Holden, “Estrategias y tácticas para la fijación de precios” editorial juna Granica S.A. 1998.

Descargado el 02 de octubre 2020 de:

<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=USUkeNRSNIAC&oi=fnd&pg=PA8&dq=costos+para+la+fijacion+de+precios&ots=yW3n2gxDRC&sig=PY9poPLz9kl->

[P2fDt9tGF\\_ZWkK0&redir\\_esc=y#v=onepage&q=costos%20para%20la%20fijacion%20de%20precios&f=true](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=USUkeNRSNIAC&oi=fnd&pg=PA8&dq=costos+para+la+fijacion+de+precios&ots=yW3n2gxDRC&sig=PY9poPLz9kl-P2fDt9tGF_ZWkK0&redir_esc=y#v=onepage&q=costos%20para%20la%20fijacion%20de%20precios&f=true).

Chacón, Galia La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. Actualidad Contable Faces, vol. 10, núm. 15, julio-diciembre, 2007, pp. 29-45 Universidad de los Andes Merida, Venezuela.

<https://www.redalyc.org/pdf/257/25701504.pdf>.

Decreto supremo N° 020 008-2020-SA, Diario oficial el peruano publicado el 12 de marzo del 2020.

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-declara-en-emergencia-sanitaria-a-nivel-decreto-supremo-n-008-2020-sa-1863981-2/>.

Oscar Manuel Mendoza, 2020. Estudio de impacto en el corto plazo de la Pandemia de COVID-19 en el sector productivo de Cajamarca.

[https://camcajamarca.com.pe/camcaj\\_v1/2020/05/13/la-camara-de-comercio-y-produccion-de-cajamarca-y-recursos-sac-presentan-resultados-de-estudio-economico-empresarial/](https://camcajamarca.com.pe/camcaj_v1/2020/05/13/la-camara-de-comercio-y-produccion-de-cajamarca-y-recursos-sac-presentan-resultados-de-estudio-economico-empresarial/),

Comunicado de la gerencia regional de Cajamarca, publicado el, en la Rotativa.

<http://www.larotativa.pe/la-diresa-cajamarca-confirma-que-aumento-a-cuatro-los-infectados-con-coronavirus/>

TVPE noticias publicado 25 de mayo del 2020, Detalle del Decreto supremo 094-2020-PCM.

<https://www.tvperu.gob.pe/noticias/nacionales/estado-de-emergencia-se-inicia-nueva-convivencia-social>.

Guillen Gutiérrez, C. E., & Infanzón Cahuana, L. L. (2019). El sistema de costeo por órdenes y su impacto en la situación financiera en las empresas de servicios de arquitectura de Lima, año 2018. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. <https://doi.org/10.19083/tesis/625862>.

Accinelli, R., Zhan, C., Ju, J., Yachachin, J., Cáceres, J., Tafur, K., et al. (2020). COVID-19: La pandemia por el nuevo virus SARS-CoV-2. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 37(2), 302-311.

Chacón, Galia La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. *Actualidad Contable Faces*, vol. 10, núm. 15, julio-diciembre, 2007, pp. 29-45 Universidad de los Andes Merida, Venezuela.

<https://www.redalyc.org/pdf/257/25701504.pdf>.

Huidobro Puch, Danitza Mariana; Lomparte Manyari, Vanesa Consuelo; Morales Flores, Gustavo Elías; Valdez Arana, Mirtha, Trabajo de investigación. Propuesta de un nuevo modelo de distribución para el canal Horeca de una empresa de consumo masivo, julio 2019. Pp84 y 85, Universidad peruana de ciencias aplicadas.

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628057/Huidobro\\_PD.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628057/Huidobro_PD.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

## **ANEXOS.**

### **Anexo N° 1**

**Comunicado del Gobierno Regional de Cajamarca del 2 de Abril  
del 2020**



## COMUNICADO

La Dirección Regional de Salud del Gobierno Regional de Cajamarca informa a la opinión pública lo siguiente:

1. La Dirección de Salud ha confirmado **un nuevo caso de coronavirus en la provincia de Jaén**. Suman 04 los pacientes infectados en la región Cajamarca.
2. Se trata de una paciente mujer de 26 años de edad, que ha sido identificada como contacto del caso número 2, procedente de Lima.
3. Su estado de salud **es estable** y está cumpliendo en su domicilio con las indicaciones del personal de salud, así mismo con el protocolo de aislamiento.
4. Exhortamos a la población a cumplir con el aislamiento social y declaratoria de emergencia. Quédense en casa y eviten hacer viajes interprovinciales.
5. Llamamos a la población a mantener la calma y cumplir con las recomendaciones para evitar la propagación de esta enfermedad.

**#QuedateEnCasa**

Cajamarca, 02 de abril de 2020.



**#Primero  
LaGente**

**Cuestionario.**

**Anexo N° 2: Cuestionario de encuesta**

**Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo**

MANEJO GERENCIAL DE LA VARIACIÓN DEL PRECIO Y VOLUMEN DE  
LA CARNE DE POLLO DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19 EN LA  
EMPRESA DISACAJ - CAJAMARCA 2° TRIMESTRE 2020

**Fecha** : 11-02-2021

**Lugar** : CAJAMARCA

**Cargo del encuestado** : GERENTE GENERAL (Jorge Luis Rosell Julca)

**ENCUESTA**

La presente encuesta es realizada por Cueva Cerquin Ruth Esther y Vigo Terrones Christopher Jhobess egresados de la Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas.

Esta nos permitirá determinar si el análisis de estados financieros influye en la adecuada toma de decisiones de inversión y financiamiento de la empresa DISACAJ SRL, sirviendo de antemano como base para investigaciones futuras.

Por lo que pedimos a Ud. responder según crea conveniente marcando con un aspa (X) las preguntas cerradas y argumentando las preguntas abiertas que se presenta a continuación:

**Preguntas cerradas**

<b>Preguntas</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
------------------	-----------	-----------



¿Conoce que informes o reportes realiza el ministerio de agricultura sobre la venta de carne de pollo?		X
¿Los precios de carne de pollo varían en los diferentes meses del año?	X	
¿Los precios de venta de su empresa varían en el mismo porcentaje que a nivel nacional?		X.
¿Conoce cuál es el margen de utilidad de su empresa?	X	.
¿Sabe cuán eficiente gestión que tiene su empresa?	X	

<b>Preguntas</b>	<b>Nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Siempre</b>	<b>Frecuente</b>
Los reportes sobre las ventas del ministerio de agricultura ¿son utilizados por Ud.?	X			
¿La decisión sobre el volumen de compra y venta se basa en información externa a la empresa?	X			
¿La estacionalidad en la producción de pollo siempre influye para la fijación de los			X	

precios de venta en su empresa?				
¿Realiza control de costos para fijar sus precios?			X	
¿Ha recibido informes financieros para tomar decisiones?	X			
¿Las decisiones gerenciales se basan en su experiencia comercial?			X	
¿Antes de tomar decisiones, conoce como está la rentabilidad de la empresa durante ese mes o semana,			X	
¿Es importante para fijar precios la merma de pollo en la empresa?			X	
¿Conoce cuál de sus clientes ha aumentado sus ventas al por menor?			X	

¿Conoce si su patrimonio ha aumentado estos últimos años?			X	
¿Aplica razones financieras para tomar decisiones?	.	X		
¿Las decisiones son tomadas con soporte de información obtenida del análisis de estados financieros?		X		
¿Las decisiones son tomadas según su experiencia?			X	

### Preguntas abiertas

Preguntas	Respuesta
¿Por qué cree usted que las ventas de su empresa se recuperaron o mantuvieron en el segundo semestre del 2019?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Porque somos una empresa formal.</li> <li>2. Brindamos confianza al cliente por la experiencia de 28 años en el mercado.</li> <li>3. Tenemos publicidad mostrando nuestros procesos de producción.</li> <li>4. Contamos con un soporte logístico propio (mantención de higiene y limpieza en todo momento)</li> </ol>
¿Qué tipos de estrategias empleo para lograr estos resultados?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Publicidad</li> <li>2. Servicio delivery</li> </ol>

	<p>3. Participación en mercados itinerantes</p> <p>4. Puntualidad y calidad</p>
¿La pandemia afectó sus costos de distribución?	Sí, pero no en gran medida.
¿Sus costos se elevaron por las nuevas medidas sanitarias?	Sí, ya que en Cajamarca se podía vender solamente de 2 a 3 veces a la semana en grandes mercados; mientras que en provincias solamente una vez a la semana.
¿El número de trabajadores de su empresa varió durante la pandemia o su régimen laboral?	Sí, principalmente su horario laboral.
¿Existe una política de ventas al crédito?	No, todo al contado.
¿Cuáles son los costos fijos (Edificios, maquinaria, prestamos, etc.) que siempre tiene que tener la empresa y no varían en función de las ventas?	Como un costo fijo y el principal es la depreciación de la planta, ya que es propia y el mantenimiento de la maquinaria, tanto del proceso de producción hasta la distribución.
Considera que ¿Toda empresa obtendría mayores resultados positivos si analiza estados financieros?	Sí, ya que mientras mayor información se puede obtener de la empresa mejores decisiones se podrían tomar.

La encuesta ha concluido. ¡Muchas gracias por su colaboración!

**ANEXO N°3.**

DECRETO SUPREMO N° 008-2020-SA

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, la Organización Mundial de la Salud ha calificado, con fecha 11 de marzo de 2020, el brote del Coronavirus (COVID-19) como una pandemia al haberse extendido en más de cien países del mundo de manera simultánea;

Que, los artículos 7 y 9 de la Constitución Política del Perú señalan que todos tienen derecho a la protección de su salud, la del medio familiar y la de la comunidad, y que el Estado determina la política nacional de salud, correspondiendo al Poder Ejecutivo normar y supervisar su aplicación, siendo responsable de diseñarla y conducirla en forma plural y descentralizadora para facilitar a todos el acceso equitativo a los servicios de salud;

Que, los numerales II y VI del Título Preliminar de la Ley N° 26842, Ley General de Salud, establecen que la protección de la salud es de interés público, y que es responsabilidad del Estado regularla, vigilarla y promover las condiciones que garanticen una adecuada cobertura de prestaciones de salud a la población, en términos socialmente aceptables de seguridad, oportunidad y calidad, siendo irrenunciable la responsabilidad del Estado en la provisión de servicios de salud

pública. El Estado interviene en la provisión de servicios de atención médica con arreglo a principios de equidad;

Que, asimismo, el numeral XI del Título Preliminar de la Ley antes mencionada ha previsto que el ejercicio del derecho a la propiedad, a la inviolabilidad del domicilio, al libre tránsito, a la libertad de trabajo, empresa, comercio e industria, así como el ejercicio del derecho de reunión, están sujetos a las limitaciones que establece la ley en resguardo de la salud pública;

Que, el artículo 79 de la ley precitada contempla que la Autoridad de Salud queda facultada a dictar las medidas de prevención y control para evitar la aparición y propagación de enfermedades transmisibles. Todas las personas naturales o jurídicas, dentro del territorio, quedan obligadas al cumplimiento de dichas medidas, bajo sanción;

Que, conforme a lo establecido en la Primera Disposición Complementaria Final del Decreto Legislativo N° 1161, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Salud, el Ministerio de Salud es la Autoridad de Salud a nivel nacional, según lo establece la Ley N° 26842, Ley General de Salud, tiene a su cargo la formulación, dirección y gestión de la política nacional de salud y es la máxima autoridad en materia de salud. Su finalidad es la promoción de la salud, la prevención de las enfermedades, la recuperación de la salud y la rehabilitación en salud de la población;

Que, el Decreto Legislativo N° 1156, Decreto Legislativo que dicta medidas destinadas a garantizar el servicio público de salud en los casos que exista un riesgo elevado o daño a la salud y la vida de las poblaciones, tiene como finalidad identificar y reducir el potencial impacto negativo en la población ante la existencia de situaciones que representen un riesgo elevado o daño a la salud y la vida de las poblaciones y disponer acciones destinadas a prevenir situaciones o hechos que conlleven a la configuración de éstas;

Que, el literal e) del artículo 6 del citado Decreto Legislativo, concordante con el numeral 5.5 del artículo 5 de su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 007-2014-SA, establece como supuesto que constituye la configuración de una emergencia sanitaria, la declaración por parte de la Organización Mundial de la Salud de la ocurrencia de pandemia;

Que, es responsabilidad del Estado reducir el impacto negativo en la población ante la existencia de situaciones de riesgo elevado para la salud y la vida de los pobladores, así como mejorar las condiciones sanitarias y la calidad de vida de su población, y adoptar acciones destinadas a prevenir situaciones y hechos que conlleven a la configuración de éstas;

De conformidad con la Ley N° 26842, Ley General de Salud; el Decreto Legislativo N° 1161, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Salud, modificado por Ley N° 30895, Ley que fortalece la función rectora del Ministerio de Salud; y, el Decreto Legislativo N° 1156, Decreto Legislativo que dicta medidas destinadas a

garantizar el servicio público de salud en los casos que exista un riesgo elevado o daño a la salud y la vida de las poblaciones;

Con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros;

DECRETA:

Artículo 1.- Declaratoria de Emergencia Sanitaria

1.1 Declárese en Emergencia Sanitaria a nivel nacional, por el plazo de noventa (90) días calendario, por la existencia del COVID-19, conforme a las razones expuestas en la parte considerativa del presente Decreto Supremo.

1.2 En un plazo no mayor de 72 horas, mediante Decreto Supremo, el Ministerio de Salud aprueba el Plan de Acción y la relación de bienes y servicios que se requieren contratar para enfrentar la emergencia sanitaria aprobada en el numeral 1.1 del presente artículo, el mismo que incluye al Seguro Social de Salud – EsSalud y las Sanidades de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional del Perú.

Artículo 2.- Medidas de prevención y control para evitar la propagación del COVID-19

2.1 En el marco de lo establecido en el artículo 79 de la Ley N° 26842, Ley General de Salud, se disponen las siguientes medidas para la prevención y control para evitar la propagación del COVID-19:



### 2.1.1 Puertos, aeropuertos y puestos de entrada terrestres

a) Las instituciones públicas y privadas a cargo de la administración de puertos y aeropuertos deben adoptar las medidas que correspondan para disponer las medidas sanitarias necesarias para evitar la propagación del COVID-19 en los espacios que correspondan.

Las instituciones públicas y privadas relacionadas al tema migratorio deben trabajar de manera articulada para lograr un control efectivo sanitario del flujo migratorio.

b) Todas las personas que ingresen al territorio nacional deben presentar de manera obligatoria la Declaración Jurada de Salud del Viajero para prevenir el COVID-19, aprobada por Resolución Ministerial N° 086-2020/MINSA.

c) Toda persona que ingrese al territorio nacional provenientes de países con antecedentes epidemiológicos y que se encuentren en la relación que elabore el Centro de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades – CDC del Ministerio de Salud, tales como la República Italiana, el Reino de España, República Francesa y República Popular de China, debe sujetarse a un periodo de aislamiento domiciliario por catorce (14) días. La lista de países es actualizada por el CDC y publicada en su página web y la del Ministerio de Salud.

d) En caso de presentar sintomatología de infección respiratoria, la persona en aislamiento domiciliario se debe comunicar con la autoridad sanitaria de la jurisdicción correspondiente para la adopción de las medidas necesarias.

### 2.1.2 Centros educativos

El Ministerio de Educación, en su calidad de ente rector, dicta las medidas que correspondan para que las entidades públicas y privadas encargadas de brindar el servicio educativo, en todos sus niveles posterguen o suspendan sus actividades. Estas medidas son de cumplimiento obligatorio.

### 2.1.3 Espacios públicos y privados

a) En el caso de actividades o eventos que impliquen la concentración de personas en espacios cerrados o abiertos que ofrezcan mayores riesgos para la transmisibilidad del COVID-19, corresponde a la autoridad competente evaluar los riesgos para determinar la pertinencia de su realización.

b) Todos los establecimientos comerciales y mercados deben coadyuvar en la prevención para evitar la propagación del COVID-19, implementando medidas de salubridad que faciliten el acceso de la población a sus servicios higiénicos, así como la de sus trabajadores.

### 2.1.4 Transporte

Todos los medios de transporte públicos y privados deben adoptar las medidas que correspondan para evitar la propagación del COVID-19.

### 2.1.5 Centros laborales

En todos los centros laborales públicos y privados se deben adoptar medidas de prevención y control sanitario para evitar la propagación del COVID-19.

2.2 Las instituciones públicas y privadas, el Ministerio de Defensa, el Ministerio del Interior, la sociedad civil y la ciudadanía en general deben coadyuvar en la implementación de la presente norma y de las disposiciones complementarias que se emitan.

2.3 Los Gobiernos Regionales y Locales adoptan las medidas preventivas para evitar la propagación del COVID-19 y coadyuvan al cumplimiento de las normas y disposiciones correspondientes emitidas por el Poder Ejecutivo.

#### Artículo 3.- Fortalecimiento de la gestión sanitaria internacional

3.1 El Ministerio de Salud implementa la Autoridad Sanitaria Internacional de alcance nacional para el fortalecimiento, control y vigilancia sanitaria de puertos, aeropuertos y puestos de control fronterizo, en el marco de la seguridad sanitaria.

3.2 Los Gobiernos Regionales, Locales y entidades privadas coadyuvan al cumplimiento de esta disposición.

#### Artículo 4.- Refrendo

El presente Decreto Supremo es refrendado por la Ministra de Salud, la Ministra de Trabajo y Promoción del Empleo, el Ministro de Transportes y Comunicaciones, el Ministro de Educación, el Ministro de Defensa y el ministro del Interior.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los once días del mes de marzo del año dos mil veinte.

MARTÍN ALBERTO VIZCARRA CORNEJO

Presidente de la República

WALTER MARTOS RUIZ

Ministro de Defensa

CARLOS MARTÍN BENAVIDES ABANTO

Ministro de Educación

CARLOS MORÁN SOTO

Ministro del Interior

MARÍA ELIZABETH HINOSTROZA PEREYRA

Ministra de Salud

SYLVIA E. CÁCERES PIZARRO

Ministra de Trabajo y Promoción del Empleo

CARLOS LOZADA CONTRERAS

Ministro de Transportes y Comunicaciones.

**Anexo 04: Matriz de consistencia**

<b>Formulación del problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Título</b>	<b>Variables</b>	<b>Hipótesis</b>
<p>¿Cómo afectó la crisis sanitaria del COVID-19 y las decisiones gerenciales de la empresa, sobre no variar el precio semanal, de acuerdo a la oferta y demanda de carne de pollo según la tendencia de otros mercados, durante los meses de abril a julio del 2020 a los ingresos de la empresa Distribuciones avícolas Cajamarca S.R.L.?</p>	<p><b>Objetivo General.</b> Determinar si la decisión gerencial de mantener los precios semanales durante el periodo de inmovilización por debajo de los precios de mercado logró que ingresos por venta de carne de pollo fueran mejores o similares a los de otros mercados y al de años anteriores durante la crisis económica causada por el COVID-19.</p> <p><b>Objetivos Específicos.</b> Determinar la variación mensual y semanal en los precios y volúmenes de venta de carne de pollo de la empresa</p> <p>Calcular los ingresos por ventas de la empresa durante 2020 y comprarlos con otro mercado para verificar su evolución.</p> <p>Determinar el efecto en los ingresos por ventas de la decisión tomada por los directivos de mantener los precios semanales por debajo del mercado de Lima para disminuir el impacto de la crisis en la empresa.</p>	<p>Manejo gerencial de la variación del precio y volumen de la carne de pollo durante la pandemia de COVID-19 en la empresa Disacaj - Cajamarca 2º trimestre 2020</p>	<p><b>Variable Independiente:</b> Fijación dinámica de precios de carne de pollo</p> <p><b>Variable Dependiente:</b> Ingresos durante el periodo de inmovilización por la pandemia de Covid 19.</p>	<p>Las decisiones de la gerencia de mantener el precio semanal de la carne de pollo en los meses de inmovilización en especial en el mes mayo más bajos que en Lima, incidió de manera moderada en el mantenimiento de los volúmenes de venta de la empresa</p>

## Anexo N°5

### FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

**Informe:** Juicio de experto para medir la Primera Variable: Decisiones gerenciales para fijar precios dinámicos y su influencia en los ingresos de la empresa

**TÍTULO: “MANEJO GERENCIAL DE LA VARIACIÓN DEL PRECIO Y VOLUMEN DE LA CARNE DE POLLO DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19 EN LA EMPRESA DISACAJ - CAJAMARCA 2° TRIMESTRE 2020”**

**AUTORES DEL INSTRUMENTO:** Cueva Cerquin, Ruth Esther.

Vigo Terrones, Christopher Jhobess

### ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20				REGULAR 21-40				BUENA 41-60				MUY BUENA 61-80				EXCELENTE 81-100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
<b>1. Claridad</b>	Esta formulado con lenguaje apropiado									X											
<b>2. Objetividad</b>	Esta expresado en directivas observables										X										
<b>3. Actualidad</b>	Adecuado al avance de la administración									X											
<b>4. Organización</b>	Contiene una estructura lógica									X											
<b>5. Suficiencia</b>	Comprende los elementos en cantidad y calidad									X											
<b>6. Intencionalidad</b>	Adecuado para cumplir con los									X											





**FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS**

**Informe:** Juicio de experto para medir la Primera Variable: Decisiones gerenciales para fijar precios dinámicos y su influencia en los ingresos de la empresa

**TITULO:** “MANEJO GERENCIAL DE LA VARIACIÓN DEL PRECIO Y VOLUMEN DE LA CARNE DE POLLO DURANTE

**LA PANDEMIA DE COVID-19 EN LA EMPRESA DISACAJ - CAJAMARCA 2º TRIMESTRE 2020”**

**AUTORES DEL INSTRUMENTO:** Cueva Cerquin, Ruth Esther.

**Vigo Terrones, Christopher Jhobess**

**ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20				REGULAR 21-40				BUENA 41-60				MUY BUENA 61-80				EXCELENTE 81-100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
<b>1. Claridad</b>	Esta formulado con lenguaje apropiado								X												
<b>2. Objetividad</b>	Esta expresado en directivas observables							X													
<b>3. Actualidad</b>	Adecuado al avance de la administración									X											
<b>4. Organización</b>	Contiene una estructura lógica							X													
<b>5. Suficiencia</b>	Comprende los elementos en cantidad y calidad								X												

<b>6.Intencionalidad</b>	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados										X																										
<b>7.Consistencia</b>	Utiliza suficientes referentes bibliográficos											X																									
<b>8.Coherencia</b>	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores											X																									
<b>9.Metodología</b>	Cumple con los lineamientos metodológicos												X																								
<b>10.Pertinencia</b>	Es asertivo y funcional para la ciencia											X																									

**II.OPINIÓN DE LA APLICACIÓN:** Regular

**III.PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN:** 38

**Lugar y Fecha:** Cajamarca, 28 de agosto 2021

  
 Firma del experto

**Apellidos y Nombres:** Luis Enrique Céspedes Ortiz.

**DNI:** 266859568