



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

TRABAJO PRACTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE
CARÁCTER COMPLEXIVO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA COMERCIAL.

TÍTULO

ELABORAR ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR LAS VENTAS
DE LA AVÍCOLA "FERNANDO" DEL CANTÓN MILAGRO

Autor: Salazar Vallejo Alan Kevin

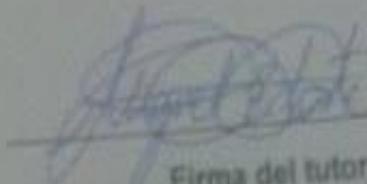
Tutor: Economista Echarte Fernández Miguel Ángel

Milagro, 09 de Diciembre del 2016

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es "Elaborar estrategias administrativas para mejorar las ventas de la avícola "FERNANDO" del Cantón Milagro" presentado por el estudiante Saizar Vallejo Alan Kevin, para optar al título de ingeniero comercial.

Milagro, a los 09 días del mes de Diciembre del 2016



Firma del tutor(a)
Eco. Echarte Fernández Miguel Ángel.
0956231856

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 09 días del mes de Diciembre del 2016.



Salazar Vallejo Alan Kevin
C.I. 0925852576

DEDICATORIA

A mi madre María y mi hermano Terry por su ayuda y amor incondicional, ha sido una gran motivación para lograr alcanzar mis metas profesionales.

A mi mujer Madelen y mi hija Maggie por su paciencia, amor y tolerancia he podido llegar hasta aquí y poder culminar un ciclo más en mi vida profesional y esto es por sacar adelante a mi familia.

Alan Salazar Vallejo.

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento primeramente a Dios por haberme dado la fortalezas, motivación y la aptitud para seguir mis metas y alcanzarlas.

A mi madre que siempre conté con su apoyo y paciencia en que podía lograr esta meta.

A mi hermano que con sus travesuras me animaba y por tratar de darle un ejemplo a seguir he llegado hasta aquí.

Agradezco a mi mujer por la paciencia que tuvo durante todo este proceso y con sus palabras de apoyo me mantuvo inspirado en terminar mi carrera.

Le agradezco a mi hija que por el solo hecho de verla me da la fuerza que necesito para lograr lo que me proponga solo por darle lo mejor a ella.

Agradezco a mis amigos que siempre estuvieron a mi lado apoyándome con bromas y sermones para seguir adelante en este objetivo.

Gracias a todos

Alan Salazar Vallejo.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero,
Fabricio Guevara Viejo, MAE
Rector de la Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue "Elaborar estrategias administrativas para mejorar las ventas de la avícola "FERNANDO" del Cantón Milagro" y corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 09 de Diciembre del 2016



Salazar Vallejo Alan Kevin
C.I. 0925852576

ABREVIATURAS

PYMES: conjunto de pequeñas y medianas empresas

FODA: matriz que detalla las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

EFI: evaluación de factores internos.

EFE: evaluación de factores externos.

Stakeholders: persona o empresa que invierte en un negocio.

Contenido

ÍNDICE DE GENERAL

Aceptación del tutor.....	I
Declaración de auditoria del trabajo de titulación.....	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Cesión de derechos de autor.....	V
Abreviaturas.....	VI
Índice General.....	VII
Índice de tabla.....	IX
Índice de figuras.....	X

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Resumen.....	1
Abstrac.....	2
Introducción.....	3
1.1 planteamiento del problema.	3
1.1.1 delimitación.	6
1.1.2 formulación del problema.....	6
1.1.3 objetivos.....	6
1.1.4 Objetivos generales.	6
1.1.5 Objetivo particular.....	6

CAPITULO II

MARCO TEORICO Y METODOLOGICO.....7

2.1 marco teórico y referencial.....	7
2.1.1 antecedentes históricos.....	7
2.1.2 antecedentes referenciales.....	8
2.1.3 marco conceptual.....	9
2.2 marco metodológico.....	11
2.2.1 tipo y diseño de investigación.....	11
2.3 población y muestra	13
2.3.1 delimitación de la población.....	13
2.3.2 tipo de muestra	13

2.3.3 tamaño de la muestra.....	13
2.3.4 proceso de selección.....	13
2.4 métodos y técnicas.....	13
2.4.1 técnicas e instrumentos.....	15
2.5 resultados.....	15
CAPITULO III	
PROPUESTA.....	25
3.1 descripción de la propuesta.....	25
3.1.1 desarrollo de propuesta (Anexo).....	25
3.2 CONCLUSIONES.....	30
3.3 RECOMENDACIONES.....	31
BIBLIOGRAFIA.....	31
APENDICES.....	32

ÍNDICE DE TABLAS

De existir tablas en su trabajo, caso contrario, elimine esta parte

Tabla 1 tabulación de la pregunta 1 de la encuesta -----	15
Tabla 2 tabulación de la pregunta 2 de la encuesta-----	16
Tabla 3 tabulación de la pregunta 3 de la encuesta-----	17
Tabla 4 tabulación de la pregunta 4 de la encuesta-----	18
Tabla 5 tabulación de la pregunta 5 de la encuesta-----	19
Tabla 6 tabulación de la pregunta 6 de la encuesta-----	20
Tabla 7 tabulación de la pregunta 7 de la encuesta-----	21
Tabla 8 tabulación de la pregunta 8 de la encuesta-----	21
Tabla 9 tabulación de la pregunta 9 de la encuesta-----	22
Tabla 10 tabulación de la pregunta 10 de la encuesta-----	23
Tabla 11 tabulación de la pregunta 11 de la encuesta-----	23
Tabla 12 Análisis FODA de la avícola Fernando-----	26
Tabla 13 Matriz de Evaluación Estratégica de Factores Internos-----	27
Tabla 14 Matriz de Evaluación Estratégica de Factores Externos-----	28
Tabla 15 matriz FO FA DO DA-----	29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tabulación de la pregunta 1 de la encuesta -----	16
Figura 2 Tabulación de la pregunta 2 de la encuesta -----	17
Figura 3 Tabulación de la pregunta 3 de la encuesta -----	18
Figura 4 Tabulación de la pregunta 4 de la encuesta -----	18
Figura 5 Tabulación de la pregunta 5 de la encuesta -----	19
Figura 6 Tabulación de la pregunta 6 de la encuesta -----	20
Figura 8 Tabulación de la pregunta 8 de la encuesta -----	21
Figura 9 Tabulación de la pregunta 9 de la encuesta -----	22
Figura 10 Tabulación de la pregunta 10 de la encuesta -----	23
Figura 11 Tabulación de la pregunta 11 de la encuesta-----	24

ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL

Título: Elaborar estrategias administrativas para mejorar las ventas de la avícola “FERNANDO” del Cantón Milagro

Resumen:

La avícola Fernando está ubicada en el Cantón Milagro en la Avenida Mariscal Sucre y la Novena, esta avícola ya tiene más de 10 años en el mercado y a pesar de no tener un análisis FODA de la avícola ha sabido aprovechar su estrategias de liderazgo en bajo costo ya que se dedica a la distribución de pollos al mayor, pero con la crisis que ha estado pasando nuestro país y esto ha generado una baja en la rentabilidad de la avícola; también no hace uso de publicidad en los medios para captar nuevos clientes solo confía en brindar un buen servicio para que sus clientes vuelvan y la crisis que actualmente está pasando el país esto ha generado que las ventas de la avícola vaya disminuyendo. Para solucionar este problema y que la avícola pueda tener estrategias para tener un mejor desenvolvimiento en el mercado se va a realizar una recolección de datos por medio de encuestas a las avícolas de la zona urbana del Cantón Milagro para conocer el ambiente interno de los competidores y saber que estrategias están utilizando y que podemos hacer para obtener para tener una ventaja competitiva y así realizar un análisis FODA que permita conocer las debilidades de la avícola Fernando y tratar de buscar una manera de solucionarlas.

Palabras clave: estrategias, rentabilidad, análisis y crisis.

ABSTRACT:

Summary

The poultry Fernando is located in the Milagro Canton on Avenida Mariscal Sucre and the Novena, this poultry has more than 10 years in the market and despite not having a SWOT analysis the poultry has been able to take advantage of its strategies of leadership in low cost Since it is dedicated to the distribution of cocks to the elderly, but with the crisis that has been happening our country and this has generated a decrease in the profitability of the poultry; Also does not use advertising in the media to attract new customers only rely on providing a good service for its customers to return and the crisis that is currently going through the country has generated the profitability of the poultry is decreasing. To solve this problem and that the poultry can have strategies to have a better development in the market will collect data through surveys to poultry in the urban area of Canton Milagro to know the internal environment of competitors and Know what strategies they are using and what we can do to obtain them to have a competitive advantage and thus conduct a SWOT analysis that allows us to know the weaknesses of the poultry Fernando and try to find a way to solve them.

Keywords: strategies, profitability, analysis and crisis.

INTRODUCCION

En la actualidad ha surgido una gran cantidad de personas con ideas nuevas y proyecto innovadores que siguiendo sus metas deciden poner un negocio propio, pero la mayoría de estas personas administran estos negocios de modo empírico más no de manera técnica ni científica, por lo cual estos emprendimientos no alcanzan a aprovechar al máximo los recursos que poseen o caso contrario no conocen las debilidades que tienen y en un momento de crisis lamentablemente estos negocios tienen que perecer.

Para que esto no suceda es fundamental realizar un análisis del FODA de la empresa ya que esta herramienta les va ayudar a entender y conocer cómo está el ambiente interno y externo de su empresa, lo cual sería de mucha utilidad para manejar sus recursos con eficiencia y eficacia para alcanzar los objetivos que se hayan planteado o en una situación de crisis por perecer sino más bien ver las oportunidades que allí hay.

Mediante el análisis FODA se pueden elaborar las estrategias administrativas que serán fundamentales para poder alcanzar los objetivos que se han propuesto, la cual les permitirá obtener ventaja ante la competencia y aprovechar las debilidades de los demás y las oportunidades que se puedan presentar en el mercado.

He aquí donde está la importancia de la realización de este trabajo practico para la avícola Fernando la cual se encuentra ubicado avenida Mariscal Sucre y la Novena en el Cantón Milagro, con la información obtenida mediante las encuestas a dueños de avícolas en la zona Urbana del Cantón podremos desarrollar estrategias administrativas que permitan el volumen de ventas de la avícola y a su vez pueda conocer el ambiente interno y externo que la rodea.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

Con el pasar de los años la palabra estrategia se la ha vinculado fuertemente con la administración y dirección de negocios, las empresas tienden a estudiar el ambiente interno y externo que las rodea para así de esta manera poder formular estrategias administrativas que estén ligadas a la misión y visión del negocio.

Unas de los elementos claves para hacer estrategias es el análisis FODA en el cual vamos a ver las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene un negocio, pero la mayoría de pymes pasan por alto la importancia que tiene un análisis foda así que no lo realizan y empiezan a elaborar estrategias que tal vez no vayan acorde a las características del negocio.

Según lo que nos indica el SRI: “PYMES es el conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo con su volumen de ventas, cantidad de trabajadores, capital social y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas”. (Servicio de Rentas Internas, 2016)¹

El Pymes podemos encontrar negocios como minimarket, restaurantes, talleres mecánicos, avícolas, etc.

Nuestro trabajo practico se centra en la avícola frenando administrada por el señor Jorge Sancho Bonilla ubicada en la avenida Mariscal sucre y la Novena, la avícola cuenta con una buena estructura el cual les facilita el abastecimiento, cuidado y venta de pollos en la ciudad de Milagro.

¹ Servicio de Rentas Internas, definición PYMES 13 de Noviembre del 2016
<http://www.sri.gob.ec/de/32>

La avícola Fernando no ha realizado un análisis FODA en el cual se basen las estrategias que utiliza, tampoco hace uso de la publicidad en medios de comunicación, confía en el buen trato y servicio que ofrecen, cabe rescatar que también manejan un liderazgo en bajo costo lo cual les ha dado resultado hasta ahora aunque la crisis que está pasando en nuestro país ha generado que el volumen de ventas de la avícola bajen.

Pronostico

La avícola Fernando hasta ahora no ha tenido muchas dificultades con la crisis pero en el futuro si las cosas empeoran y la crisis se hace más severa la avícola no podrá hacerle frente ya que no conoce las debilidades que tiene, también no hace uso de publicidad para atraer a nuevos clientes.

Control del pronóstico

Elaborar estrategias administrativas que vayan acorde con las características de la avícola Fernando del Cantón Milagro y para ello hay que realizar un análisis FODA de la misma y también recolectar información de los competidores.

Causas y Efectos del problema

¿En que afecta la falta de análisis FODA al volumen de ventas de una avícola?

¿Cuáles son los efectos que puede generar la falta de aplicación de estrategias administrativas en el volumen de ventas de la avícola Fernando?

En la actualidad surgen muchas nuevas empresas en el mercado pero no logran afianzarse en el mercado debido a que no conocen sus fortalezas y debilidades y peor aún las oportunidades que pueden aprovechar y las amenazas que se les puedan presentar.

Con este presente trabajo práctico se pretende analizar la problemática las causas y efectos que la generan, también conoce como está el ambiente externo, saber que estrategias están utilizando los competidores; estar consciente de las fortalezas y debilidades que tiene la avícola Fernando y de esta manera mejorar la competitividad y el volumen de ventas de la misma.

- 1) la falta de un análisis FODA. (causa)
- 2) y sus efectos en el volumen de ventas de una avícola. (efecto)

3) La falta de aplicación de estrategias administrativas. (causa)

4) Afecta q las ventas de la avícola. (efecto)

1.1.1 Delimitación

El siguiente trabajo se delimitara a las avícolas que estén situadas en la zona urbana del Cantón Milagro en el año 2016, ya que se tomara en cuenta la información recolectada de la competencia para formular estrategias administrativas.

País: Ecuador

Región: Zona 5 (Litoral)

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro (zona Urbana)

Sector: Comercial

Área de estudio: avícola “Fernando”

Periodo: Noviembre 2016 a Diciembre 2016

1.1.2 Formulación del problema

¿Qué tipo de estrategia administrativa se debe elaborar para mejorar el volumen ventas de la avícola Fernando?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Elaborar estrategias administrativas para mejorar el volumen de ventas de la avícola Fernando.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar qué tipo de estrategia administrativa necesita la avícola Fernando para mejorar su volumen de ventas.
- Elaborar un análisis FODA para la avícola.
- Identificar el estado actual de la competencia.

CAPITULO II

MARCO TEORICO Y METODOLÓGICO

2.1 Marco Teórico y Referencial

2.1.1 Antecedentes históricos

Avícola Fernando inicio sus actividades en el 2006 como un negocio familiar de crianza de pollos para venderlos de forma unitaria, luego vino la iniciativa de querer poner una avícola para distribuir pollo por el mayor, se empezó a buscar un local y se lo alquilo , a buscar proveedores de balsa de provincia del Oro los cuales eran los mayores productores de pollos y de esta manera desde el primer día que nos pusimos la avícola nos fue bien, la ubicación de la primera avícola fue el los previos del señor Vizueta por un lapso de 5 años luego los expropiaron de los terrenos al señor vizueta y tuvimos que buscar otro lugar, y ahora nos ubicamos a 100 metros del lugar que ahora ya nos son los previos del señor vizueta sino los previos de la españolita, en este nuevo lugar se hizo la estructura de la avícola, la cual ha sido una fortaleza importante de la avícola ya que nos ha facilitado el manejo de abastecimiento, el cuidado y salida del pollo; el trabajo en la avícola ha sido duro y más aún cuando eres dueño porque este trabajo requiere constancia y trabajamos 357 días al año para no perder nuestros clientes porque perder clientes es muy fácil lo difícil es recuperarlos. Ya en este nuevo local iniciamos la construcción de la nueva avícola y ahora ya llevamos 5 años más en este lugar y con los 5 años anteriores nuestro avícola Fernando lleva ya 10 años de vida en el mercado. Enfocados con la misión de ser uno de los principales distribuidores de pollo en el Cantón Milagro y con la visión de expandir la avícola a otras ciudades.

Pese a la competencia en el mercado la avícola Fernando ha mantenido desde sus inicios un buen servicios a sus clientes para que ellos se sientan a gusto y vuelvan nuevamente.

Pese a la crisis que ha estado pasando el país se nos ha hecho muy difícil poder cumplir con nuestras metas, pero a pesar de esto nos seguimos manteniendo con paso firme en el mercado. (Bonilla, 2016)

2.1.2 Antecedentes referenciales

Institución: Universidad Estatal de Milagro

Título: implementación de estrategias de coaching en la granja avícola Matilde Esther para mejorar su clima organizacional y la calidad de vida de los empleados.

Autores: María Cristina Iluay ushca y Manuel Gonzalo Vargas Sánchez

Ciudad y fecha: Milagro, 2011

Resumen: el presente proyecto es orientado a descubrir las causas que fomentan el mal clima laboral en la granja avícola Matilde Esther, para su desarrollo ha sido necesario conocer la información, la misma que servirá de sustento para el planteamiento de nuestra propuesta que consiste en la implementación de estrategias de coaching, para lo cual la investigación ha seguido el siguiente curso. En el capítulo 1 se realizó el planteamiento del problema con su respectivo origen y descripción, se analizó la situación actual, causas y efectos que se producen, se definió su delimitación y formulación de problema; objetivos y justificación. El marco teórico se desarrolla en el capítulo 2, en esta fase se reúne la información teórica relacionada con la investigación, se definen conceptos y planteamiento de hipótesis a investigar. En el capítulo 3 se encuentra el proceso metodológico, que sirve para definir la forma de obtener la información necesaria para nuestro trabajo en el capítulo 4 comprende al análisis de los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta y verificación de hipótesis planteadas. En el capítulo 5 se describe la propuesta para la implementación de estrategias de coaching. Se detalla el plan de acción, sus políticas y el análisis financiero,. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones obtenidas luego de la realización del proyecto. (VARGAS, 2011)

2.1.3 Marco conceptual

Definición de estrategia

La palabra estrategia deriva del latín *strategia*, que a su vez procede de dos términos griegos: *stratos* (“ejército”) y *agein* (“conductor”, “guía”). Por lo tanto, el significado primario de estrategia es el arte de dirigir las operaciones militares.

Estrategia

El concepto también se utiliza para referirse al plan ideado para dirigir un asunto y para designar al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. En otras palabras, una estrategia es el proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro.

La estrategia militar es una de las dimensiones del arte de la guerra, junto a la táctica (la correcta ejecución de los planes militares y las maniobras en la batalla) y la logística (que asegura la disponibilidad del ejército y su capacidad combativa). La estrategia se encarga del planeamiento y de la dirección de las campañas bélicas. También se ocupa del movimiento y de la disposición estratégica de las fuerzas armadas.² (Merino, 2008)

El concepto de estrategia es tan antiguo tanto como los generales griegos comandaban y dirigían a sus ejércitos en la conquista o en la defensa de sus ciudades. Los diferentes tipos de objetivos necesitaban el despliegue de diferentes recursos, así de esta misma manera la estrategia de un ejército en respuesta al enemigo es el uso de un patrón de acciones que le permita tener ventaja. Los generales no solamente tenían que saber que debían planear sino también debían actuar cuando lo amerite y sin titubear.

Entonces ya en tiempos de la antigua Grecia, el concepto de estrategia ya tenía varios componentes de planeación tales como lo son la toma de decisiones y las acciones conjuntas y de estos dos conceptos son la base para la estrategia.

Estrategia en la empresa

Según Mitzberg, Quinn y Voyer (1997), en el campo de la administración, una estrategia es el patrón o plan al que se integra las principales metas y políticas de

² Concepto de estrategia hecho por Julián Perez y María Merino.
<http://definicion.de/estrategia/>

una organización, y a la vez establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. (htt1)

Según Johnson y Scholes estrategia es una dirección y el alcance de una organización a largo plazo y permite conseguir ventajas para la organización a través del eficaz manejo de sus recursos en un entorno cambiante, para hacer frente a las necesidades de los mercados y satisfacer la expectativa de los stakeholders. (Johnson y Scholes, 2001)

“La estrategia de una organización consiste en las acciones combinadas que ha emprendido la dirección y que pretende lograr alcanzar los objetivos financieros y estratégicos y luchar por la misión de la empresa. Esto a la larga nos va a ayudar a alcanzar nuestros objetivos y cómo podemos luchar por la misión de organización. (Thomson y Strickland, 2012)

Una estrategia bien formulada ayuda a poner orden y asignar en base a sus deficiencias y a sus atributos internos, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.

A todo lo anterior mencionado podemos decir que estrategia son los patrones o acciones secuenciales que se deben seguir en un orden específico y nos ayudan a cumplir los objetivos a largo plazo que están ligados a la misión y visión de la organización.

La administración estratégica

La administración estratégica también conocida como política de negocios, esto se refiere a la dirección de empresas y por esta razón tiene un especial interés y la tarea principal del director de la empresa. Todas las empresas independientemente de su tamaño o característica se encuentran compitiendo por recursos, clientes, tecnología, nuevos mercados con el fin de lograr obtener una ventaja sobre los demás. Las empresas para esta competencia deben tomar decisiones estratégicas para poder sobrevivir en el mercado. Y estas decisiones tienen que ver con los objetivos generales y funcionales, diseño y selección de productos y/o servicios, diseño y configuración de políticas que tratan de ver la manera de cómo posicionar la empresa en el mercado.

Planificación estratégica

“La planificación estratégica es el proceso que busca determinar los principales objetivos de una organización y los criterios que procedan a la adquisición, uso y disposición de recursos en cuanto a lo consiguiente de los objetivos ya establecidos. Esto, en el proceso de planificación estratégica, engloban misiones o propósitos determinados previamente, así como los objetivos específicos buscados para una empresa”. (Steiner, 2003)

“La ausencia de planificación produce una falta de control dentro de la organización, así como la incapacidad para responder a situaciones imprevista, la falta de planificación también limita la existencia de una medida para controlar el verdadero éxito o fracaso de la gestión y a su vez, podría representar la falta de criterio para decidir las inversiones y gastos a realizar” (scholer, 2009) ³

2.2 Marco Metodológico.

2.2.1 Tipo y diseño de investigación

A continuación se detalla la estrategia metodológica que se va a utilizar para llegar a la información requerida para lograr los objetivos que se piensan alcanzar para elaborar las conclusiones para la solución, es utilizar una investigación exploratoria, y de campo ya que vamos a recolectar información de la competencia.

Según su finalidad

Investigación aplicada “La investigación utilizada guarda estrecha relación con la básica, pues de ello depende de los descubrimientos y evolución de la investigación básica y se enriquece con ellos, pero se caracteriza por su interés en la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos. La investigación aplicada busca el conocer para hacer, para actuar, para construir, para modificar”. (ezequiel, 2007)

Por qué utiliza información de trabajos previos que nos permitan analizar, elaborar estrategias para mejorar el volumen de ventas de la avícola Fernando.

³ http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/acevedo_l_r/capitulo2.pdf

Según la naturaleza de datos

Investigación cuantitativa

La Investigación Cuantitativa recoge y analiza datos sobre variables y estudia las propiedades y fenómenos cuantitativos. Sus objetivos son cuantitativos. (http://ipes.anep.edu.uy/documentos/investigacion/materiales/inv_cuanti.pdf, s.f.)

Esta investigación nos va a permitir medir en números la información recolectada del ambiente externo de la avícola Fernando

Según su objeto gnoseológico

Investigación exploratoria

“Los estudios exploratorios buscan hechos con el objetivo de pronosticar las relaciones existentes entre las variables. Se utilizan en situaciones en las que prácticamente no se dispone de información necesaria o el problema casi no se ha investigado. En este tipo de situaciones se inicia con un estudio exploratorio con el propósito de “preparar el terreno”, es decir, se gestionan a fin de ir archivando el tema de investigación”. (Sampieri, 2006)

Esta investigación nos va a ayudar a explorar que tipo de estrategia administrativa va hacer más apropiada para la avícola Fernando.

Según su contexto

Investigación de campo

“Esta investigación se presenta a través de manipulación de una variable externa aun no comprobada, en circunstancias rigurosamente controladas, con el objetivo de describir brevemente de qué manera o porque causas se produce un acontecimiento particular, permite obtener nuevas enseñanzas y conocimientos en el campo de la realidad social” (rena, s.f.)

La investigación de campo la utilizamos al momento de recolectar información de la competencia ya que hablaremos de primera mano con los dueños de la competencia.

2.3 Población y Muestra

Delimitación de la población

Para llevar a cabo la delimitación de la población fue necesario hacer un sondeo para determinar cuántas avícolas había en la zona urbana del Cantón Milagro

2.3.2 Tipo de muestra

Para el diseño del presente trabajo tomamos un tipo de muestra no probabilística para recolectar la información de las avícolas de esta zona.

2.3.3 Tamaño de la muestra

Para este trabajo practico se tomó como muestra de investigación a las tres avícolas establecidas en la zona urbana del Cantón Milagro, la cual nos van ayudar con la información que necesitamos para llegar a los objetivos que se pretenden alcanzar.

2.3.4 Proceso de selección

En este proceso se establece que el lugar donde se va a llevar acabo las encuestas será en los establecimientos propio de cada avícola ubicada en la zona urbana del Cantón Milagro.

2.4 Métodos y Técnicas

Con el objetivo de recolectar información necesaria que nos permita el desarrollo del presente trabajo práctico se tuvo que emplear los siguientes métodos y técnicas que nos permitieron obtener la información necesaria para llevar a cabo nuestro trabajo práctico.

Métodos Teóricos

Método inductivo deductivo.- Es aquel que utiliza la inferencia basado en la lógica y relacionando con el estudio de hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general) (bernal, 2010)

Este método nos permitió analizar las causas y efectos de la problemática partiendo de lo general a lo particular y viceversa y de esta forma poder dar un diagnóstico de lo que se puede realizar.

Método hipotético deductivo.- La actividad científica reside en formular ideas que no pierden su característica hipotética y en deducir de ellas consecuencias que pueden ser comprobadas con hechos. De esta confrontación nacerá la teoría o la refutación de la misma. (Cimaomo)

Aplicamos este método cuando verificamos la hipótesis con los resultados obtenidos.

Método lógico.-

Consiste en inferir de la semejanza de algunas características entre dos objetos, la probabilidad de que las características restantes sean también semejantes. Los razonamientos analógicos no son siempre válidos. (htt2)⁴

Este método lo utilizamos cuando vemos las semejanzas en las fortalezas y debilidades que tienen estas avícolas.

Método analítico sintético.-

Es aquel que estudia los hechos partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual y luego se integran dicha partes para estudiarlas de manera holística e integral. (Bernal, 2014)

Este método lo aplicamos cuando una vez obtenida la información de las encuestas para determinar que estrategias se pueden utilizar con respecto a los competidores.

Método Empírico

Los métodos de investigación empírica con lleva toda una serie de procedimientos prácticos con el objeto y los medios de investigación que permiten revelar las características fundamentales y relaciones esenciales del objeto; que son accesibles a la contemplación sensorial. Los métodos de investigación empírica, representan un nivel en el proceso de investigación cuyo contenido procede fundamentalmente de la

⁴ <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>

experiencia, el cual es sometido a cierta elaboración racional y expresado en un lenguaje determinado. (htt3)

La observación fue fundamental para este caso ya que nos permitió relacionar la experiencia que se ha ganado recolectando información para poder armar las estrategias que se necesitan.

2.4.1 Técnicas e instrumentos.

La técnica de investigación utilizada fue:

La encuesta: mediante esta técnica se pudo obtener información de cómo están manejando su fortalezas y debilidades la competencia así como también el empleo de estrategias administrativas basado en un análisis FODA, y de esta manera analizar los datos obtenidos buscar una buena propuesta que permita solucionar la problemática y mejorar el volumen de ventas de la avícola Fernando.

2.5 Resultados

Debe abordar los principales resultados que se obtiene como consecuencia de la aplicación de los métodos empíricos, el procesamiento estadístico en correspondencia con el enfoque o paradigma que se asuma y los resultados de su análisis. Resumir los principales resultados, explorar los posibles mecanismos o explicaciones de dichos hallazgos, comparar y contrastar los resultados con los de otros estudios relevantes

Debemos tabular las preguntas de las encuestas que hemos hecho para luego interpretar la respuesta que tenemos de las encuestas para determinar que oportunidades podemos aprovechar y cuáles son las amenazas que puede existir y así poder elaborar las estrategias que se van a necesitar.

1- ¿cuál es el nivel de estudio del dueño de la avícola?

respuesta	total
	cantidad
primario	
secundario	1
superior	2
total	3

Tabla 1

Tabulación de la pregunta 1 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

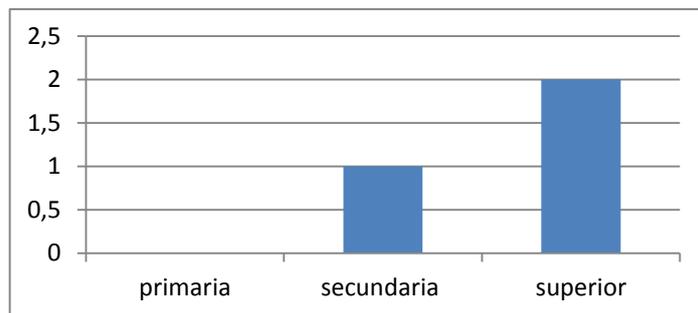


Figura 1
 Tabulación de la pregunta 1 de la encuesta
 Elaborado por: Alan Salazar v.

Interpretación

Las avícolas en esta zona del Cantón Milagro todos los dueños han terminado el bachillerato y dos de los tres dueños han estudiado en la universidad

Análisis

Esto nos indica que por lo menos la mitad de los competidores conocen sobre estrategias administrativas y el otro lo hace de manera empírica, uno de los que tiene estudio superior es el administrador de avícola Fernando.

2- ¿Cuántos años tiene de vida su avícola?

respuesta	total
	cantidad
0 a 1 año	
1 a 5 años	0
5 a 10 años	1
10 años en adelante	2
total	3

Tabla 2
 Tabulación de la pregunta 2 de la encuesta
 Elaborado por: Alan Salazar v.

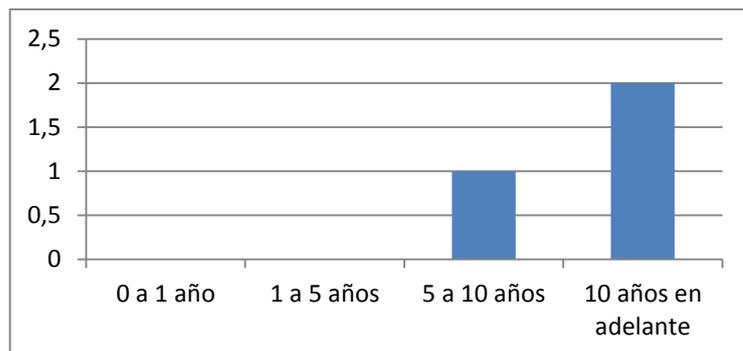


Figura 2
 Tabulación de la pregunta 2 de la encuesta
 Elaborado por: Alan Salazar v.

Interpretación

La repuesta nos indica que dos de las 3 avícolas ya superan los 10 años en el mercado mientras que solo 1 está entre 5 a 10 años.

Análisis

Esto nos indica que los competidores ya tienen mucha experiencia en el mercado y que no en vano se han mantenido en el mismo todo este tiempo, destacando que uno de los que tiene más de 10 años es la avícola Fernando.

3- ¿conoce usted cuantas avícolas hay en el Cantón Milagro (zona urbana)?

respuesta	total	
	cantidad	cuantas
si	1	3
no	2	
total	3	

Tabla 3
 Tabulación de la pregunta 3 de la encuesta
 Elaborado por: Alan Salazar v.

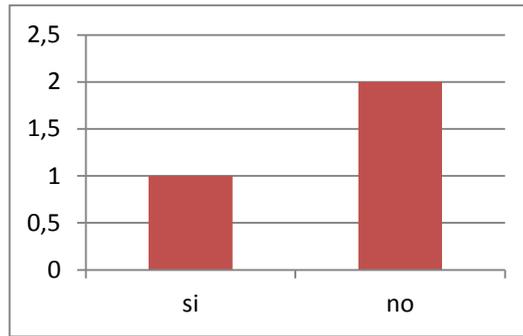


Figura 3
 Tabulación de la pregunta 3 de la encuesta
 Elaborado por: Alan Salazar v.

Interpretación

Aquí nos indica que solo un dueño sabe cuántos rivales tiene en el mercado y los otros dos lo ignoran.

Análisis

El único que sabía cuántos competidores tiene es la avícola a la que se está enfocando este trabajo práctico lo cual está al tanto de cuantas avícolas compiten contra él.

4- ¿conoce usted las debilidades de su avícola?

respuesta	total
	cantidad
si	0
no	3
total	3

Tabla 4
 Tabulación de la pregunta 4 de la encuesta
 Elaborado por: Alan Salazar v.

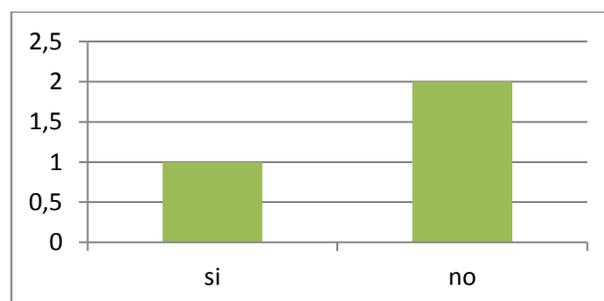


Figura 4
 Tabulación de la pregunta 4 de la encuesta
 Elaborado por: Alan Salazar v.

Interpretación

Aquí podemos ver que ninguna de las 3 avícolas conoce sus debilidades.

Análisis

Con esta información podemos deducir que no han hecho un análisis FODA de sus avícolas para poder determinar en qué son más vulnerables y como poder solucionarlo.

5- ¿Cómo usted considera que esta la demanda de pollos?

respuesta	total
	cantidad
alta	0
media	3
baja	0
total	3

Tabla 5

Tabulación de la pregunta 5 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

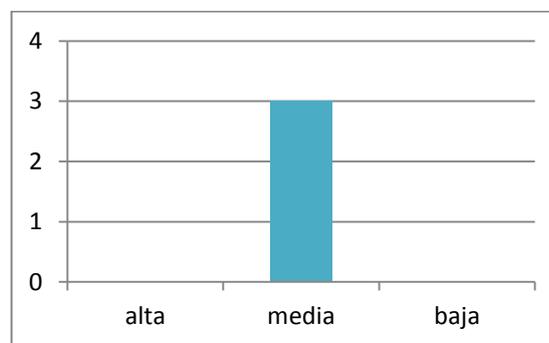


Figura 5

Tabulación de la pregunta 5 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

Interpretación

Los tres dueños concuerdan en que la demanda de pollos es media.

Análisis

Aquí podemos darnos cuentas que la demanda de pollos se mantiene en un nivel de equilibrio pese a la crisis que está pasando el país.

6- ¿Qué tipo de producto más se comercializa?

respuesta	total
	cantidad
en pie	1
pelado (completo)	2
sin menudencia sin cabeza	0
Sin cabeza con menudencia	0
total	3

Tabla 6

Tabulación de la pregunta 6 de la encuesta

Elaborado por: Alan Salazar v.



Figura 6

Tabulación de la pregunta 6 de la encuesta

Elaborado por: Alan Salazar v.

Interpretación

Aquí podemos darnos cuenta que las tres avícolas más se especializan en vender pollos pelados como pollos en pie.

Análisis

Nos damos cuenta que todos ofrecen el mismo producto los únicos que los diferencia es el precio.

7- ¿a qué precio vende la libra de carne de pollo?

respuesta	total
	cantidad
0,90 ctvs. A 0,95 ctvs.	0
0,95ctvs. A 1,00 dólar	0
1,00 dólar A 1,05 dólar	0
total	3

Tabla 7

Tabulación de la pregunta 7 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

Interpretación

Ni uno de los dueños dio un precio por que todos manifestaron que el precio varía constantemente.

Análisis

Nos damos cuenta de que el precio del pollo en las avícolas varía constante mente lo cual en base a los que nos dijeron es que en épocas del año sube y en otras bajas por eso no dieron un precio estándar pero al analizar el precio que ofertaban en ese momento la avícola Fernando tenía el precio más bajo.

8- ¿conoce usted sobre estrategias administrativas?

respuesta	total
	cantidad
si	2
no	1
total	3

Tabla 8

Tabulación de la pregunta 8 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

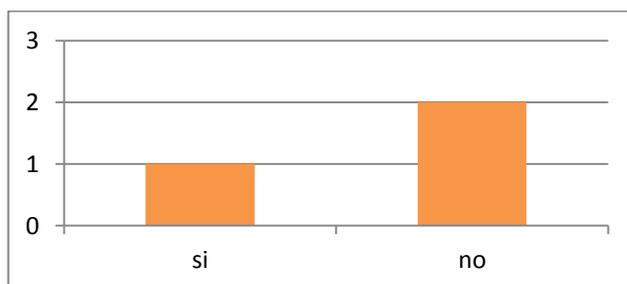


Figura 8

Tabulación de la pregunta 8 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

Interpretación

Aquí solo una de las 3 avícolas no conoce sobre estrategias administrativas

Análisis

Como ya anteriormente en otra pregunta vimos el nivel de estudio aquí cabe recalcar que el que tiene solo hasta estudios secundarios no conoce sobre estrategias administrativas

9- ¿aplica usted estrategias administrativas en su avícola?

respuesta	total
	cantidad
si	2
no	1
total	3

Tabla 9

Tabulación de la pregunta 9 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

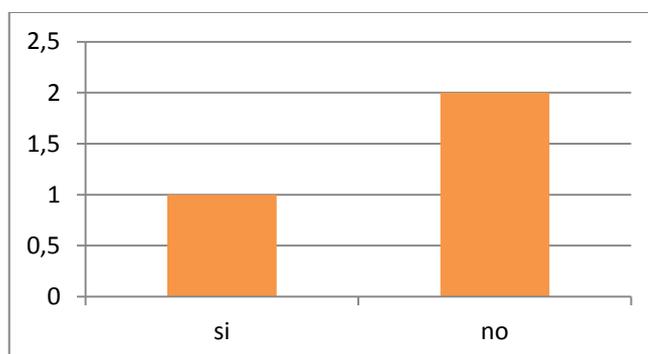


Figura 9

Tabulación de la pregunta 9 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

Interpretación

De los tres una no aplica estrategia administrativa por que no las conoce.

Análisis

De los dos que aplican estrategia administrativas las dos son diferentes la avícola Fernando utiliza liderazgo en costo mientras que su competidor emplea estrategia de diferenciación.

10- ¿ofrece algún tipo de servicio especial a sus clientes?

respuesta	total
	cantidad
si	3
no	0
total	3

Tabla 10

Tabulación de la pregunta 10 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

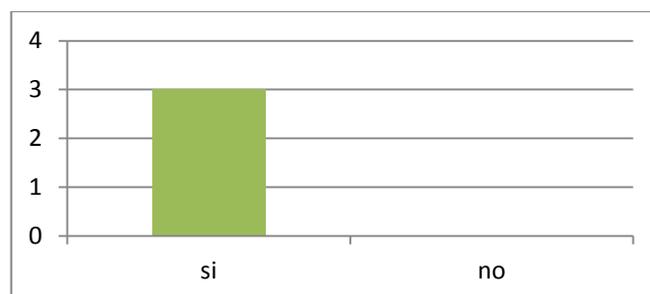


Figura 10

Tabulación de la pregunta 10 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

Interpretación

Aquí podemos ver que las tres avícolas ofrecen un servicio adicional a sus clientes

Análisis

Con la información obtenida es que la avícola Fernando ofrece servicio de transporte para sus clientes y la competencia da promociones a sus clientes como obsequios.

11- ¿cree usted que se han alcanzado las metas propuestas para este año?

respuesta	total
	cantidad
si	1
no	2
total	3

Tabla 11

Tabulación de la pregunta 11 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

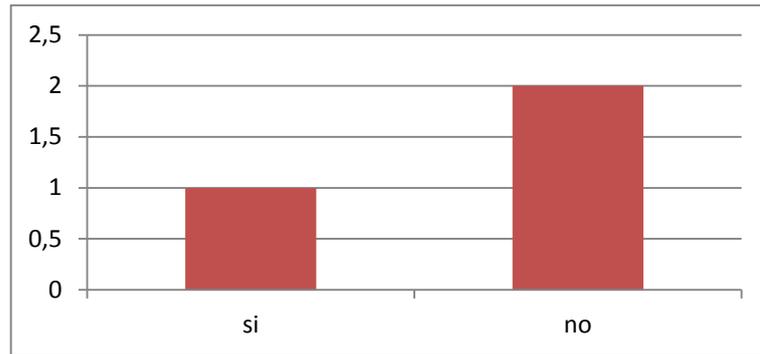


Figura 11
Tabulación de la pregunta 11 de la encuesta
Elaborado por: Alan Salazar v.

Interpretación

Solo una de las 3 avícolas logro alcanzar uno de sus objetivos este año

Análisis

La única avícola que pudo lograr uno de los objetivos que se había propuesto es la avícola Fernando pese a que fue muy difícil por el tema de la crisis que está pasando el país.

CAPITULO III PROPUESTA

3.1 Descripción de la Propuesta

Para solucionar la problemática se elaborara estrategias administrativas que vayan acorde con las característica de la avícola Fernando para que de esta manera mejore el volumen de ventas en el mercado en el que se encuentra.El tema de esta propuesta que se la empleara para la solución de la problemática se justifica en base a los resultados de las encuestas realizadas ya que hemos obtenido información de que la avícola Fernando no ha realizado un análisis FODA, lo cual hace que no conozca las debilidades que tiene su negocio y si no las conoce no puede solucionarlas, las variables de esta propuesta aparte de elaborar un análisis FODA para la avícola para que conozca el ambiente interno y externo que la rodea, además aprovechando la información de los competidores y el análisis FODA que se va a realizar podremos determinar qué tipo de estrategia administrativa se va a elaborar para tener una mayor ventaja competitiva sobre los demás.

Tema de la Propuesta: elaboración de estrategias administrativas para mejorar el volumen de ventas de la avícola Fernando del Cantón Milagro.

3.1.1 Desarrollo de la Propuesta (Anexo)

Análisis FODA

El principal objetivo de este análisis FODA es encontrar los factores que puede aprovechar la avícola Fernando o por el contrario conocer que causas le están dificultando el crecimiento de la misma y conocer el ambiente como las amenazas y oportunidades para así explotar las fortalezas , aprovechar las oportunidades, superar las debilidades y defenderse de las amenazas.

Análisis FODA de la Avícola Fernando	
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Líder en bajos costos del Producto (pollo).• Proveedores eficientes.• Servicio de entrega a domicilio.• Adecuada infraestructura.	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Publicidad en redes sociales.• Abrir una sucursal en otra ciudad.• Alianzas estratégicas con otras empresas.• Distribuir producto (pollos) a tiendas.
Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Falta de estrategias de publicidad.• No conocer sus propias debilidades.• Aplicaciones de conceptos administrativos caducos.• Manejo inadecuado de los recursos.	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Altos impuestos a las empresas.• Crisis que atraviesa el país.• El cambio de Clima (época de lluvias)• Producto sustituto a la carne de pollo.

Tabla 12
Análisis FODA de la Avícola
Elaborado por: Alan Salazar v.

Matriz de Evaluación de Factores Internos

La matriz de evaluación de factores internos, una vez que se ya se hayan detectado las fortalezas y debilidades de la avícola Fernando podemos elaborar la matriz EFI para que nos permita evaluar cada estrategia para aprovechar las fortalezas y cuales estrategia nos permita minimizar las debilidades.

Matriz de Evaluación de Factores Internos de la Avícola Fernando

N.-	factores	peso	calificación	Peso ponderado
Fortalezas				
1	Líder en bajos costos del Producto (pollo).	0.20	4	0.80
2	Proveedores eficientes.	0.10	3	0.30
3	Servicio de entrega a domicilio.	0.10	3	0.30
4	Adecuada infraestructura.	0.10	3	0.30
Debilidades				
1	Falta de estrategias de publicidad.	0.15	1	0.15
2	No conocer sus propias debilidades.	0.15	1	0.15
3	Servicio de entrega a domicilio.	0.10	2	0.20
4	Adecuada infraestructura.	0.10	2	0.20
total		1		2.40

Tabla 13
Matriz de Evaluación de Factores Internos
Elaborado por: Alan Salazar v.

La conclusión a la que llegamos de la matriz EFI la principales fortalezas son: líder en bajo costo del producto (pollo) es la más baja del mercado por eso se dedica a distribuir al por mayor, también tiene proveedores eficientes lo que significa que siempre va a tener producto cuando lo necesite y en el tiempo que lo requiera y la infraestructura adecuada que le permite la facilidad al momento de abastecimiento, cuidado y salida del producto.

La principal debilidad es no conocer sus propias debilidades ya que si no las conoce no puede implementar estrategias para minimizarlas, la falta de estrategias publicitarias no permite que la Avícola que otras personas además de sus clientes conozcan sus productos y precios que ofrecen.

Matriz de Evaluación de Factores Externos

La matriz de evaluación de factores externos, una vez que se ya se hayan detectado las oportunidades y amenazas de la avícola Fernando podemos elaborar la matriz EFE para que nos permita evaluar cada estrategia y determinar que oportunidades se pueden aprovechar y cuáles no, también saber de qué amenazas nos debemos de defender y que estrategias se van a utilizar.

Matriz de Evaluación de Factores Internos de la Avícola Fernando

N.-	factores	peso	calificación	Peso ponderado
Oportunidades				
1	Publicidad en redes sociales.	0.20	4	0.80
2	Abrir una sucursal en otra ciudad.	0.10	2	0.20
3	Alianzas estratégicas con otras empresas.	0.10	3	0.30
4	Distribuir producto (pollos) a tiendas.	0.10	2	0.20
Amenazas				
1	Altos impuestos a las empresas.	0.20	2	0.20
2	Crisis que atraviesa el país.	0.15	1	0.15
3	El cambio de Clima (época de lluvias)	0.05	2	0.10
4	Producto sustituto a la carne de pollo.	0.10	3	0.30
total		1		2.25

Tabla 14
Matriz de Evaluación de Factores Externos
Elaborado por: Alan Salazar v.

Podemos concluir diciendo que la matriz EFE, las principal el oportunidades que pudimos detectar son: utilizar las redes sociales para hacer publicidad a la avícola debido a que no hay gastos en esta publicidad por que los usuarios de redes sociales pueden publicar gratuitamente y la principal amenaza es la crisis en el país que tiene calificación 1.

Matriz FO FA DO DA

Matriz FO FA DO DA de la Avícola Fernando		
<p>Elaboración de estrategias administrativas para mejorar el volumen de ventas de la Avícola Fernando del Cantón Milagro.</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad en redes sociales.(O1) • Abrir una sucursal en otra ciudad. (O2) • Alianzas estratégicas con otras empresas. (O3) • Distribuir producto (pollos) a tiendas.(O4) 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altos impuestos a las empresas. (A1) • Crisis que atraviesa el país. (A2) • El cambio de Clima (época de lluvias) (A3) • Producto sustituto a la carne de pollo. (A4)
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Líder en bajos costos del Producto (pollo). (F1) • Proveedores eficientes.(F2) • Servicio de entrega a domicilio.(f3) • Adecuada infraestructura.(F4) 	<p>FO estrategias ofensivas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el bajo costo de nuestros productos para hacer publicidad de ellos en redes sociales. (F1O1) • Aprovechar nuestro servicio de entrega a domicilio para distribuir nuestros productos a tiendas. (F3O4) • Aprovechar nuestros eficientes proveedores para abrir una sucursal en otra ciudad. (F2O2) 	<p>FA estrategias defensivas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modernizar la infraestructura para minimizar los daños en la época de lluvias. (F4A3) • Hacer planes de distribución para que nuestros productos siempre llegue a tiempo y evitar que los clientes compren producto de la competencia o sustitutos. (F3A4)
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de estrategias de publicidad. (D1) • No conocer sus propias debilidades. (D2) • Aplicaciones de conceptos administrativos caducos. (D3) • Manejo inadecuado de los recursos. (D4) 	<p>DO estrategias adaptativas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar estrategias publicitarias en redes sociales para captar nuevos clientes. (D1O1) • Actualizar los conceptos administrativos para hacer una planeación estratégica que permita alcanzar las metas propuestas.(D3O2) • Diseñar procesos operativos para optimizar el manejo de los recursos de la avícola. (D4O4) 	<p>DA estrategias de supervivencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar de marketing reducir el impacto que genera la crisis en el país en las ventas. (D1A2) • Capacitación adecuada del personal para hacerle frente al nivel de competitividad del mercado. (D3A4)

Tabla 15
Matriz FO FA DO DA
Elaborado por: Alan Salazar v.

3.2 Conclusión

1.- Debido a que la avícola Fernando no ha hecho el análisis FODA no conocía cuales eran su debilidades entonces le era imposible formular estrategias que le permitan minimizar el impacto de esas debilidades en la competitividad de la avícola en las ventas.

2.- La falta de aplicación de estrategias publicitarias se debía a que el administrador confía solo en el buen servicio que brindaba para que sus clientes estén conformes y regresen, no se preocupaba de buscar nuevos clientes. Sabiendo que la Avícola Fernando es líder en bajos costo de producto no explota esta fortaleza que tiene debido a que el administrador no cree que sea necesario gastar en publicidad.

3.- La actual infraestructura con la que cuenta la avícola está bien por ahora pero cuando llegue la época de lluvias debería hacer algunas mejoras para tratar de minimizar los efectos de esta época.

4.- Con la información analizada nos podemos dar cuenta de que las conclusiones anteriores recaen en que el administrador aplica conocimientos administrativos caducos lo cual también genera que no se administren de una manera óptima los recursos con los que cuenta la avícola.

3.3 Recomendaciones.

- 1.- Se recomienda hacer un análisis FODA para la avícola Fernando para que pueda conocer el ambiente interno (fortalezas y debilidades) y ambiente externo (oportunidades y amenazas) de la avícola para así poder elaborar las estrategias administrativas que necesita para mejorar su volumen de ventas.
- 2.- La avícola debería considerar utilizar la publicidad en redes sociales debido a que publicar en redes sociales no cuesta no generaría un gasto para la avícola sino más bien aprovecharía el internet que tiene y de esta manera poder captar nuevos clientes, teniendo en cuenta los precios bajos en sus producto esto podría generar un aumento en el volumen de las ventas y mejorar su rentabilidad sin aumentar gastos.
- 3.- Deberían modernizar ciertos aspectos de la infraestructura para hacerle frente a la época de lluvias y de esta manera el impacto que genere sea mínimo y hacer planes de contingencia para estar preparados para cualquier situación que se pueda dar en esta época como por ejemplo estar preparados para las inundaciones.
- 4.- Recomiendo que el administrador y los empleados se capaciten para refrescar los conocimientos en la administración, una vez ya actualizados los conocimientos podrán tener una buena planeación estratégica y diseñar procesos operativos que permitan optimizar el manejo adecuado de los recursos con los cuales cuenta la avícola.

BIBLIOGRAFIA

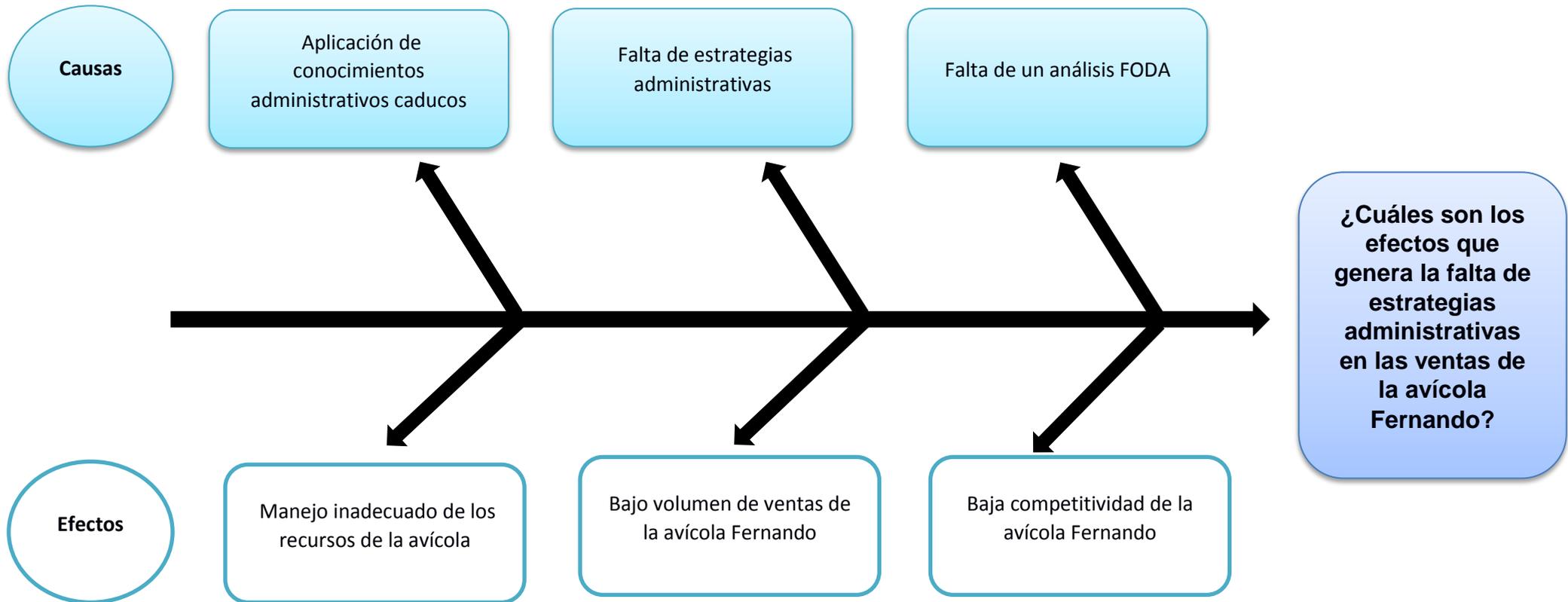
- (s.f.). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/acevedo_l_r/capitulo2.pdf
- (s.f.). Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>
- (s.f.). Obtenido de http://docente.ucol.mx/adan_cruz/public_html/metem.htm
- bernal. (2010). *metodologia de la investigacion*. Colombia: Orlando Fernandez Palma.
- Bernal, C. a. (2014). *metodologia de la inestigacion*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/anitix/mtodos-de-investigacin-cesar-augusto-bernal>
- Bonilla, s. J. (Dirección). (2016). *reseña historica de la avicola Fernando* [Película].
- Cimaomo, G. (s.f.). Obtenido de http://www.kaleidoscopio.com.ar/fs_files/user_img/academia/filosofia_/Investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica.pdf
- ezequiel. (2007). Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/07/investigacion-basica-e-investigacion.html>
- http://ipes.anep.edu.uy/documentos/investigacion/materiales/inv_cuanti.pdf. (s.f.). Obtenido de http://ipes.anep.edu.uy/documentos/investigacion/materiales/inv_cuanti.pdf.
- <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>. (julio de 2010). Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>.
- johnson y scholes. (2001). *direccion estrategica*. españa: prentice hall.
- Merino, J. P. (2008). *definicion.de*. Recuperado el 2008, de <http://definicion.de/estrategia/>: <http://definicion.de/estrategia/>
- rena. (s.f.). Obtenido de www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/HT4a.html
- Sampieri, h. (2006). *metodologia de la investigacion*. mexico: mc Graw hill. scholer, j. (2009)
- http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_estrategica.pdf.
- Servicio de Rentas Internas*. (13 de Noviembre de 2016). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/32steiner>. (1991).
- Steiner, G. (2003). *planeacion estrategica: lo que tododirector debe saber 29 edicion*. mexico: CECSA.
- thomson y strickland. (2012). *dreccion y administracion estrategica 18 edicion*. mexico: mc Graw hill.
- VARGAS, L. Y. (2011). *implementacion de estrategias de coaching en la granja avicola Matilde Esther para mejorar su clima organizacional y la calidad de vida de los empleados*. milagro.

APPENDICES

Logotipo de la empresa



Matriz del Problema (Causa-Efecto)



Elaborado por: Alan Salazar V.

ESTADOS DE RESULTADOS DE LA AVÍCOLA FERNANDO

avicola fernando	
estado de resultados del 1 de Enero del 2015 al 31 de Diciembre del 2015	
ventas	11040
costo de ventas	7440
utilidad bruta	3600
gastos operativos	1208
utilidad operativa	2392
otros ingresos	0
utilidad antes del impuesto	2392
15% participacion de trabajadores	358,8
20% impuesto a la renta	47,84
utilidad neta	1985,36

Tabla 16
Estados de Resultados
Elaborado por: Alan Salazar v

Carta de autorización

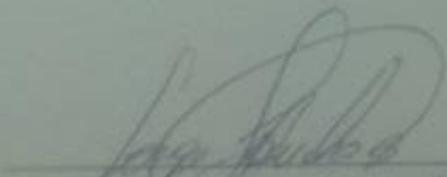


CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA AVICOLA "FERNANDO"

Miagro, 26 de Noviembre del 2014

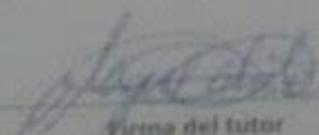
Para: Alan Kevin Salazar Vallejo

Por medio de la presente, yo, Sr. Jorge Sancho Bonilla, administrador de la avícola "Fernando", les comunico que la avícola que presido ha aceptado su solicitud para que usted lleve a cabo su investigación en las instalaciones de nuestra avícola.


Sr. Jorge Sancho Bonilla 0912381536
Administrador de la avícola "Fernando"

Análisis de anti plagio

CÓDIGO		Incluido Por	
Nombre	CONTRATO DE SERVICIO DE MANEJO DE RESERVA	0	100%
Apellido	CONTRATO DE SERVICIO DE MANEJO DE RESERVA	0	100%
Apellido	CONTRATO DE SERVICIO DE MANEJO DE RESERVA	0	100%
Apellido	CONTRATO DE SERVICIO DE MANEJO DE RESERVA	0	100%
Apellido	CONTRATO DE SERVICIO DE MANEJO DE RESERVA	0	100%
Apellido	CONTRATO DE SERVICIO DE MANEJO DE RESERVA	0	100%
Apellido	CONTRATO DE SERVICIO DE MANEJO DE RESERVA	0	100%
Apellido	CONTRATO DE SERVICIO DE MANEJO DE RESERVA	0	100%
Apellido	CONTRATO DE SERVICIO DE MANEJO DE RESERVA	0	100%
Apellido	CONTRATO DE SERVICIO DE MANEJO DE RESERVA	0	100%


Firma del tutor
Eco. Echarte Fernández Miguel Ángel
0956231856