

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

**Plan Estratégico y Rentabilidad Financiera de la Empresa 2RH
Innova SAC, Huancayo 2019**

Para optar : El Título Profesional de Licenciada en
Administración

Autor : Bach. Noemi Jackelin Huatarongo Contreras

Asesor : Dr. Uldarico Inocencio Aguado Riveros

Línea de investigación Institucional: Ciencias Empresariales y Gestión de los
Recursos

Fecha de Inicio y

Culminación : 23.10.2020 – 22.10.2021

Huancayo - Perú

2023

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

TESIS

**PLAN ESTRATÉGICO Y RENTABILIDAD FINANCIERA DE
LA EMPRESA 2RH INNOVA SAC, HUANCAYO 2019**

PRESENTADA POR:

Bach. Huatarongo Contreras Noemi Jackelin

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

Licenciada en Administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS
APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

DECANO : _____
DR. VÁSQUEZ VÁSQUEZ WILBER GONZALO

PRIMER MIEMBRO : _____
MG. SANTANA CAMARGO WALTER RUBEN

SEGUNDO MIEMBRO : _____
MTRO. MARTINEZ VITOR PAUL DENIS

TERCER MIEMBRO : _____
MTRO. VARGAS ARISTE YULIANA

Huancayo, 08 de Junio del 2023

**PLAN ESTRATEGICO Y RENTABILIDAD FINANCIERA
DE LA EMPRESA 2RH INNOVA SAC, HUANCAYO 2019**

ASESOR:

DR. ULDARICO INOCENCIO AGUADO RIVEROS

DEDICATORIA:

Quiero dedicar esta tesis, principalmente a Dios por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional que me formaron con buenos hábitos y valores, lo cual me ayudó a salir adelante en los momentos más difíciles.

A toda mi familia en general por haber compartido buenos y malos momentos y a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

Noemi J. Huatarongo Contreras.

AGRADECIMIENTO:

A mis padres pese a su carencia económica lograron conseguir lo que soy ahora, todos mis logros se los debo a ellos ya que con su dedicación y palabras de aliento nunca bajaron los brazos para que yo tampoco lo haga y a toda mi familia por brindarme su apoyo incondicional, a mi hermana por ser mi motivación para poder ser mejor profesionalmente y ser un ejemplo para ella.

A mi asesor de tesis Dr. Uldarico Aguado Riveros, por su motivación y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia, ha logrado que pueda seguir con este proyecto. Asimismo, a todos mis maestros que durante mi carrera profesional ha aportado un granito de arena y ahora poder lograr uno de mis anhelos.

A la memoria de mi abuela quien ha estado cuidándome y guiándome y sé que desde el cielo me derrama muchas bendiciones, de mis madrinas Raquel Muzurieta Diaz y Martha Muzurrieta Diaz (Q.E.P.D), quienes me brindaron el apoyo y la motivación para poder empezar la carrera de administración.

Noemi J. Huatarongo Contreras

CONSTANCIA

DE SIMILITUD DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN POR EL SOFTWARE DE PREVENCIÓN DE PLAGIO TURNITIN

La Dirección de Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, hace constar por la presente, que el Informe final de tesis titulado:

PLAN ESTRATÉGICO Y RENTABILIDAD FINANCIERA DE LA EMPRESA 2RH INNOVA SAC, HUANCAYO 2019

Cuyo autor(es) : NOEMI JACKELIN HUATARONGO CONTRERAS.

Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.

Escuela Profesional : ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS.

Asesor(a) : DR. ULDARICO INOCENCIO AGUADO RIVEROS.

Que fue presentado con fecha 13.02.2023 y después de realizado el análisis correspondiente en el software de prevención de plagio Turnitin con fecha 14.02.2023; con la siguiente configuración de software de prevención de plagio Turnitin:

- Excluye bibliografía.
- Excluye citas.
- Excluye cadenas menores de a 20 palabras.
- Otro criterio (especificar)

Dicho documento presenta un porcentaje de similitud de 29%.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N°11 del Reglamento de uso de software de prevención de plagio, el cual indica que no se debe superar el 30%. Se declara, que el trabajo de Investigación: Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.

Observaciones: Numero 02 de intento(s).

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 15 de Febrero del 2023.



Dr. Armentis José Alberto Ávila
 Director de Unidad de Investigación
 Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Contenido

Dedicatoria:	v
Agradecimiento:.....	vi
Contenido	viii
Contenido de tablas	xi
Contenido de figuras.....	xiii
Resumen	xiv
Abstract	xv
Introducción	xvi
CAPÍTULO I.....	17
I.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Descripción de la realidad problemática	17
1.2. Delimitación del problema	21
1.3. Formulación del problema	22
1.3.1. Problema general	22
1.3.2. Problemas específicos.....	22
1.4. Justificación	22
1.4.1. Social	22
1.4.2. Teórica	22
1.4.3. Metodológica.....	23
1.5. Objetivos.....	23
1.5.1. Objetivo general	23
1.5.2. Objetivos específicos	23
CAPÍTULO II.....	24
II.MARCO TEÓRICO	24
2.1. Antecedentes.....	24
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	24

2.1.2. Antecedentes Nacionales	26
2.2. Bases teóricas o científicas	32
2.3. Marco Conceptual	55
CAPÍTULO III.....	58
III.HIPÓTESIS.....	58
3.1. Hipótesis general.....	58
3.2. Hipótesis específicas	58
3.3. Variables.....	58
CAPÍTULO IV.....	63
IV.METODOLOGÍA	63
4.1. Método de investigación.....	63
4.2. Tipo de investigación	64
4.3. Nivel de investigación.....	64
4.4. Diseño de investigación.....	64
4.5. Población y Muestra.....	64
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	65
4.7. Procedimiento de procesamiento y análisis de datos.	66
4.8. Aspectos éticos de la investigación.....	66
CAPÍTULO V RESULTADOS	67
5.1. Descripción de resultados	67
5.2. Contrastación de hipótesis	76
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	82
CONCLUSIONES.....	85
RECOMENDACIONES	86
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88
ANEXOS.....	99
Anexo1. Matriz de consistencia.....	100

Anexo 2. Matriz de Operacionalización de variables.....	102
Anexo 3. Matriz de Operacionalización de instrumento.....	105
Anexo 4. Instrumento de investigación.....	108
Anexo 5. Confiabilidad del instrumento	110
Anexo 6. Data de procesamiento de datos	116
Anexo 7. Consentimiento informado	118
Anexo 8. Fotos de aplicación del instrumento.....	119

Contenido de tablas

Tabla 1. Rentabilidad sobre el Capital (ROE) últimos 12 meses (%) a junio de 2017	19
Tabla 2. Modelos de planeamiento estratégico.....	43
Tabla 3 Operacionalización de variables.....	60
Tabla 4. Distribución de frecuencias de la variable Plan estratégico de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.	67
Tabla 5. Distribución de frecuencias de la dimensión planeamiento financiero de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	68
Tabla 6. Distribución de frecuencias de la dimensión Análisis FODA de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	70
Tabla 7. Distribución de frecuencias de la dimensión gestión administrativa de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	71
Tabla 8. Distribución de frecuencias de variable rentabilidad financiera de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	72
Tabla 9. Distribución de frecuencias de dimensión liquidez financiera de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	73
Tabla 10. Distribución de frecuencias de dimensión solvencia económica de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	74
Tabla 11. Distribución de frecuencias de dimensión apalancamiento financiero de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	75
Tabla 12. Correlación entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.	77
Tabla 13. Correlación entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.	78

Tabla 14. Correlación entre análisis FODA y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019	79
Tabla 15. Correlación entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019	81

Contenido de figuras

Figura 1 Gráfica de barras del nivel del Plan estratégico de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	68
Figura 2 Gráfica de barras del nivel de planeamiento financiero de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.	69
Figura 3 Gráfica de barras del nivel de Análisis FODA de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	70
Figura 4 Gráfica de barras del nivel de gestión administrativa de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	71
Figura 5 Gráfica de barras del nivel de rentabilidad financiera de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	72
Figura 6 Gráfica de barras del nivel de liquidez financiera de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	73
Figura 7 Gráfica de barras del nivel de solvencia económica de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.....	74
Figura 8 Gráfica de barras del nivel de apalancamiento financiero de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.	76

Resumen

La presente investigación tuvo como problema general ¿Cuál es la relación entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019?, para lo cual su objetivo general fue “Establecer la relación entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019”. Con respecto a la metodología se consideró como método general, el método científico y como métodos específicos el hipotético – deductivo; siendo una investigación de nivel correlacional y diseño no experimental – transaccional. La población y muestra de la investigación estuvo representada por 21 personas que integran la empresa; además de la encuesta aplicada se utilizó como técnica de recopilación de información una entrevista con el gerente de la empresa para los aspectos cualitativos. Así mismo para la contratación de la hipótesis se utilizó el método estadístico de correlación Tau b de Kendall, siendo este el que permitió concluir que existe relación directa entre Plan Estratégico y Rentabilidad financiera de la empresa 2RH INNOVA SAC, por ende, se recomienda fortalecer el Planeamiento Financiero de la empresa ya que muestra una relación positiva con la rentabilidad financiera.

Palabras clave: Plan estratégico, rentabilidad financiera y gestión.

Abstract

The present investigation had as a general problem: What is the relationship between the strategic plan and the financial profitability of the 2RH INNOVA SAC Company in 2019? for which its general objective was “To determine the relationship between the strategic plan and the period financial profitability of the 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019”. Regarding the methodology, the inductive - deductive method is considered as a general method, and observation and the case study as specific methods; being a descriptive-level investigation of non-experimental - transactional - descriptive comparative design. The population and sample of the investigation was represented by 21 people who make up the company; In addition to the applied survey, an interview with the manager of the company for qualitative aspects was used as an information gathering technique. Likewise, for the contracting of the hypothesis, the statistical method of Kendall's Tau b correlation was used, this being the one that allowed us to conclude that there is a direct relationship between the Strategic Plan and the financial profitability of the company 2RH INNOVA SAC, therefore, it is recommended to strengthen the Financial Planning of the company since it shows a positive relationship with financial profitability.

Keywords: Strategic Plan, Financial Profit and management

Introducción

La globalización generada desde los años 90, está mostrando cambios drásticos sobre el comportamiento de los mercados y de la propia humanidad. Tal es así que los avances tecnológicos crecen en una forma exponencial, los mercados se desarrollan cada vez más rápido; todo ello permite a la empresa que se encuentre preparada para afrontar estos cambios.

La empresa 2RH INNOVA SAC no está ajeno a esta situación, la ciudad de Huancayo en la que viene trabajando muestra una dinámica comercial grande, con cambios que vienen dándose a partir del 2005. Sin embargo, para hacer frente a este hecho, se requiere que la empresa genere acciones para avizorar el futuro, previniendo los riesgos y aprovechando las oportunidades. Parte de este proceso, es la que se contempla en el planeamiento estratégico.

En tanto, el objetivo planteado de esta investigación es establecer la relación entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019, por lo que, toda entidad requiere y busca generar rentabilidad, siendo encaminado con una buena organización aplicando estrategias para una competitividad y oportunidad de crecimiento de la microfinanciera.

Las teorías tomadas de referencia son el planeamiento estratégico, que es una previsión en el sentido ampliado, puesto que se requiere establecer metas y objetivos a consolidarse durante un periodo establecido en el proceso de planeación. En ese sentido un plan estratégico es el apoyo para la dirección estratégica de la empresa, siendo un factor clave en la realización. Existen diversos métodos de planeamiento, Fred, Kaplan y Norton, planeamiento estratégico sistémico y el modelo de planeamiento secuencial de Fernando e D'Alessio. Todos los modelos parten de una cuestión que es el diagnóstico o la etapa de la formulación, en la segunda fase es la que se desligan las metodologías encaminando e impulsando sus pilares.

Frente a este panorama en la investigación se formuló el siguiente problema ¿Cuál es la relación entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019?

La hipótesis formulada es, existe relación significativa entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

La estructura de la investigación se contempla de 5 capítulos y se estructura de la siguiente manera: en el capítulo I, se formula y plantea el problema de investigación, justificación y el objetivo general y específicos; el capítulo II, se encuentra el marco teórico, mostrando las investigaciones previas y el modelo de planeamiento usado, la referencia teórica de la rentabilidad y marco conceptual que considera la definición palabras claves de la investigación; el capítulo III, se muestra la hipótesis de la investigación, basado en los antecedentes revisados en el capítulo anterior, conjuntamente con la operacionalización de variables; en el capítulo IV, se define la metodología a usarse dentro de la investigación, mostrando una investigación eminentemente descriptiva y de caso, basado en la empresa 2RH INNOVA SAC.; el capítulo V, se presenta los resultados de la investigación a nivel descriptivo y de la contrastación de hipótesis. Por último, se presentan las conclusiones que corresponden a la investigación y las recomendaciones respectivas.

La Autora

CAPÍTULO I

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Descripción de la realidad problemática

Las instituciones microfinancieras asumen una vital importancia al interior del sistema económico peruano al mostrar una mayor cantidad de oferta de recursos financieros (créditos) hacia el sector medio y pobreza de la población del país (microempresas y hogares), generando de este modo oportunidades en los negocios, mejoras de niveles de vida (Aguilar, 2013). Durante los últimos años el sector financiero ha crecido considerablemente. Este sector como toda empresa privada, se observa que los intereses que muestran los entes crediticios, es de obtener utilidades frente a dinero prestados, a niveles bajos de interés muy ventajosas (Ferrer, 2009).

A partir de los inicios del año 90, el sistema financiero fue parte de las reformas implementadas, experimentando cambios estructurales; tal es así que la banca comercial experimentó una desconcentración en todo el Perú, tanto en participación de mercado como en apertura de nuevas agencias (Aguilar et.al, 2005). Estas reformas desarrolladas a su vez

acondicionando situaciones para el crecimiento de microfinancieras, mediante instituciones microfinancieras (IMF) conformado por las: las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC), las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC), las Entidades de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa (EDPYME) y los bancos orientados en microcrédito como son el Banco del Trabajo, Mibanco y Financiera Solución (Portocarrero, 1999 tomado por Aguilar et.al, 2005).

Tal como afirma Aguilar (2013) a ese efecto las estadísticas muestran que las carteras de créditos crecieron a una tasa promedio anual de 30% entre 2001 – 2009, por su parte los depósitos alcanzaron un crecimiento promedio anual de 28% en ese mismo periodo; el número de oficinas pasó de 240 en el 2001 a 1066 en 2009. Diversos estudios ponen de manifiesto que el crecimiento del sector financiero lleva un efecto favorable frente al incremento del nivel de actividades o negocios originados de las regiones del Perú, muy diferente a lo que paso con los acuerdos del sector bancario; llegando a impactar en gran medida en regiones con mayor índice de pobreza.

En la actualidad, toda empresa debe enfrentar escenarios inciertos, para ello, la asignación de los recursos debe de ser eficiente (tanto tangibles e intangibles), de la información y de nuevas tecnologías. El aprovechamiento de las fortalezas y mejoras en las debilidades deben de impulsar su desarrollo del mismo. En el Perú, los bancos y las cajas municipales van tomando posesión del mercado financieros, sin embargo, la literatura y diversas investigaciones no muestran el comportamiento de las casas de créditos.

Los préstamos pueden darse en dos modalidades, la formal que esté articulada a las entidades reguladas y supervisadas bajo la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), mientras que las informales no están constituidas legalmente o simplemente trabajan a espaldas del marco legal. En el Perú existen casas de préstamos ya sean formales e informales con préstamos diarios, semanales, quincenales, mensuales a unas tasas de interés exorbitantes.

De acuerdo al Banco Central de Reserva del Perú - BCRP (2017), en el *Reporte de Estabilidad Financiera*, se describe el análisis comparativo de diversos indicadores financieros de las empresas peruanas y de otros países de la región. En la sección rentabilidad del mencionado reporte se observa que las empresas de México muestran mayor rentabilidad sobre el patrimonio, pues su economía mostró un buen desempeño; sin embargo, las empresas brasileñas mostraron menor rentabilidad debido a la inestabilidad política en ese país. Para el caso de las empresas en el Perú, se muestra un comportamiento menor al de México y similar al de Chile en los sectores industrial, material y servicios, en resumen, muestran la tabla de Rentabilidad sobre el capital (ROE).

Tabla 1.

Rentabilidad sobre el Capital (ROE) últimos 12 meses (%) a junio de 2017

Sector	Perú	Chile	México	Brasil
Inmobiliario	8,7	8,8	-	0,8
Consumo Básico	12,7	7,3	12,5	12,6
Consumo Discrecional	10,0	10,6	9,7	6,1
Energía	8,0	4,5		2,9
Industrial	4,5	2,9	11,6	2,5
Materiales	5,2	4,2	10,3	0,1
Servicios Públicos	10,6	10,1	19,3	2,1
Servicios de Telecomunicaciones	5,0	0,1	18,0	3,5
Total	7,6	5,3	16,2	1,0

Nota: Banco Central de Reserva del Perú

En ese sentido, en el *Reporte de Estabilidad Financiera 2018* del BCRP, se muestra que la rentabilidad del sistema financiero peruano tuvo un crecimiento leve a consecuencia del crecimiento de los créditos y el descenso de los gastos financieros debido a la recomposición de los pasivos. En cuanto a las financieras, se muestra que éstas experimentaron una mejora de los indicadores de rentabilidad, durante los últimos doce meses, esto por el incremento de las

colocaciones demandadas por las MYPES y para consumo lo que trajo consigo un aumento patrimonial; así mismo, en el caso de las Cajas, los indicadores muestran bajos niveles de morosidad y altos índices de rentabilidad. Por otro lado, la Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) muestra resultados constantes al 2017 y 2018 pero menores a los de 2016 para el caso de las empresas que emiten en el exterior y están registradas en la Bolsa de Valores de Lima (BVL).

El estudio de Instituto Peruano de Economía (IPE) manifiesta que gran parte de los préstamos de créditos informales (PCI), los demandantes perciben ingresos diarios o semanales (en muchos casos son comerciantes), es decir, los que perciben los créditos informales, son los que muestran trabajos informales; asimismo, los préstamos percibidos por éstas son de 51.8% por las familias, 26.1% amigos, 12.7% prestamistas y otros 9.4% (cooperativa o mutual, centro de trabajo, ONG, casa de empeño). En caso de ellos, los que más valoran para acogerse a estos préstamos es el tiempo de desembolso del dinero, seguido de la distancia a la oficina, tasa de interés y los trámites ágiles que se realizan. De los resultados encontrados, la tasa mensual en promedio se encuentra en 10%, con una tasa efectiva anual (TEA) mayor a 100%; el uso que le dan al monto prestado es para capital de trabajo (20.5%), pago de deudas (20.5%) entre otros aspectos.

Existe una relación entre el préstamo del crédito formal y los créditos informales. Antes de adquirir los créditos formales, el 56% no ha solicitado ningún crédito a una entidad financiera formal, mientras que el 44% si ha solicitado. Las razones por las que no han solicitado son las altas tasas de interés (22.6%), muchos requisitos (21.6%) y los trámites largos y engorrosos (14.5%) (Instituto Peruano de Economía, 2012).

La provincia de Huancayo, al ser una de las principales ciudades del Perú, muestra una dinámica comercial importante para la macro región centro, la actividad económica en esta ciudad hizo que se concentrara una gran cantidad de microfinancieras formales e informales

otorgando créditos. Tal es el caso de la empresa 2RH INNOVA SAC, microfinanciera que viene funcionando como casa de cambio desde junio del 2017, determinando como nicho de mercado a los comerciantes de los mercados del distrito de Huancayo, Chilca, El Tambo, San Agustín y Chupaca. Los préstamos que se realizan son semanales con un techo máximo de 5,000.00 soles.

Al ser una microfinanciera en proceso de formación y crecimiento, existen grandes potencialidades que puede aprovecharse; sin embargo, no está clara la visión que desean alcanzar en un mediano y largo plazo, tampoco cuenta con las estrategias necesarias para consolidarse.

1.2. Delimitación del problema

1.2.1. Delimitación Espacial

El presente trabajo de investigación se ejecutó en la empresa microfinanciera 2RH INNOVA SAC.

1.2.2. Delimitación Temporal

El tiempo en la que se llevo a cabo la investigación fue el 2018, con un proceso de implementación de 2019-2025.

1.2.3. Conceptual o temática.

- **Planeamiento:** Es una anticipada decisión a tomar con el fin de reducir la incertidumbre y guiar una situación deseada mediante medios instrumentales. Anticipar un hecho futuro, genera respuestas posibles. Podemos mencionar entonces la previsión, organización coordinación de esfuerzos y control de acciones y de resultados
- **Estrategia:** sistema mediante el cual se consiguen objetivos a largo plazo. Ofrecen factibles actividades de acción que necesitan capacidad decisiva a cargo de directivos o funcionarios y de diversos recursos de la institución.

Medios a través de los cuales se alcanzarán los objetivos a largo plazo. Son posibles cursos de acción que requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de recursos de la organización.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019?

1.3.2. Problemas específicos.

1. ¿Cuál es la relación entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019?
2. ¿Cuál es la relación entre análisis FODA y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019?
3. ¿Cuál es la relación entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019?

1.4. Justificación

1.4.1. Social

Se espera que 2RH INNOVA SAC implemente una planificación estratégica para mejorar los procesos en la toma de decisiones, así como proponer la visión que apunta la empresa que permita posicionarse en el mercado, permitiendo fortalecer el desempeño financiero de la empresa.

1.4.2. Teórica

A fin de fundamentar las variables de estudio, del análisis interno y externo de la empresa, debemos sustentar en fuentes teóricas científicas más actualizadas, en el marco teórico de

David Fred, Porter y D'Alessio, asimismo sus implicancias dentro del nivel de rentabilidad de la misma.

1.4.3. Metodológica

Básicamente, el estudio aporta en la articulación de las diversas teorías sobre planeamiento estratégico y su implementación dentro de la formulación de las estrategias de una microfinanciera en proceso de formación y crecimiento como es 2RH INNOVA SAC.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Establecer la relación entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Establecer la relación entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.
2. Establecer la relación entre análisis FODA y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.
3. Establecer la relación entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

CAPÍTULO II

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Según Mendoza, R. (2014), refiere en su investigación “*Diseño del plan estratégico 2013-2017 de la empresa Patricia Ramírez*” cuyo objetivo general es formular el plan estratégico 2013- 2017 para la empresa Patricia Ramírez, con la finalidad de incrementar sus actividades operativas, paralelamente efectivizar su capacidad directiva total. A la vez presenta un tipo de investigación descriptivo, puesto que el objetivo es describir el contexto, costumbres, conducta entre otros comportamientos que se manifiestan en la institución, mediante la descripción detallada y verdadera de las actividades, procesos y recurso humano que lo constituye, por lo tanto, para recabar datos e información se utilizan diversas técnicas e instrumentos; siendo la observación, entrevista, encuesta, todo mediante el cuestionario. A raíz de todo ello; en la investigación se concluye que ; es vital que toda organización disponga de un plan estratégico no únicamente con el fin de que la gerencia logre los lineamientos institucionales, sino puesto que se encuentra relacionado con todos los colaboradores del

institución, y se enfoca en la sinergia para conseguir sus objetivos comunes, a la vez cada uno de los trabajadores tendrá claro su camino al saber hacia dónde quiere llegar y reflejara compromiso e identidad frente a ese camino o ruta, por ultimo se aconseja a la institución informar y publicar el direccionamiento estratégico y las diversas estrategias a los integrantes de la organización, con el objetivo de generar altos niveles de compromiso en la totalidad de colaboradores de la empresa Patricia Ramírez- 2014.

De la misma forma, Bedoya, Y., & Domínguez, D. (2013) en su tesis denominada “*Plan estratégico para la empresa FUNDELEC LTDA que le permita afrontar y aprovechar el TLC entre Colombia y Estados Unidos*”. Aspirantes a optar la licenciatura de administrador de empresas en la Universidad Autónoma del Occidente en Cali – Colombia. El objetivo principal fue elaborar un modelo de plan estratégico para la organización FUNDELEC LTDA que le dé capacidad para hacer frente y sacar ventajas del TLC entre Colombia y Estados Unidos como una oportunidad de crecimiento. Dentro de las conclusiones a las que llego: menciona que el sistema de planeamiento estratégico para acostumbrarse a los diversos e imprevistos cambios y adecuamientos necesita de tiempo y ser mas constante, asimismo el recurso humano que labora en la organización (gerencia) se muestra comprometido, enfatizando este punto. Al factor del planeamiento se le adhiere los índices de incapacidad para habituarse al cambio en el sector el cual pertenece.

Para Cano, A., & Cifuentes, D. (2011) en su investigación “*Diseño e Implementación de un Plan Estratégico para la Empresa Disempack LTDA*”. Universidad de la Salle. Bogotá, Colombia. El Diseño e implementación de un plan estratégico para la empresa Disempack LTDA tiene como objetivo general conseguir que la institución llegue a realizar el plan estratégico, ya que no es un asunto o tema privado que el mercado al cual se enfrenta dia tras dia es muy exigente y cambiante; ya que su objetivo es innovar. Es por todo ello que la empresa

debe reflejar constante cambios para brindar al usuario sus productos y lograr satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes a través de estrategias.

Por otro lado, Guerra, E. (2009) en su tesis "*Plan estratégico de la empresa de calzado Michelle*". Universidad San Carlos, Guatemala. Tiene como objetivo principal elaborar un plan estratégico de la empresa; dentro de las conclusiones son, que ante la falta de un proceso formal dentro de un plan estratégico es la fundamental razón u origen de las deficiencias o problemas en la institución. Estos resultados se materializan en utilidades negativas que pueden mostrar las proyecciones; puesto que en el plan estratégico desde el año 2009, los niveles de resultado reflejan cifras con índices favorables que implican garantizar la permanencia de la empresa en el sector al cual pertenece y sus visiones futuras de crecimiento.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Asimismo, Noriega, Z., Molina, U., & Zavala, A. (2009), en su trabajo de investigación titulada "*Plan estratégico para las cajas municipales ahorro y crédito del Perú*" en concreto la investigación se acoge con el objetivo general de "Realizar un plan estratégico que permita ser competitivos para lograr el desarrollo y crecimiento sostenible de las cajas municipales de ahorro y crédito del Perú", como también el método de investigación es de naturaleza Cualitativa y Descriptiva, asimismo, el instrumento que fue usado es la entrevista aplicada a sujetos conocedores y que tengan relación con el sector microfinanciero, a raíz de ello se concluye que las cajas municipales de ahorro y créditos del mercado peruano logran ejecutar un desarrollo e incremento sostenible en tanto de apliquen las siguientes estrategias: implementación de productos y servicios innovadores para el sector PYME a través de la oportunidad de acceder al nuevo sistema tecnológico crediticio y el avance de los nuevos métodos informáticos de propiedad; incentivar actividades de integración, entre estas la conectividad de las cajas municipales del país, fragmentación o división de los usuarios en base del valor que implica; expansión de procesos que impulsen la motivación, identidad y

compromiso de los colaboradores de la empresa. Se recomienda a las cajas y la FEPCMAC que estimen o valúen la puesta en práctica de la visión, misión, código ético, normas, lineamientos, políticas, planes estratégicos y opciones de proyectos planteados en la presente investigación.

Por su parte, Altamirano, E., & Larrea, M. (2016) en su investigación titulada *“Planeamiento Estratégico Financiero para Aumentar la Rentabilidad de la Empresa Agrícola el Roble S.A.C. Chiclayo”* se propone como objetivo diseñar el planeamiento estratégico financiero de la empresa agrícola, para ello a través del método analítico y descriptivo correlativo por medio de observación y descripción explica la relación entre el planeamiento estratégico y la rentabilidad financiera. Finalmente, a partir de la investigación, se concluye que la estructura de costos es una estrategia vital en la mejora de la rentabilidad financiera, permitiendo que la empresa se enfoque en sus objetivos.

Para Contreras, I. (2006), en su trabajo de investigación *“Análisis de la rentabilidad económica (ROI) y financiera (ROE) en empresas comerciales y en un contexto inflacionario”* halla que en un contexto inflacionario los pasivos monetarios mantienen su valor nominal lo que significa una empresa menos endeudada, sin embargo, para que la empresa muestre indicadores positivos en un contexto de inflación se asevera que el costo de la deuda debe ser menor que la rentabilidad que genere la inversión. Teniendo en cuenta el preámbulo se analiza cuatro empresas comerciales y se halla que la rentabilidad de las empresas (ROE) está en función de los niveles óptimos de rentabilidad alcanzada sobre la inversión POI, lo que significa en otras palabras una adecuada rotación de los activos y un adecuado margen operativo de la empresa

Por otro lado, Hidalgo, J., Muñoz, R., & Rosales, G. (2015), en su investigación titulada *“Plan estratégico para la caja municipal de ahorro y créditos de Maynas, periodo 2015-2019”*, concluyen que la formulación de estrategias deberían centrarse en el desarrollo de

ventajas competitivas de la Caja Maynas, de tal modo que le faculten originar un valor de forma permanente; esto del diagnóstico realizado que permitió identificar que es necesario ejecutar cambios sustanciales, debido a los problemas que evidencia la Caja, en base a la visión, misión, organigrama, políticas, valores y principios que van de acuerdo al contexto actual. Por último; de toda la información recabada se asevera que las estrategias recopiladas para aplicarlas en la Caja Maynas, muestran un origen transformacional, puesto que proponen cambios y reestructuraciones en la empresa, como descuidarse de la atención a segmentos que hoy en día están prestando atención y se están centrando en las micro y pequeña empresa; a la vez de otorgar un alto valor o sentido social a las actividades que ejecuta, generando desarrollo para los negocios de sus usuarios, pero previendo el orden y seguridad social donde laboran.

Para Delgado, E., Flores, G., & Ninahuanca, S. (2016) en su trabajo de investigación *“Plan Estratégico para McDonald’s Perú: gestión de una cadena de suministros sostenible 2008-2010”*, proyecta formular un Plan Estratégico para la empresa McDonald’s ubicada en Perú, en función a evidencia del año 2007 y proyecciones al periodo 2008-2010, que desarrolle propuestas de solución a los problemas que se hayan identificado, para su consideración posterior por parte de la corporación dentro del marco global, y sirva de modelo para los demás países donde también labora la empresa McDonald’s. Por ende, al formular el Plan Estratégico se realizó los análisis concernientes a: análisis del entorno externo, indagación de la industria, elaboración matriz del perfil competitivo, análisis e investigación interna, análisis de la matriz EFI, etc. Instrumentos que le permitieron concluir que: un plan estratégico no únicamente muestra rentabilidad, sino también muestra relación y lógica frente a la estrategia general denominada “liderazgo en costos-mejor valor (tipo 2)”, además permite realizar la réplica. Por lo cual recomienda principalmente que la empresa McDonald’s ubicada en Perú implemente la propuesta de plan estratégico, frente al cual debería aplicar un constante seguimiento acerca

del cumplimiento de diversas metas y objetivos propuestos en los planes funcionales, de tal manera que se realicen los ajustes necesarios para el logro de los objetivos.

Asimismo, Sosa, J. (2014) propone en la investigación “*Propuesta de un plan estratégico y cuadro de mando integral para la contribución y mejora de la gestión en la institución Estrellas de Belén del distrito de la Victoria en el periodo 2014*”, cuyo objetivo general es ofrecer una propuesta de plan estratégico y matriz de mando integral como aporte y mejora a la gestión de la institución. Por lo cual utilizó la metodología basada en el análisis de la institución actual, posteriormente determino los datos y resultados finales de la aplicabilidad de los instrumentos de medida, en base a los resultados formularon las propuestas del Plan Estratégico, junto a ello se plantearon los indicadores de las diversas perspectivas y objetivos planteados, concretándose en la matriz del cuadro de mando integral. Finalmente se llegó a la conclusión, de que las estrategias formuladas para la organización permitirán que sus fortalezas se acrecienten, así como sacar ventajas, beneficios y provecho de las oportunidades que se presente, en cuanto a las debilidades y amenazas disminuirlas y neutralizarlas. Asimismo, recomienda reestructurar los costos relacionados a la remuneración del personal, para mejorar la situación laboral del personal de tal manera que se sientan motivados y contribuyan mejor con la institución.

Por su parte, Alvarado, A., & Chambi, R. (2017) proponen en su trabajo de investigación el “*Plan estratégico para una empresa distribuidora de accesorios y autopartes para vehículos, Arequipa 2017 – 2022*”, con el objetivo de que la empresa consiga posicionarse dentro de sus sector en Arequipa, a manera de ganar importancia y calidad como distribuidora de ventas al por mayor de materiales de vehículos, asimismo, obtener mejoras de crecimiento económico de la organización, a la vez conseguir incrementar económica y sustentablemente la institución, para lograr lo que se busca utilizaron la técnica de observación y entrevista, para los cuales se emplearon diversos instrumentos como ficha de observación y cuestionarios.

Frente a todo lo recabado en la investigación se concluye que la empresa ha tenido un crecimiento acelerado debido al incremento de la demanda de vehículos durante los últimos años. En cuanto a las características de los productos que son distribuidos es que no sólo existe una oferta nacional sino también internacional, proveniente principalmente de China. Respecto al marco normativo de este mercado, señala que el gobierno ha ido aprobando diversos dispositivos normativos relacionados con la tributación de empresas Pymes en función a beneficios netos de los mismos, aspecto que permite mejorar la inversión de las empresas en mercadería, tecnología, lo cual a su vez permite generar empleo sobre la población.

Para Barandiarán, M., Calderón, D., Chávez, G., & Coello, A. (2012) en su investigación denominado como “*Plan Estratégico del sector automotriz en el Perú-vehículos ligeros y comerciales*”, presentado en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Proponen elaborar el Plan estratégico para el sector automotriz en el Perú con la finalidad de lograr el desarrollo sostenible, aprovechándolas fortalezas del sector como el incremento de la economía en el Perú y más que nada el movimiento y fuerza económica de los últimos años, estableciendo estrategias que al implementarlas posicionen al sector como referentes en la región de Latinoamérica; asimismo, mejoren el bienestar de las personas y organizaciones que participan en el sector en armonía con el medio ambiente. Para este estudio el investigador tomo como base modelos de proyectos que tuvieron éxito y fueron implementados en otros ambientes o contextos de la región. Referencias implementadas en diferentes circunstancias principalmente en condiciones poco favorable para el sector automotriz a diferencia de las condiciones actuales, el análisis del estudio permitió concluir que existen factores que permiten mejorar el sector, a través del uso de las ventajas comparativas, lo cual podría hacerlo más competitivo.

Según Cabrera, M., Hernández, M., Rojas, M., & Valencia, C. (2017) en su investigación titulada “*Plan Estratégico para el sector de comercio automotriz de vehículos ligeros del Perú*”. Presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, investigación en la que

proponen el “Planeamiento Estratégico del Sector comercio en el rubro automotriz de comercio de vehículos ligeros en el Perú”. Propuesta basada en la teoría D’Alessio (2013), con la finalidad de fortalecer el comercio automotriz de vehículos ligeros, así como la implementación de la productividad de autopartes; considerando que a nivel nacional no se produce, sino que se importa para el consumo local. Asimismo, el Plan contempla estrategias que permitan incrementar la demanda para preparar las condiciones para la implementación de una planta de ensamblaje en el Perú, situación que implicaría no solo la promoción de un mayor número de autos por persona sino también, promover y fomentar la innovación en la industria automotora, que permitan reducir los gases contaminantes emitidos por estos, fortalecer el aspecto mecánico, mejorar la eficiencia de los mismo, entre otras facilidades.

Por su parte Quispe, P. (2017) *“Análisis de la planificación financiera estratégica y el impacto de la rentabilidad de las empresas de servicios hoteleros, caso: hotel la posada del príncipe. Arequipa 2014”*. Universidad Nacional de San Agustín, Perú. El documento analiza la planificación estratégica financiera ideal para la empresa de servicios, para ello a través de una encuesta dirigida a los trabajadores se plantean preguntas acerca de cómo se relaciona la planificación estratégica tal cual respecto a la rentabilidad financiera. A raíz de toda la investigación se consiguieron diversos e importantes resultados que indican lo siguiente: es necesario que la empresa identifique las deficiencias y proponga estrategias de mejora haciendo uso o a través de un correcto y adecuado planeamiento financiero donde se logre incrementar la rentabilidad y dar mayor movimiento a la actividad del negocio; por ultimo se concluye que es necesario emplear un correcto presupuesto financiero para elaborar un plan estratégico financiero con objetivos claros y alcanzables; que implique la participación y compromiso de todos los colaboradores de la organización (vital participación).

2.2.Bases teóricas o científicas

Para la investigación se definirá y conceptualizará el planeamiento estratégico, detallando la definición de planeación y estrategia; y posteriormente mostrar la relación entre ambas y conocer el plan estratégico, el cual se rige este proyecto.

2.2.1. Planeamiento Estratégico

Alcanzar el éxito depende mucho de una administración competente. Los resultados a alcanzar requieren en gran medida de planeación; es decir el administrador debe planear las acciones que permitan alcanzar el cometido.

Diversos autores definen el término de “plan” manifestando así que se origina del latín y significa “espacio que ocupa la base de un edificio”, pasado unos años se definió como el diseño de una infraestructura, y con mayor precisión, la división de las instalaciones que cubre la base o soporte de un edificio (Osorio, 2002). Podemos decir entonces, que “el plan significaba la prefiguración y el diseño de una planta de edificio” (Osorio, 2002, pág. 129).

Una definición genérica muestra Carlos Matus (Epistemología de la Planificación) tomando por Mendoza & Robles (2000), donde afirma que “la planificación se define como el pensamiento que precede y preside la acción”, vale decir, el que actúa como precedente y guía que da la orientación.

Muchos autores definen a la planeación como: el “proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro del cometido antes de emprender la acción” Gonstein & Nolan (1998).

Por su parte, Gómez (1994) manifiesta que es el “proceso que permite identificar las oportunidades de mejoramiento en las operaciones de la organización con base en la técnica, así como el establecimiento formal de planes o proyectos para el aprovechamiento integral de dichas oportunidades” (pág. 272).

El plan entonces es una anticipada decisión a tomar con el fin de reducir la incertidumbre y guiar una situación deseada mediante medios instrumentales. Anticipar un hecho futuro, genera respuestas posibles. Podemos mencionar entonces la previsión, organización coordinación de esfuerzos y control de acciones y de resultados. (Osorio, 2002).

“Planear significa elegir, definir opciones frente al futuro, pero también significa proveer los medios para alcanzarlo (...)” Charles Hummel.

Ackoff (1993) menciona que “La planeación es algo que se lleva a cabo antes de efectuar una acción (...) es un proceso que se dirige hacia la producción de uno o más futuros deseados (...) que no es muy probable que ocurran a menos que se haga algo al respecto (...)”.

Por su parte, Levy (1981) manifiesta que “Planear no es eliminar la intuición. Es eliminar la improvisación (...). El planeamiento es un método de trabajo por medio del cual las cosas se “preparan”, concomitantemente se acompaña la acción y se aprende de lo que en realidad sucede”.

Mientras que Koontz & Weihrich (1995) citado en Ossorio (2002) afirman que “La planeación provee un enfoque racional para lograr objetivos preseleccionados (...), permite salvar la brecha que nos separa del sitio al que queremos ir. La planeación es un proceso que requiere un esfuerzo intelectual, requiere determinar conscientemente los cursos de acción a seguir y basar las decisiones en propósitos, conocimientos y estimaciones bien definidos”.

Asimismo, Leiferman (1996) citado en Ossorio (2002) menciona que la “Planificar es intentar modificar a partir de la voluntad humana el curso de los acontecimientos”.

2.2.2.1. Clases de plan

Por el nivel jerárquico que se maneja dentro de una organización existen tres clases de plan:

- **Planes operativos**

Son formuladas a corto plazo para el área operativa de la organización. “Representa el progreso de la institución respecto a sus diferentes líneas de negocios que sean pertinentes a su naturaleza” (INTECAP, 2012). Siguiendo a Mendez (1998) se muestra las siguientes características:

- Son llevados por las áreas correspondientes que no representa la alta dirección de la organización, su cimiento se encuentra en el área donde se llevará a cabo el proceso.
- Las reglas y métodos se encuentran definidos por la organización y se identifica de forma muy precisa. Así mismo, exigen un respecto y cuidado sin dudarlo.
- Debe ceñirse y articularse conforme a las actividades a nivel táctica y estratégica.
- El objetivo fundamental es pretender llegar a la eficiencia.
- Los planes son estructurados para ser puesto en práctica en periodos cortos.

- **Planes estratégicos**

De aplicabilidad a toda organización, importantes dentro de la toma de decisiones. Lo que pretende este plan es analizar los lineamientos de guía y las barreras o límites de la institución, se plantean objetivos y propósitos, materiales a necesitar y las rutas de orientación; la organización es tomada como un todo INTECAP (2012). Tomando como referencia a Mendez (1998) se muestra las siguientes características:

- Los planes son puestos en práctica y orientados por colaboradores especialistas en la alta dirección o gerencia organizacional.
- Por lo general los datos gestionados son extraños a la institución
- Los criterios que orientarán a la institución en general estarán ubicados dentro se este modelo de plan, que implica el plan inédito. A raíz de este nacerán los demás, que darán importancia a asuntos de mas reducidas y detalladas.
- Estos planes son ejecutados para largos periodos de tiempo (largo plazo)
- La finalidad principal es llegar a la efectividad

- Las bases que guía el proyecto no se detallan de manera exacta, por lo contrario, son globales o bajo un enfoque general.
- Se planifican sin requerir confianza ni certeza.

- **Planes tácticos**

Hacen más fácil la evaluación de los planes prácticos de la institución. Es decir, trabaja con temas relacionados a las principales áreas. Garantiza la optimización en el uso de los recursos, y sobre todo en aquellos que buscan alcanzar la meta programadas INTECAP (2012). Siguiendo a Mendoza & Robles (2000) se muestra las siguientes características:

- La ejecución y dirección esta a cargo de los directivos que ocupan un nivel intermedio en el organigrama jerárquico de la organización.
- El soporte de la orientación estará bajo los planes estratégicos
- Los datos e información manipulada derivaran de datos internos y externos
- Pretende gestionar los diversos recursos y los amplios sectores organizacionales.
- La finalidad el lograr la eficacia y efectividad

2.2.1.1. Estrategia

La palabra estrategia nace del vocablo griego. “Estrategia” “Estrategos” o el “arte del general en la guerra, procedente de la fusión de dos palabras: stratos (ejército) y agein (conducir, guiar)” (Ronda, 2011).

Según Porter (1996) menciona que “La estrategia es la creación de una posición única y valiosa que involucra un conjunto diferente de actividades”. Asimismo, usando la terminología del trade-off menciona que “La estrategia consiste en hacer trade-offs al competir. La esencia de la estrategia es elegir lo que no se hará.”

Asimismo, Fred (2013) afirma que las “estrategias son los medios a través de los cuales se alcanzarán los objetivos de largo plazo (...). Las estratégicas afectan la prosperidad a largo plazo de la organización”.

Levy (1981) define a la estrategia como “La conducta estratégica es el proceso de interacción de una empresa con el entorno y el proceso dinámico de cambio de su configuración interna para mejorar la interacción”.

Por su parte Massé (1966) citado por Ossorio (2002) “Es un conjunto de decisiones condicionales que definen los actos a realizar en función de todas las circunstancias susceptibles de presentarse en el futuro. Definir una estrategia es establecer la lista de todas las situaciones a las cuales se podría llegar y escoger desde el origen la decisión que se tomará frente a cada una de ellas”.

“La estrategia se emplea en la dirección básica a largo plazo (...) es cualitativa, proporciona orientación a los planes de corto, integra los planes funcionales en un esquema general, es realista y se halla orientada a la acción.” Boris Yavitz, William Newman tomado por (Ossorio, 2002).

Otras definiciones tomadas por Osorio (2002) de Alfred Chandler “Determinación de metas básicas de largo plazo y objetivos de una empresa, la adopción de recursos de acción y la asignación de recursos necesarios para alcanzar estas metas”. Asimismo, “Son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo. Son acciones potenciales que requieren decisiones de parte de la gerencia y de recursos de la empresa.”

Dentro de las características como parte de estrategia tomado de Prieto (2003) que debe reunir son:

- Debe ser el medio para conseguir metas y objetivos. Donde los objetivos serán los fines y las estrategias considerada medios (eficiencia).

- Asumir la función de orientadores del alcance de objetivos, que implique minimizar recursos y ocupe el menor tiempo de actividad posible, denominada (eficacia)
- Transmite facilidad para entender y comprender desde todo enfoque o visión.
- Debe articular correctamente la capacidad organizacional y el uso de recursos de la institución
- Debe de demostrar que es un reto para la organización.
- Debe de mostrar un horizonte de tiempo al cual debe ejecutarse.

a) Tipos de estrategia

Siguiendo a Slideplayer (2014) se muestra los diversos tipos de estrategias:

- ✓ Estrategia de integración: Este tipo de estrategias permiten a la organización controlar a los distribuidores, proveedores y competidores. Existe tipos de integración:
 - *Integración hacia delante*, lo que se busca es tener el control en el proceso de distribución; lograr la expansión de la organización otorgando franquicias. Lo que permite con este tipo de estrategia es distribuir los costos, así como las ganancias entre diversos personajes.
 - *Integración hacia atrás*, esta estrategia pretende incrementar el control de proveedores, o en mejor de los casos adquirir el dominio de estos; cuando los proveedores no son muy confiables, los que se pretendería es disminuir el riesgo de abastecimiento.
 - *Integración horizontal*, este proceso es fusionarse, absorberse con los competidores de la industria, para mejorar la ventaja competitiva y lograr un mayor alcance y tamaño dentro de la operación, absorciones y adquisiciones.
- ✓ Estrategias intensivas: *Son estrategias que buscan la penetración del mercado, su finalidad es incrementar la actividad al interior de su sector, buscando generar mayor comercialización del producto bajo una publicidad.*

- *Estrategia de desarrollo de mercado*, lo que se busca es introducir los productos de la organización en nuevos nichos de mercados, con una diferenciación en cada sector.
 - *Estrategia de desarrollo del producto*, se requiere mejorar el producto que ofrece la organización (bienes o servicios).
- ✓ Estrategia de diversificación: De manera global, se percibe que las estrategias de diversificación están bajando su prestigio e importancia a raíz de que las empresas mas caen en problemas administrativas del negocio en sí. Por ello hoy en dia la diversificación se esta apartando. Para Michael Porter implica que “los gerentes descubrieron que no podían manejar a la bestia.”.
- *Diversificación concéntrica*, es importante diversificar adicionando productos relacionados a los existentes en el mercado.
 - *Diversificación horizontal*, se pretende adicionar productos no relacionados a los que viene produciendo la organización. La presente estrategia no es considerada muy peligrosa como la diversificación del conglomerado ya que una organización debe estar bien informada de sus potenciales clientes.
 - *Diversificación en conglomerados*, se pretende sumar nuevos de productos no relacionados a fin de incrementar el tamaño de mercado. “Algunas empresas se diversifican en forma de conglomerado, basándose, en parte, en las utilidades que esperan obtener por dismantelar las empresas adquiridas y vender las divisiones poco a poco” (Slideplayer, 2014)
- ✓ Estrategia defensiva
- *Empresas de riesgo compartido*, asociación de empresas mediante consorcios o sociedades. Este tipo de estrategia se aplica cada vez que dos o más empresas conforman una sociedad por determinado tiempo; con la finalidad de saber

aprovechar diversas oportunidades. Se denomina estrategia defensiva, ya que la empresa no está sola en el proyecto; sino que cuenta con el apoyo de otros.

- *El encogimiento*, se presenta cuando una o varias empresas se juntan para reducir costos por ventas bajas. Muchas veces el encogimiento, es denominado “estrategia para organizar o dar un giro”; ya que se estructura con la finalidad de fortalecer el factor competitivo que distingue a la empresa de otras.

✓ Estrategia competitiva

Se define el propósito de las acciones a realizar para obtener mejores resultados en los negocios que cuenta la organización. Plantea el producto que debe manejar y sus características.

✓ Estrategia comercial

Sus cimientos se encuentran en las cuatro 4p de la mercadotecnia (producto, precio, promoción y plaza) las cuales cada una de ellas aporta con diversas herramientas a fin de atraer clientes y facilitar el intercambio del producto.

2.2.1.2 Plan estratégico.

Debemos partir de la definición qué es el plan estratégico, tal es así que Fred (2013) afirma que “es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos.”

Por su parte Armijo (2009) afirma que el plan estratégico es un “herramienta de gestión que apoya en la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y el camino a seguir en el futuro, a fin de adecuarse a los cambios y demandas que impone el entorno.” Asimismo, menciona que “consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción para alcanzar los objetivos fijados”

Michael Porter afirma que “es el proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos y objetivos” (p.272). La planificación estratégica es la ruta que orienta a la organización en el transcurso de determinando plazo y se encuentra formado por estrategias y objetivos que facultan el logro eficaz y eficiente de todo lo planeado. (Collado, 2018).

D’Alessio (2013) menciona que “el plan estratégico es el proceso por el cual una organización determina su dirección de largo plazo; es una herramienta para enrumbar la organización por el camino adecuado hacia el logro de objetivos y un futuro deseado” (p.128).

Otros autores mencionan que “el plan estratégico es una herramienta idónea para establecer correspondencia entre los problemas identificados y sus causas, los objetivos previstos para superarlos y las apuestas estratégicas que organizan las acciones para alcanzar los resultados perseguidos” INTECAP (2012) tomado de Guanillo (2007).

Por su parte Gill (2018) tomando de Sallenave (1991), afirma que es el “proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y acciones en el tiempo. No es un dominio de la alta gerencia, sino un proceso de comunicación y determinación de decisiones donde intervienen todos los niveles estratégicos de la empresa”.

a) Modelos de planeamiento estratégico:

Tomando como referencia a Fuentes & Luna (2011) se están tomando como referencia la planificación estratégica y sus elementos, tomando en cuenta los modelos de planeamiento estratégico planteado por diversos autores.

El primer modelo de planificación estratégica fue planteado por Fred (2013) el cual se compone de tres etapas. El autor afirma que “la implantación de la planificación estratégica se conoce a menudo como la etapa de la acción estratégica; lo que provoca movilizar a los empleados y gerentes para poner en acción las estrategias planteadas” (p.291).

La dinámica del planeamiento, establecer la interacción entre distintos niveles jerárquicos. La toma de decisiones establece como factor clave la participación del personal en los cambios necesarios de la organización. El planeamiento estratégico nunca termina, porque es retroalimentativo ya que se aplica para obtener resultados en fase de evaluación. La dirección estratégica es cambiante y dinámica, que se basa principalmente en la retroalimentación; es decir, en la constante revisión y actualización de sus partes en función a los cambios internos y externos de los factores.

El segundo, modelo de Cuadro de Mando Integral (CMI) teniendo como representantes a Kaplan y Norton., el cual se compone de cuatro etapas. Acerca del modelo, los autores señalan que el Plan estratégico de una institución se contempla en el proceso de planificación estratégica a través de diversas herramientas que permitan reflejar la estrategia de la organización. Al respecto, según los autores el CMI es un “modelo vertical de mando y control en donde el director general determina la dirección mientras que los directivos y empleados de primera línea llevan a cabo las órdenes y ponen en práctica el plan” (párr.8).

Este diseño no pone en claro la interrelación de los componentes o partes que lo constituyen como guía argumentativa. Propone un proceso de información que propague las metas y objetivos, al igual del proceso de indicadores estratégicos que miden el plan total; generando una estrategia cognitiva. El planeamiento es retroalimentativo mediante un feedback estratégico. Por otra parte, se ejerce una autonomía organizacional; es decir, la organización tiene la potestad de manejarlo bajo su propia organización.

El tercero, el modelo de planificación estratégica aplicada (PEA) con sus representantes Goodstein, Nolan y Pfeiffer, el modelo está compuesto por nuevas etapas secuenciales. Asimismo, que la decisión del futuro de la organización corresponde a la alta dirección, atribuciones que no pueden delegarse.

Este modelo encuentra que el planeamiento estratégico muestra la necesidad de la interacción e interconexión de los actores de la organización, creando grupos de trabajo. El patrón organizativo muestra una contribución de las partes con el todo. La fase de análisis de brechas forma parte de la retroalimentación. Mostrando el desarrollo de estrategias específicas. El análisis de los factores externos y los procesos internos de la institución son factores cruciales para el análisis del modelo.

En cuanto al cuarto, es el planeamiento estratégico desde el enfoque gerencial determinado por D'Alessio (2013), modelos compuestos en tres etapas; generando un valor adicional a los demás modelos el de la evaluación y control como una estructura del planeamiento fundamental.

El autor menciona que existen características a nivel estratégico siendo estos los siguientes:

- Interactivo: proceso que implica la relación de dos sujetos u objetos.
- Iterativo: acto repetitivo considerado retroalimentativo. Sirve para subsanar errores.
- Sensibilidad: capacidad para percibir futuras consecuencias y estar preparado ante imprevistos.
- Contingencia: saber cómo actuar o tener salidas rápidas para posibles problemas e imprevistos.
- Escenarios: lugares en los que se ejecuta la acción. Que están sujetos a cambios en el medio o entorno.
- Incremental: acciones que impliquen progresos desde diversos enfoques; económicos, humanos, tecnológico, etc.
- Radical: buscar la eficiencia desde la primera vez y no caer en pérdidas ni retrasos.

Tabla 2.
Modelos de planeamiento estratégico

David Fred	Cuadro de Mando Integral de Kaplan y Norton	Planificación Estratégica Aplicada de Goodstein, Nolan y Pfeiffer	Modelo secuencial de Fernando D'Alessio
<p>1. Elaboración</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de las declaraciones de la visión y la misión. -Realización de una auditoría externa e interna. -Establecimiento de los objetivos a largo plazo. -Creación, evaluación y selección de las estrategias 	<p>1. Clarificación y traducción de la “visión y la estrategia a través del consenso”.</p>	<p>1. Planeación: “Planear el compromiso organizacional ante el proceso, identificar el equipo de planeación e involucrar a la alta gerencia en forma continua”.</p>	<p>1. Formulación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Situación actual - Factores Críticos de Éxito Evaluación Sector - Fortalezas y debilidades evaluación interna - Objetivos de largo plazo - Estrategias alternativas - Estrategias de elección
<p>2. Implantación de estrategias.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinación de los asuntos relacionados con la gerencia. - Determinación de los asuntos relacionados con la mercadotecnia, finanzas, contabilidad, investigación y desarrollo además de los sistemas de información de la gerencia. 	<p>2. Comunicación, “referida a difundir y educar; establecer objetivos; vincular las recompensas con los indicadores de actuación”.</p>	<p>2. Búsqueda de valores: “Diagnóstico de los valores –presentes y futuros-de los miembros del equipo de planeación y de la organización, la filosofía de trabajo, la cultura organizacional”.</p>	<p>2. Implementación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos de corto plazo. - Estructura Organizacional - Asignación de recursos. - Políticas de responsabilidad social. - Motivación de recursos humanos. - Gestión de cambio.
<p>3. Evaluación de la estrategia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medición y evaluación del rendimiento. 	<p>3. Planificación y establecimiento de objetivos, “lo que incluye la alineación de iniciativas estratégicas; asignación de recursos, fijación de metas”.</p>	<p>3. Formulación de la misión: “Enunciado claro del tipo de negocio donde se encuentra la compañía”.</p>	<p>3. Evaluación y control.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tablero de control. - Revisión externa e interna. - Evaluación de desempeño. - Acciones correctivas. - Cierre de brechas - Situación futura.
	<p>4. Formación y feedback estratégico, “a través de la articulación de la visión compartida; para un</p>	<p>4. Diseño de la estrategia del negocio: “Determinar objetivos de negocios cuantificados de la organización mediante, establecimiento de los indicadores críticos de éxito, identificación de las acciones estratégicas”.</p>	

	feedback estratégico; lo cual facilita la formación y la revisión de la estrategia”.		
		5. Auditoria del desempeño: “es el esfuerzo concentrado que requiere el estudio simultáneo de las fortalezas y las debilidades de la empresa y de las oportunidades y amenazas externas”.	
		6. Análisis de brechas: “es una comparación de los datos generados durante la auditoria del desempeño con aquellos indispensables para ejecutar el plan estratégico”.	
		7. Integración de los planes de acción: “exige reunir las piezas para determinar la manera cómo funciona el plan general y dónde se encuentran los puntos neurálgicos potenciales”.	
		8. Planeación de contingencias: “proporciona a la organización una variedad de estrategias de diseño de negocios que se pueden utilizar en distintos escenarios”.	
		9. Implementación: “es la iniciación concurrente de varios planes tácticos y operativos”.	

Nota: Tomado de (Fuentes & Luna, 2011) y (D'Alessio, 2013)

a) Modelo secuencial del planeamiento estratégico

Para la investigación se está tomando en cuenta el modelo secuencial del proceso estratégico de D'Alessio (2013). “El conjunto de actividades que se desarrollan debe ser secuencial con el fin de que la organización pueda proyectar el futuro y el alcance de la visión propuesta” (p.129). Siguiendo a D'Alessio (2013) se contempla los procesos del planeamiento estratégico:

- *Planeamiento Estratégico (formulación).*

Esta etapa es propiamente del planeamiento, lo que se busca son estrategias que llevará a la empresa de la realidad actual al futuro deseado. En la primera fase, debe comenzar con la creación de misión y visión de la organización; mostrando los intereses que desea, valores, código de ética que será un reglamento que debe regir como organización.; el análisis del entorno articulado a la organización mediante las fuerzas PESTE (Políticas, Económicas, Sociales, Tecnológicas y Ecológicas) de ello se surge la matriz de evaluación de factores externos (MEFE) , un estudio exhaustivo del sector industrial y de la competencia permitiendo de este modelo saber el resultado el entorno mediante diversas oportunidades que podrían beneficiar a la empresa ; y así evitar las amenazas y efectos que pueda generar en perjuicio. De estas matrices sale la matriz de perfil competitivo (MPC) y la matriz de perfil referencial (MPR), matriz en la que se identifica las metas estratégicas para un determinado periodo de tiempo; para de esta manera definir y clasificar los objetivos concretos que lleva la ventaja competitiva. Es importante mencionar que de la evaluación externa se contempla las características situacionales del sector competitivo y los efectos críticos de éxito (FCE).

Como parte del proceso, se desarrolla la evaluación interna, el cual permite definir las estrategias que capitalizan las fortalezas y neutraliza las debilidades. En este proceso se lleva el análisis interno de AMOFHIT (Administración y Gerencia, Marketing y Ventas, Operaciones Productivas y de Servicios e Infraestructura, Finanzas y Contabilidad, Recursos

Humanos y Cultura, Informática y Comunicaciones, y Tecnología), del proceso surge la matriz de evaluación de factores interno (MEFI). Con esta matriz lo que se pretende es analizar las más relevantes y debilidades de los departamentos de la institución, a la vez precisar y evaluar el nivel de relación entre estas partes.

Un estudio profundo a nivel interno y externo permite llevar a cabo un proceso con resultados exitosos. La fase siguiente implica diagnosticar los intereses de la institución. Dentro de esta etapa institucional se ubican las metas u objetivos que se pretende lograr para formalizar el éxito dentro de su sector competitivo de donde surge la matriz de intereses organizacionales (MIO), lo que implica instaurar objetivos a largo plazo (OLP), la adición de los objetivos permitiría conseguir las visiones organizacionales y de la sumatoria de los OCP provendría el alcance de cada una de las OLP.

Las matrices mostrados párrafo arriba constituyen el instrumento fundamental que favorece el efectivo proceso estratégico. En la fase 2, por su parte, se formulan las estrategias que se compone del emparejamiento entre las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas alineado con los resultados previos obtenidos. Para esta parte se utilizan los siguientes instrumentos: (i) “Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas (MFODA); (ii) Matriz de la Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (MPEYEA); (iii) Matriz del Boston Consulting Group (MBCG); (iv) Matriz Interna-Externa (MIE); y (v) la Matriz de la Gran Estrategia (MGE)”.

Mientras que la Fase 3, se constituye como la etapa final de la *formulación* estratégica, la cual consiste en la elección de las estrategias, componente que conforma el mayor porcentaje del Procesos Estratégico. Para esta fase se hace uso las matrices de la fase anterior, las cuales dan como resultado un conjunto de estrategias en sus diversas formas como de integración, intensivas, de diversificación, de defensa entre otros, las cuales siguen el proceso de elección en la Matriz de Decisión Estratégica (MDE), matriz de características específicas más no de

alternativas, donde la priorización se observa en la Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE). Finalmente se diseña la Matriz de Rumelt (MR) y la Matriz de Ética (ME), matriz en la cual se diseña las estrategias retenidas y las de contingencia. Una vez culminado las matrices mencionadas, se continúa con la segunda etapa del Plan estratégico; el cual concierne a la implementación de las estrategias consignadas. Por encima de las estrategias determinadas se procede a elaborar la Matriz de Estrategias y los Objetivos de Largo Plazo (MEOLP), Matriz que permite alinear las estrategias escogidas con los OLP; es decir, para definir si las estrategias escogidas permitirán lograr los OLP, de la misma manera se elabora la Matriz de Estrategias con las Posibilidades de los Competidores y Sustitutos (MEPCS), matriz que implica definir la capacidad del ámbito competitivo para hacerles frente a la implementación de las estrategias. En esta parte es importante integrar la parte intuitiva del planificador junto al análisis, para mejorar la priorización y selección de las estrategias que integraran el Plan.

- *Dirección estratégica (Implementación)*

En este proceso se “ejecutan las estratégicas retenidas en la primera etapa; por su mismo proceso es la etapa más complicada por ser más rigurosa” (D’Alessio, 2013). Esta etapa se enfoca el seis fases fundamentales que llevan a organizar y plantear las estrategias a nivel interna y externa.

- *Control estratégico (evaluación)*

En esta etapa las acciones se desarrollan para hacer evaluaciones continuas y estables en el trascurso de todo el proceso con el objetivo de supervisar las fases consecutivas y por último, los objetivos a corto (OCP) y largo plazo (OLP).

2.2.1.3. Dimensiones del plan estratégico

En la presente investigación para medir el nivel del plan estratégico que aplica la empresa, se considera las siguientes dimensiones:

a. Planeamiento financiero:

“Capacidad que tiene una empresa para cumplir obligaciones y generar utilidades, así mismo facilita al directorio tomar decisiones encauzadas a mejorar y reconducir la gestión de recursos organizacionales y por ende garantizar que el cumplimiento de objetivos sea el óptimo” (Cordova,2014). Para desarrollarlo se debe de: definir los flujos de información, determinar la estrategia de inversión a largo plazo, establecer proyecciones de las finanzas, desarrollar el presupuesto e implementar un sistema de control.

Para Baena (2014) el análisis financiero es un “proceso a través de la cual los datos cualitativos y cuantitativos se analizan y comparan, con resultados económicos históricos, así como también eventos actuales que suceden en la empresa” (p.129).El objetivo es saber y examinar la verdadera situación de la organización, para más adelante optar por mediciones adecuadas y correctas para enfrentar la situación que se vive y subsanar los errores que se puedan encontrar en la gestión.

b. Análisis FODA

Es el proceso donde se evalúa las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una organización. Nos permite conocer la situación de la empresa, haciendo un análisis interno evaluando fortalezas y debilidades; así también un análisis externo donde se evalúan el mercado, el sector y la competencia.

Al respecto D'Alessio (2015) menciona que el diagnostico situacional FODA es una “herramienta que permite conocer, analizar y evaluar las condiciones de operación reales de una empresa, a raíz de las cuatro variables principales; con el fin de proponer estrategias para su beneficio” (p.282). Estas estrategias deben generarse de un proceso de análisis y concatenación o enlace de los recurso humanos, económicos, materiales y fines; así mismo deben ser claras y detalladas para que se establezca de manera formal y permita alcanzar los objetivos planteados.

c. Gestión administrativa:

Es el conglomerado de acciones que nos llevarán a una correcta utilización de los recursos: humanos, físicos y financieros.

Ante ello Chiavenato (2014, p.70) sostiene lo siguiente:

La gestión administrativa se enfoca en la totalidad de acciones que se inician para organizar todos los esfuerzos del equipo de trabajo, quiere decir la manera en la que se busca conseguir diversas metas y objetivos con la colaboración y compromiso de todos los colaboradores; y el uso adecuado de recursos a través del desempeño de algunas actividades principales como: la planeación, organización, dirección y control.

Este proceso de cuatro fases o pasos se ejecuta para dar solución a problemas administrativos, ya que este permite hacer un estudio previo y contar con objetivos claros y alcanzables.

La importancia de la gestión administrativa “se funda en la optimización y en la ejecución de los procesos, con el fin de mejorar la calidad y eficacia en la gestión de los servicios que ofrecen las organizaciones” (Lino, 2014).

2.2.2. Rentabilidad financiera (ROE)

Es una dimensión referente a las utilidades que estima el rendimiento económico de la organización y mide la capacidad remunerativa de la empresa para cumplir con sus socios y proveedores, se consigue dividiendo el nivel de utilidades posterior a los impuestos entre fondos propios.

Al respecto Morillo (2001) menciona que la “rentabilidad financiera o fondos propios es una medida relativa de las utilidades que señala la capacidad de la empresa para producir utilidades a partir de la inversión realizada por los accionistas, además, evalúa el rendimiento obtenido por los propietarios” (p.89).

Así mismo Jiménez (2007) afirma que la rentabilidad financiera “busca medir la capacidad de remunerar a los propietarios o accionistas de la empresa y permite la comparación, en principio, con rendimientos de otras inversiones alternativas” (p.182).

Por lo tanto, la rentabilidad financiera denota la relación que hay entre el beneficio neto y el patrimonio de una empresa. Su definición también conocida como ROE (Return on equity), es muy importante para los inversores, puesto que muestra cuánto obtienen en rentabilidad por el capital propio que aportan.

Para Juárez (2011) se calcula de la siguiente manera:

Dividiendo la utilidad después de impuestos que se genera en un tiempo, esto considerado como “resultado neto entre los fondos propios, incluyendo las utilidades no distribuidas o divididas entre los accionistas o socios” (p.191).


- Beneficio después de impuestos (utilidad neta): Es una “medida del desempeño operativo, se calcula restando a los ingresos el total de egresos, así también del impuesto a la renta” (p.202). El resultado de utilidad neta es el indicador de medida apropiada para calcular el nivel de desempeño operativo, ya que separa los resultados de las diversas decisiones que se tomen desde un enfoque financiero.
- Fondos propios; considerado patrimonio neto, “son el valor residual de los activos de la empresa, después de deducir todos sus pasivos, representa teóricamente lo que la empresa vale” (Chapado, 2008).

Así mismo cabe mencionar que “están constituidos por las aportaciones realizadas, ya sea en el momento de su constitución o en otros posteriores, beneficios que no han sido distribuidos entre accionistas, actualizaciones de valor y reservas legales” (MEF,2008).


$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio}}$$

La rentabilidad financiera puede descomponerse en dos ratios ellas permitirán identificar su alteración en los niveles de renta; así la ratio de rentabilidad financiera se puede descomponer en el margen de beneficio y la rotación de fondos propios de la empresa.


$$\frac{\textit{Beneficio Neto}}{\textit{Patrimonio}} = \frac{\textit{Beneficio neto}}{\textit{Ventas netas}} * \frac{\textit{Ventas netas}}{\textit{Patrimonio}}$$



Rentabilidad
financiera



Margen
de beneficio



Rotación
de fondos

Lizcano (2004), en su libro *Rentabilidad Empresarial, Propuesta Práctica de Análisis y Evaluación* define al margen de beneficio como el “rendimiento de la actividad global de la empresa a través del resultado alcanzado; mientras que la rotación de fondos propios mide la eficiencia de los capitales propios, comparando el patrimonio y las ventas netas” (p.203).

En otras palabras, la rentabilidad financiera da cuenta del incremento de los títulos de valor de la empresa. Así la ratio concentra mucho interés de los propietarios y de la empresa, para los primeros es importante porque guía las inversiones y para las segundas porque un incremento o disminución de su valor afectará a todos los miembros.

A partir de la definición de rentabilidad financiera se puede derivar índices, entre los más importantes se encuentra el apalancamiento financiero, por lo que la empresa analizará lo que se generó con recursos financieros propios y ajenos, lo que afectará a la rentabilidad propia teniendo en cuenta las obligaciones con terceros.

Por tanto, la rentabilidad financiera resulta ser la rentabilidad de la organización entendida como apalancamiento financiero. Cabe mencionar que Amondarain & Zubiaur (2013) mencionan que el apalancamiento financiero puede presentar tres escenarios; la primera referida a un apalancamiento financiero positivo en la cual la rentabilidad generada a partir de recursos terceros transfiere rentabilidad a favor de los recursos propios, la segunda denota un

trasvase de rentabilidad desde los recursos propios hacia los terceros, y finalmente en el cual el apalancamiento es neutro ya que no quita ni transfiere rentabilidad a los recursos propios.

Rentabilidad de recursos propios

$$= \text{Rentabilidad de la empresa} \pm \text{Efecto apalancamiento financiero}$$

Sin duda la ratio de rentabilidad financiera puede generar muchos otros indicadores para determinar o identificar ciertas fortalezas o debilidades.

2.2.2.1. Dimensiones de rentabilidad financiera

En la presente investigación para conocer el nivel de la rentabilidad financiera de la empresa, se considera las siguientes dimensiones:

a. Liquidez financiera:

Su definición surge de criterios de facilidad de conversión que tenga una empresa, es un factor que mide los activos circulantes que aportan o ayudan a tomar decisiones de inversión y financieras.

Bernstein (1999) citado por Ibarra (2001) menciona que la liquidez “es la velocidad y grado de merma para convertir los activos circulantes en tesorería y, su escasez es considerada como indicio de dificultades financieras” (p.162).

Esta se mide a través de ratios financieros con el objetivo calcular la capacidad de la institución para cumplir los pasivos a periodos cortos según vayan venciendo.

Al respecto Aguilar (2013) menciona lo siguiente:

La liquidez es un factor que calcula si un activo llega a ser efectivo y alcanzable con certeza en el corto plazo sin caer en pérdidas. Simultáneamente, provee la mayor flexibilidad a las empresas para tomar decisiones de inversión o financieras, simbolizando el comienzo y termino del ciclo de explotación, orientando su conversión a toda clase de activos.

i. Indicadores de liquidez:

- a. *Activo corriente*: “son los bienes y derechos que se emplean para cancelar un pasivo corriente; o que evitan erogaciones durante el ejercicio” (Concepción, 2010). se convierten fácilmente en efectivo.
- b. *Pasivo corriente*: “son las deudas que la empresa debe reintegrar en el plazo igual o inferior al año, un negocio en marcha” (Milla, 2013).
- c. *Inventario*: son los recursos que se emplean en la empresa para cubrir demandas futuras, básicamente; en los periodos netos de actividad comercial quedando consolidada la venta.

Según Castella (2012), los inventarios “son bienes tangibles cuyas cantidades se encuentran susceptibles para la venta en el curso normal de la explotación, permitiendo cumplir con los requerimientos de los clientes y protegerse contra la incertidumbre de proveedores” (p.89).

- Efectivo; “el dinero es un activo financiero líquido, se considera financiero a razón de que permite mantener el valor de riqueza, y líquido porque el poder de compra se puede dar en cualquier momento” (Jiménez 2007).

b. Solvencia económica

Es uno de los objetivos financieros más importantes de la organización, porque permite resolver y satisfacer la carencia de deudas o responsabilidades económicas.

Al respecto Mejía (2012) lo define como la “capacidad de una empresa de transformar sus activos en liquidez para cumplir con sus obligaciones operativas, financieras y comerciales” (p.1).

El mismo autor menciona que en toda organización se presentan activos, los mismos que pueden ser elemento del ciclo de producción, activos corrientes o de operación constituido en el balance de inventarios, cuentas a cobrar y las inversiones durante un

tiempo, incluso alcanzando finalmente la cuenta caja y bancos a modo de activos efectivamente útil y disponible en términos de liquidez.

Cada empresa es diferente acorde a su actividad y sector que pertenece; pero todas tienen ciclos o etapas de mercadeo de productos o servicios que realizan; las cuales llevan a la transformación de un activo menos líquido a transformarse rápidamente a un activo con mayor liquidez y así optar por la mejor alternativa de negocio para realizar inversiones.

Esta razón se mide como:

Indicador de Solvencia

$$= \frac{\Sigma \text{Activos ponderados por su nivel de liquidez}}{\text{Activos totales}} \text{ Razón expresada en porcentaje}$$

Mientras mayor o más alto resulte el porcentaje del activo ponderado por liquidez, mayor resultará la capacidad de pago que tenga la empresa en un corto plazo. “En efecto, podría producirse que una pequeña empresa disponga de mayor capacidad para cumplir sus pagos que una empresa grande, en base a su tamaño, a partir del índice de solvencia que disponga cada una de estas”. (Mejía, 2012, p.2)

Principalmente; la solvencia se basa en la capacidad que tiene la empresa para generar recursos y con estos cubrir sus diversos compromisos de pago, pero no en el momento que deseen, sino en el momento apropiado.

c. Apalancamiento financiero

Es el mecanismo por el cual se aumenta la capacidad monetaria destinada a una inversión. Es el nexo entre el capital propio y el que se va a utilizar finalmente al hacer una operación financiera.

El apalancamiento financiero “es el efecto que introduce el endeudamiento sobre la rentabilidad de los capitales propios. La variación resulta más que proporcional que la que se produce en la rentabilidad de las inversiones” (García, 2009, p.164).

La condición principal o mas importante para que surja el apalancamiento amplificador; se necesita que el nivel de rentabilidad que se logre de las inversiones, refleje un incremento en las inversiones, por encima del tipo interés de las pertenecientes deudas de la empresa.

Por lo tanto, el apalancamiento se enfoca en la posibilidad o facultad que tiene la empresa para financiar concretas o determinadas compras de activos sin necesidad de disponer efectivo a la hora o momento de la operación financiera.

García (2009, p.168) menciona que; “dentro del apalancamiento financiero se toma en cuenta el costo de financiamiento y este mide el resultado de utilidades netas de incrementos dentro de utilidades operativas o utilidad antes de los impuestos e interés asumiendo los intereses como palanca financiera”. Mientras que el nivel de gasto que se tiene de los intereses representaría el costo fijo financiero, separado de montos económicos considerados como costos de deuda que asume la empresa.

2.3.Marco Conceptual

- **Plan estratégico**

“Es el proceso por el cual una organización determina su dirección de largo plazo; es una herramienta para enrumbar la organización por el camino adecuado hacia el logro de objetivos y un futuro deseado” (D'Alessio, 2013, p.128).

- **Planeamiento Financiero**

“Capacidad que tiene una empresa para cumplir obligaciones y generar utilidades, así mismo facilita al directorio tomar decisiones encauzadas a mejorar y reconducir la gestión de recursos organizacionales y por ende garantizar que el cumplimiento de objetivos sea el óptimo” (Cordova,2014).

- **Análisis FODA**

“Herramienta que permite conocer, analizar y evaluar las condiciones de operación reales de una empresa, a raíz de las cuatro variables principales; con el fin de proponer estrategias para su beneficio” (D’Alessio, 2015, p.282).

- **Gestión Administrativa**

“Actividades coordinadas en la cual se pretende alcanzar metas u objetivos con colaboración y compromiso de todas las personas; y el uso adecuado de recursos mediante el desempeño de algunas labores principales como son la planeación, organización, dirección y control” (Chiavenato, 2014).

- **Rentabilidad financiera**

Es la ratio que muestra el retorno identificado como los beneficios netos por cada valor del patrimonio, es también conocida como el ROE (Return on equity).

Morillo (2001) menciona que la rentabilidad financiera o también o fondos propios “es una medida relativa de las utilidades que señala la capacidad de la empresa para para producir utilidades a partir de la inversión realizada por los accionistas, además, evalúa el rendimiento obtenido por los propietarios” (p.89).

- **Liquidez Financiera**

“Es la velocidad y grado de merma para convertir los activos circulantes en tesorería y, su escasez es considerada como indicio de dificultades financieras” (Bernstein, 1999 citado por Ibarra, 2001p.162).

- **Solvencia Económica**

“Capacidad de una empresa de transformar sus activos en liquidez para cumplir con sus obligaciones operativas, financieras y comerciales” (Mejía, 2012, p.1).

- **Apalancamiento financiero**

“Es el efecto que introduce el endeudamiento sobre la rentabilidad de los capitales propios. La variación resulta más que proporcional que la que se produce en la rentabilidad de las inversiones” (García, 2009, p.164).

CAPÍTULO III

III. HIPÓTESIS

3.1.Hipótesis general

Existe relación significativa entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

3.2.Hipótesis específicas

1. Existe relación significativa entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.
2. Existe relación significativa entre análisis FODA y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019
3. Existe relación significativa entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019

3.3.Variables

Variable 1: Plan Estratégico

Definición conceptual:

“Es el proceso por el cual una organización determina su dirección de largo plazo; es una herramienta para enrumbar a la organización por el camino adecuado hacia el logro de objetivos y un futuro deseado” (D'Alessio, 2013, p.128).

Dimensiones:

- Planeamiento financiero
- Análisis FODA
- Gestión Administrativa

Variable 2: Rentabilidad Financiera

Definición conceptual:

“Medida relativa de las utilidades que señala la capacidad de la empresa para para producir utilidades a partir de la inversión realizada por los accionistas, además, evalúa el rendimiento obtenido por los propietarios” (Morillo, 2001, p.89).

Dimensiones:

- Liquidez financiera
- Solvencia económica
- Apalancamiento financiero

Tabla 3
Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE I Planeamiento Estratégico	“Es el proceso por el cual una organización determina su dirección de largo plazo; es una herramienta para enrumbar a la organización por el camino adecuado hacia el logro de objetivos y un futuro deseado” (D'Alessio, 2013, p.128).	Representa la planificación de la empresa en tema financiero y administrativo. Este permite trabajar bajo un enfoque de metas y resultados.	Planeamiento financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de plan estratégico para mejorar la rentabilidad • Planeamiento operativo en el desarrollo del planeamiento estratégico • Conocimiento de la misión y visión de la empresa • Identidad y compromiso con la misión y visión de la empresa • Estrategias para ganar nuevos clientes • Estrategias innovadoras que llamen la atención 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa maneja un plan estratégico para mejorar su rentabilidad • La empresa tiene un plan operativo para desarrollar su planificación estratégica • Usted conoce y tiene claro la misión y visión de la empresa • Usted se identifica y compromete con la misión y visión de la empresa • Las estrategias que aplica la empresa son importantes y le permite ganar nuevos clientes • Las estrategias que aplica la empresa son innovadoras y llama la atención inmediata de los clientes. 	Escala ordinal 1 nunca 2 casi nunca 3 a veces 4 casi siempre 5 siempre
			Análisis FODA	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar fortaleza y oportunidades • Conocer y analizar las amenazas y debilidades 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa aprovecha sus fortalezas y oportunidades para mejorar su rentabilidad. • Para la empresa es importante conocer y analizar sus amenazas y debilidades para mejorar su rentabilidad. 	

				<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de objetivos y principios corporativos • Tomar en cuenta y respetar ideas, opiniones y sugerencias en la toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Usted conoce y tiene claro los objetivos y principios corporativos de la empresa. • La empresa toma en cuenta y respeta sus ideas, opiniones y sugerencias para tomar decisiones. 	
			Gestión Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad y compromiso con los objetivos y principios corporativos • Conocimiento del organigrama de la empresa • Prestación de un buen servicio al cliente • Comunicar las estrategias a poner en práctica • Innovar constantemente las estrategias publicitarias • Capacitación constante de los colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> • Usted se identifica y está comprometido con los objetivos y principios corporativos de la empresa. • Usted conoce y tiene claro el organigrama de la empresa • La empresa se esmera permanentemente por prestar un buen servicio al cliente • La empresa comunica a todos los colaboradores las estrategias a poner en práctica. • La empresa innova constantemente sus estrategias publicitarias para mejorar su rentabilidad y posición en el mercado • La empresa capacita constantemente a sus colaboradores para brindar un buen servicio y fortalecer su recurso humano. 	
VARIABLE II Rentabilidad Financiera	“Medida relativa de las utilidades que señala la capacidad de la empresa para para	Es la capacidad que tiene la empresa de generar beneficios	Liquidez financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Situación económica y financiera 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa mantiene estable su situación económica y financiera 	Escala ordinal 1 nunca 2 casi nunca 3 a veces

<p>producir utilidades a partir de la inversión realizada por los accionistas, además, evalúa el rendimiento obtenido por los propietarios” (Morillo, 2001, p.89).</p>	<p>en términos monetarios.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Liquidez como elemento financiero 	<ul style="list-style-type: none"> • Para la empresa la liquidez es un elemento financiero muy importante 	<p>4 casi siempre 5 siempre</p>
		<p>Solvencia Económica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Solvencia como elemento financiero • Manejar correctamente los estados financieros para medir rentabilidad • Realizar frecuentemente análisis minuciosos de los estados financieros 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa considera la solvencia un elemento financiero importante para su rentabilidad • La empresa maneja correctamente sus estados financieros para medir su rentabilidad • La empresa realiza frecuentemente un análisis minucioso de los estados financieros para mantener su rentabilidad 	
		<p>Apalancamiento Financiero</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un presupuesto por campaña • Manejo de estructura de costos • Retornos y resultados esperados 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa elabora sus presupuestos por campaña o periodos para evitar caer en pérdidas. • La empresa maneja una adecuada y correcta estructura de costos • La empresa considera que su rentabilidad en los últimos años fue la esperada. 	

CAPÍTULO IV

IV. METODOLOGÍA

4.1. Método de investigación

4.1.1. Método general

Como método general fue considerado al científico. Tomando como referencia a Hernández, Fernández & Baptista (2014) “es un método sistemático y ordenado que consiste en formular interrogantes que serán respondidos inicialmente por hipótesis y luego probadas, contrastadas y verificadas mediante un diseño riguroso” (p.129).

4.1.2. Métodos específicos

En cuanto a los específicos se consideró al Hipotético – deductivo, donde:

Del Rio (2013) menciona lo siguiente:

El investigador inicia de un conjunto de distintas observaciones, acorde a los casos particulares. Dando prioridad a los rasgos comunes y descartando los menos importantes, agrupa las observaciones. Por inducción, realiza un resumen de los sucesos observados (teoría)

y por deducción generaliza las descripciones y explicaciones inducidas por el investigador a sucesos no observadas, lo que supone plantear hipótesis que deben ser cometidas a comprobación empírica (p.244).

4.2.Tipo de investigación

El tipo de investigación fue Básica. Según Zorrilla, S (1995) la investigación básica también conocida como pura o fundamental “busca progreso científico, acrecentar conocimientos teóricos, sin interesarse directamente en posibles aplicaciones o consecuencias prácticas; es más formal y persigue generalizaciones con vistas al desarrollo teórico basada en principios y leyes, por lo que el tipo de investigación es básica” (p.43).

4.3.Nivel de investigación

En cuanto al nivel fue Correlacional, puesto que, “se demuestra el grado de significancia o correlación de las variables” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Para la presente investigación entre las variables Plan estratégico y rentabilidad financiera.

4.4.Diseño de investigación

El diseño que se considera para el presente estudio es no experimental – transaccional. Según Shuttleworth (2010) “No experimental, porque no se realizará procedimientos experimentales y se utilizará métodos que permitirán describir las relaciones que existen entre las variables analizadas. Transaccional, porque se analiza la característica evolutiva de una o más variables durante un periodo de tiempo”.

4.5.Población y Muestra

4.5.1. Población

Siguiendo a Morles (2014) tomado por Arias (2006) la población es el grupo de personas que serán objeto de análisis “... para el cuál serán válidas las conclusiones que se obtengan”,

asimismo, Hernández, Fernández, & Baptista (2014) afirma que “se trata de sujetos y objetos de estudio, es decir, quienes serán medidos” (p.19).

4.5.2. Muestra

La muestra para Hernández, Fernández, & Baptista (2014) es considerada como “subconjunto de la población de estudio y del grupo de personas que realmente se estudiarán” (p.84). Mientras que Shuttleworth (2010), manifiesta que “en caso la población sea pequeña, es posible considerar a toda la población como muestra, en estos casos es cuando la población es igual a la muestra” (p.63).

En el presente estudio la muestra es limitada y dirigida para las 21 personas que integran la empresa, estando conformado por un gerente general, administrador y promotores. Todos ellos conformaran la muestra de esta investigación.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

4.6.1. Técnicas de recolección de datos

Como técnica se considera a la Observación, la autora de esta investigación captará la realidad de la empresa, su estructura orgánica y proceso en la ciudad de Huancayo. Con este proceso se pretende resolver los interrogantes.

Asimismo, la entrevista, la existencia de relaciones con el gerente general, Marco Hinostroza Yance, pretende brindarnos toda la información necesaria para la puesta en practica del proyecto.

4.6.2. Instrumento de recolección de datos

Ficha de observación, se elaborará una ficha donde se pueda acopiar información relevante de la empresa, así como para validar el análisis interno de la empresa.

Ficha de entrevista, se realizará una entrevista al gerente general, así como el administrador de la empresa, con el fin de analizar la visión que cuentan en el largo plazo, así como mostrar la misión que tienen para alcanzar el cometido.

- Solicitud para realizar con el instrumento de entrevista al gerente general.
- Detallar los motivos causantes para realizar la entrevista al gerente general.
- Solicitar la información de la empresa en función a la ficha documentaria.
- Solicitud de entrevista con la administradora de la empresa.
- Programación de fechas para la recolección de información secundaria.
- Entrevista al responsable de caja sobre desembolsos, y el pago de cuotas.

4.7.Procedimiento de procesamiento y análisis de datos.

- Microsoft Excel, procesador de datos para recopilar los datos de la empresa.
- Análisis de datos en tablas y figuras y estadísticos descriptivos.
- Planteamiento de alternativas de solución.
- Interpretación de los resultados y objetivos de los informes.

4.8.Aspectos éticos de la investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se está considerando los procedimientos adecuados, respetando los principios de ética para iniciar y concluir los procedimientos según el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana los Andes.

La información, los registros y datos que se tomarán para concluir en el trabajo de investigación serán fidedignas. Por cuanto, a fin de cometer faltas éticas, tales como el plagio, la falsificación de datos, no citar fuentes bibliográficas, etc., se está considerando fundamentalmente desde la presentación del proyecto, hasta la sustentación de la Tesis.

Por consiguiente, nos sometemos a las pruebas respectivas de validación del contenido del presente proyecto.

CAPÍTULO V RESULTADOS

5.1. Descripción de resultados

Tomando en cuenta el diseño de investigación, se logró medir las variables a estudiar aplicando el adecuado instrumento que fue diseñado y validado previamente. (cuestionario de encuesta) en los colaboradores de la empresa 2RH INNOVA SAC:

5.1.1. Resultados descriptivos por variables y dimensiones

Variable 1. Plan Estratégico

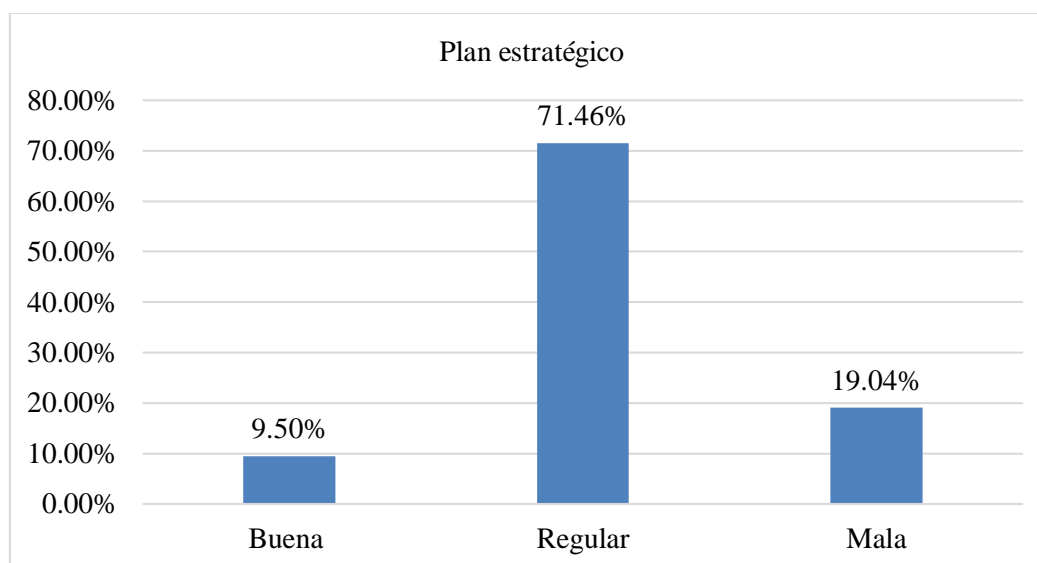
Tabla 4

Distribución de frecuencias de la variable Plan estratégico de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Buena	2	9.5%
	Regular	15	71.46%
	Mala	4	19.04%
	Total	21	100%

Nota: Base de datos, encuesta

Figura 1 Gráfica de barras del nivel del Plan estratégico de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.



Nota: Base de datos, encuesta

Interpretación:

En la Tabla 4 y Figura 1 los resultados reflejan que 15 sujetos que representan el 71.46% aseveran que la empresa en estudio aplica un plan estratégico regular, mientras que 4 encuestados que representan el 19.04% afirman que el plan que aplican es malo y 2 encuestados que representan el 9.5% lo consideran en un nivel bueno. Por lo que se puede concluir que la empresa tiene cultura de planeamiento en nivel regular para mejorar la rentabilidad en el mercado competitivo.

Dimensiones de la variable Plan Estratégico

Dimensión 1. Planeamiento Financiero

Tabla 5

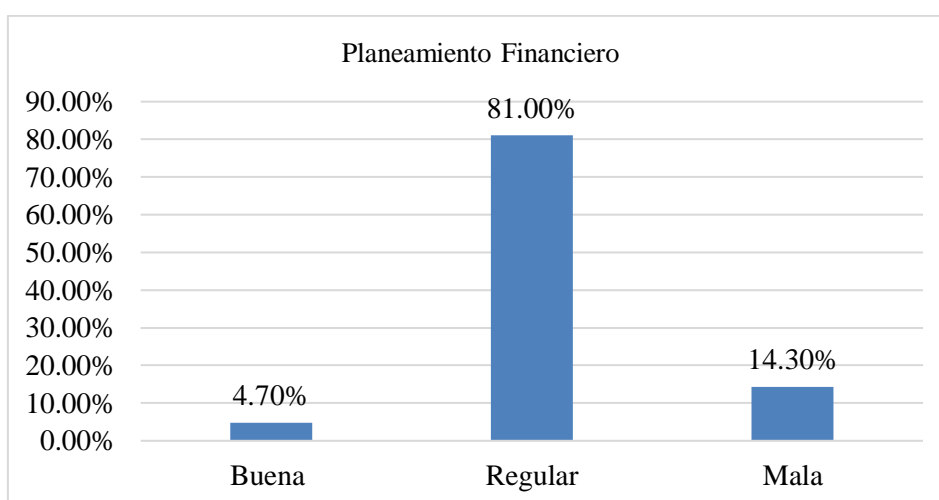
Distribución de frecuencias de la dimensión planeamiento financiero de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.

Frecuencia	Porcentaje
------------	------------

Válido	Buena	1	4.7%
	Regular	17	81%
	Mala	3	14.3%
	Total	21	100%

Nota: Base de datos, encuesta

Figura 2 Gráfica de barras del nivel de planeamiento financiero de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.



Nota: Base de datos, encuesta

Interpretación:

En la Tabla 5 y Figura 2 los resultados indican que 17 encuestados que abarcan el 81% aseguran que la empresa en estudio cuenta con un planeamiento financiero en nivel regular, mientras que 3 encuestados que representan el 14.3% lo consideran en nivel malo, sin embargo 1 encuestados que representan el 4.7 % afirman que la empresa cuenta con un plan financiero bueno. Por lo que se puede concluir que la empresa cuenta con una herramienta indispensable, pero lo aplica correctamente y no logra los resultados esperados en beneficio de la empresa.

Dimensión 2. Análisis FODA

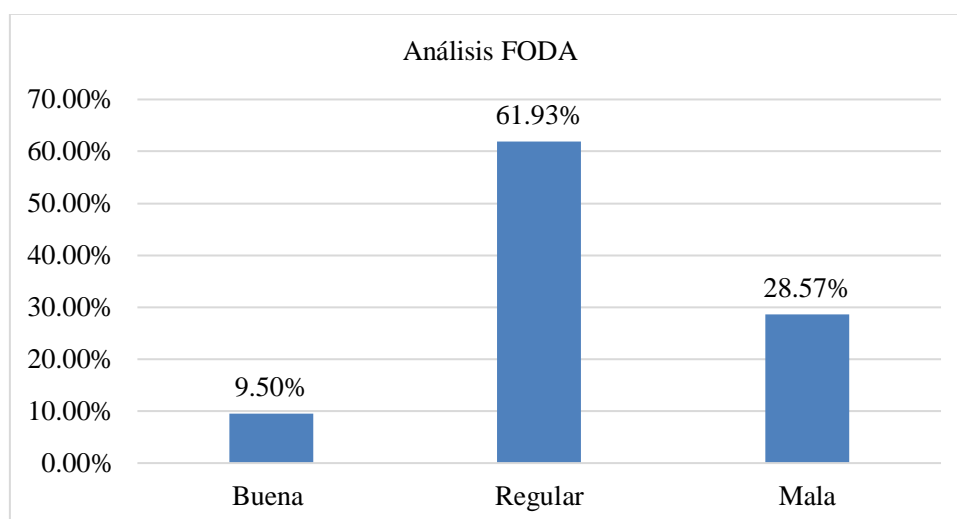
Tabla 6

Distribución de frecuencias de la dimensión Análisis FODA de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Buena	2	9.5
	Regular	13	61.93
	Mala	6	28.57
	Total	21	100

Nota: Base de datos, encuesta

Figura 3 Gráfica de barras del nivel de Análisis FODA de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.



Nota: Base de datos, encuesta

Interpretación:

En la Tabla 6 y Figura 3 los resultados muestran que 13 personas que representan el 61.93% consideran que la empresa aprovecha sus fortalezas y oportunidades en nivel regular para mejorar la rentabilidad, entre tanto de 6 encuestados que ocupan el 28.57% lo consideran en nivel malo y 2 encuestados que abarcan el 9.5% lo ubican en nivel bueno. Ello indica que

la empresa no identifica adecuadamente sus fortalezas y debilidades y por ello no las aprovecha ni aplica estrategias adecuados para mejorar su rentabilidad y lograr los objetivos que busca.

Dimensión 3. Gestión Administrativa

Tabla 7

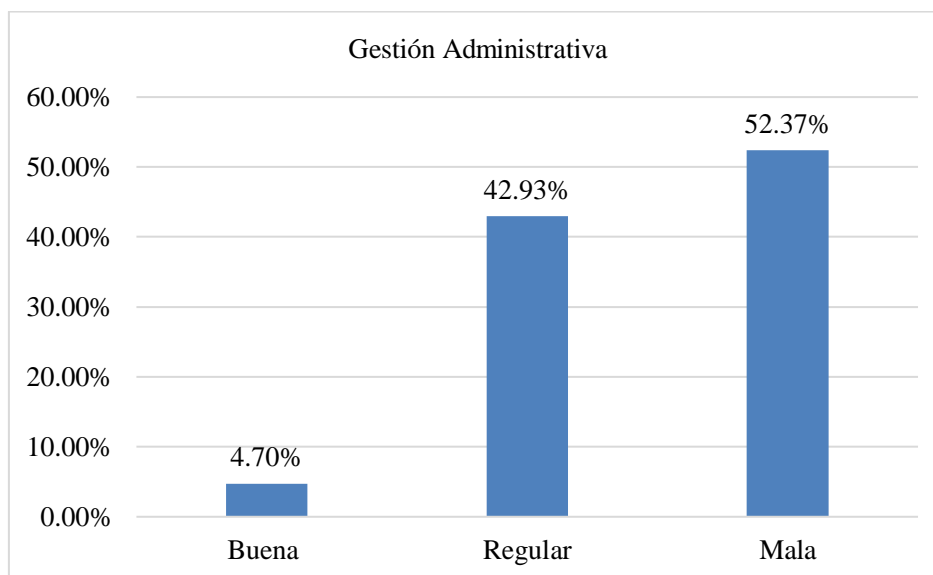
Distribución de frecuencias de la dimensión gestión administrativa de la Empresa 2RH

Innova SAC, Huancayo 2019.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Buena	1	4.7
	Regular	9	42.93
	Mala	11	52.37
Total		21	100

Nota: Base de datos, encuesta

Figura 4 Gráfica de barras del nivel de gestión administrativa de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.



Interpretación:

En la Tabla 7 y Figura 4 los datos muestran que 11 personas que representan el 52.37% mencionan que la gestión administrativa que aplica la empresa está en nivel malo, asimismo 9

encuestados que representan el 42.93% lo ubican en nivel regular y 1 encuestado que representan el 4.7% considerar que está en nivel bueno.

Variable 2. Rentabilidad Financiera

Tabla 8.

Distribución de frecuencias de variable rentabilidad financiera de la Empresa 2RH

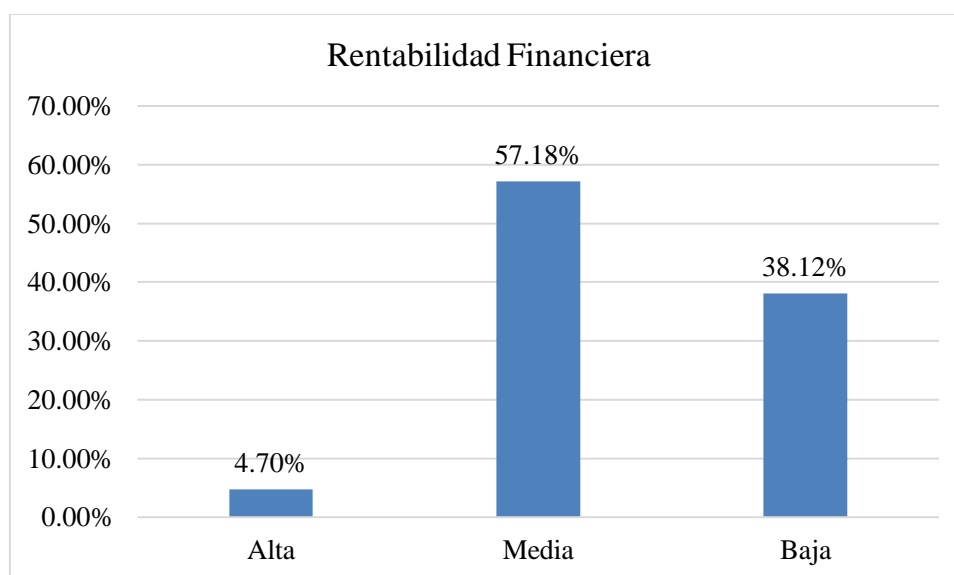
Innova SAC, Huancayo 2019.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alta	1	4.7
	Media	12	57.18
	Baja	8	38.12
	Total	21	100

Nota: Base de datos, encuesta

Figura 5 Gráfica de barras del nivel de rentabilidad financiera de la Empresa 2RH Innova

SAC, Huancayo 2019.



Nota: Base de datos, encuesta

Interpretación:

En la Tabla 8 y Figura 5 los resultados muestran que 12 personas que representan el 57.18% consideran que la rentabilidad financiera de la empresa está en nivel medio, mientras que 8 encuestados que representan el 38.12% lo ubican en nivel bajo y 1 encuestado que representa el 4.7% lo considera en nivel alto.

Dimensiones de variable Rentabilidad Financiera

Dimensión 1. Liquidez Financiera

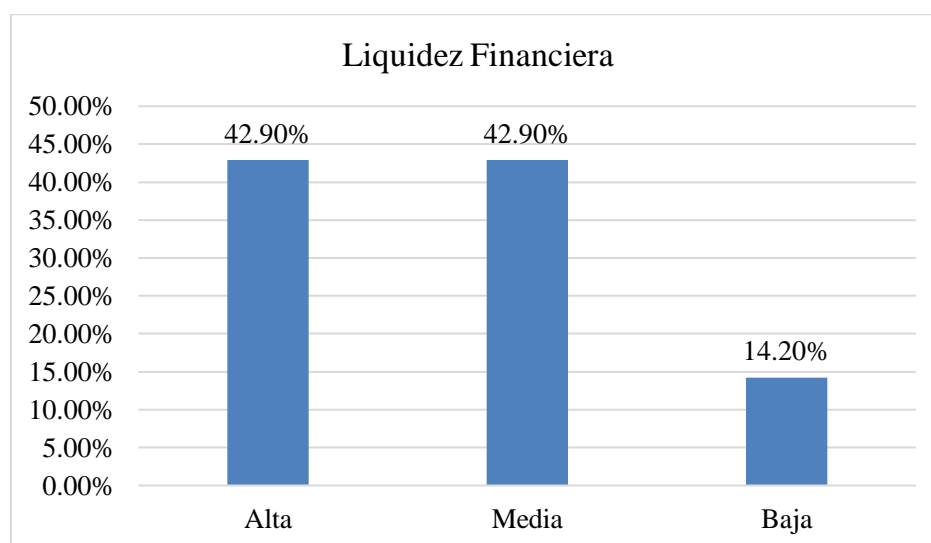
Tabla 9

Distribución de frecuencias de dimensión liquidez financiera de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alta	9	42.9%
	Media	9	42.9%
	Baja	3	14.2%
	Total	21	100%

Nota: Base de datos, encuesta

Figura 6 Gráfica de barras del nivel de liquidez financiera de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.



Interpretación:

En la Tabla 9 y Figura 6 los resultados muestran que 9 personas que representan el 42.9% consideran que la liquidez financiera que logra la empresa está en nivel medio, así mismo 9 encuestados que representan el 42.9% lo ubican en nivel alto y para 3 encuestados discurre que la liquidez financiera está en nivel bajo. Por lo tanto, la empresa debe aplicar estrategias para mejorar su liquidez financiera.

Dimensión 2. Solvencia Económica

Tabla 10

Distribución de frecuencias de dimensión solvencia económica de la Empresa 2RH

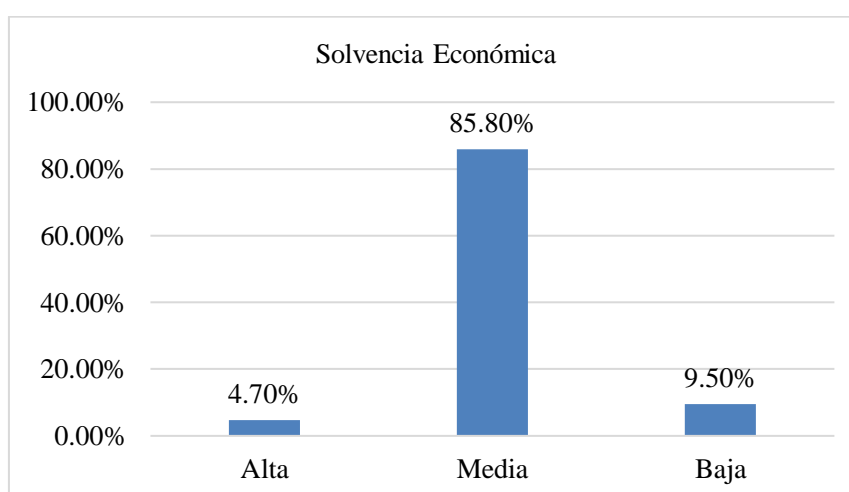
Innova SAC, Huancayo 2019.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alta	1	4.7
	Media	18	85.8
	Baja	2	9.5
	Total	21	100

Nota: Base de datos, encuesta

Figura 7 Gráfica de barras del nivel de solvencia económica de la Empresa 2RH Innova

SAC, Huancayo 2019.



Nota: Base de datos, encuesta

Interpretación:

En la Tabla 10 y Figura 7 los resultados muestran que 18 personas que representan el 85.8% consideran el nivel de solvencia de la institución en nivel medio, mientras que 2 encuestados que representan el 9.5% discurre que la solvencia económica está en nivel bajo y por último 1 encuestado que abarca el 4.7% lo considera en nivel alto. Ante ello es necesario tomar decisiones y analizar los estados financieros para superar estos problemas y no dejar que cause grandes daños económicos.

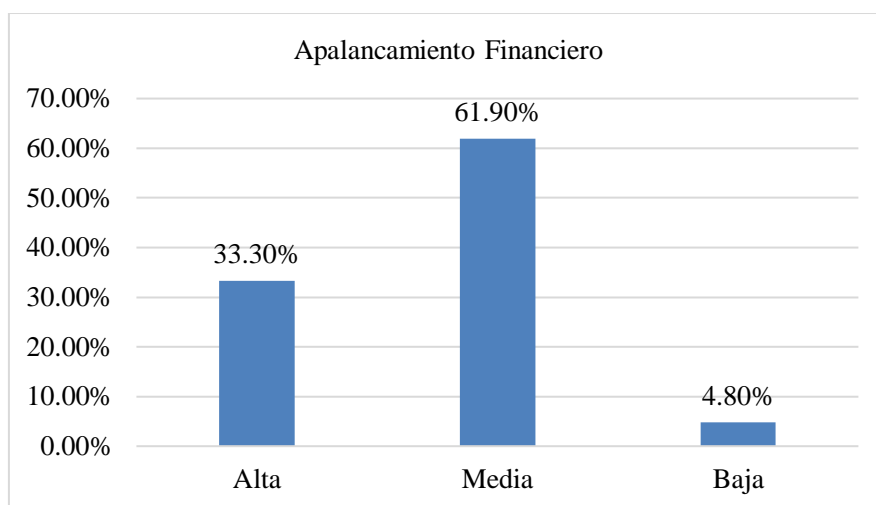
Dimensión 3. Apalancamiento Financiero**Tabla 11**

Distribución de frecuencias de dimensión apalancamiento financiero de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alta	7	33.3%
	Media	13	61.9%
	Baja	1	4.8%
	Total	21	100%

Nota: Base de datos, encuesta

Figura 8 Gráfica de barras del nivel de apalancamiento financiero de la Empresa 2RH Innova SAC, Huancayo 2019.



Nota: Base de datos, encuesta

Interpretación:

En la Tabla 11 y Figura 8 los datos reflejan que 13 personas que simbolizan el 61.9% asumen que el apalancamiento financiero que refleja la empresa está en nivel medio, mientras que 7 encuestados que abarcan el 33.3% lo ubican en nivel alto y solo 1 encuestado que representa el 4.8% lo considera en nivel bajo. Por lo que se puede concluir que la empresa muestra deficiencias en su plan estratégico para incrementar su rentabilidad financiera.

5.2. Contrastación de hipótesis

5.2.1 Contrastación de hipótesis general

H₀: No existe relación significativa entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

H_a: Existe relación significativa entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

Nivel de significancia

$$\alpha = 5\% (0.05)$$

Estadístico de prueba Tau B de Kendall

$$\tau = \frac{(Sa - Sb)}{\left[\frac{n(n-1)}{2}\right]}$$

Tabla 12

Correlación entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

			Plan Estratégico	Rentabilidad Financiera
Tau_b de Kendall	Plan Estratégico	Coficiente de correlación	1,000	,713**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	21	21
	Rentabilidad financiera	Coficiente de correlación	,713**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	21	21

** : "La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)".

Valor de Taub de Kendall (τ) = ,713

p . valor = 0.000 < 0.05

Decisión estadística:

La prueba Tau b de Kendall (τ) nos da como resultado 0.713 al 95% de confianza estadística; evidenciando que hay relación directa entre las variables de estudio, a la vez, se ubica en el nivel de correlación muy buena y a un nivel de significancia bilateral de $p=0.000 < 0.05$, en suma, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de la investigación. En ese sentido se concluye que: Existe relación significativa entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019

5.2.2. Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: No existe relación significativa entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

H_a: Existe relación significativa entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

Nivel de significancia

$\alpha = 5\%$ (0.05)

Estadístico de prueba Tau B de Kendall

$$\tau = \frac{(S_a - S_b)}{\left[\frac{n(n-1)}{2}\right]}$$

Tabla 13.

Correlación entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

			Planeamiento financiero	Rentabilidad financiera
Tau_b de Kendall	Planeamiento financiero	Coficiente de correlación	1,000	,538**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	21	21
	Rentabilidad financiera	Coficiente de correlación	,538**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	21	21

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Valor de Taub de Kendall (τ) = ,538

p . valor = 0.000 < 0.05

Decisión estadística:

La prueba Tau b de Kendall (τ) nos da como resultado 0.538 al 95% de confianza estadística; evidenciando que existe relación directa entre las variables, asimismo, se localiza

dentro del nivel de correlación moderada y a un nivel de significancia bilateral de $p=0.002 < 0.05$, en suma, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de la investigación. En ese sentido se concluye que: “Existe relación significativa entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019”.

5.2.3. Contrastación de la hipótesis específica 2:

H₀: No existe relación significativa entre análisis FODA y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019

H_a: Existe relación significativa entre análisis FODA y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019

Nivel de significancia

$\alpha = 5\%$ (0.05)

Estadístico de prueba Tau B de Kendall

$$\tau = \frac{(S_a - S_b)}{\left[\frac{n(n-1)}{2}\right]}$$

Tabla 14

Correlación entre análisis FODA y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019

			Análisis FODA	Rentabilidad financiera
Tau_b de Kendall	Análisis FODA	Coefficiente de correlación	1,000	,545**
		Sig. (bilateral)	.	,001
	Rentabilidad financiera	N	21	21
		Coefficiente de correlación	,545**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	21	21

** . “La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)”.

Valor de Taub de Kendall (τ) = ,545

p. valor = 0.000 < 0.05

Decisión estadística:

La prueba Tau b de Kendall (τ) nos da como resultado 0.545 al 95% de confianza estadística; evidenciando que existe relación directa entre las variables, asimismo, se encuentra en el nivel de correlación moderada y a un nivel de significancia bilateral de $p=0.001 < 0.05$, en suma, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de la investigación. En ese sentido se concluye que: Existe relación significativa entre análisis FODA y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

5.2.4. Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: No existe relación significativa entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019

H_a: Existe relación significativa entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019

Nivel de significancia

$\alpha = 5\%$ (0.05)

Estadístico de prueba Tau b de Kendall

$$\tau = \frac{(Sa - Sb)}{\left[\frac{n(n-1)}{2}\right]}$$

Tabla 15

Correlación entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH

INNOVA SAC, Huancayo 2019

			Gestión Administrativa	Rentabilidad financiera
Tau_b de	Gestión Administrativa	Coefficiente de correlación	1,000	,630**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	21	21
Kendall	Rentabilidad financiera	Coefficiente de correlación	,630**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	21	21

**. "La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)".

Valor de Tau b de Kendall (τ) = ,630

p. valor = 0.000 < 0.05

Decisión estadística:

La prueba Tau b de Kendall (τ) nos da como resultado 0.630 al 95% de confianza estadística; evidenciando que existe relación directa entre las variables, asimismo, se ubica en el nivel de correlación buena y un nivel de significancia bilateral de $p=0.000 < 0.05$, en suma, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de la investigación. En ese sentido se concluye que: Existe relación significativa entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La hipótesis general planteada en la investigación es que “Existe relación significativa entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019”. Los datos de nivel descriptivo de la encuesta muestran que el 71% de los colaboradores consideran que el plan estratégico es regular mientras que el 19% considera que es mala; y para 9% la situación es buena evidenciando que, desde la perspectiva del trabajador, en mayor proporción del plan estratégico de la institución está en un nivel medio más que nada porque no se toman las decisiones adecuadas a la realidad de la empresa.

Acerca del manejo del planeamiento financiero que maneja el recurso humano en la empresa, el 81% de los trabajadores lo considera en un nivel regular, el 14% en nivel malo y solo el 4.7% lo considera en nivel bueno.

Otra de las características de la empresa según la encuesta realizada a los trabajadores es que la empresa realiza un análisis FODA en nivel regular según la afirmación del 62% de los encuestados; asimismo, el 29% reveló que se encuentra en nivel malo, mientras que el 9% afirmó que está en nivel bueno; evidenciando que la empresa no aplica las estrategias adecuadas para mejorar la rentabilidad y conseguir los resultados esperados.

Mientras que respecto a la gestión administrativa de la empresa el 52% de los trabajadores consideran que esta en nivel malo, mientras que el 43% lo considera en nivel regular y solo el 5% lo pone en nivel bueno; evidenciando que gran parte del recurso humano conoce las herramientas con las que cuenta la empresa; sin embargo, dicho conocimiento no abarca al 100% de los trabajadores ya sea por no conocer lo máximo de la misión y visión de la empresa, evidenciando claramente gran debilidad de compromiso por parte del recurso humano hacia la empresa.

Respecto a la rentabilidad financiera de la empresa; el 57% de las personas encuestadas lo consideran en nivel medio, mientras que el 38% en nivel bajo y solo el 5% dentro del nivel alto, ello evidencia que la rentabilidad financiera no es la que se espera y de no tomar acciones traerá graves consecuencias para la organización.

La encuesta permite evidenciar , que la institución cuenta con los instrumentos de planificación y costos; sin embargo, no todo el personal conoce sobre ellos; del mismo modo, existe una proporción que desconoce el tema financiero y contable, conocimientos fundamentales en el sector en el que se desempeña la empresa, asimismo, el personal revela poco compromiso con las metas, objetivos, la misión y visión institucional, a pesar que la percepción apunta a que la rentabilidad de la empresa es como se espera.

De la contrastación de la hipótesis general se obtuvo que existe relación significativa entre el plan estratégico y la rentabilidad financiera de la empresa, resultado similar que alcanza

Guerra Santos (2009), por lo cual menciona que la falta del sistema estable y consolidado de plan estratégico se considera como causa principal de los problemas organizacionales, lo que se evidencia de forma clara en las utilidades negativas que pueden mostrar las proyecciones, asimismo tras la implementación del plan estratégico reflejan montos positivos que implican garantías en el enfoque sostenible y de un futuro prometedor en crecimiento empresarial.

Acercas de la primera hipótesis específica se evidenció que existe relación significativa entre el planeamiento financiero y la rentabilidad financiera de la empresa, tal como pudo evidenciar Quispe Flores (2017), por lo cual precisa que es importante realizar un diagnóstico adecuado en torno a las falencias y proponer mejoras en el plan financiero de forma concertada con la participación sobre todo de la alta dirección.

En cuanto a la segunda hipótesis específica, se encontró que existe relación significativa entre el análisis FODA de la empresa y la rentabilidad financiera, dado que el conocimiento de las fortalezas y debilidades conforman el diagnóstico interno de la empresa, en ese sentido dicha información sirve de sustento para la formulación de estrategias, estrategias que aterrizan en resultados positivos para la empresa, desde esa perspectiva Hidalgo Zamalloa, Rosales Reyes, & Muñoz Herrera (2015), formulan sus estrategias, concluyendo que el diagnóstico es la base de toda formulación estratégica.

A ambos componentes del planeamiento estratégico se complementa la gestión administrativa, al cual se relaciona la tercera hipótesis, del cual se concluye que existe relación directa entre gestión administrativa y la rentabilidad financiera, al respecto Mendoza Rodríguez (2014), señala que la gestión administrativa tiene una estrecha relación con el planeamiento estratégico, la cual coadyuva al logro de metas y objetivos al socializar el plan estratégico con los que componen la organización, Bedoya Bustos & Domínguez Gonzales (2013), por su parte, señala que dado los cambios a los cuales se requiere que la empresa se adapte, es

necesario adecuar el planeamiento estratégico con el compromiso del personal que labora en la empresa.

Los resultados de la investigación muestran que existe relación significativa entre el plan estratégico y la rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019, lo cual resalta la importancia de la implementación del plan estratégico, y que la rentabilidad financiera pueda mostrar mejores resultados con el compromiso del personal, asimismo, es necesario se socialice los documentos de gestión de la empresa, para mejorar los resultados financieros. Además de ello es importante considerar para los tomadores de decisiones de la empresa, que además del plan estratégico existen otros factores importantes para mejorar los indicadores financieros.

CONCLUSIONES

Acorde a los resultados de la investigación se concluye:

1. Se estableció que existe relación significativa entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019; al hallar correlación mediante la prueba Tau b de Kendall ($\tau = 0.713$; $p = .000 < 0.05$), con un nivel de muy buena correlación, indicando que; cuando mejor sea el plan estratégico en la misma línea mejorara la rentabilidad financiera de la empresa.
2. Se estableció que existe relación significativa entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019; al hallar correlación por medio de la prueba Tau b de Kendall ($\tau = 0.538$; $p = .002 < 0.05$), con un nivel moderada de correlación, lo que implica que; cuando mayor sea el planeamiento estratégico en la misma dirección aumentara la rentabilidad financiera.

3. Se estableció que existe relación significativa entre análisis FODA y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019; al hallar correlación mediante la prueba Tau b de Kendall ($\tau = 0.545$; $p = .001 < 0.05$), con un nivel de moderada correlación, lo que implica que; cuando mejor sea el análisis FODA en la misma medida mejorara la rentabilidad financiera.

4. Se estableció que existe relación significativa entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019; al hallar correlación por medio de la prueba Tau b de Kendall ($\tau = 0.630$; $p = .000 < 0.05$), a un nivel de buena correlación; indicando que; cuando mejor sea la gestión administrativa en la misma medida mejorara la rentabilidad financiera.

RECOMENDACIONES

Al conocer el nivel de relación que existe entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019; se recomienda lo siguiente:

1. Si bien existe relación entre el plan estratégico y la rentabilidad financiera, es importante que la empresa socialice el instrumento de planeamiento y comprometa a todo el personal al logro de los objetivos, misión y visión de la empresa, para conseguir los resultados esperados.

2. Uno de los componentes importantes del plan estratégico es el planeamiento financiero, asociado al manejo de la estructura de costos, que para la mayor parte del personal se ejecuta; sin embargo, en la empresa no es algo sólido o bien establecido, por ende, se

recomienda aplicar estrategias para fortalecer el planeamiento financiero de la empresa ya que muestra una relación directa con la rentabilidad financiera.

3. Otro componente importante de todo plan es el análisis FODA que en la presente investigación se analizó, el diagnóstico interno respecto a fortalezas y debilidades; y el análisis externo en base a oportunidades y amenazas por ende, se recomienda; administrar un sistema de información de fortalezas y debilidades, ante la dinámica cambiante de la estructura interna que modifiquen el diagnóstico interno permanentemente que permita formular estrategias a favor de la rentabilidad financiera; y respecto al análisis externo hacer un correcto estudio de mercado y aprovechar al máximo las oportunidades que encuentre la empresa y estar preparados o saber cómo enfrentar las amenazas que se puedan presentar y evitar en la menor medida afectar la rentabilidad financiera de la empresa.
4. Se recomienda que a la par con la gestión administrativa se incentive la socialización de todo el personal que conforma la estructura orgánica de la empresa para que consolide y mejore las capacidades del recurso humano alineadas a los objetivos de la empresa; asimismo, al igual que el plan estratégico la gestión administrativa sea retroalimentativa de tal manera que se mejoren procesos que evidencian cierta debilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, G., Camargo, G., Morales, R., & Díaz, R. (2005). *¿Son más eficientes las instituciones microfinanciera que los bancos?* Lima: Instituto de Estudios Peruanos. Recuperado de: <https://fddocuments.ec/document/son-ms-eficientes-las-instituciones-microfinancieras-que-de-la-eficiencia.html?page=1>
- Aguilar, V. (2013). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa contratista Corporación Petrolera S.A.C.* (Tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres. Recuperado de: <https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/653/aguilavh.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Altamirano, E., & Larrea, M. (2016). “*Planeamiento Estratégico Financiero para aumentar la Rentabilidad de la Empresa Agrícola el Roble S.A.C. Chiclayo*”. (Tesis de pregrado).

Universidad Señor de Sipán. Perú. Recuperado de:
<https://hdl.handle.net/20.500.12802/4488>

Arias, F. (2006). *Mitos y errores en la elaboración de tesis y proyectos de investigación*. Caracas - Venezuela: Episteme. Recuperado de: <http://dicyg.fi-c.unam.mx:8080/oemj/apoyo-a-la-titulacion-licenciatura-y-a-la-graduacion-posgrado/Mitos%20y%20errores%20en%20la%20elaboracion%20tesis.pdf>

Alvarado, A., & Chambi, R. (2017). “*Plan estratégico para una empresa distribuidora de accesorios y autopartes para vehículos, Arequipa 2017 – 2022*”. (Tesis de pregrado). Universidad Católica San Pablo. Arequipa. Perú. Recuperado de:
http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15493/1/ALVARADO_DELCARPIO_AND_PLA.pdf

Armijo, M. (2011). Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. *CEPAL*. N°69. Recuperado de:
https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/5509/S2011156_es.pdf

Amondarain, J., & Zubiaur, G. (2013). Análisis de la rentabilidad. *Análisis contable. Tema N° 6*. Universidad del País Vasco. Recuperado de:
https://ocw.ehu.eus/file.php/245/TEMA_6_ANALISIS_DE_LA_RENTABILIDAD.pdf

Barandiarán, M., Calderón, D., Chávez, G., & Coello, A. (2012). “*Plan Estratégico del sector automotriz en el Perú-vehículos ligeros y comerciales*”. (Tesis de posgrado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Perú. Recuperado de:
<https://docplayer.es/6882067-Pontificia-universidad-catolica-del-peru-escuela-de-posgrado-plan-estrategico-del-sector-automotriz-en-el-peru-vehiculos-ligeros-y.html>

Baena, D. (2014). *Análisis Financiero: enfoque y proyecciones*. (2ª ed.). Ecoe Ediciones.

Recuperado

de:

https://books.google.co.ve/books?id=1Xs5DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Bedoya, Y., & Domínguez, D. (2013). *“Propuesta de Plan estratégico para la empresa FUNDELEC LTDA que le permita afrontar y aprovechar el TLC entre Colombia y Estados Unidos”*. (Tesis de posgrado). Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali. Colombia.

Recuperado de: <https://docplayer.es/86842352-Propuesta-de-un-plan-estrategico-para-la-empresa-fundelec-ltda-para-afrontar-el-impacto-del-tlc-entre-colombia-y-estados-unidos.html>

Cano, A., & Cifuentes, D. (2011). *“Diseño e Implementación de un Plan Estratégico para la Empresa Disempack LTDA”*. (Tesis de pregrado). Universidad de la Salle. Bogotá, Colombia.

Recuperado de: <https://docplayer.es/1102465-Diseno-e-implementacion-de-un-plan-estrategico-para-la-empresa-disempack-ltda-andres-felipe-cano-del-castillo-diana-alejandra-cifuentes-salazar.html>

Cabrera, M., Hernández, M., Rojas, M., & Valencia, C. (2017) *“Plan Estratégico para el sector de comercio automotriz de vehículos ligeros del Perú”*. (Tesis de posgrado). Pontificia

Universidad Católica del Perú. Recuperado de:

file:///C:/Users/User/Downloads/CABRERA_HERN%C3%81NDEZ_PLAN_AUTO_MOTRIZ.pdf

Castella, A. (2012). *“Diseño de un sistema logístico de planificación de inventarios para aprovisionamiento en empresas de distribución del sector de productos de consumo masivo”*. (Tesis de maestría). Universidad Francisco Gavidia, El Salvador. Recuperado

de: http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/510/1/Tesis_completa.pdf

- Collado, G. (22 de febrero de 2018). *Planificación Estratégica- Análisis de Porter*. Escuela de Organización Industrial. Recuperado de: <http://www.eoi.es/blogs/gisellecollado/2011/12/06/planificacion-estrategica-analisis-de-porter/>
- Córdova, M. (11 de julio de 2014). *Análisis financiero (1ª ed.)*. ECOE Ediciones. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=dvDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq= analisis+financiero&hl=es>
- Concepción, O. (2010). *Manual contabilidad financiera I: Conceptos básicos*. Sevilla. Aplicaciones didácticas. *Ciclos formativos de Administración*. Recuperado de: <http://www.eduinnova.es/monografias2010/nov2010/financiera1.pdf>
- Contreras, I. (2006). “*Análisis de la rentabilidad económica (ROI) y financiera (ROE) en empresas comerciales y en un contexto inflacionario*”. (Tesis de posgrado). Universidad de los Andes. Mérida. Venezuela. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545874003.pdf>
- Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración*. (8ª ed.). México: Interamericana Editores S.A. Recuperado de: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalverto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf
- Chapado, J. (2008). *Análisis de balances: interprete sus estados financieros sin saber de números*. España: Netbiblio.
- D'Alessio, F. (2013). *El proceso estratégico. Un enfoque de gerencia*. (2ª ed.). México: Pearson. Recuperado de:

https://www.academia.edu/33864534/El_proceso_Estrat%C3%A9gico_Fernando_D_Alessio_Ipinza_2C_CENTRUM_Cat%C3%B2lica_Pontifici_Universidad_Cat%C3%B2lica_del_Per%C3%B9

D'Alessio, F. (2015) *Administración de las Operaciones Productivas. Un Enfoque en Procesos para la Gerencia*. México D.F., México: Pearson. Recuperado de: https://issuu.com/ivanss_3/docs/administraci_n_de_la_producci_n_-_f

Del Río, D. (2013). *Diccionario-glosario de metodología de la investigación social*. Universidad Nacional de Educación a Distancia Madrid 2013.

Delgado, E., Flores, G., & Ninahuanca, S. (2016). “*Plan Estratégico para McDonald’s Peru: gestión de una cadena de suministros sostenible 2008-2010*”. (Tesis de posgrado). Universidad del Pacífico. Lima. Perú. Recuperado de: https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1467/Edwin_Tesis_Maestria_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ferrer, R. (2009). “*El impacto del crédito financiero en las personas naturales y jurídicas del sistema financiero peruano periodo 2000 – 2008*”. (Tesis de posgrado). Universidad San Martín de Porras. Lima. Perú. Recuperado de: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/342/ferrer_tr.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fuentes, T., & Luna, M. (18 de mayo de 2011). Análisis de tres modelos de planificación estratégica bajo cinco principios del pensamiento complejo. REDIP. UNEXPO. VRB. REDIX UNEXPO. Caracas. Venezuela. Recuperado de: <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-AnalisisDeTresModelosDePlanificacionEstrategicaBaj-3895231.pdf>

- Fred, D. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. (14ª ed.). Pearson Educación. México. Recuperado de: https://issuu.com/victore.cardozodelgado/docs/conceptos_de_administraci_n_estrat
- García, O. (30 de enero de 2009). *Administración Financiera Fundamentos y Aplicaciones* (4ª ed.). *Prensa moderna impresores S.A.* 368. Cali-Colombia: Recuperado de https://www.academia.edu/31811003/ADMINISTRACI%C3%93N_FINANCIERA_FUNDAMENTOS_Y_APLICACIONES
- Gil, N. (2018). *Taller de planeamiento estratégico*. Universidad Ricardo Palma. Lima. Perú. Recuperado de: <http://www.une.edu.pe/planeamiento/docs/documentos-normativos/DISPOSITIVOS%20LEGALES%20VIGENTES%20EN%20LA%20ADM%20PUBLICA/08%20SIST.%20ADM.%20DE%20PLANEAMIENTO%20ESTRATEGICO/06%20TALLER%20DE%20PLANEAMIENTO%20ESTRATEGICO.pdf>
- Gonstein, L., Nolan, T., & Pfeiffer, W. (1998). *Planeación estratégica global*. Mc GrawHill. Colombia. Recuperado de: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-03/Unidad1/Planeacion%20Estrategica%20Aplicada.pdf>
- Gómez, G. (1994). *Planeación y Organización de la empresa*. McGraw-HILL. México: Recuperado de: <https://desarrollodepersonalpublico.files.wordpress.com/2012/09/planeacion-y-org-de-emp-cap-6-9.pdf>
- Guerra, E. (2009). *“Plan estratégico de la empresa de calzado Michelle”*. (Tesis de pregrado) Universidad San Carlos, Guatemala. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3371.pdf

- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª ed.). McGRAW - HILL / Interamericana editores. México. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hidalgo, J., Muñoz, R., & Rosales, G. (2015). “*Plan estratégico para la caja municipal de ahorro y créditos de Maynas, periodo 2015-2019*”. (Tesis de posgrado). Universidad del Pacífico. Lima. Perú. Recuperado de: https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1587/Jorge_Tesis_Maestria_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- INTECAP. (21 de agosto de 2012). Tipos de planes. *Competencias básicas y genéricas elementales*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/educapdesarrollo/tipos-de-planes-14046431>
- Ibarra, A. (2001). *Análisis de las dificultades financieras de las empresas en una economía emergente: las bases de datos y las variables independientes en el sector hotelero de la bolsa mexicana de valores*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/aim/FACTOR_DE_LIQUIDEZ.htm
- Instituto Peruano de Economía. (noviembre de 2012). *El crédito informal en el Perú*. Recuperado de: <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-es-estudio-de-caso-el-credito-informal-en-el-peru-11-2012.pdf>
- Jiménez, J. (2007). *Manual práctico del plan general de contabilidad*. Madrid. Recuperado de: http://www.camaramadrid.es/asp/pub/docs/manual_practico_del_plan_general_contable.pdf

- Juárez, A. (2011). Uso de indicadores financieros para evaluar el impacto de las prácticas de alta implicación. *Working Papers on Operations Management*, 2(2), 32– 43.
Recuperado de: dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4787171.pdf
- Levy, A. (1981). *Planeamiento Estratégico*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Lino, J. (2009). *Metodología de la investigación científica*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Lino, R. (2014). *Diseño de un Modelo de Gestión Administrativa para el Cabildo de la comuna San Rafael, parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena, año 2014*. (Tesis de pregrado). Universidad Estatal Península de Santa Elena. La Libertad. Ecuador.
Recuperado de:
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1639/1/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20MODELO%20DE%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20PAR%20A%20EL%20CABILDO%20DE%20LA%20COMUNA%20SAN%20RAFAEL%2C%20PARROQUIA%20CHANDUY%2C%20PROVINCIA%20DE%20SANTA%20ELENA%2C%20A%C3%91O%202014.pdf>
- Lizcano, J. (2004). *Empresarial, Propuesta Práctica de Análisis y Evaluación. Print A Porter. Comunicación*. Recuperado de:
https://issuu.com/victore.cardozodelgado/docs/rentabilidad_empresarial_propuesta
- Mendoza, L. (2014). *“Diseño del plan estratégico 2013-2017 de la empresa Patricia Ramírez”*. (Tesis de posgrado). Universidad de Cartagena. Colombia. Recuperado de:
<https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/2433/Dise%C3%B1o%20del%20Plan%20Estrategico%20a%20la%20Empresa%20Patricia%20Ramirez.%20Lourdes%20Mendoza.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Mejía, C. (julio del 2012). La sostenibilidad, la solvencia y la solidez. *Publicación periódica Documento planning*. Recuperado de: https://www.planning.com.co/bd/gerencia_general/Julio2012.pdf
- Milla, A. (2013). *Las necesidades operativas de fondos y el fondo de maniobra*. Valencia. Recuperado de: <http://www.altair-consultores.com/images/stories/articulos/fi/fi30.pdf>
- MEF (2008). *Plan contable general para empresas*. Recuperado de: https://www.mef.gob.pe/contenidos/contapulic/documentac/VERSION_MODIFICA_DA_PCG_EMPRESARIAL.pdf
- Mendez, C. (1998). *Metodología*. Guía para elaborar diseños de investigación en economía, contables y administrativas. Colombia: McGraw Hill. Recuperado de: <file:///C:/Users/User/Downloads/MENDEZ%20ALVAREZ%20%20Metodologia%20Investigacion%20Ciencias%20Economicas%20y%20Administrat.pdf>
- Mendoza, P., & Robles, L. (2000). *Planeamiento Estratégico en Gerencia Aplicado a Servicios de Salud*. Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/382476054/Planeamiento-Estrategico-L-robles-Final>
- Morillo, M. (2001). Rentabilidad financiera y reducción de costos. *Actualidad Contable Faces*. 4(1316-8533), 15. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/257/25700404.pdf>
- Molina, G., Noriega, J., & Zavala, G. (2009). “*Plan estratégico para las cajas municipales ahorro y crédito del Perú*”. (Tesis de posgrado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima Perú. Recuperado de: <https://fddocuments.ec/document/plan-estrategico-para-las-cajas-municipales-sus-valiosos-aportes-y-conocimiento.html?page=1>

- Ossorio, A. (2002). *Planeamiento estratégico*. Buenos Aires - Argentina: Instituto Nacional de la Administración Pública. Recuperado de: http://www.bnm.me.gov.ar/redes_federales/bera/encuentros/nacionales/2008_ref/docs/cecilia_corda2.pdf
- Prieto, E. (2003). *Gestión estratégica organizacional* (3ª. ed.). Bogotá D.C., Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de: https://documen.site/download/gestion-estrategica-organizacional_pdf
- Quispe, P. (2017). “*Análisis de la planificación financiera estratégica y el impacto de la rentabilidad de las empresas de servicios hoteleros, caso: “hotel la posada del príncipe” Arequipa 2014*”. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de san Agustín. Arequipa. Perú. Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5756/COquflpv.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ronda, G. (22 de marzo de 2011). *Un concepto de estrategia*. Obtenido de Gestipolis. Recuperado de: <https://www.gestipolis.com/un-concepto-de-estrategia/>
- Shuttleworth, M. (16 de junio de 2010). *Estudio transversal*. Recuperado de: <https://explorable.com/es/estudio-transversal>
- Sosa, M. (2014). “*Propuesta de un plan estratégico y cuadro de mando integral para la contribución y mejora de la gestión en la institución Estrellas de Belén del distrito de la Victoria en el periodo 2014*”. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Perú. Recuperado de: https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/673/1/TL_Sosa_Jaime_MariaAlejandra.pdf

Zorrilla, S. (1985). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. (2^a. ed). Océano, México. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/SistemadeEstudiosMed/2-investigacion-cientifica-pdf-246641811>

ANEXOS

Anexo1. Matriz de consistencia

Título de investigación: Plan Estratégico y Rentabilidad Financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019

Autor: Noemi Jackelin Huatarongo Contreras

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES / DIMENSIONES	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
<p>Problema general</p> <p>- ¿Cuál es la relación entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Establecer la relación entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Existe relación significativa entre plan estratégico y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.</p>	<p>Variable 1:</p> <p>Plan estratégico</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planeamiento financiero. - Análisis FODA - Gestión administrativa 	<p>Método de investigación:</p> <p>Método general:</p> <p>Método científico</p> <p>Método específico</p> <p>Hipotético – deductivo</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>- ¿Cuál es la relación entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecer la relación entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019. - Establecer la relación entre análisis FODA y rentabilidad financiera de la 	<p>Hipótesis específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Existe relación significativa entre planeamiento financiero y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019. - Existe relación significativa entre 	<p>Variable 2:</p> <p>Rentabilidad financiera</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liquidez financiera - Solvencia económica - Apalancamiento financiero 	<p>Tipo de investigación: básica</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Correlacional</p> <p>Diseño de investigación:</p>

<p>- ¿Cuál es la relación entre análisis FODA y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019?</p> <p>- ¿Cuál es la relación entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019?</p>	<p>Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.</p> <p>- Establecer la relación entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019.</p>	<p>análisis FODA y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019</p> <p>- Existe relación significativa entre gestión administrativa y rentabilidad financiera de la Empresa 2RH INNOVA SAC, Huancayo 2019</p>		<p>No experimental – transaccional</p> <p>Población y muestra:</p> <p><i>Población:</i> 21 trabajadores de la Empresa 2RH INNOVA SAC.</p> <p>La muestra es igual a la población.</p>
--	---	--	--	---

Anexo 2. Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Plan Estratégico	“Es el proceso por el cual una organización determina su dirección de largo plazo; es una herramienta para enrumbar a la organización por el camino adecuado hacia el logro de objetivos y un futuro deseado” (D'Alessio, 2013, p.128).	Representa la planificación de la empresa en tema financiero y administrativo. Este permite trabajar bajo un enfoque de metas y resultados.	Planeamiento financiero	<ul style="list-style-type: none"> Existencia de plan estratégico para mejorar la rentabilidad Planeamiento operativo en el desarrollo del planeamiento estratégico Conocimiento de la misión y visión de la empresa Identidad y compromiso con la misión y visión de la empresa Estrategias para ganar nuevos clientes Estrategias innovadoras que llamen la atención 	<ul style="list-style-type: none"> La empresa maneja un plan estratégico para mejorar su rentabilidad La empresa tiene un plan operativo para desarrollar su planificación estratégica Usted conoce y tiene claro la misión y visión de la empresa Usted se identifica y compromete con la misión y visión de la empresa Las estrategias que aplica la empresa son importantes y le permite ganar nuevos clientes Las estrategias que aplica la empresa son innovadoras y llama la atención inmediata de los clientes. 	Escala ordinal 1 nunca 2 casi nunca 3 a veces 4 casi siempre 5 siempre
			Análisis FODA	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechar fortaleza y oportunidades Conocer y analizar las amenazas y debilidades Conocimiento de objetivos y 	<ul style="list-style-type: none"> La empresa aprovecha sus fortalezas y oportunidades para mejorar su rentabilidad. Para la empresa es importante conocer y analizar sus amenazas y debilidades para mejorar su rentabilidad. 	

				<p>principios corporativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tomar en cuenta y respetar ideas, opiniones y sugerencias en la toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Usted conoce y tiene claro los objetivos y principios corporativos de la empresa. • La empresa toma en cuenta y respeta sus ideas, opiniones y sugerencias para tomar decisiones. 	
			Gestión Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad y compromiso con los objetivos y principios corporativos • Conocimiento del organigrama de la empresa • Prestación de un buen servicio al cliente • Comunicar las estrategias a poner en práctica • Innovar constantemente las estrategias publicitarias • Capacitación constante de los colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> • Usted se identifica y está comprometido con los objetivos y principios corporativos de la empresa. • Usted conoce y tiene claro el organigrama de la empresa • La empresa se esmera permanentemente por prestar un buen servicio al cliente • La empresa comunica a todos los colaboradores las estrategias a poner en práctica. • La empresa innova constantemente sus estrategias publicitarias para mejorar su rentabilidad y posición en el mercado • La empresa capacita constantemente a sus colaboradores para brindar un buen servicio y fortalecer su recurso humano. 	
Rentabilidad Financiera	“Medida relativa de las utilidades que señala la capacidad de la empresa para para producir utilidades a partir de la inversión	Es la capacidad que tiene la empresa de generar beneficios en términos monetarios.	Liquidez financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Situación económica y financiera • Liquidez como elemento financiero 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa mantiene estable su situación económica y financiera 	<p>Escala ordinal</p> <p>1 nunca</p> <p>2 casi nunca</p> <p>3 a veces</p> <p>4 casi siempre</p> <p>5 siempre</p>

realizada por los accionistas, además, evalúa el rendimiento obtenido por los propietarios” (Morillo, 2001, p.89).				<ul style="list-style-type: none"> • Para la empresa la liquidez es un elemento financiero muy importante 	
	Solvencia Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Solvencia como elemento financiero • Manejar correctamente los estados financieros para medir rentabilidad • Realizar frecuentemente análisis minuciosos de los estados financieros 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa considera la solvencia un elemento financiero importante para su rentabilidad • La empresa maneja correctamente sus estados financieros para medir su rentabilidad • La empresa realiza frecuentemente un análisis minucioso de los estados financieros para mantener su rentabilidad 		
	Apalancamiento Financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un presupuesto por campaña • Manejo de estructura de costos • Retornos y resultados esperados 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa elabora sus presupuestos por campaña o periodos para evitar caer en pérdidas. • La empresa maneja una adecuada y correcta estructura de costos • La empresa considera que su rentabilidad en los últimos años fue la esperada. 		

Anexo 3. Matriz de Operacionalización de instrumento

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEM	ESCALA DE MEDICIÓN
Plan Estratégico	Planeamiento financiero	Existencia de plan estratégico para mejorar la rentabilidad	La empresa maneja un plan estratégico para mejorar su rentabilidad	Escala ordinal 1 nunca 2 casi nunca 3 a veces 4 casi siempre 5 siempre
		Planeamiento operativo en el desarrollo del planeamiento estratégico	La empresa tiene un plan operativo para desarrollar su planificación estratégica	
		Conocimiento de la misión y visión de la empresa	Usted conoce y tiene claro la misión y visión de la empresa	
		Identidad y compromiso con la misión y visión de la empresa	Usted se identifica y compromete con la misión y visión de la empresa	
		Estrategias para ganar nuevos clientes	Las estrategias que aplica la empresa son importantes y le permite ganar nuevos clientes	
		Estrategias innovadoras que llamen la atención	Las estrategias que aplica la empresa son innovadoras y llama la atención inmediata de los clientes.	
	Análisis FODA	Aprovechar fortaleza y oportunidades	La empresa aprovecha sus fortalezas y oportunidades para mejorar su rentabilidad.	Rangos 1 bueno 2 regular 3 malo
		Conocer y analizar las amenazas y debilidades	Para la empresa es importante conocer y analizar sus amenazas y debilidades para mejorar su rentabilidad.	
		Conocimiento de objetivos y principios corporativos	Usted conoce y tiene claro los objetivos y principios corporativos de la empresa.	
		Tomar en cuenta y respetar ideas, opiniones y sugerencias en la toma de decisiones	La empresa toma en cuenta y respeta sus ideas, opiniones y sugerencias para tomar decisiones.	

	Gestión Administrativa	Identidad y compromiso con los objetivos y principios corporativos	Usted se identifica y está comprometido con los objetivos y principios corporativos de la empresa.	
		Conocimiento del organigrama de la empresa	Usted conoce y tiene claro el organigrama de la empresa	
		Prestación de un buen servicio al cliente	La empresa se esmera permanentemente por prestar un buen servicio al cliente	
		Comunicar las estrategias a poner en práctica	La empresa comunica a todos los colaboradores las estrategias a poner en práctica.	
		Innovar constantemente las estrategias publicitarias	La empresa innova constantemente sus estrategias publicitarias para mejorar su rentabilidad y posición en el mercado	
		Capacitación constante de los colaboradores	La empresa capacita constantemente a sus colaboradores para brindar un buen servicio y fortalecer su recurso humano.	
Rentabilidad Financiera	Liquidez Financiera	Situación económica y financiera	La empresa mantiene estable su situación económica y financiera	Escala ordinal 1 nunca 2 casi nunca 3 a veces 4 casi siempre 5 siempre
		Liquidez como elemento financiero	Para la empresa la liquidez es un elemento financiero muy importante	
	Solvencia Económica	Solvencia como elemento financiero	La empresa considera la solvencia un elemento financiero importante para su rentabilidad	
		Manejar correctamente los estados financieros para medir rentabilidad	La empresa maneja correctamente sus estados financieros para medir su rentabilidad	
		Realizar frecuentemente análisis minuciosos de los estados financieros	La empresa realiza frecuentemente un análisis minucioso de los estados financieros para mantener su rentabilidad	
				Rangos 1 baja 2 media 3 alta

	Apalancamiento Financiero	Elaboración de un presupuesto por campaña	La empresa elabora sus presupuestos por campaña o periodos para evitar caer en pérdidas.	
		Manejo de estructura de costos	La empresa maneja una adecuada y correcta estructura de costos	
		Retornos y resultados esperados	La empresa considera que su rentabilidad en los últimos años fue la esperada.	

Anexo 4. Instrumento de investigación

ENCUESTA

Buen día.

- Estamos trabajando en una investigación acerca del plan estratégico y la rentabilidad financiera de la empresa.
- Pedimos su apoyo para rellenar el siguiente cuestionario con la mayor sinceridad posible. No hay respuestas correctas ni incorrectas.

Gracias por su ayuda.

INSTRUCCIONES

Lea las siguientes afirmaciones que a continuación se le presentan, tómese el tiempo que considere necesario y elija una sola opción marcando con una (X) en el cuadro que contenga la alternativa elegida por usted.

Escala:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Variable 1: Plan estratégico

N°	Dimensiones / Ítems	Escala de Valoración				
		1	2	3	4	5
	Dimensión 1: Planeamiento financiero					
1	La empresa maneja un plan estratégico para mejorar su rentabilidad					
2	La empresa tiene un plan operativo para desarrollar su planificación estratégica					
3	Usted conoce y tiene claro la misión y visión de la empresa					
4	Usted se identifica y compromete con la misión y visión de la empresa					
5	Las estrategias que aplica la empresa son importantes y le permite ganar nuevos clientes					
6	Las estrategias que aplica la empresa son innovadores y llama la atención inmediata de los clientes.					
	Dimensión 2: Análisis FODA					
7	La empresa aprovecha sus fortalezas y oportunidades para mejorar su rentabilidad.					
8	Para la empresa es importante conocer y analizar sus amenazas y debilidades para mejorar su rentabilidad.					

9	Usted conoce y tiene claro los objetivos y principios corporativos de la empresa.					
10	La empresa toma en cuenta sus ideas, opiniones y sugerencias para tomar decisiones.					
Dimensión 3: Gestión Administrativa						
11	Usted se identifica y está comprometido con los objetivos y principios corporativos de la empresa.					
12	Usted conoce y tiene claro el organigrama de la empresa					
13	La empresa se esmera permanentemente por prestar un buen servicio al cliente					
14	La empresa comunica a todos los colaboradores las estrategias a poner en práctica.					
15	La empresa innova constantemente sus estrategias publicitarias para mejorar su rentabilidad y posición en el mercado					
16	La empresa capacita constantemente a sus colaboradores para brindar un buen servicio y fortalecer su recurso humano.					

Variable 2. Rentabilidad Financiera

N°	Dimensiones / Ítems	Escala de Valoración				
		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Liquidez Financiera						
1	La empresa mantiene estable su situación económica y financiera					
2	Para la empresa la liquidez es un elemento financiero muy importante					
Dimensión 2: Solvencia Económica						
3	La empresa considera la solvencia un elemento financiero importante para su rentabilidad					
4	La empresa maneja correctamente sus estados financieros para medir su rentabilidad					
5	La empresa considera muy importante hacer un minucioso análisis de los estados financieros para mantener su rentabilidad					
Dimensión 3: Apalancamiento Financiero						
6	La empresa elabora sus presupuestos por campaña o periodos para evitar caer en pérdidas.					
7	La empresa maneja una adecuada y correcta estructura de costos					
8	La empresa considera que su rentabilidad en los últimos años fue la esperada.					

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento que hace parte de la investigación **"PLAN ESTRATEGICO Y RENTABILIDAD FINANCIERA DE LA EMPRESA 2RH INNOVA SAC, HUANCAYO 2019"**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: Rossio Gelida Ricaldi Leon
 Formación académica: Lic. En Administración
 Áreas de experiencia profesional: Planeamiento
 Tiempo: 5 años
 Actual: Administradora
 Institución: Universidad Alas Peruanas SA

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

DATOS GENERALES

1.1. Título de la Investigación: *PLAN ESTRATEGICO Y RENTABILIDAD FINANCIERA DE LA EMPRESA 2RH INNOVA SAC, HUANCAYO 2019*

1.2. Nombre de los instrumentos motivo de Evaluación: Variables dependiente e independientes.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Buena				Muy bueno			
		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
1. CLARIDAD	Los indicadores están claros y bien definidos													61							
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables													65							
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la gestión pública													70							
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.															78					
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad													65							
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la investigación													67							
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos																	81			

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento que hace parte de la investigación **PLAN ESTRATÉGICO Y RENTABILIDAD FINANCIERA DE LA EMPRESA 2RH INNOVA SAC. HUANCAYO 2019**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: Karen Zadit LUJAN PIÑAS
 Formación académica: Lic. en Administración
 Áreas de experiencia profesional: Planeamiento Estratégico
 Tiempo: 7 años
 Actual: Planificador
 Institución: Policía Nacional del Perú

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

DATOS GENERALES

1.1. Título de la Investigación: *PLAN ESTRATÉGICO Y RENTABILIDAD FINANCIERA DE LA EMPRESA 2RH INNOVA SAC. HUANCAYO 2019*

1.2. Nombre de los instrumentos motivo de Evaluación: Variables dependiente e independientes.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Buena				Muy bueno				
		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	
1. CLARIDAD	Los indicadores están claros y bien definidos																				92	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables																		82			
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance del planeamiento estratégico																				89	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																				86	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																79					
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la investigación																		84			

Anexo 6. Data de procesamiento de datos

Variable 1. Plan estratégico

N°	Planeamiento financiero						Análisis FODA				Gestión Administrativa					
	PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	PE7	PE8	PE9	PE10	PE11	PE12	PE13	PE14	PE15	PE16
1	1	1	2	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4
2	1	2	5	5	4	1	5	5	3	3	5	5	4	4	4	3
3	1	2	4	4	5	1	4	5	3	3	5	5	4	1	1	3
4	1	1	1	1	4	3	4	5	3	4	3	4	4	5	5	3
5	2	1	2	3	4	1	4	4	3	4	4	3	3	5	4	2
6	1	1	3	4	4	1	5	5	2	3	4	3	4	4	3	3
7	1	1	1	1	4	1	4	4	2	3	3	3	3	5	3	3
8	1	1	4	4	5	1	5	4	3	3	4	4	4	5	3	3
9	2	1	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	3	4	4	3
10	1	2	2	2	4	1	5	4	4	4	4	4	3	5	3	3
11	1	1	3	4	5	1	4	5	2	4	4	4	3	3	5	2
12	1	1	2	2	4	3	4	5	2	3	4	5	4	5	3	3
13	2	1	2	2	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4
14	1	1	3	4	3	3	5	4	5	3	3	4	3	5	4	2
15	1	2	1	2	3	3	5	4	5	4	4	3	4	3	5	3
16	1	1	2	2	4	2	4	5	4	4	3	2	4	4	4	4
17	1	1	4	2	5	2	5	4	3	3	4	2	4	5	5	5
18	1	1	2	1	3	3	4	5	3	3	3	2	4	5	5	2
19	1	2	4	1	5	2	4	5	3	3	4	2	3	4	5	4
20	2	1	2	1	3	2	5	4	4	3	5	4	3	5	4	4
21	1	1	1	1	3	3	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4

Variable 2. Rentabilidad financiera

N°	Liquidez Financiera		Solvencia Económica			Apalancamiento Financiero		
	RF1	RF2	RF3	RF4	RF5	RF6	RF7	RF8
1	1	1	2	5	5	5	5	4
2	1	1	1	5	5	5	5	5
3	2	1	2	5	5	5	5	5
4	1	1	2	4	4	5	4	4
5	1	2	2	3	4	4	5	4
6	1	1	1	5	4	5	5	4
7	1	1	1	3	4	4	4	4
8	1	1	1	3	4	5	5	4
9	1	1	1	4	4	4	4	5
10	1	2	1	5	4	5	5	5
11	1	1	1	4	4	5	4	4
12	1	1	1	5	4	4	5	4
13	1	1	1	3	4	5	4	5
14	2	1	1	4	4	4	5	4
15	1	1	1	4	4	4	5	4
16	1	1	1	4	5	5	5	5
17	1	1	1	5	5	5	5	4
18	1	1	1	5	4	5	4	5
19	2	1	1	5	5	4	4	4
20	1	2	2	5	4	5	5	5
21	1	1	2	5	5	5	4	4

Anexo 7. Consentimiento informado**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Es grato dirigirme a través de la presente para saludarlo a nombre de mi representada la **"EMPRESA 2HR INNOVA SAC"** para manifestar lo siguiente:

Que habiendo recepcionado la solicitud de consentimiento informado por parte de la **Srta. Noemi Jackelin Huatarongo Contreras** de la facultad de CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES de la UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES; ante lo escrito en la solicitud de referencia se determina la **aceptación**, para realizar el trabajo de proyecto de tesis.

Por lo tanto, certifico que he sido informado con claridad y veracidad del trabajo e investigación que se realizara en la empresa **"2HR INNOVA SAC"**, y actúo voluntariamente con este proceso.

Huancayo, 15 de agosto del 2020

Atentamente:



**HINOSTROZA YANCE MARCO ANTONIO
GERENTE GENERAL**

Anexo 8. Fotos de aplicación del instrumento



