

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CONTABILIDAD



**Planeamiento estratégico para mejorar la rentabilidad de la empresa
EXIQUIM S.A.C. Distrito Huanchaco 2019.**

Tesis para optar el Título Profesional de Contadora Pública

Autora:

Bach: Chugnas Mantilla Carmen Rosa

Asesor (A):

Mg. Luis Menacho Jessica Fabiola

Cod. ORCID: 0000-0003-3781-6575

Trujillo - Perú

2021

Palabras clave:

Tema	Planeamiento estratégico, rentabilidad.
Especialidad	Contabilidad

Theme	Strategic planning, profitability.
Specialty	accounting

Línea de Investigación:

Línea de Investigación	OCDE		
	Área	Sub Área	Disciplina
Finanzas	Ciencias Sociales	Economía y Negocios	Economía

Research Line

Research Line	OCDE		
	Área	Sub Área	Discipline
Finance	Social Sciences	Economics and Business	Business and Management

**Planeamiento Estratégico para mejorar la Rentabilidad de la
empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco 2019.**

**Influence of the Public Budget on the satisfaction of the users of the
Santa Health Center – 2020**

Resumen

El objetivo general de la investigación fue describir cómo el planeamiento estratégico influye en mejorar la rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.

En la parte metodológica es de tipo descriptiva de enfoque cuantitativo, los resultados de la información obtenidos serán procesadas mediante tablas y gráficos, mediante un Excel Microsoft. Para la recolección de datos se contó con una población-muestra, ya que se contó con un número reducido de 15 trabajadores en la empresa Exiquim, se usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario.

Los resultados que se obtuvo en cuanto la incidencia del planeamiento estratégico. en la rentabilidad no es positiva ya que existe desconocimiento de la misión de la empresa, el 53% de encuestados lo indicó, tanto así que la empresa a veces busca oportunidades en el mercado competitivo para mejorar la rentabilidad, el 80% lo indicó, para lograr los resultados de la rentabilidad financiera de la empresa, casi nunca se realizan mediante la aplicación de indicadores financieros para medir la rentabilidad, el 80% lo afirmó y a veces la empresa lleva un buen control de sus inversiones, el 80% de encuestados lo confirmó.

Abstract

The general objective is to describe how strategic planning influences the profitability of the company Exiquim S.A.C. Huanchaco District, 2019.

For its methodology, a descriptive research belonging to the quantitative approach was considered, since the events will be narrated as they occurred in a certain time, quantitative because the results of the information obtained will be processed through tables and graphs, using Microsoft Excel. For data collection, a sample population was counted, and there was a reduced number of workers in the Exiquim company, the survey technique was used and the questionnaire was used as an instrument.

The results regarding the incidence of P.E. In profitability it is not positive since there is ignorance of the mission of the company, 53% of respondents indicated it, so much so that the company sometimes looks for opportunities in the competitive market to improve profitability, 80% indicated it. Achieve the results of the financial profitability of the company, they are almost never done by applying financial indicators to measure profitability, 80% affirmed it and sometimes the company has good control of its investments, 80% of respondents confirmed it.

INDICE

PALABRA CLAVE:	i
TITULO	ii
RESUMEN	iii
ABSTRACT	iv
INDICE	v
CAPITULO I : INTRODUCCION	1
1.1 ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACION CIENTIFICA	2
1.2 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION	7
1.3 PROBLEMA	18
1.4 CONCEPTUACION Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	19
1.5 HIPOTESIS	20
1.6 OBJETIVOS	21
CAPITULO II : MATERIAL Y METODOS	22
2.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION	23
2.2 POBLACION Y MUESTRA	23
2.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS	24
2.4. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	24
CAPITULO III: RESULTADOS	25
CAPITULO IV: ANALISIS Y DISCUSION	43
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
CAPITULO VI: REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	57
APENDICES Y ANEXOS	63

CAPITULO I

INTRODUCCION

1.1. Antecedente y fundamentación científica.

Antecedente de la investigación

En lo Internacional:

Alonzo (2016), en su investigación (...) propone la elaboración de una Planificación Estratégica Financiera, que partiendo de la planificación estratégica general de la empresa permita la definición de los objetivos y metas, así también como sus procesos adecuados para lograrlos, de tal manera que se tiene una gran herramienta poderosa de dar diagnósticos y análisis, de los problemas que puedan venir y luego se toman las decisiones, con el fin de estar preparados a nuevos cambios y así adecuarse a las demandas actuales del entorno, teniendo un fin de llegar en lo más alto de la eficiencia y calidad de sus operaciones. (...) llegando a las siguientes recomendaciones; con el fin de obtener nuevos mercados de su sector, esto les permitirá tener mejores propuestas o proyectos, volviéndolos muy competitivos del mercado en que se encuentran, esto también los conllevará a estar revisando y creando nuevas herramientas para mejorar, así como sus estrategias con el fin de tener mejores rentabilidades de sus demandas. Otra recomendación es que se haga cambios en la Dirección Estratégica, esto fundamentado en lo ya establecidos, claro que se hace una revisión de lo más adecuado para ella, permitiéndole hacerla más eficiente y competitiva, (...).

En lo Nacional

Tinoco & Paliza (2016), en su tesis arribó a las siguientes conclusiones, en cuanto los resultados finales de su rentabilidad, se dieron cuenta que lo que repercute en la unidad de negocios, en el área de administración y protección de documentaciones de los archivos de Polysistemas, se deben a (...), con la información y resultado obtenido, se confirmó la existencia de una administración ineficiente en el personal o recurso humano, esto afecta de manera significativa en la rentabilidad de la empresa. (...), tanto así que se confirma que existe una gestión inadecuada en cuanto a la facilidad de obtener los documentos, llegando a impactar con una gran trascendencia negativa en los resultados de las ganancias de la empresa. Otro factor importante que

transgrede en los resultados positivos finales de la rentabilidad de dicha unidad, viene hacer la gestión de cobranza ineficiente. Este resultado desmejora la rentabilidad de la empresa, la falta de un buen ordenamiento en los procesos o un buen control. Con los resultados obtenidos de otras investigaciones, demuestran que existe una gran correlación positiva, entre ambas variables como la gestión de cobranza y la rentabilidad, llegando a decir que ambas variables tienen una relación directa. En consecuencia, se confirma que una inadecuada gestión de cobranza, repercutirá con gran significancia en los resultados de la rentabilidad.

Ramírez & Robles (2016), (...), llegaron a las siguientes conclusiones:) Después de haber revisado los resultados obtenidos, luego de hacer un análisis a los EE. FF y ratios, demostraron que la existencia de la morosidad incide de manera negativa en la **rentabilidad** , (...). Se pudo concluir que una de las principales y más riesgosa causa que da origen a que el crédito devenga en morosidad, se debe a que se hizo una mala evaluación al cliente, es decir no existe una buena calidad en su evaluación, porque se tiene la política que consideran como uno de los factores la voluntad de pago y su capacidad del deudor.) otro resultado notorio es la incidencia que tuvo la morosidad en la rentabilidad ha sido muy negativa, que en consecuencia esto aumenta que logra incrementarse, el cual esto genera menos colocaciones; también se ve cómo va deteriorándose la cartera; tanto como sus reservas; y el desplazamiento de los colaboradores, conllevándose a un resultado negativo en la rentabilidad; así también como los gastos y pérdidas en la Agencia. Laredo, otro resultado resultante se corrobora con la encuesta realizada, así como la entrevista que se hizo a los trabajadores y la parte administrativa de la empresa Laredo, en la etapa de recojo de información o evaluaciones continuos, dio como resultado de manera negativa su incidencia que no se está dando el cumplimiento de los objetivos.

Valverde (2017), (...). En su estudio de investigación se hizo un análisis de la realidad de su organizacional de la empresa en estudio, el cual se aplicó la

entrevista al área de la gerencia general. Con los resultados se pudo establecer que es necesario o existe la necesidad urgente de implementar un planeamiento estratégico, esto se tuvo que hacer con la aplicación de la técnica de encuesta hacia el personal de la empresa en estudio. Así también se evaluó cómo va la rentabilidad de la empresa, entre los periodos 2015-2017, el cual dio como resultado de la mengua en la utilidad neta de un 20.72% a 10.46% terminando el periodo 2017. En nuestro estudio una de las metas u objetivos fue dar un nuevo enfoque en diseñar el planeamiento estratégico para dicha empresa Inversiones Avícola Génesis, periodo 2018- 2020, como sabemos que se considera una herramienta muy importante y fundamental para su ampliación y desarrollo en cuanto al buen direccionamiento de la empresa. Los EEFF que fueron comparados en nuestra investigación, nos permitieron sustentar que el planeamiento estratégico incide positivamente en mejorar el nivel de rentabilidad de la empresa Inversiones Avícola Génesis.

Angulo & Aspajo (2020), en su investigación tiene como objetivo principal determinar cómo incide el planeamiento estratégico financiero en la rentabilidad de la Clínica Santa María del distrito de Morales, periodo 2020. (...), concluyó que el P. E. financiero incide considerablemente en la Rentabilidad de la Clínica Santa María del distrito de Morales, el bajo nivel de planificación es una limitación para el desarrollo estable y el buen posicionamiento en el mercado, por lo que se hacen ciertas recomendaciones que deben ser tenidas en cuenta por los empleados de la empresa.

Masías & Prado (2016), en su estudio arribó a las siguientes conclusiones que; en cuanto a las estrategias debe ser inspeccionada cada año, teniendo en cuenta que hay que comprobar si hay que corregir algo. Todo siempre y cuando esté de acuerdo a las variaciones del entorno externo, como se sabe que la estrategias o políticas pueden cambiar. Con el estudio realizado se pudo definir aquellas estrategias que se debían implementar, también sabemos que esto no es lo suficiente para poder garantizar su éxito de la empresa. La unidad de la G. Gral. debe dar mucho énfasis en la ejecución de una nueva política o

estrategia, se debe encomendar en comunicar de manera transparente, verificando que el personal logre haber captado la estrategia de la empresa. De tal manera que se debe priorizar en crear un mejor vinculo o relación entre ellos. Creándole a cada personal una preocupación genuina en el cumplimiento de los objetivos de la empresa, así también se logrará socialicen compartiendo compartir nuevas ideas y tiempo para saber entender a cada uno de ellos, con sus ideas que proponen. Sabemos que este punto es muy importante porque permitirá de manera satisfactoria que las nuevas estrategias puedan implementarse. También se recomienda de que G. G. debe poner más énfasis en la implementación de un mejor sistema de control, tanto en remuneración e información dentro de la empresa, esto logrará que las nuevas políticas o estrategias puedan efectuarse de manera satisfactorio.

Blas (2016), en su tesis arribó a lo siguiente, que la preparación de un óptimo Planeamiento Estratégico, en la Corporación DEYCAR'S SAC, le ha permitido mejorar sus procesos, guiándolo y enfocándose a sus miras hacia el futuro, se ha visto que la falta de este documento ha sido una de las principales debilidades porque no le ayudó a la ejecución de sus metas y objetivos tanto económico como financiero a corto, mediano y largo plazo, tanto es así como el amparo de cursos de capacitación y a la designación de recursos necesarios con el fin de dar cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa. • se hizo el cotejo de la rentabilidad del año 2015 frente al año 2016, los resultados fueron favorables y esto se debe en que este último periodo se aplicó el Planeamiento Estratégico, el cual fue organizado a través de nuevas políticas de ventas más eficaces, tanto como la administración de la liquidez se mejoró de la empresa. Y como propuesta de mejora fue: Plantear una nueva política que el nuevo Planeamiento Estratégico, se ponga a operatizar será necesario en dar seguimiento continuo o evaluarlo en forma periódica, con el fin de dar mejoras o correcciones las que se sean necesarias, sabemos que esta herramienta es un instrumento importante para dicha empresa, permite crear nuevas direcciones de estudio de mejoras en la empresa, para su rentabilidad, procesos y otras variables financieras que le interese.

Álvarez et al (2016), en su tesis arribaron a las siguientes conclusiones, la necesidad de implementar un eficiente plan estratégico de manera rápida, de tal manera que se le considera como una herramienta importante que fortalece seguir siendo líder en producción y ventas a nivel nacional, (...), así también llegó a las siguientes recomendaciones. Se debe Implementar un plan estratégico, empezando con una nueva organización o estructura, de tal manera que logre cambiar la propuesta antigua, (...). También se debe de desarrollar e idear un plan de comunicación, con el fin que todos los trabajadores tengan fluidez en la comunicación o mensajes para informar los nuevos procedimientos de la implementación de este P.E.. de tal manera que este proyecto debe darse en dos formas, con el fin de saber las inquietudes, escuchando sus preocupaciones del trabajador, conllevando a dar respuestas inmediatas y óptimas evitando de esta manera la resistencia al cambio. Se debe seleccionar a personal expertos y capacitados de las diferentes unidades, tanto se requiera durante la implementación de las nuevas políticas, procedimientos y estrategias. Se debe también incluir nuevos asesores en recursos humanos, en el área de marketing y publicaciones, auditoría o finanzas.

Quispe (2017), en su tesis, hizo las siguientes recomendaciones: Es de suma importancia la implementación, ejecutar y controlar la planificación financiera, porque será la base para conseguir el desarrollo económico donde se verán los objetivos, planes y metas en el tiempo y lugar que se realicen, de esta manera le pueda permitir perfeccionar de manera eficiente la conducción o el buen uso de los recursos económicos de dicha empresa con el fin de extender su rentabilidad de manera positiva. Para todo esto será necesario realizar capacitaciones al personal sobre esta nueva herramienta importante de gestión empresarial. Es necesario que se socialicen en todos los niveles de dirección jerárquicos de la empresa el planeamiento financiero como una herramienta de mucha importancia, este proyecto deberá ser un modelo presupuestario, el cual será revisado y continuamente será controlado, ya que tiene como finalidad de que todas las suposiciones que se den en el ejercicio económico, se lleguen a cumplir todas las necesidades de la empresa y estas

permitan tener un mejor incremento en la rentabilidad para luego tomar decisiones óptimas de cada unidad que lo requiera. Es necesario obtener la información financiera que brindan la evaluación financiera empresarial y su diagnóstico financiero con la finalidad de hacer un análisis de la salud económica y financiera del negocio, para que se puedan ser identificadas de las posibles falencias con el fin de dar nuevas propuestas de procesos necesarias con el fin de minimizar los riesgos que puedan transgredir a la empresa que se está estudiando, de tal manera que los jefes logren tomar buenas decisiones mediante el respaldo de información objetiva, siempre y cuando se plantee nuevas proyecciones estratégicas ideales para su desarrollo, (...).

1.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

a) Planeamiento Estratégico (P.E.).

El realizar un P.E. viene hacer la creación de la estrategia usualmente denominada P.E. o planeación de largo plazo, el cual se preocupa de efectuar la misión, los objetivos, metas, las estrategias y las políticas de una empresa. Todo empieza con el estudio y análisis de la situación actual, llegando a un diagnóstico es decir, es un proceso de encontrar una correspondencia de manera estratégica que hay entre las oportunidades externas y las fortalezas internas, que se pueda encontrar, mientras que a la par se compara con las amenazas externas y las debilidades internas (**Wheelen y Hunger, 2013**).

En nuestro estudio, se consideró tener como guía el libro de Administración Estratégica por los autores Thomas L. Wheelen y J. David Hunger, el cual es utilizado para investigar referente a estudios sobre P.E. los autores en su libro indican que para el planteamiento de una estrategia empieza a partir del análisis del modelo del negocio actual, para luego realizar un análisis llegando a un diagnóstico del entorno actual, se seleccionan los puntos estratégicos (DAFO) teniendo como base su realidad actual, para luego revisar y dar correcciones según se necesite la misión de la empresa u objetivos, generar y evaluar alternativas

estratégicas, para luego finalizar con la selección y recomendaciones con la mejor alternativa (**Wheelen y Hunger, 2013**).

El P. E. de la empresa, se refiere al plan maestro donde la alta dirección recoge o toma las decisiones estratégicas corporativas que más convengan a su realidad, el “hoy” siempre y cuando se tome como referencia en un futuro en lo que se hará en los próximos años (lejanía más habitual del P.E.), permitiendo el desarrollo de una empresa más competitiva que le permita brindar satisfacción a las demandas de los diversos grupos de intereses. Según (**Sainz, 2012**).

Viene a ser un proceso de toma de decisiones que quiere como objetivo que la organización y/o empresa esté constantemente acondicionada a su entorno, de la mejor situación que se encuentre.

“Contar con un plan estratégico, la empresa puede tener una orientación – el cual le permite alcanzar grandes horizontes de transparencia y fidelización – también podrá ver su realidad actual, conllevando a tener una proyección de cuál sería su direccionamiento, y tomar las medidas necesarias para prever o anticipar a un evento futuro. En definición, el P.E. viene hacer un documento que está orientado al logro y cumplimiento de sus fines en la empresa” (**Kirchner & Juarez, 2012**). Es decir, comprende la determinación de un futuro deseado y las etapas necesarias para realizarlo.

El planeamiento estratégico empieza respondiendo a las preguntas:

¿Dónde estamos?

¿Dónde queremos ir?

¿Cómo llegamos a dónde queremos ir?

¿Cómo lo hacemos?

Características de La Planeación Estratégica, según (Kirchner & Juarez, 2012)

Es Cuantitativo. Porque establece cifras numéricas, las cuales dotan de consistencia a los objetivos.

Es Temporal y actualizable. Ya que su vigencia explícita culmina cuando se alcanza el objetivo u objetivos principales.

Es Flexible: Por ser modificable ante cambios ambientales o ante la consecución de algunas metas que puedan llevar a la decisión de cambiar una parte o toda la estructura del plan.

Está Orientado a futuro. Otra característica es que orienta acciones y decisiones presentes en función de uno o varios objetivos que existen dentro de las posibilidades del porvenir.

Es normativo. Puesto que describe políticas, programas y directrices específicas en la actuación de la empresa.

Es integrador. Tanto la obtención de información como la redacción, así como su implementación, componen a todas las partes de la empresa.

Es creíble. Necesita plantear metas que sean asequibles, lógicas y viables y no hablar de utopías o fines que parezcan irrealizables.

Es sencillo. Para que pueda ser entendido y seguido por todos.

Es evaluativo. Da pie a retroalimentación

Objetivo de la Planeación Estratégica

El objetivo del planeamiento estratégico representa los resultados que la empresa espera obtener; son fines por alcanzar, establecidos cuantitativamente. Los objetivos deben reunir entre otras las siguientes características:

- Establecerse a un tiempo específico.
- Determinarse cuantitativamente.
- Su redacción debe iniciar con un verbo en infinitivo.

Organigrama

El organigrama es una representación gráfica informativa, pero también sirve para conocer los niveles de jerarquía, relaciones entre empleados y la estructura de la empresa. Esta organización es fundamental para el buen funcionamiento de la empresa y debe adaptarse a sus necesidades. Por tanto, el organigrama de una empresa es imprescindible para su éxito.

Por tanto, cada empresa tendrá un propio organigrama que dependerá fundamentalmente de la labor, el volumen que soporte y la cultura empresarial. Una mala estructura de la organización puede llevar a una empresa a la ruina, pues está muy relacionada con la eficiencia (no solo de los recursos humanos, sino de todos los recursos de la empresa) y de los costes asociados. **Fernández (s.f.)**

“El propósito específico de una organización indica qué le da sentido a una unidad estratégica de negocio al describir las pulsaciones que motivaron su creación, así como las características perdurables de la misma”. (**Kirchner & Juarez, 2012**)

Tres preguntas son básicas para definir la misión:

¿Quiénes somos?

¿A qué nos dedicamos?

¿Cuál es nuestro valor agregado y/o ventaja competitiva?

La misión debe cumplir entre otros los siguientes requisitos:

Amplia. Dentro de una línea con expansión, pero lo suficientemente específica y bien definida para que sea fácil de entender y lograr.

Motivadora. Inspiradora y alcanzable.

Permanente. Orientada al propósito de la empresa durante todo su ciclo de vida.

Congruente. Consistente con lo que se hace y se desea.

Visión

“(…) la visión es necesaria para motivar de manera efectiva a los empleados.

Una visión compartida crea una comunión de intereses que puede sacar a los trabajadores de la monotonía del trabajo cotidiano, y llevarlos a un mundo nuevo de oportunidades y desafíos”. Según (**David, 2013**).

Para formularla se deben responder entre otras las siguientes preguntas:

¿Qué se nota como clave para el futuro?

¿Qué contribución única se debe hacer en el futuro?

- ¿Cómo debe ser la competencia de la empresa?
- ¿Cuál es la oportunidad de crecimiento?
- ¿En qué negocios deberíamos estar?
- ¿En qué negocios no deberíamos estar?
- ¿Quiénes son o deberían ser nuestros clientes?
- ¿Cuáles son o deberían ser nuestras divisiones principales y futuras de mercado?
- ¿Qué es probable que cambie en nuestra organización dentro de tres o cinco años?

Análisis Foda

El análisis foda, es una notable herramienta estratégica de análisis de la situación de la entidad u organización. Su objetivo principal es aplicar la matriz foda y ofrecer un claro diagnóstico del entorno interno y externo para así poder tomar las decisiones estratégicamente oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. La matriz de análisis foda permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa. **(Espinoza 2013)**

Análisis Interno: “Consiste en estudiar a fondo rubros y actividades que se pueden controlar por la organización. (...) Un análisis interno puede arrojar insuficiencias o ventajas relativas”. **(Kirchner & Juarez, 2012)**.

Dimensiones:

Misión

Misión. “La misión de una organización es el propósito o razón de su existencia. Declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, ya sea un servicio o un producto.” (Wheelen y Hunger, 2013).

-) **Las Fortalezas** son las características de la entidad que la diferencian de manera positiva al compararse con otras entidades y en consecuencia potencian las posibilidades de desarrollo y crecimiento.

) **Las Debilidades** son las carencias de la empresa, y por lo tanto aspectos en los cuales es necesario actuar inmediatamente para no quedar en situación de retroceso. Una de las consecuencias que acarrea las debilidades es la pérdida de participación en el mercado; por lo tanto, debemos tener en cuenta que las debilidades son las grandes puertas de entrada de las amenazas.

Análisis Externo: Es el análisis del entorno de la empresa, en este análisis identificamos y evaluamos las tendencias, acontecimientos y cambios que sucede en el ámbito externo de la empresa y por ende están más allá de su control.

) **Las Oportunidades** son los medios que ofrenda el mercado y que solo podrán ser aprovechadas si la organización cuenta con las fortalezas para ello.

) **Las Amenazas** están compuestas por rigurosas condiciones que pueden afectar seriamente el desenvolvimiento de la entidad, llevándola en caso extremo, a su extinción. Por ejemplo, la actuación de una nueva empresa de mayor poder económico financiero y la posibilidad cierta de “robar” clientes, alterando así la marcha de los negocios.

Desarrollar un planeamiento estratégico La formulación de la estrategia usualmente denominada planeación estratégica o planeación de largo plazo, se ocupa de realizar la misión, los objetivos, las estrategias y las políticas de una empresa. Comienza con el diagnóstico de la situación actual, es decir, el proceso de encontrar una concordancia estratégica entre las oportunidades externas y las fortalezas internas, mientras simultáneamente se trabaja con las amenazas externas y las debilidades internas (**Wheelen y Hunger, 2013**). Para el presente estudio, se toma como guía al libro Administración Estratégica de los autores Thomas L. Wheelen y J. David Hunger que se utiliza para el estudio de la planeación estratégica. En este libro, sus autores señalan que la formulación de la estrategia comienza desde el análisis del modelo del negocio actual, prosiguiendo después a hacer el diagnóstico de la situación actual, seleccionar los factores estratégicos (FODA) con base en la situación actual, revisar y modificar según se requiera la misión u objetivos, generar y evaluar alternativas estratégicas, para culminar con la selección y recomendación de la mejor alternativa (Wheelen y Hunger, 2013). Para que se logre lo anteriormente señalado se realiza un análisis

de la situación: análisis FODA, revisión de la misión, revisión de los objetivos, generación de alternativas estratégicas, estrategias de negocios, estrategias competitivas, estrategias cooperativas, estrategias corporativas (para lo cual se hace un análisis direccional, un análisis de portafolio y se desarrolla la sombrilla corporativa), a su vez se realizan las matrices BCG (Boston Consulting Group), IE (Interna, Externa) y GE (Gran Estrategia).

b) Rentabilidad

Es un incremento que se da a toda acción económica en la cual se hacen movimientos a todos los bienes o capitales materiales, financieros o humanos con la finalidad de conseguir algunos resultados. Bajo esta representación, la rentabilidad de una empresa se examina haciendo una comparación del resultado final y el costo del valor de los recursos utilizados para obtener algunos beneficios.

Ccacya (2015).

Ratios de Rentabilidad

Constituyen los índices más importantes porque reflejan el poder de generación de utilidades de la empresa y la capacidad de obtener un rendimiento sobre los recursos obtenidos.

ÑMargen Bruto de Utilidad

Es una medida financiera utilizada para determinar la salud financiera de una empresa. Mide el grado de rentabilidad con que cuenta la empresa como resultado de disminuirle a las ventas el importe del costo de ventas y el importe resultante dividirlo entre las ventas netas. Es mejor cuando las utilidades brutas son mayores y más bajo el costo de ventas.

$$\text{MB} = \frac{\text{UTILIDAD BRUTA}}{\text{VENTAS NETAS}}$$

ÑMargen Operativo

Es el indicador financiero que muestra cual ha sido la eficiencia de la empresa de generar ingresos durante un periodo determinado, mide el grado de rentabilidad con que cuenta la empresa como resultado de disminuirle a las ventas el importe del costo de ventas y todos aquellos gastos operativos tales como: gastos de administración, gastos de ventas, depreciación, etc. y el importe resultante dividirlo entre las ventas netas, no considera cargas financieras (intereses e impuestos)

$$\text{MO} = \frac{\text{UTILIDAD OPERATIVA}}{\text{VENTAS NETAS}}$$

ÑMargen Neto

El margen de utilidad neto es una proporción de utilidades importante que muestra qué tan eficientemente la compañía puede convertir ventas en ganancias netas. El ingreso neto es el cálculo final en el estado de ingresos y mantener un margen de utilidad neto alto muestra que la empresa está en una buena posición para ganar utilidades en el mercado actual.

Mide el grado de rentabilidad con que cuenta la empresa como resultado de dividir la utilidad neta (resultado final de comparar los ingresos menos los gastos) y dividirlo entre las ventas netas.

$$\text{MN} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}}$$

Ñ **Rentabilidad Patrimonial (ROE)**

Muestra la rentabilidad del patrimonio neto.

Mide la productividad de los capitales propios de la empresa.

$$\text{ROE} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO NETO}}$$

Ñ **Rendimiento del Activo Total (ROA)**

Mide la eficiencia de la empresa en la utilización de los activos para producir utilidades.

$$\text{ROA} = \frac{\text{UTILIDAD NETA DESP. DE IMPTOS.}}{\text{TOTAL, ACTIVOS}}$$

Principales Estados Financieros

Estado de Situación Financiera (Balance general)

El balance general nos muestra en que posición financiera se encuentra una empresa a una fecha determinada. Asimismo, muestra los orígenes de los recursos de la empresa, el cómo los ha obtenido (pasivo y patrimonio).

También nos muestra los derechos y bienes en que estas invertidos tales recursos.

Estado de resultados (Estado de ganancias y pérdidas)

El estado de resultados nos da a conocer en forma ordenada y con detalles la manera como se obtuvo los resultados de una empresa en un determinado periodo.

En este estado veremos la deducción de los ingresos, los gastos operativos, financieros, los costos de los productos vendidos.

Dimensiones:**Utilidad:**

Como su nombre lo indica, la utilidad contable o neta es la utilidad que se genera a raíz del resultado de haber obtenido más ingresos que gastos en un ejercicio, no obstante, para llegar a este resultado se consideran solamente los principios contables, como los son aquellos que se encuentran insertos en las Normas de Información Financiera (NIF), como vimos en anteriores publicaciones.

La utilidad contable solamente centra su atención en los conceptos contables, sin importarle, por decir, lo que nos establezca la LISR o cualquier legislación fiscal, para dicho efecto, en cualquier país, procurando solamente la contabilidad de la empresa. **Reyna (2017),**

Según los principios contables, la utilidad contable se determina de la siguiente manera:

Ingresos

(-) Costo de venta

= Utilidad en ventas

(-) Gastos operacionales

= Utilidad operacional

(+) Ingresos no operacionales

(-) Gastos no operacionales

= Utilidad antes de impuestos

(-) Impuestos

= Utilidad a distribuir

Pérdidas: reducciones en la participación de la empresa por las que no se ha recibido ningún valor compensatorio, sin incluir los retiros de capital.

1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Las nuevas tecnologías e innovaciones han permitido que las competencias entre empresas sean cada vez más y más agresivas, pero ¿qué sucede si una empresa aun no entiende la importancia de implementar estrategias para planear su futuro?, es por ello que justificamos el presente trabajo de investigación.

En la práctica en el Perú hay gran cantidad de empresas, MYPES, sobre todo, que no entienden la necesidad de implementar un planeamiento estratégico, pero no por esto podemos decir que no son exitosas ni que dejen de serlo alguna vez. La reflexión estaría en cómo serían exitosas y qué porcentaje de rentabilidad tuviesen si llegaran a implementar estrategias con más visión, pues para sobrevivir en el mercado y competir con las empresas fuertes y sustentables a través del tiempo, se necesita otorgarle la importancia al proceso de definir a dónde quiere estar en un futuro y para esto es fundamental entender que las estrategias son los actos que se lleva a cabo para lograr esos objetivos planteados a largo plazo, pudiendo así resolver los problemas de la empresa Exiquim SAC:

En la parte teórica se brindará a muchas empresas, nuevas teorías y conceptos en relación a la excelente planificación estratégica que debe tener, pues cuando se implementan esta herramienta logran los objetivos que se han trazado, generando así una administración más que eficiente que les permite obtener una muy buena rentabilidad, pues tengamos en cuenta que las empresas actúan en escenarios demasiados agresivos turbulentos y cambiantes, donde la única constante es el cambio, es así que las empresas que no cuentan con una ruta que los guíe tiene la probabilidad de no crecer más de lo que esperan.

Actualmente la empresa Exiquim SAC no cuenta con un planeamiento estratégico, lo que la hace vulnerable ante los cambios que se viven día a día, orillando así a sus

gerentes a la toma de decisiones sin un análisis del futuro de la empresa, impidiendo así el crecimiento constante que tendría la empresa si contara con una hoja de ruta.

En el nivel científico aportará a los nuevos emprendedores o empresarios nuevos aportes en relación a las dos variables en estudio, así también incentivará a la búsqueda de investigaciones similares al presente trabajo, ya que encontramos estudios vinculados a nuestra investigación con los cuales nos orientamos y los tomamos como referencias y antecedentes que sustentan el problema planteado. La investigación del proyecto es viable y servirá como punto de referencia para las futuras investigaciones ya que contamos con el acceso a la fuente y el conocimiento e identificación de la problemática en este estudio.

1.3. PROBLEMA

¿Cómo el planeamiento estratégico influye en mejorar la Rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019?

1.4. CONCEPTUALIZACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

4.1.- Conceptualización de la Variable

a) Planeamiento Estratégico.

El planeamiento estratégico, usualmente denominado planeación a largo plazo o planeación estratégica, se hace cargo de cumplir la misión, los objetivos, las estrategias y las políticas que tiene una empresa. Empieza con el diagnóstico de la situación actual, es decir, el proceso de encontrar una concordancia estratégica entre las oportunidades externas y las fortalezas internas, mientras simultáneamente se trabaja con las amenazas externas y las debilidades internas (**Wheelen y Hunger , 2013**).

b) Rentabilidad.

Considerado uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un sector, subsector o incluso un negocio, ya que una rentabilidad sostenida con una política de dividendos, conlleva al fortalecimiento de las unidades económicas. Las utilidades reinvertidas adecuadamente significan expansión en capacidad instalada, actualización de la tecnología existente, nuevos esfuerzos en la búsqueda de mercados, o una mezcla de todos estos puntos. **(Ramírez & Robles, 2016)**

Operacionalización de las variables

Variable	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems
Planificación estratégica.	Es el conjunto de herramientas administrativas que permitirán medir la efectividad del planeamiento estratégico de la empresa Exiquim S.A.C. con sus dimensiones; misión, visión, FODA, objetivos y el organigrama, con una escala respectiva de 15 ítems.	Misión	Conocimiento	1.
			Claro y preciso	2.
		Visión	Orientación	3
			FODA	Fortalezas
		Debilidades		5
		Oportunidades		6 7 8
		Amenazas		9
		Objetivos	Cumplimiento	10 11
			Control	12 13
			Capacitación	14
		Organigrama	Elaboración	15
Rentabilidad	Es la relación razonable que debe existir entre el flujo de ingresos y los egresos (costos o gastos), siempre buscando un margen positivo de los ingresos con relación a los gastos de la empresa Exiquim S.A.C., el cual se podrá medir su rentabilidad con las dimensiones; utilidad y pérdidas a través de 15 ítems con su respectiva escala valorativa.	Utilidad	Liquidez	1
			Capital de trabajo	2.
			Solvencia	3.
			Créditos	4.
			Ratios	5.
			Garantías	6.
		Pérdidas	Gastos	7.
			Costos	8.
			Planificación	9.
			Flujo de caja	10 11
			Riesgos	12
			Estados Financieros	13 14
			Estructura Financiera	15

1.5. Hipótesis:

“El planeamiento estratégico influye significativamente en mejorar la Rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019”.

1.6. Objetivos

Objetivo general

1. Describir cómo el planeamiento estratégico influye en mejorar la Rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.

Objetivos específicos

1. Detallar como se encuentra el planeamiento estratégico de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.
2. Determinar en que nivel se encuentra la rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.
3. Explicar cómo el planeamiento estratégico mejora la rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.

CAPITULO II

METODOLOGIA

2.1. Tipo y diseño de investigación

a) Tipo

El estudio de investigación a realizar es de tipo descriptiva, ya que se narran los sucesos tal como se dio, porque describiremos las cualidades o atributos de las variables en materia de estudio.

“Una investigación descriptiva busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. **Hernández et al (2014)**,

b) Diseño

El diseño será no experimental de corte transversal, ya que la información se recogerá en un solo momento.

“El termino diseño al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema”. **Hernández, et al (2014)**.

2.2. Población- muestra

Para nuestra investigación se ha creído conveniente tomar a toda la población de la empresa en estudio, por ser un número reducido, que consta de 15 trabajadores. La población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación. Según **Tamayo (2012)**.

2.3. Técnicas e Instrumentos de investigación

Técnica:

La técnica a usar para la recolección de datos será la encuesta, dirigidas a todos los trabajadores administrativos de la empresa Exiquim SAC. Del distrito de Huanchaco.

La técnica a emplear para esta investigación será la encuesta, con su respectivo instrumento, es decir, el cuestionario, que contiene “un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (**Hernández et al., 2014**).

Instrumento:

El instrumento de recolección de datos que se utilizará es el cuestionario, conformado por 30 preguntas, con respuestas a escala de Likert, en función a la naturaleza del indicador.

Para la confiabilidad del instrumento de los cuestionarios pasó por la revisión de tres expertos de juicio (revisar en anexos).

2.4. Procesamiento y análisis de la información

Para la realización del proceso de la información recogida producto de la aplicación de los instrumentos, los mismos que serán resueltos aplicando la estadística descriptiva, con lo cual se va a demostrar cómo los datos obtenidos cumplirán o no, con los objetivos de la investigación.

La información obtenida será procesada mediante el análisis descriptivo e inferencial usando el programa de Microsoft Excel, que será tabulado mediante tablas y gráficos, una vez recolectados los datos proporcionados por los instrumentos, se procederá al análisis estadístico respectivo.

CAPITULO III

RESULTADOS

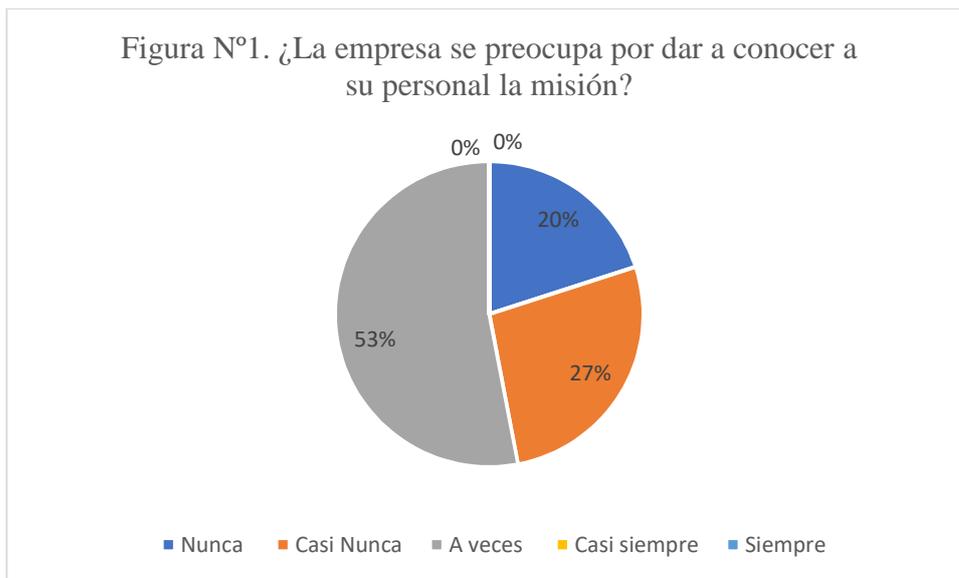
ENCUESTA PARA PERSONAL DE EMPRESA EXIQUM SAC.

TABLA N°01

¿La empresa se preocupa por dar a conocer a su personal la misión?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	3	20%
Casi Nunca	4	27%
A veces	8	53%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

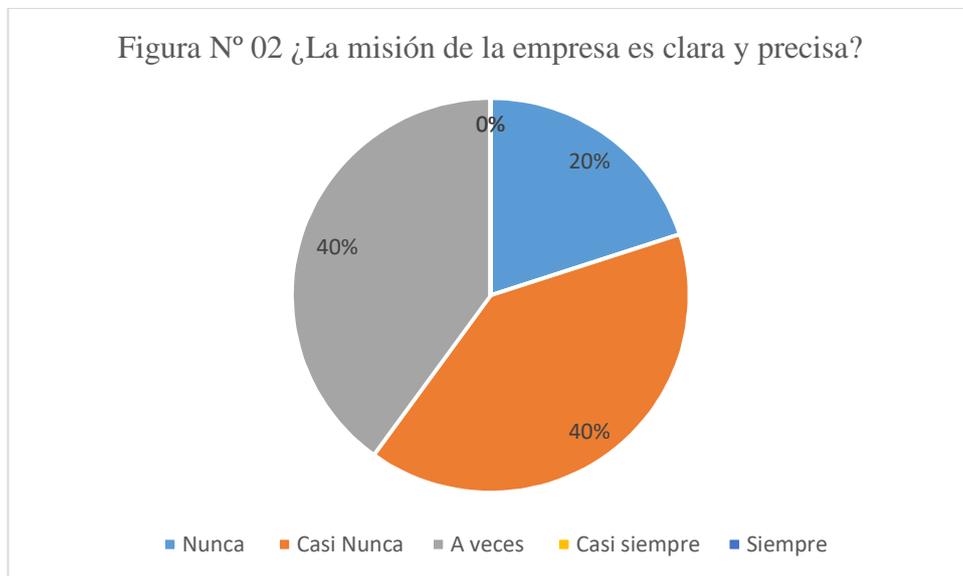
Tabla N°01, refleja los resultados siguientes: que el 53% del personal indica que a veces la empresa se preocupa por dar a conocer a su personal la misión, el 27% afirma que casi nunca y el 20% restante del personal manifiesta que nunca.

TABLA N°02

¿La misión de la empresa es clara y precisa?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	3	20%
Casi Nunca	6	40%
A veces	6	40%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



INTERPRETACIÓN:

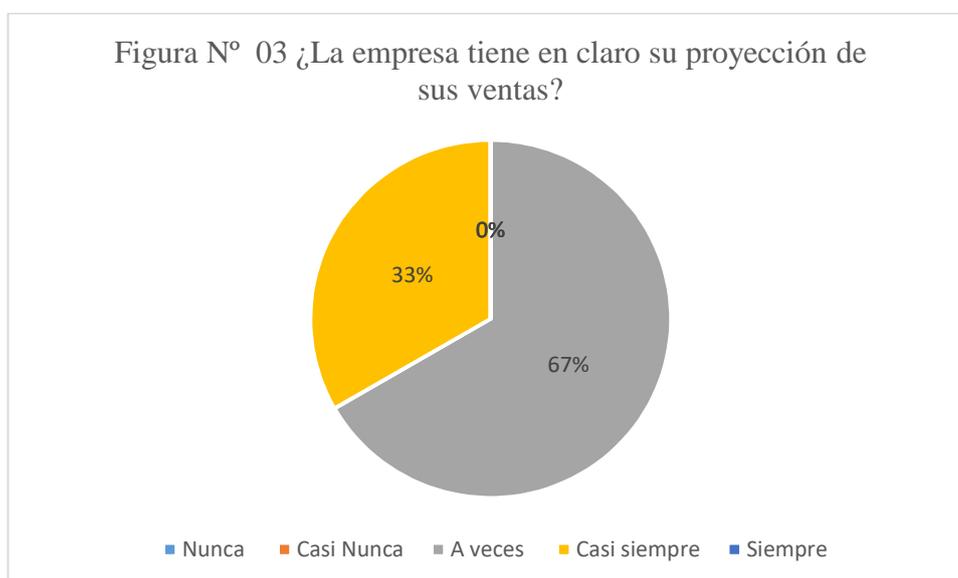
Tabla N.º 02, refleja el siguiente resultado: que el 40% del personal afirman que a veces la misión de la empresa es clara y precisa, otro 40%, coinciden que casi nunca y el 20% restante del personal encuestado opinan que nunca es clara la misión.

TABLA N°03

¿La empresa tiene en claro su proyección de sus ventas?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	10	67%
Casi siempre	5	33%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

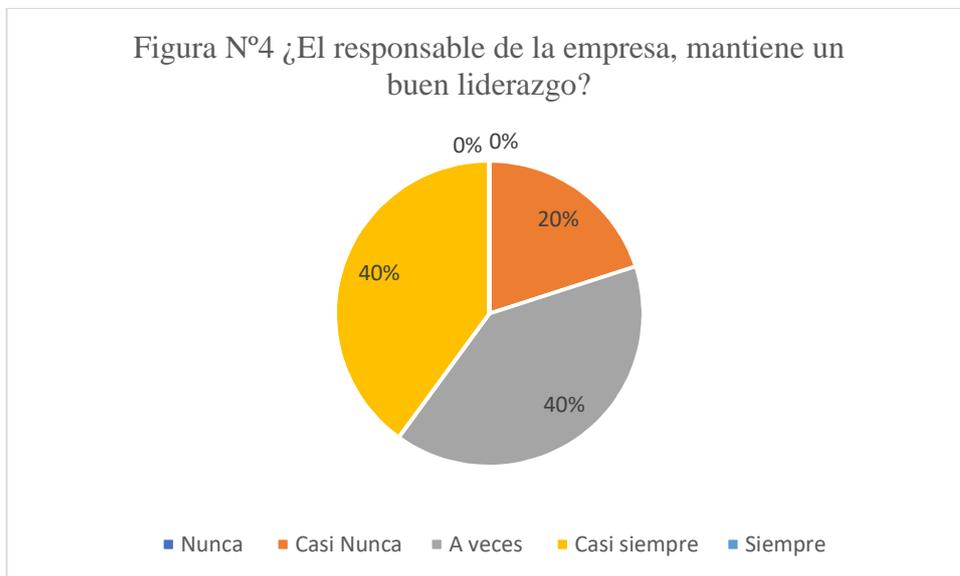
Tabla N.º 03, resalta el resultado siguiente: que el 67% del personal encuestado indica que a veces la empresa tiene en claro su proyección de sus ventas, el 33% restante del personal consignan que casi siempre existe una clara proyección de sus ventas.

TABLA N°04

¿El responsable de la empresa, mantiene un buen liderazgo?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	3	20%
A veces	6	40%
Casi siempre	6	40%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

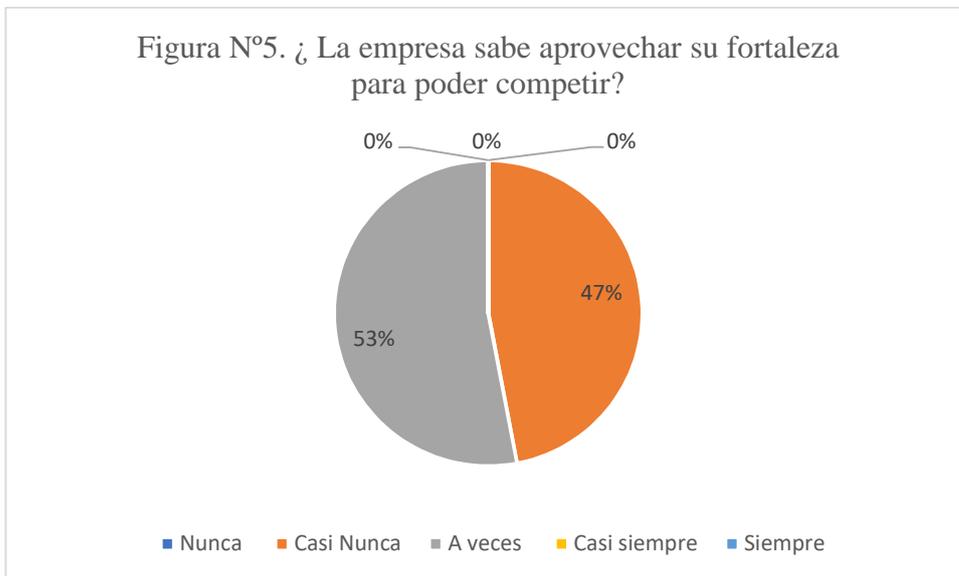
Tabla N.º 04. Nos refleja el siguiente resultado: que el 40% del personal afirman que casi siempre el responsable de la empresa, mantiene un buen liderazgo, otro 40% del personal indican que a veces y el 20% del personal restante consignan que casi nunca.

TABLA N°05

¿La empresa sabe aprovechar su fortaleza para poder competir?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	7	47%
A veces	8	53%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

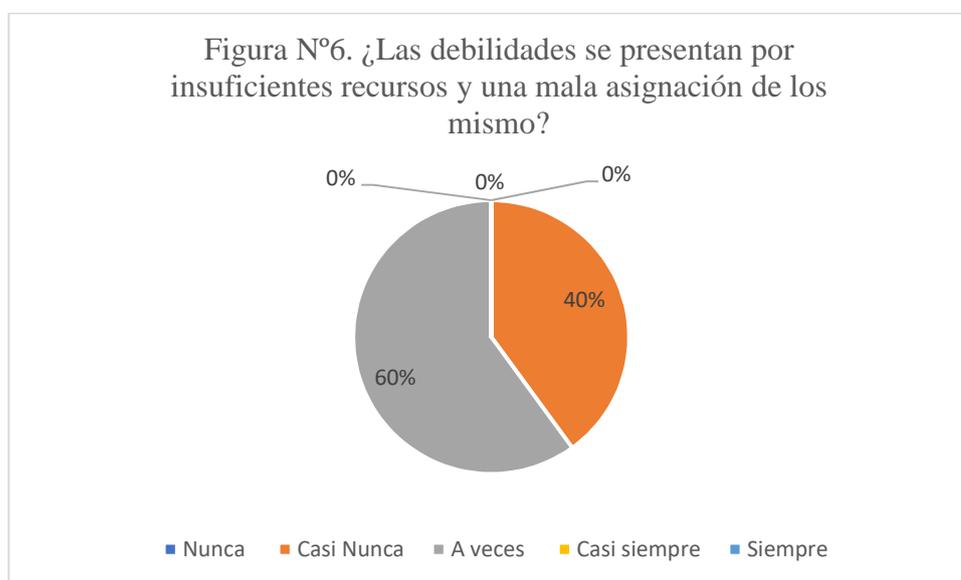
La Tabla N°05, arroja los resultados siguientes: que el 53% del personal indican que a veces la empresa sabe aprovechar su fortaleza para poder competir y el 47% del personal encuestado coinciden que casi nunca la empresa sabe aprovechar sus fortalezas.

TABLA N°06

¿Las debilidades se presentan por insuficientes recursos y una mala asignación de los mismo?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	6	40%
A veces	9	60%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

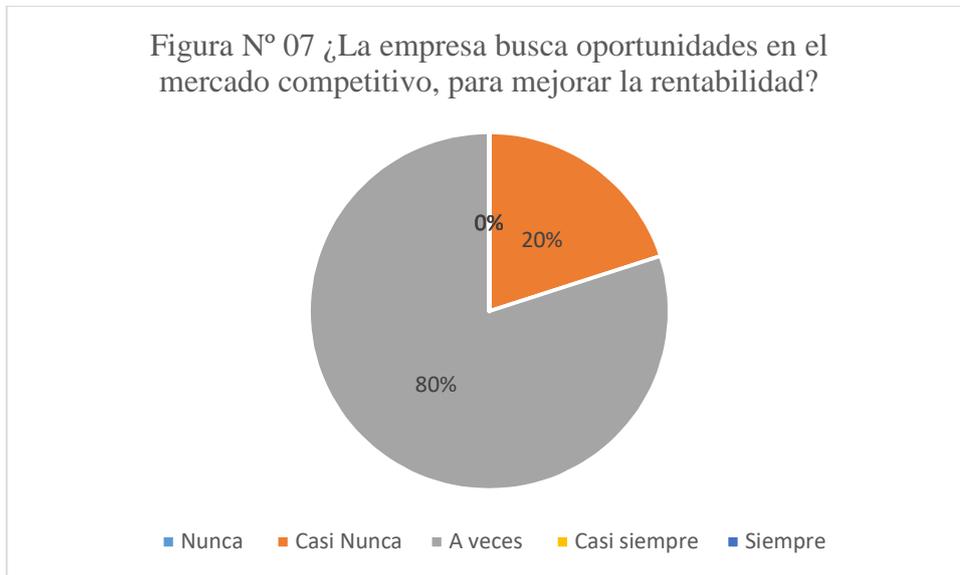
Tabla N°06, arroja el siguiente resultado: que el 60% del personal indican que a veces las debilidades se presentan por insuficientes recursos y una mala asignación de los mismo, mientras que el 40% restante del personal encuestado consigna que casi nunca.

TABLA N°07

¿La empresa busca oportunidades en el mercado competitivo, para mejorar la rentabilidad?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	3	20%
A veces	12	80%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



INTERPRETACIÓN:

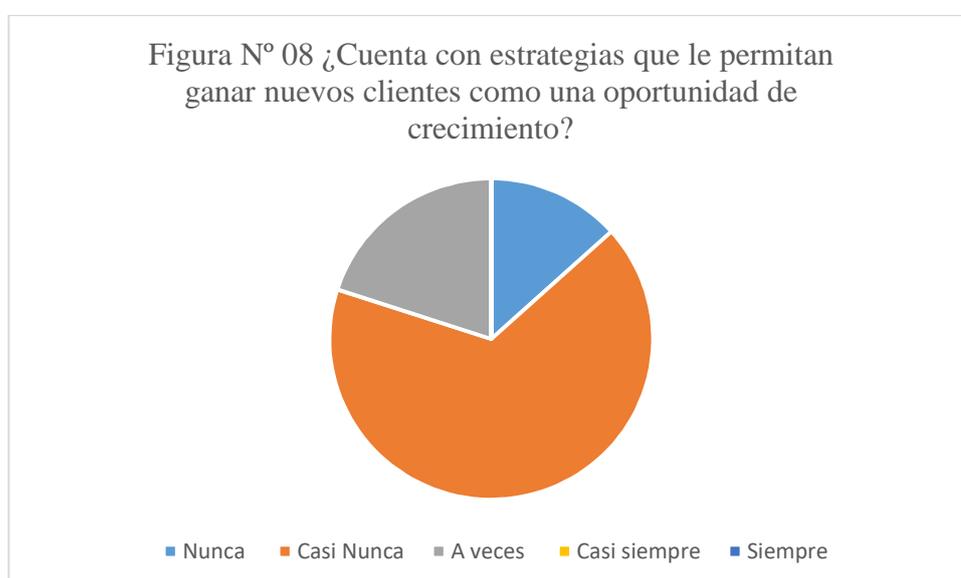
Tabla N°07, muestra los siguientes resultados: que el 80% del personal manifiestan que a veces la empresa busca oportunidades en el mercado competitivo, para mejorar la rentabilidad, y el 20% restante de los encuestados afirman que casi nunca.

TABLA N°08

¿Cuenta con estrategias que le permitan ganar nuevos clientes como una oportunidad de crecimiento?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	2	13%
Casi Nunca	10	60%
A veces	3	27%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



INTERPRETACIÓN:

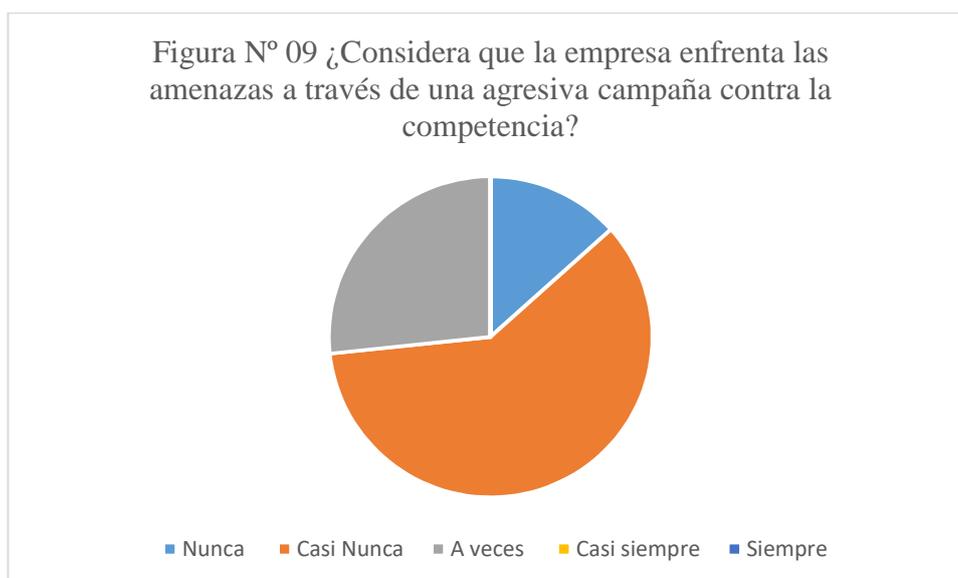
Tabla N°08, nos arroja el siguiente resultado: que el 60% del personal manifiestan que casi nunca la empresa cuenta con estrategias que le permitan ganar nuevos clientes como una oportunidad de crecimiento y el 27% restante del personal afirma que a veces y el 13% indica que nunca.

TABLA N°09

¿Considera que la empresa enfrenta las amenazas a través de una agresiva campaña contra la competencia?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	2	13%
Casi Nunca	9	60%
A veces	4	27%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



INTERPRETACIÓN:

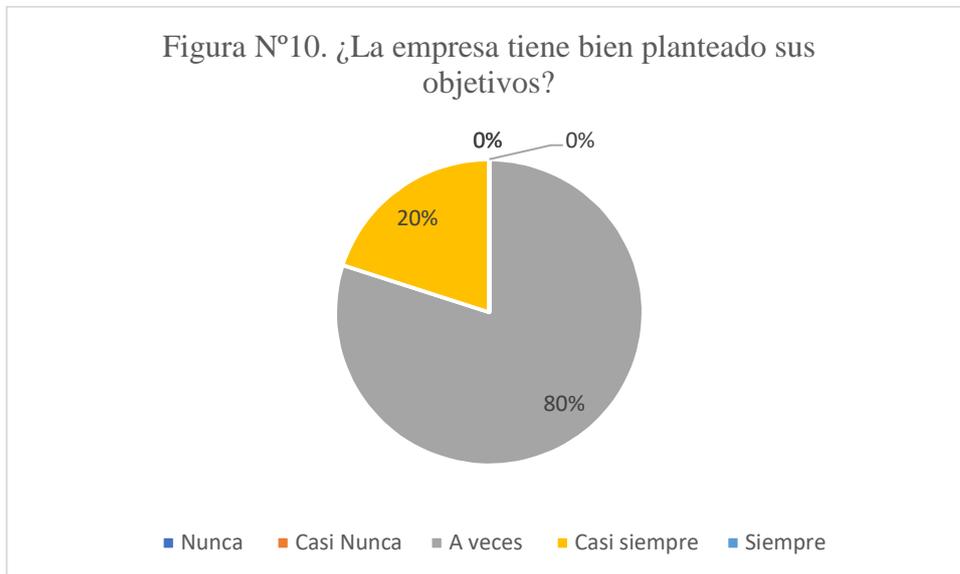
Tabla N°09, nos arroja el resultado siguiente: que el 60% del personal indica que casi nunca la empresa enfrenta las amenazas a través de una agresiva campaña contra la competencia, mientras que el 27% concuerda que a veces y el 13 % restante del personal manifiestan que nunca.

TABLA N°10

¿La empresa tiene bien planteado sus objetivos?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	12	80%
Casi siempre	3	20%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

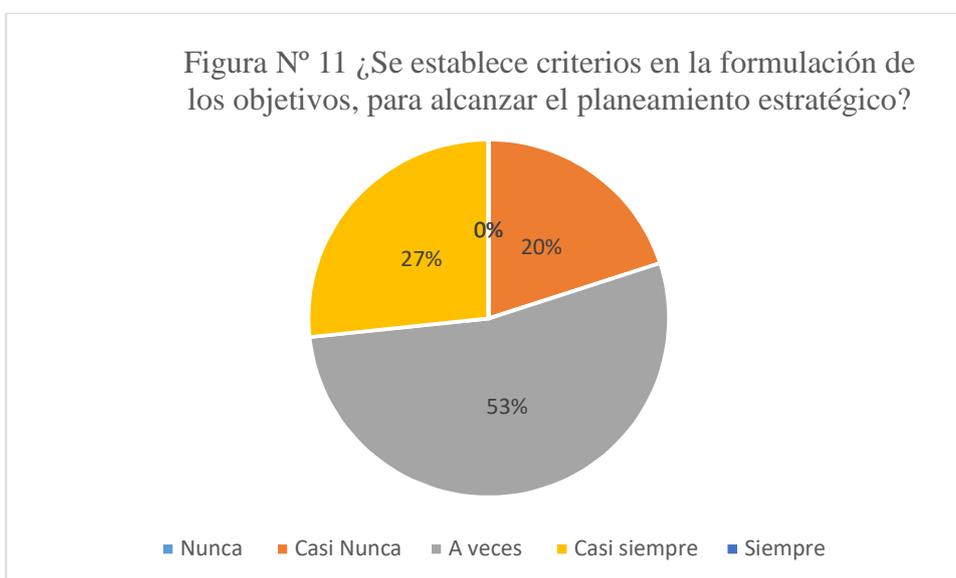
Tabla N°10, nos denota el resultado siguiente: que el 80% del personal encuestado con signan que a veces la empresa tiene bien planteado sus objetivos, mientras que el 20% manifiestan que casi siempre.

TABLA N°11

¿Se establece criterios en la formulación de los objetivos, para alcanzar el planeamiento estratégico?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	3	20%
A veces	8	53%
Casi siempre	4	27%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



INTERPRETACIÓN:

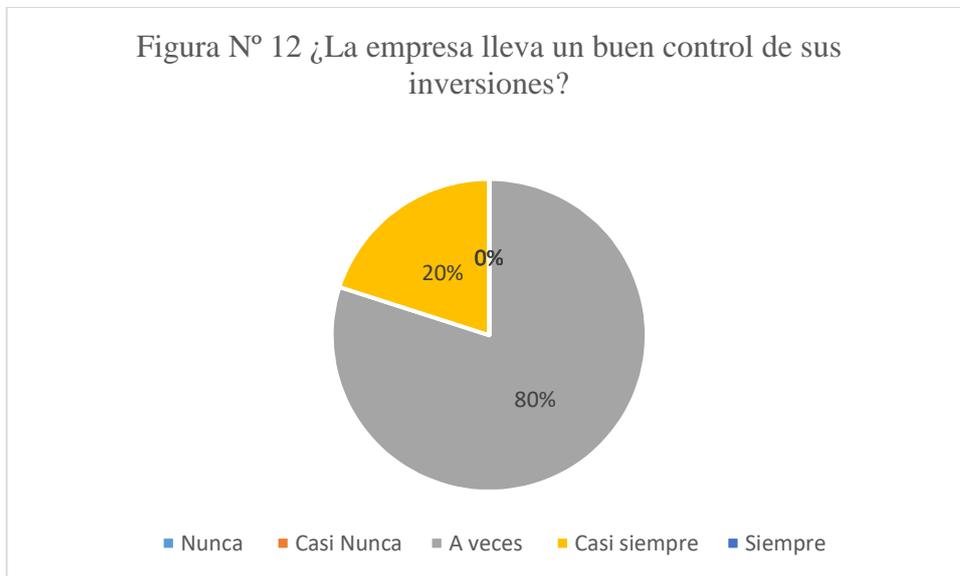
Tabla N°11, se tiene los resultados siguientes: que el 53% del personal indican que a veces la empresa establece criterios en la formulación de los objetivos, para alcanzar el planeamiento estratégico, mientras que el 27% del personal consignan que casi siempre y el 20% restante de los encuestados manifiestan que casi nunca.

TABLA N°12

¿La empresa lleva un buen control de sus inversiones?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	12	80%
Casi siempre	3	20%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Tabla N°12, se tiene el siguiente resultado: que el 80% del personal encuestado indican que a veces la empresa lleva un buen control de sus inversiones empresa lleva un buen control de sus inversiones mientras que el 20% de personal restante consignan que casi siempre.

TABLA N°13
¿La empresa cuenta con el MOF?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	5	33%
Casi Nunca	10	67%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

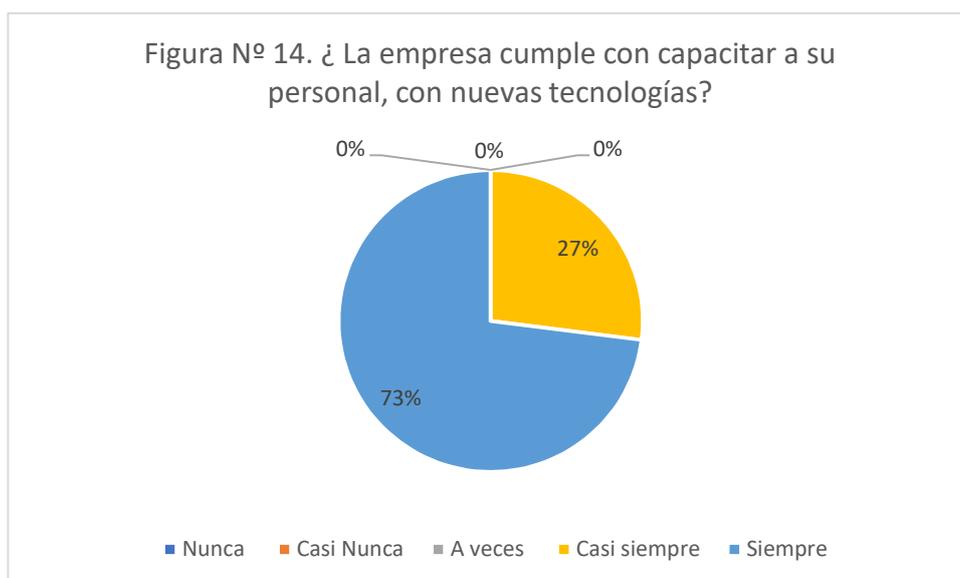
INTERPRETACIÓN:

Tabla N°13, nos brinda los resultados siguientes: que el 67% del personal encuestado opinan que casi nunca la empresa cuenta con el MOF y el 33% del personal encuestado indican que nunca la empresa cuenta con el MOF.

TABLA N°14
¿La empresa cumple con capacitar a su personal, con nuevas tecnologías?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	4	27%
Siempre	11	73%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Tabla N°14, nos refleja los siguientes resultados: que el 73% del personal encuestado consignan que siempre la empresa cumple con capacitar a su personal, con nuevas tecnologías y el 27% del personal restante indican que casi siempre.

TABLA N°15

¿La empresa cuenta con un organigrama bien estructurado?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	6	40%
Casi Nunca	9	60%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

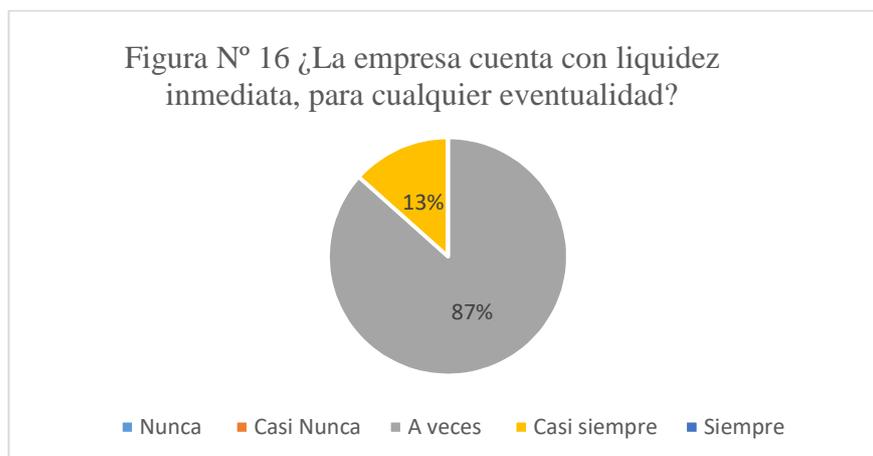
Tabla N°15 nos dice que el 60% de los encuestados manifiestan que casi nunca la empresa cuenta con un organigrama bien estructurado mientras que el 40% restante del personal afirman que nunca.

TABLA N°16

¿La empresa cuenta con liquidez inmediata, para cualquier eventualidad?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	13	87%
Casi siempre	2	13%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

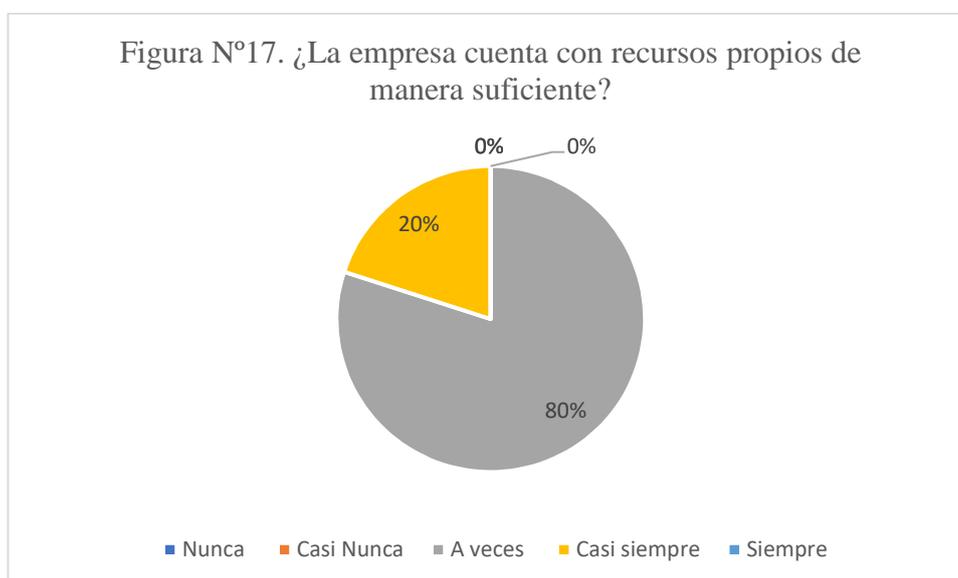
Tabla N°16, nos da los siguientes resultados: que el 87% del personal encuestado indican que a veces la empresa cuenta con liquidez inmediata, para cualquier eventualidad, mientras que el 13% del personal encuestado afirman que casi siempre.

TABLA N°17

¿La empresa cuenta con recursos propios de manera suficiente?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	12	80%
Casi siempre	3	20%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Tabla N°17, refleja los resultados siguientes: que el 80% del personal encuestado manifiestan que a veces la empresa cuenta con recursos propios de manera suficiente, mientras que el 20% restante de los encuestados indican que casi siempre cuenta con los recursos propios.

TABLA N°18

¿La empresa cuenta con solvencia para enfrentar sus pasivos?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	9	60%
Casi siempre	6	40%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Tabla N°18, nos brinda los resultados siguientes: que el 60% del personal encuestado manifiestan que a veces la empresa cuenta con solvencia para enfrentar sus pasivos, mientras que el 40 % de los encuestados consignan que casi siempre.

TABLA N°19

¿Considera que las líneas de crédito que utiliza la empresa, sus tasas son razonables?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	6	40%
A veces	6	40%
Casi siempre	3	20%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

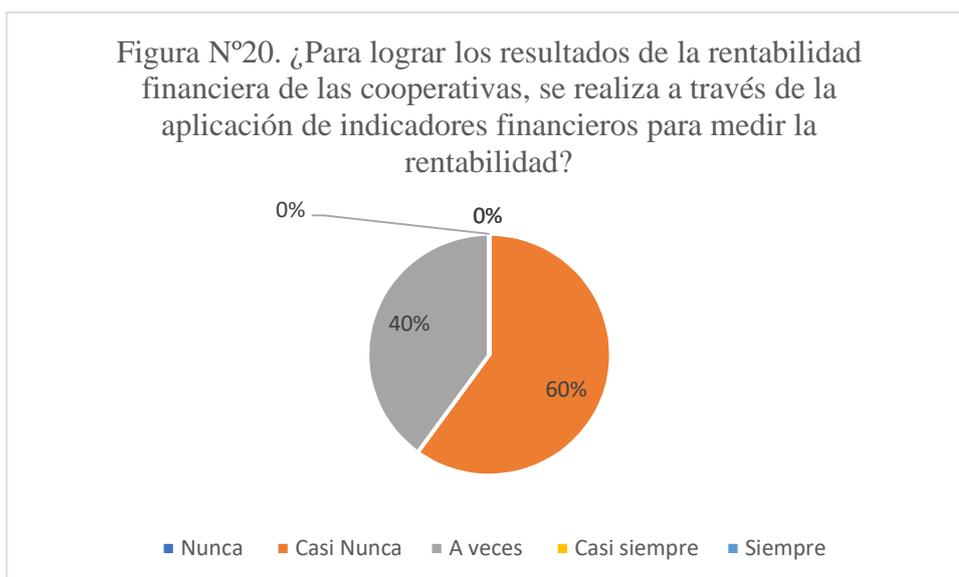
Tabla N°19, nos expresa los resultados siguientes: que el 40% del personal encuestado manifiestan que casi nunca las líneas de crédito que utiliza la empresa, sus tasas son razonables, mientras que otro 40% de los encuestados afirman que a veces y el otro 20% restante de los encuestados indican que casi siempre.

TABLA N°20

¿Para lograr los resultados de la rentabilidad financiera de la empresa, se realiza a través de la aplicación de indicadores financieros para medir la rentabilidad?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	9	60%
A veces	6	40%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Tabla N.º 20, se tiene los siguientes resultados: que el 60% del personal encuestado indican que casi nunca para lograr los resultados de la rentabilidad financiera de la empresa, se realiza a través de la aplicación de indicadores financieros para medir la rentabilidad mientras que el 40% restante de los encuestados afirman que a veces.

TABLA N°21

¿La empresa cuenta con las garantías necesarias para obtener un financiamiento crediticio?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	3	20%
A veces	6	40%
Casi siempre	6	40%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Tabla N°21, refleja los resultados siguientes: que el 40% del personal encuestado indica que a veces la empresa cuenta con las garantías necesarias para obtener un financiamiento crediticio, otro 40% del personal consignan que casi siempre y el 20% del personal restante opinan que casi nunca.

TABLA N°22

¿Los gastos que incurre la empresa se analizan permanentemente?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	9	60%
Casi siempre	6	40%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Tabla N°22, se tiene los resultados siguientes: que el 60% de los encuestados indican que a veces los gastos que incurre la empresa se analizan permanentemente y el 40% restante del personal encuestado afirman que casi siempre.

TABLA N°23

¿La empresa determina el punto de equilibrio en la estructura de costo?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	10	67%
Casi siempre	5	33%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

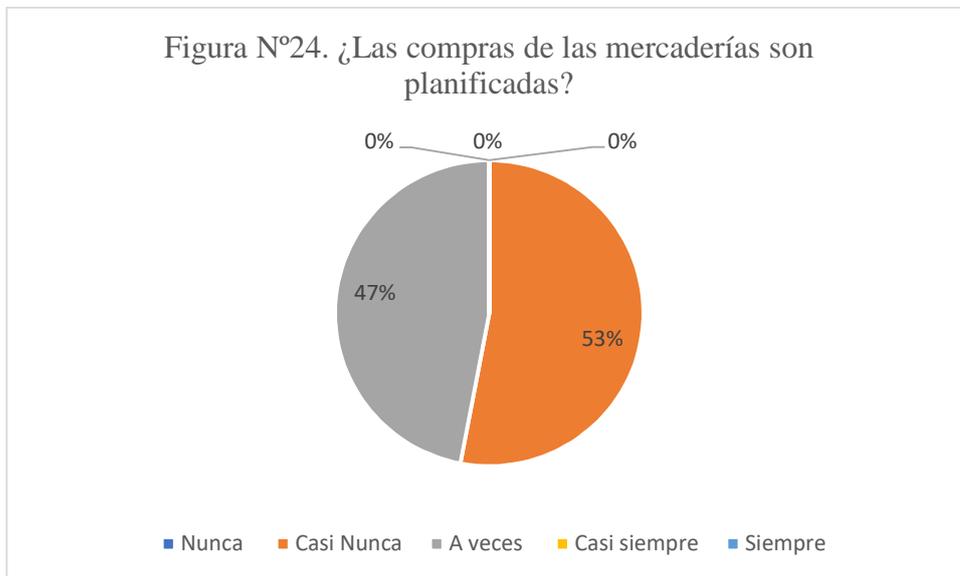
Tabla N°23, se tiene los resultados siguientes: que el 67% del personal encuestado opinan que a veces la empresa determina el punto de equilibrio en la estructura de costo mientras que el 33% consignan que casi siempre lo realiza.

TABLA N°24

¿Las compras de las mercaderías son planificadas?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	8	53%
A veces	7	47%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Tabla N°24, nos expresa los resultados siguientes: que el 53% de los encuestados afirman que casi nunca las compras de las mercaderías son planificadas, mientras que a veces 47% restante de los encuestados afirman que a veces.

TABLA N°25

¿Para el endeudamiento financiero se elabora el flujo de caja?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	6	40%
A veces	6	40%
Casi siempre	3	20%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

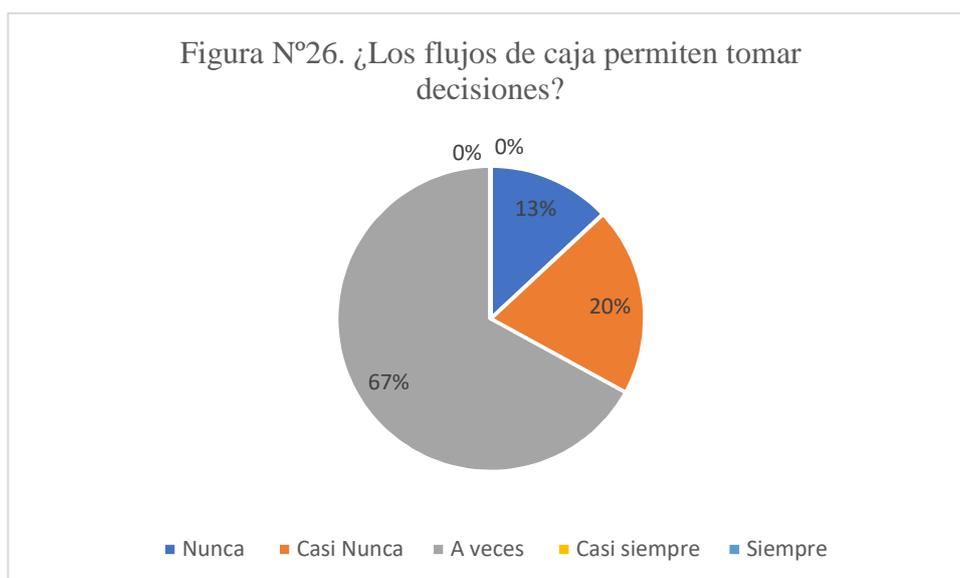
Tabla N°25, nos brinda los siguientes resultados: que el 40% del personal encuestado indican que casi nunca para el endeudamiento financiero se elabora el flujo de caja, mientras que el 40% del personal coinciden que a veces y el 20% restante del personal manifiestan que casi siempre se realiza el flujo de caja.

TABLA N°26

¿Los flujos de caja permiten tomar decisiones?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	2	13%
Casi Nunca	3	20%
A veces	10	67%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

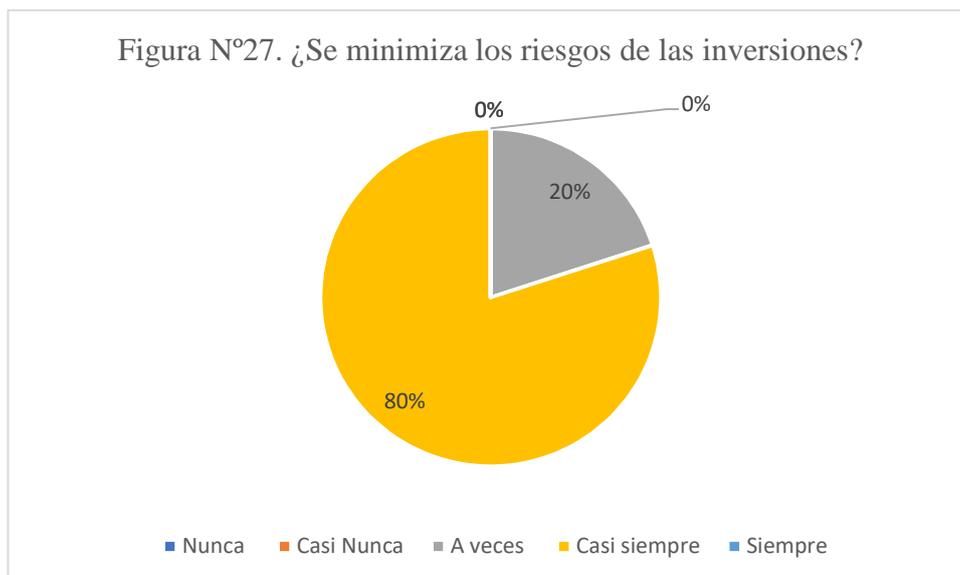
Tabla N°26, se tiene los diversos resultados: que el 67% del personal encuestado indican que a veces los flujos de caja permiten tomar decisiones, mientras que un 20% indica que casi nunca y el 13% del personal restante afirman que nunca.

TABLA N°27

¿Se minimiza los riesgos de las inversiones?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	3	20%
Casi siempre	12	80%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Tabla N°27, nos da los resultados siguientes: que el 80% del personal encuestado indica que casi siempre se minimiza los riesgos de las inversiones, mientras que el 20% indica que a veces.

TABLA N°28

¿Los estados financieros de empresa se revisan con frecuencia, con la finalidad de lograr la rentabilidad pronosticada?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	5	33%
Casi siempre	10	67%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

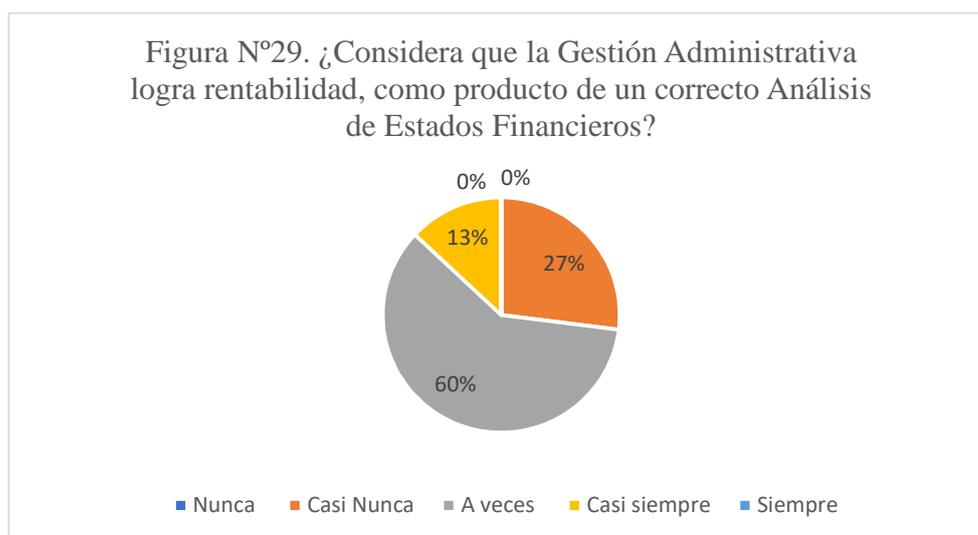
Tabla N°28, refleja los resultados siguientes: que el 67% del personal encuestado indican que casi siempre los estados financieros de empresa se revisan con frecuencia, con la finalidad de lograr la rentabilidad pronosticada, mientras que un 33% manifiestan que a veces se revisan.

TABLA N°29

¿Considera que la Gestión Administrativa logra rentabilidad, como producto de un correcto Análisis de Estados Financieros?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	4	27%
A veces	9	60%
Casi siempre	2	13%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

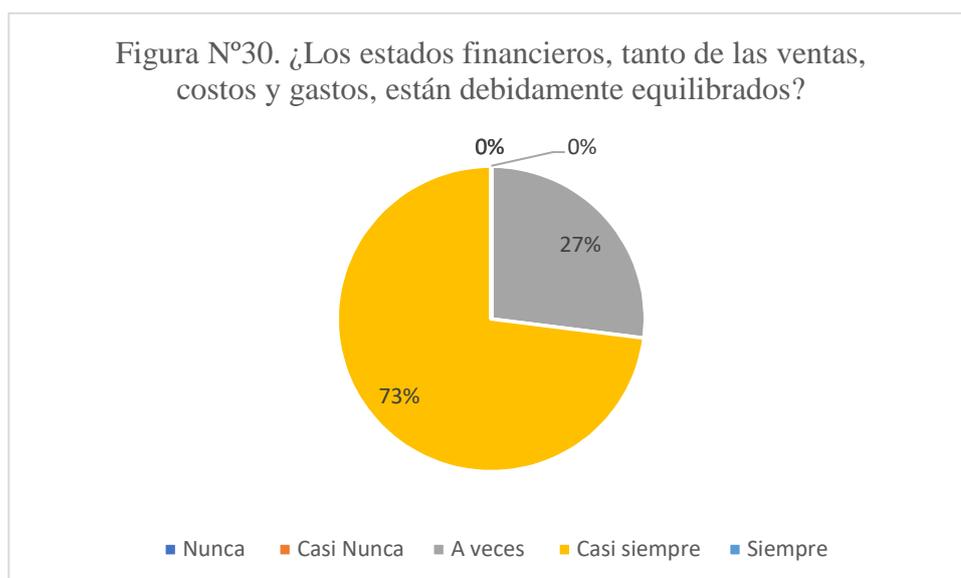
La tabla N°29, nos proporciona los resultados siguientes: que el 60% del personal encuestado manifestó que a veces la Gestión Administrativa logra rentabilidad, como producto de un correcto Análisis de Estados Financieros de acuerdo que el personal prioriza su atención cuando sabe que es urgente, mientras que un 27% del personal consignan que casi nunca y el 13% restante del personal afirman que casi siempre.

TABLA N°30

¿Los estados financieros, tanto de las ventas, costos y gastos, están debidamente equilibrados?

RESPUESTAS	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	4	27%
Casi siempre	11	73%
Siempre	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Tabla N°30, nos brinda los resultados siguientes: que el 73% del personal encuestado indica que casi siempre los estados financieros, tanto de las ventas, costos y gastos, están debidamente equilibrados, mientras que el 27% del personal restante manifiestan que casi siempre.

CAPITULO IV
ANALISIS Y DISCUSION

Exiquim SAC: Es una empresa que se dedica a la elaboración de productos químicos y agroquímicos como, tratamiento de agua de calderos, sistema de enfriamiento, limpiadores industriales y detergentes sanitarios, desincrustantes y desoxidantes, etc. El cual con nuestro trabajo nos permite hacer el estudio de cada variable, llegando análisis de los siguientes objetivos planteados:

1. Describir cómo el planeamiento estratégico influye en mejorar la Rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.

Con los resultados obtenidos tenemos que en la tabla N°1 el 53% del personal indica que a veces la empresa se preocupa por dar a conocer a su personal la misión, otro resultado resaltante se ve en la tabla N°4 cuando el 40% afirma que a veces y casi siempre el responsable de la empresa, mantiene un buen liderazgo, repercutiendo en la asignación de los recursos, tal como se ve en la tabla N°6 cuando el 60% manifiesta que a veces las debilidades se presentan por insuficientes recursos y una mala asignación de los mismo, repercutiendo en la rentabilidad de la empresa, tal como se ve en la tabla N°16 cuando sólo el 60% del personal consigna que casi siempre la empresa cuenta con liquidez inmediata, para cualquier eventualidad, tanto es así que en la tabla N°24 el 53% del personal opina que casi nunca las compras de la mercaderías son planificadas y peor aún la gestión administrativa a veces realiza un correcto análisis de estados financieros, tal como se ve en la tabla N°29 cuando el 6°% del personal lo afirma. En tanto existe una gran coincidencia con Valverde (2017), (...). En su estudio de investigación se hizo un análisis de la realidad de su organizacional de la empresa en estudio, el cual se aplicó la entrevista al área de la gerencia general. Con los resultados se pudo establecer que es necesario o existe la necesidad urgente de implementar un planeamiento estratégico, esto se tuvo que hacer con la aplicación de la técnica de encuesta hacia el personal de la empresa en estudio. Así también se evaluó cómo va la rentabilidad de la empresa, entre los periodos 2015-2017, el cual dio como resultado de la mengua en la utilidad neta de un 20.72% a 10.46% terminando el periodo 2017. En nuestro estudio una de las metas u objetivos fue dar un nuevo enfoque en diseñar el planeamiento estratégico para

dicha empresa Inversiones Avícola Génesis, periodo 2018- 2020, como sabemos que se considera una herramienta muy importante y fundamental para su ampliación y desarrollo en cuanto al buen direccionamiento de la empresa. Los EEFF que fueron comparados en nuestra investigación, nos permitieron sustentar que el planeamiento estratégico incide positivamente en mejorar el nivel de rentabilidad de la empresa Inversiones Avícola Génesis. En tanto **Angulo & Aspajo (2020)**, en su investigación tiene como objetivo principal determinar cómo incide el planeamiento estratégico financiero en la rentabilidad de la Clínica Santa María del distrito de Morales, periodo 2020. (...), concluyó que el P. E. financiero incide considerablemente en la Rentabilidad de la Clínica Santa María del distrito de Morales, el bajo nivel de planificación es una limitación para el desarrollo estable y el buen posicionamiento en el mercado, por lo que se hacen ciertas recomendaciones que deben ser tenidas en cuenta por los empleados de la empresa.

En mi opinión se hace uso óptimo planeamiento estratégico, sabremos tomar mejor las decisiones en cuanto a la asignación de los recursos y toma de decisiones en cuanto a políticas de venta e innovación en la cartera de clientes, también el personal de ventas, así como de todas las demás áreas estarán comprometidas con que la empresa venda más, pues de eso dependerá el éxito de ella y de sus trabajadores. Así también se podrá detectar muchos puntos débiles puedo decir que la empresa no ha generado pérdida en ningún año de su existencia, esto sin aplicar un plan, por lo que si se aplicara un plan de estrategia la situación sería mucho mejor en el mercado actual. Teniendo en cuenta que la gestión administrativa planifique sus actividades realizando un análisis de los estados financieros.

2. Detallar cómo se encuentra el planeamiento estratégico de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.

Podemos decir con los resultados obtenidos que el Planeamiento estratégico no está implementado, tal como se muestra en la tabla N°3 cuando el 67% del personal indican que a veces la empresa tiene en claro su proyección de sus ventas, también en la tabla N°5 el 53% del personal manifiestan que la empresa sabe aprovechar su

fortaleza para poder competir, mientras que en la tabla N° 7 el 80% consignan que a veces la empresa busca oportunidades en el mercado competitivo, para mejorar la rentabilidad, así también se ve un resultado desfavorable cuando el 53% afirma que a veces se establece criterios en la formulación de los objetivos, para alcanzar el planeamiento estratégico, tal como se ve en la tabla N° 11, pero aún se ve que la empresa no cuenta con un manual organizacional de funciones, tal como se ve en la tabla N°13 cuando el 67% del personal lo indica que casi nunca, pero si se nota que la empresa cumple con capacitar a su personal, todo en relación a nuevas tecnologías tal como se ve en la tabla N° 14 cuando el 73% de los encuestados consignan que siempre lo hace. Nos dice los autores **Wheelen & Hunger (2013)**, El realizar un P.E. bien hacer la creación de la estrategia usualmente denominada P.E. o planeación de largo plazo, el cual esta se preocupa de efectuar la misión, los objetivos, metas, las estrategias y las políticas de una empresa. Todo empieza con el estudio y análisis de la situación actual, llegando a un diagnóstico, es decir, es un proceso de encontrar una correspondencia de manera estratégica que hay entre las oportunidades externas y las fortalezas internas, que se pueda encontrar, mientras que a la par se compara con las amenazas externas y las debilidades internas. En tanto **Blas (2016)**, en su tesis arribó a lo siguiente, que la preparación de un óptimo Planeamiento Estratégico, en la Corporación DEYCAR´S SAC, le ha permitido mejorar sus procesos, guiándolo y enfocándose a sus miras hacia el futuro, se ha visto que la falta de este documento ha sido una de las principales debilidades porque no le ayudó a la ejecución de sus metas y objetivos tanto económico como financiero a corto, mediano y largo plazo, tanto es así como el amparo de cursos de capacitación y a la designación de recursos necesarios con el fin de dar cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa.

- se hizo el cotejo de la rentabilidad del año 2015 frente al año 2016, los resultados fueron favorables y esto se debe en que este último periodo se aplicó el Planeamiento Estratégico, el cual fue organizado a través de nuevas políticas de ventas más eficaces, tanto como la administración de la liquidez se mejoró de la empresa. Y como propuesta de mejora fue: Plantear una nueva política que el nuevo Planeamiento Estratégico, se ponga a operatizar será necesario en dar seguimiento continuo o evaluarlo en forma periódica, con el fin de dar mejoras o correcciones las

que se sean necesarias, sabemos que esta herramienta es un instrumento importante para dicha empresa, permite crear nuevas direcciones de estudio de mejoras en la empresa, para su rentabilidad, procesos y otras variables financieras que le interese. Coincidimos porque cuando se hace un óptimo planeamiento estratégico se puede enfocar la empresa sus objetivos y cuando se hace el FODA podremos saber a ciencia cierta qué medidas tomar para mejorar, con una proyección de largo plazo, así como establecer metas financieras que mejorarán la rentabilidad de la empresa enfocando lo que a la empresa tenga una mejor liquidez, haciéndose buen uso de los recursos.

3. Determinar en qué nivel se encuentra la rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.

Podemos determinar con los resultados obtenidos de las siguientes tablas: en cuanto a la rentabilidad de la empresa se ve en la tabla N°17 que a veces la empresa cuenta con recursos propios de manera suficiente cuando el 80% del personal lo confirma, otro resultado muy preocupante vemos en la tabla N°20 cuando el 60% de los encuestados manifiestan que casi nunca los resultados de la rentabilidad financiera de la empresa, se realizan a través de la aplicación de indicadores financieros para medir la rentabilidad y que a veces los flujos de caja permiten tomar decisiones, tal como se ve en la tabla N°26 cuando el 67% de los encuestados lo indican, por otro lado en la tabla N°28 se ve que el 67% de los encuestados opinan que casi siempre los estados financieros de la empresa se revisan con frecuencia, con la finalidad de lograr la rentabilidad pronosticada, siendo resultado favorable para la empresa, así también en la tabla N°30 se ve que el 73% de los encuestados consignan que casi siempre los estados financieros, tanto de las ventas, costos y gastos, están debidamente equilibrados. **Según Ccacya (2015)**, define a la rentabilidad; Es un incremento que se da a toda acción económica en la cual se hacen movimientos a todos los bienes o capitales materiales, financieros o humanos con la finalidad de conseguir algunos resultados. Bajo esta representación, la rentabilidad de una empresa se examina haciendo una comparación del resultado final y el costo del valor de los recursos utilizados para obtener algunos beneficios. Donde sustentan **Tinoco & Paliza (2016)**, en su tesis arribó a las siguientes conclusiones, en cuanto los

resultados finales de su rentabilidad, se dieron cuenta que lo que repercute en la unidad de negocios, en el área de administración y protección de documentaciones de los archivos de Polysistemas, se deben a (...), con la información y resultado obtenido, se confirmó la existencia de una administración ineficiente en el personal o recurso humano, esto afecta de manera significativa en la rentabilidad de la empresa. (...), tanto así que se confirma que existe una gestión inadecuada en cuanto a la facilidad de obtener los documentos, llegando a impactar con una gran trascendencia negativa en los resultados de las ganancias de la empresa. Otro factor importante que transgrede en los resultados positivos finales de la rentabilidad de dicha unidad, viene hacer la gestión de cobranza ineficiente. Este resultado desmejora la rentabilidad de la empresa, la falta de un buen ordenamiento en los procesos o un buen control. Con los resultados obtenidos de otras investigaciones, demuestran que existe una gran correlación positiva, entre ambas variables como la gestión de cobranza y la rentabilidad, llegando a decir que ambas variables tienen una relación directa. En consecuencia, se confirma que una inadecuada gestión de cobranza, repercutirá con gran significancia en los resultados de la rentabilidad.

Coincidimos con los trabajos de los autores, ya que la aplicación de los indicadores financieros, permitirán medir la rentabilidad en toda empresa ya que permitirá tomar decisiones con los resultados, con los estados financieros se podrá detectar si en realidad se está cumpliendo con lo pronosticado, es tan importante tener toda la información resguardada en archivos organizada, porque permitirá realizar un análisis de los resultados sean positivos o negativos.

4. Explicar cómo el planeamiento estratégico mejora la rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.

Podemos explicar con los resultados obtenidos: en la tabla N°10 el 80% de los encuestados coinciden que a veces la empresa tiene bien planteado sus objetivos, en la tabla N°12 el 80% de los encuestados indican que a veces la empresa lleva un

buen control de sus inversiones, siendo este resultado negativo para la rentabilidad y en la tabla N°19 el 40% de los encuestados manifiestan que casi nunca las líneas de crédito que utiliza la empresa, sus tasas son razonables y peor aún en la tabla N°22 el 60% de los encuestados opinan que a veces los gastos que incurre la empresa se analizan permanentemente, mientras que en la tabla N°25 el 40% de los encuestados sostienen que casi nunca para el endeudamiento financiero se elabora el flujo de caja, repercutiendo mucho a la rentabilidad y más se ve en la tabla N°27 cuando el 80% de los encuestados indican que casi siempre se minimiza los riesgos de las inversiones. En tanto **Quispe (2017)**, en su tesis, hizo las siguientes recomendaciones: Es de suma importancia la implementación, ejecutar y controlar la planificación financiera, porque será la base para conseguir el desarrollo económico donde se verán los objetivos, planes y metas en el tiempo y lugar que se realicen, de esta manera le pueda permitir perfeccionar de manera eficiente la conducción o el buen uso de los recursos económicos de dicha empresa con el fin de extender su rentabilidad de manera positiva. Para todo esto será necesario realizar capacitaciones al personal sobre esta nueva herramienta importante de gestión empresarial. Es necesario que se socialicen en todos los niveles de dirección jerárquicos de la empresa el planeamiento financiero como una herramienta de mucha importancia, este proyecto deberá ser un modelo presupuestario, el cual será revisado y continuamente será controlado, ya que tiene como finalidad de que todas las suposiciones que se den en el ejercicio económico, se lleguen a cumplir todas las necesidades de la empresa y estas permitan tener un mejor incremento en la rentabilidad para luego tomar decisiones óptimas de cada unidad que lo requiera. Es necesario obtener la información financiera que brindan la evaluación financiera empresarial y su diagnóstico financiero con la finalidad de hacer un análisis de la salud económica y financiera del negocio, para que se puedan ser identificadas de las posibles falencias con el fin de dar nuevas propuestas de procesos necesarias con el fin de minimizar los riesgos que puedan transgredir a la empresa que se está estudiando, de tal manera que los jefes logren tomar buenas decisiones mediante el respaldo de información objetiva, siempre y cuando se plantee nuevas proyecciones estratégicas ideales para su desarrollo, (...). Los autores **Álvarez et al (2016)**, en su tesis arribaron a las siguientes conclusiones,

la necesidad de implementar un eficiente plan estratégico de manera rápida, de tal manera que se le considera como una herramienta importante que fortalece seguir siendo líder en producción y ventas a nivel nacional, (...), así también llegó a las siguientes recomendaciones. Se debe Implementar un plan estratégico, empezando con una nueva organización o estructura, de tal manera que logre cambiar la propuesta antigua, (...). También se debe de desarrollar e idear un plan de comunicación, con el fin que todos los trabajadores tengan fluidez en la comunicación o mensajes para informar los nuevos procedimientos de la implementación de este P.E. de tal manera que este proyecto debe darse en dos formas, con el fin de saber las inquietudes, escuchando sus preocupaciones del trabajador, conllevando a dar respuestas inmediatas y óptimas evitando de esta manera la resistencia al cambio. Se debe seleccionar a personal expertos y capacitados de las diferentes unidades, tanto se requiera durante la implementación de las nuevas políticas, procedimientos y estrategias. Se debe también incluir nuevos asesores en recursos humanos, en el área de marketing y publicaciones, auditoría o finanzas.

En consecuencia concordamos con los trabajos de los autores, en la gran importancia de la implementación de un plan estratégico, donde se orienta a la nueva estructura organizacional, el cual debe darse a conocer los objetivos y metas de la empresa, a todo los trabajadores permitiendo tener una exacta evaluación y diagnostico financiera para realizar un análisis de la salud económica de la empresa el cual permitirá mejorar la rentabilidad de esta ya que también se evaluaría los puntos de riesgo para la toma de decisiones.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

1. En cuanto a la incidencia del plan estratégico en la rentabilidad concluimos que a veces la empresa se preocupa por dar a conocer a su personal la misión, tal como se observa en la tabla N°1 cuando el 53% del personal lo indica, otro resultado resaltante se ve en la tabla N°4 cuando el 40% afirma que a veces y casi siempre el responsable de la empresa, mantiene un buen liderazgo, es decir este no cumple con el perfil del puesto, repercutiendo en la asignación de los recursos, otro resultado negativo se ve en la tabla N°6 cuando el 60% manifiesta que a veces las debilidades se presentan por insuficientes recursos y una mala asignación de los mismo, desmejorando la rentabilidad de la empresa, el no direccionar un óptimo plan estratégico no logra visualizar sus fortalezas y debilidades , oportunidades y amenazas, haciendo que no se tome buenas decisiones, repercutiendo siempre a la rentabilidad de la empresa, tal como se ve en la tabla N°16 cuando sólo el 60% del personal consigna que casi siempre la empresa cuenta con liquidez inmediata, sabemos que este resultado tiene que ser positivo, para cualquier eventualidad, tanto es así que en la tabla N°24 el 53% del personal opina que casi nunca las compras de la mercaderías son planificadas y peor aún la gestión administrativa a veces realiza un correcto análisis de estados financieros, minimizando los riesgos de las inversiones.
2. Concluimos que el planeamiento estratégico en la empresa no está implementado, porque la empresa no tiene una ruta estructurada para el logro de sus objetivos o metas, tal como se muestra en la tabla N°3 cuando el 67% del personal indican que a veces la empresa tiene en claro su proyección de sus ventas, tanto es así que no realiza su FODA, tal como se ve en la tabla N°5 cuando el 53% del personal manifiestan que a veces la empresa sabe aprovechar su fortaleza para poder competir y menos busca oportunidades en el mercado competitivo, para mejorar la rentabilidad, así también se ve un resultado desfavorable cuando el 53% afirma que a veces se establece criterios en la formulación de los objetivos, para alcanzar el planeamiento estratégico, tal como se ve en la tabla N° 11, también es notorio

que la empresa no cuenta con un manual organizacional de funciones (MOF), tal como se ve en la tabla N°13 cuando el 67% del personal lo indica que casi nunca, repercutiendo en el buen direccionamiento hacia el logro de los objetivos, un resultado positivo se vio que la empresa si se preocupa en capacitar a su personal, todo en relación a nuevas tecnologías, para el mejor desarrollo de sus actividades y dar cumplimiento a sus objetivos de la empresa, tal como se ve en la tabla N° 14.

3. Podemos concluir en cuanto a la rentabilidad de la empresa Exiquim, que existe buenas ventas ya que el 80% de los encuestados indican que a veces la empresa cuenta con recursos propios de manera suficiente, esto se ve en la tabla N°17, pero no hacen un adecuado control financiero , es decir no realizan una buena aplicación de los indicadores financieros, tal como se ve un resultado muy preocupante en la tabla N°20 cuando el 60% de los encuestados manifiestan que casi nunca los resultados de la rentabilidad financiera de la empresa, se realizan a través de la aplicación de indicadores financieros para medir la rentabilidad y que a veces los flujos de caja permiten tomar decisiones, por otro lado en la tabla N°28 se ve que sólo el 67% de los encuestados opinan que casi siempre los estados financieros de la empresa se revisan con frecuencia, con la finalidad de lograr la rentabilidad pronosticada, teniendo que ser este resultado en un 100% ya que así se podrá determinar los riesgos posibles para la empresa, así como la evaluación constante de los estados financieros, tanto de las ventas , costos y gastos están debidamente equilibrados.

4. Concluimos con los resultados obtenidos: que el plegamiento estratégico incide en la rentabilidad de la empresa Exiquim ya que no existe un buen direccionamiento del cumplimiento de los objetivos de la empresa, esto lo refleja la tabla N°10 cuando el 80% de los encuestados coinciden que a veces la empresa tiene bien planteado sus objetivos, como sabemos no habrá mejoría en la rentabilidad ya que la empresa no lleva un buen control de sus inversiones, tal como se ve en la tabla N°12 cuando el 80% de los encuestados indican que a veces la empresa lo hace, siendo este resultado negativo para la rentabilidad y peor aún las líneas de crédito que utiliza,

sus tasas a veces son razonables, nuevamente repercutiendo en la rentabilidad, otro resultado negativo se ve que a veces los gastos que incurre la empresa se analizan permanentemente, también se observa que no hacen un adecuado aplicación de los indicadores financieros con el fin de tomar buenas decisiones , tal como refleja la tabla N°25 cuando el 40% de los encuestados sostienen que casi nunca para el endeudamiento financiero se elabora el flujo de caja, logrando así a no minimizar los riesgos de las inversiones.

5.2. Recomendaciones

1. Se recomienda que todo el personal conociera la misión y visión y las hiciera parte de su día a día, esto influiría de manera positiva para la empresa. Así también si la empresa tuviera objetivos a seguir y el personal se comprometiera con ellos, la empresa mejoraría notablemente. Al momento de la implementación del planeamiento estratégico dentro la empresa Exiquim SAC, indicar una revisión semestral para verificar que el porcentaje de incremento en las ventas no sea menor del 9%. El responsable debe cumplir con el perfil del puesto.
2. Se sugiere realizar un FODA, permitiendo descubrir los factores externos e internos de la empresa Exiquim, para mejorar la rentabilidad, también se debe hacer participativo a todas las áreas en la elaboración del plan estratégico, con el fin de plantear bien sus requerimientos y dar aportes donde haya debilidades, es urgente la elaboración del manual organizacional de funciones, con el fin de brindar coordinadamente todas las actividades y funciones de cada personal, a la vez se debe incentivar a los trabajadores con más capacitaciones, para el mejor manejo de sus actividades para el cumplimiento de manera óptima los objetivos de la empresa.
3. Se propone contratar personal especializado para llevar el manejo y control de las inversiones de la empresa, sabiendo dar uso de los indicadores financieros, con el fin de realizar un eficiente análisis de los estados financieros del periodo pasado y actual, determinado los riesgos que puedan suscitarse, el responsable debe dar a conocer las falencias de los resultados de los flujos de caja para tomar buenas decisiones, también se recomienda realizar evaluaciones semestrales de los estados financieros de empresa.
4. Se recomienda ejecutar y supervisar la planeación estratégica para desarrollar diversas políticas, como de ventas e incremento de la cartera de clientes, pues esta acción aumentará la rentabilidad de la empresa Exiquim SAC. Realizar

diversas cotizaciones sobre las tasas de interés que brindan las diferentes entidades financieras, que se analicen los gastos que incurre la empresa, haciendo uso de los indicadores financieros para minimizar los riesgos en la rentabilidad, realizar evaluaciones permanentes al personal sobre el cumplimiento de las actividades o metas propuestas por el plan estratégico implementado, logrando así mejorar la rentabilidad.

CAPITULO VI
REFERENCIAS
BIBLIOGRAFICAS

Referencias bibliográficas:

a) Libros:

Fred R. D. (2013): Administración Estratégica. Naucalpan de Juárez, Pearson Educación. D.F.México

Grant, M. (2016) Contemporary strategy analysis. 9° ed. Wiley. Gran Bretaña.

Kirchner, L. & Juárez, B. S. (2012): Planeación Estratégica por Áreas Funcionales. Guía Práctica.: Alfaomega Grupo Editor. D.F. México.

Hernández, R.et al (2015): Metodología de la Investigación. Quinta edición. Editorial Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DF, México.

Tamayo, M. (2012): El Proceso de la Investigación Científica. Limusa. D.F, México:

b) Tesis:

Alonzo, A. (2016): “Diseño de un Plan Estratégico financiero para la Constructora Zeynec S.A.” Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas escuela de Ingeniería en Contaduría Pública. Tesis de grado. Guayaquil, Chile.

Espinoza, M. (2013): Planeamiento estratégico como instrumento de gestión para el desarrollo de las empresas de seguridad y vigilancia privada de Lima Metropolitana (Tesis para obtener el grado de Magister). Universidad Nacional Mayor de San Marcos - Facultad de Ciencias Administrativas - Unidad de Post-Grado, Lima. Perú.

Masías, J. y Prado, O. (2016): Plan estratégico de una empresa comercial (Tesis de Máster en Dirección de Empresas). Universidad de Piura. Programa de Alta Dirección. Lima, Perú.

- Tinoco, S. & Paliza, S. (2016): Modelo de negocio y su impacto en la rentabilidad de la unidad de negocios de resguardo y administración de archivos caso: empresa polysistemas 2016, Universidad San Ignacio de Loyola. Tesis para optar el título profesional. Lima Perú.
- 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, tesis para optar el Título Profesional de Contadora Pública, Arequipa, Perú.
- Ramírez C. & Robles M. (2016): “La Morosidad y su Incidencia en la Rentabilidad de la Agencia Laredo de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Trujillo, Distrito de Laredo, Años 2014-2015”. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo-Perú
- Salazar, M. (2012): Planificación Estratégica para Empresas Generadoras de Proyectos Inmobiliarios: Caso Empresa Constructora SSK Montajes e Instalaciones S.A.C. (Tesis para optar el grado de Maestro). Universidad Nacional de Ingeniería - Facultad de Ingeniería Civil - Sección De Posgrado, Lima, Perú.
- Wheelen, T. y Hunger, J. D. (2013): Análisis Interno. Administración Estratégica. pp. 160. 13° ed. Pearson. Bogotá; Bolivia.
- Wheelen, T. y Hunger, J. D. (2013b): Formulación de la estrategia. Administración estratégica. pp. 190. 13° ed. Pearson Bogotá; Bolivia.
- Wheelen, T. y Hunger, J. D. (2013): Conceptos básicos de administración estratégica. Administración estratégica. pp. 31. 13° ed. Pearson. Bogotá; Bolivia.

Páginas Web:

- Acosta Tapia, R. (2015): Solo con un Plan Estratégico puedes Asegurar el Éxito de Tu Negocio. México: Coach Latinoamérica. Recuperado de

<http://w.w.w.coachlatinoamerica.com/blogs/construccion-de-negocio/solo-con-un-plan-estrategico-puedes-asegurar-el-exito-de-tu-negocio/>

Angulo, A. & Aspajo, C. (2020): Planeamiento Estratégico Financiero para Mejorar La Rentabilidad de la clínica Santa María, en el distrito de Morales periodo 2020. Universidad cesar vallejo, tesis para obtener el gardo de contador público. Repositorio Institucional - UCV <https://hdl.handle.net/20.500.12692/58512>

Alvarez, C. et al (2016): Plan Estratégico de la Empresa Unión Andina de Cementos. Pontificia Universidad Católica Del Perú, Escuela De Posgrado. Tesis Para Obtener El Grado De Magíster En Dirección Estratégica Y Liderazgo URI <http://hdl.handle.net/20.500.12404/7991>

Casas, Y. (2015): Cómo lograr la Rentabilidad de una empresa a través del Marketing. Perú: Marketing Directo. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/como-lograr-la-rentabilidad-de-una-empresa-a-traves-del-marketing-yoshio-casas>

Ccacya, D. (2015): Analisis de Rentabilidad de una Empresa. <https://es.scribd.com/document/358732609/Analisis-rentabilidad-pdf>

Corral, A. M. (2015): ¿Qué es el análisis documental? Recuperado de <https://archivisticafacil.wordpress.com/2015/03/02/que-es-el-analisis-documental/> Crece Negocios (2014). Análisis Interno: Fortalezas y Debilidades. Recuperado de <http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>

Dzul Escamilla, M. (s.f.): Diseño No experimental. México. Recuperado de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/14902/PRES38.pdf?sequence=1>

Espinoza, R. (2013): La Matriz de Análisis DAFO (FODA). España. Recuperado de <http://robertoespinoza.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Estrategos (2017): Teorías de la Planeación. Estrategos. Wikispaces. Recuperado de <https://estrategos.wikispaces.com/>

Fernández, P. (s.f): Organigrama de una Empresa, gestión org. Obtenido el 06 doctubre de 2016 del sitio web: <http://www.gestion.org/recursos:humanos/5936/organigrama-de-una-empresa/>

García, Martínez, Martin, Sánchez. (s.f): La Encuesta. Recuperado de [https://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista_\(trabajo\).pdf](https://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista_(trabajo).pdf)

Gestión (2016): Por qué es importante que una empresa tenga su Business Plan bajo la manga. Diario Gestión. Recuperado de <http://gestion.pe/empleo-management/que-importante-que-empresa-tenga-su-business-plan-bajo-manga-2169121>

Gestión (2015): Hay Group: Gerentes en Perú solo dedican hasta 15% de su tiempo al planeamiento en sus empresas. Diario Gestión. Recuperado de <http://gestion.pe/empleo-management/haygroup-peru-gerentes-solo-dedican-15-su-tiempo-al-planeamiento-sus-empresas-2135081>

Lastra, L. (2014): Diseño descriptivo transversal o transaccional. Recuperado de <https://prezi.com/gorjdxub8aia/disenio-descriptivo-transversal-o-transaccional/>

Ley, M. (2015): Investigación Básica y Aplicada. Recuperado de <https://prezi.com/r0iaeunxgp3m/investigacion-basica-y-aplicada/>

Marciniak, R. (2013): ¿Qué es un Plan Estratégico? Barcelona. Recuperado de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>

Reyna, M. (2017): Reflexiones del derecho administrtivo y Fiscal.
<https://derechofiscalyadministrativo.wordpress.com/2017/08/06/la-utilidad-contable-y-la-utilidad-fiscal-sus-diferencias/>

Sainz, J. (2012): Plan estartegico en la Pràctica, 3er, Edicion. Editorial ESIC.
https://books.google.com.pe/books/about/El_plan_estrat%C3%A9gico_en_la_pr%C3%A1ctica_3a.html?id=HsMAOWIPO4oC&redir_esc=y

Valverde, K. (2017): El planeamiento Estratégico y su Incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Inversiones Avícola Génesis, Trujillo, 2017 (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/13311>

Velásquez, D. (2013): La excelencia en servicios aumenta la rentabilidad de una empresa. Recuperado de: <http://www.inspirulina.com/la-excelencia-en-servicios-aumenta-la-rentabilidad-de-una-empresa.html>

CAPITULO VII

APENDICES Y ANEXOS

Apéndice 1

EXIQUIM S.A.C.
ESTADOS DE SITUACION FINANCIERA
(Expresado en Soles)

	CIFRA BASE		CIFRA COMPARADA	
	2018	%	2019	%
<u>ACTIVO</u>				
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>				
Efectivo y equivalentes de efectivo	195,218.92	13	368,536.27	22
Ctas. Por Cobrar Comerc. Neto	544,602.20	36	703,197.25	41
Ctas. Por Cobrar Diversas	3,436.87	0	4,527.48	0
Mercaderías	294,711.45	20	291,766.28	17
Materias Primas	415,832.37	28	268,907.10	16
Envases y embalajes	2,624.80	0	-	0
Servicios y otros contratos anticipadame	3,400.00	0	3,400.00	0
Activos diferidos	29,450.50	2	47,726.68	3
Otros Activos	12,369.14	1	15,547.47	1
Total Activo Corriente	<u>1,501,646.25</u>	59	<u>1,703,608.53</u>	63
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>				
Activos adquiridos en arrend. Fin. (neto)	269,690.23	26	245,312.13	24
Inm. Maq. Y Equipos (Neto)	584,212.75	56	556,860.02	56
Activos diferidos	694.14	0	7,168.06	1
Intangibles (Neto)	166,458.17	16	166,458.17	17
Otros activos	<u>26,591.01</u>	3	<u>26,591.01</u>	3
Total Activo No Corriente	<u>1,047,646.30</u>	41	<u>1,002,389.39</u>	37
<u>TOTAL ACTIVO</u>	<u>2,549,292.55</u>		<u>2,705,997.92</u>	
<u>PASIVO Y PATRIMONIO</u>				
<u>PASIVO CORRIENTE</u>				
Sobregiros bancarios	34.92	0	58.77	0
Tributos y aportes al sist.pens.y de essal	26,180.29	3	28,399.95	2
Cuentas por pagar comerciales-terceros	291,023.41	28	262,742.37	23
Cuentas por pagar diversas terceros	81,692.11	8	76,982.84	7
Obligaciones financieras	571,707.76	55	734,160.17	64
Remuneraciones y participaciones por pa	66,764.26	6	46,826.43	4
Ingresos diferidos	<u>1,685.81</u>	0	<u>1,685.81</u>	0
Total Pasivo Corriente	<u>1,039,088.57</u>	41	<u>1,150,856.33</u>	43
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>				
Ctas por pagar a accionistas directores y	416,393.97	72	399,953.09	80
Cuentas por pagar diversas relacionadas	25,560.00	4	25,560.00	5
Obligaciones financieras	135,604.62	23	76,355.81	15
Total Pasivo No Corriente	<u>577,558.59</u>	23	<u>501,868.90</u>	19
<u>PATRIMONIO</u>				
Capital	406,526.00	44	406,526.00	39

Resultados Acumulados	422,143.10	45	526,119.40	50
Resultados del Ejercicio	<u>103,976.29</u>	11	<u>120,627.29</u>	11
Total Patrimonio	<u>932,645.39</u>	37	<u>1,053,272.69</u>	39
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>2,549,292.55</u>		<u>2,705,997.92</u>	

INTERPRETACION:

Como consecuencia de la aplicación del procedimiento a los resultados obtenidos nos indica lo siguiente:

1. Haciendo referencia al activo del 2019, podemos apreciar que por cada un sol (S/.1.00) invertido en este rubro 0.59 céntimos fueron a la obtención de activo corriente y 0.41 céntimos al activo no corriente.
2. Con relación a los grupos que compone el activo del 2019 se llega a la conclusión que del activo circulante fue destinado 0.13 céntimos a efectivo y equivalente de efectivo, 0.36 céntimos a cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar, 0.28 céntimos a materias primas de la inversión total de este rubro.

Con relación a los bienes de usos ha sido invertido en 0.56 céntimos en Inmueble, maquinaria y equipo, por cada S/.1.00 invertido en este rubro.

3. Los orígenes de los recursos aplicados en el activo han sido financiados de la siguiente manera:
 - ✓ 0.41 céntimos de acreedores a corto plazo
 - ✓ 0.23 céntimos de acreedores a largo plazo y
 - ✓ 0.37 céntimos han sido aportados por los propietarios.

La empresa presenta cierta autonomía financiera, debido a que sus recursos propios son mayores al de total de sus pasivos.

a). **ORIGEN DE FONDOS**

Pasivo y Patrimonio: S/. 1.00

PASIVO CORRIENTE	PASIVO NO CORRIENTE	PATRIMONIO
0.41	0.23	0.37

b). **APLICACION DE FONDOS**

Activo: S/. 1.00

ACTIVO CORRIENTE	ACTIVO NO CORRIENTE
0.59	0.41

Apéndice 2

EXIQUM S.A.C. ESTADO DE RESULTADOS (Expresado en Nuevos Soles)

	2018	%	2019	%
Ventas Netas	2,132,393.77	100%	2,546,955.38	100%
Costo de Ventas	(1,259,153.55)	59%	(1,613,796.52)	63%
UTILIDAD BRUTA	873,240.22	41%	933,158.86	37%
Gastos Operativos				
Gastos de Administracion	(277,706.67)	13%	(291,188.87)	11.43%
Gastos de Ventas	(276,385.94)	13%	(329,467.29)	12.94%
RESULTADO DE OPERACIÓN	319,147.61	15%	312,502.70	12%
Otros Ingresos y Gastos				
Ingresos Financieros	63083.58	0%	57,346.78	2%
Otros ingresos financieros	12405	1%	2,387.71	0%
Gastos Financieros	(247,003.89)	12%	(194,593.90)	8%
RESULTADO DEL EJERCICIO ANTES DE IMPTOS.	147,632.30	7%	177,643.29	7%
Impuesto a la Renta	(43,656.01)	2%	(57,016.00)	2%
UTILIDAD NETA	103,976.29	5%	120,627.29	5%

INTERPRETACIÓN ESTADOS DE RESULTADOS 2019:

Como consecuencia de la aplicación del procedimiento, se derivan las siguientes interpretaciones:

1. El costo de ventas representa el 59% de las ventas, esto significa que por cada S/.1.00 de ventas 0.59 céntimos representa el costo de lo vendido.
2. La utilidad Bruta representada por el 41% de las ventas, significa que por cada S/.1.00 de ventas la empresa obtiene una ganancia bruta de 0.41 céntimos.
3. Los Gastos de Operación representan el 26% de las ventas netas, esto significa que para efectuar una venta se S/.1.00, la empresa desembolsa por concepto de Gastos Operativos 0.26 céntimos.

4. La utilidad de operación representa el 15% de las ventas netas, esto es que, por cada un sol de venta, la empresa obtiene como utilidad operativa 0.15 céntimos.
5. Por cada S/1.00 de ventas netas la Empresa obtiene una utilidad neta de 0.05 céntimos.

RATIOS DE RENTABILIDAD

Margen Bruto de Utilidad

2018

2019

$\text{MB} = \frac{\text{UTILIDAD BRUTA}}{\text{VENTAS NETAS}}$

$$\text{MB} = \frac{873,240.22}{2,132,393.77}$$

$$\text{MB} = \frac{933,158.86}{2,546,955.38}$$

$\text{MB} = 0.41$

$\text{MB} = 0.37$

Comentario: Este indicador nos muestra la facultad de la empresa de producir ganancias producto del giro o negocio, en otras palabras, la capacidad de generación operacional. Este índice muestra los soles ganados, operacionalmente, por cada sol que vende la empresa.

Por lo tanto, por cada S/1.00 que vende la empresa, S/0.41 corresponde a la utilidad bruta en el 2018 y S/0.37 en el 2019.

Margen Neto

2018

2019

$$\text{MN} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}}$$

$$\text{MN} = \frac{103,976.29}{2,132,393.77}$$

$$\text{MN} = \frac{120,627.29}{2,546,955.38}$$

$$\text{MN} = 0.05$$

$$\text{MN} = 0.05$$

Comentario: La utilidad del margen neto está en que refleja la capacidad de la organización para convertir los ingresos que recibe en beneficios. En otras palabras, permite saber si se está realizando un eficiente control de costos.

Por lo tanto, por cada S/1.00 que vende la empresa, S/0.05 corresponde a la utilidad neta.

En este caso se puede notar claramente cómo los gastos administrativos, de venta y financieros reducen significativamente el margen de ganancia.

Rentabilidad Patrimonial (ROE)

2018

2019

$$\text{ROE} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO NETO}}$$

$$\text{ROE} = \frac{103,976.29}{932,645.39}$$

$$\text{ROE} = \frac{120,627.29}{1,053,272.68}$$

$$\text{ROE} = 0.11$$

$$\text{ROE} = 0.11$$

Comentario: Esta es una medida de rendimiento para los propietarios, en el sentido de que evalúan el rendimiento obtenido por el capital aportado, más las utilidades no distribuidas. En definitiva, es un indicador de la rentabilidad de los recursos aportados por los accionistas.

Por lo tanto, por cada S/1.00 invertido por parte de los accionistas en la empresa, S/0.11 céntimos queda a disposición de ellos en cada ejercicio.

Rendimiento del Activo Total (ROA)

2018

2019

ROA = $\frac{\text{UTILIDAD NETA DESP. DE IMPTOS.}}{\text{TOTAL ACTIVOS}}$
--

$$\text{ROA} = \frac{103,976.29}{2,549,292.55}$$

$$\text{ROA} = \frac{120,627.29}{2,705,997.90}$$

ROA= 0.04

ROA= 0.04

Comentario: El ROA es el resultado del margen neto y de la rotación los que, generalmente, son ratios que van en distinto sentido.

Esto significa que empresas que venden productos con alto márgenes son de baja rotación mientras que productos con alta rotación, tienen bajos márgenes, como los productos alimenticios perecibles.

Por lo tanto, por cada S/1.00 invertido por la empresa, S/0.04 céntimos queda a disposición de los accionistas en cada ejercicio.

Anexo 01

Matriz de Consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	METODOLOGIA
<p style="text-align: center;">Planeamiento Estratégico para mejorar la Rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco 2019.</p>	<p>¿Cómo el planeamiento estratégico influye en mejorar la Rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>1. Describir cómo el planeamiento estratégico influye en mejorar la Rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>1. Detallar cómo se encuentra el planeamiento estratégico de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.</p> <p>2. Determinar en que nivel se encuentra la rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.</p> <p>3. Explicar cómo el planeamiento estratégico mejora la rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.</p>	<p>“El planeamiento estratégico influye significativamente en mejorar la Rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019”</p>	<p>Planeamiento Estratégico</p> <p>Y</p> <p>Rentabilidad</p>	<p>Tipo: Descriptivo, de enfoque cuantitativo.</p> <p>Diseño: No experimental, de corte transversal</p> <p>Población muestral: 15 Trabajadores de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco 2019.</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 02

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE PLANIFICACION ESTRATEGICA

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	
Planificación estratégica.	El planeamiento estratégico, usualmente denominado planeación estratégica o planeación a largo plazo, se ocupa de realizar la misión, los objetivos, las estrategias y las políticas de una empresa. Comienza con el diagnóstico de la situación actual, es decir, el proceso de encontrar una concordancia estratégica entre las oportunidades externas y las fortalezas internas, mientras simultáneamente se trabaja con las amenazas externas y las debilidades internas (Wheelen y Hunger, 2013).	Es el conjunto de herramientas administrativas que permitirán medir la efectividad del planeamiento estratégico de la empresa Exiquim S.A.C. con sus dimensiones; misión, visión, FODA, objetivos y el organigrama, con una escala respectiva de 15 ítems.	Misión	Conocimiento	1. ¿La empresa se preocupa por dar a conocer a su personal la misión?	
				Claro y preciso	2. ¿La misión de la empresa es clara y precisa?	
			Visión	Orientación	3. ¿La empresa tiene en claro su proyección de sus ventas?	
					4. ¿El responsable de la empresa mantiene un buen liderazgo?	
			FODA	Fortalezas	5. ¿La empresa sabe aprovechar su fortaleza, para poder competir?	
				Debilidades	6. ¿Las debilidades se presentan por insuficientes recursos y una mala asignación de los mismo?	
				Oportunidades	7. ¿La empresa busca oportunidades en el mercado competitivo, para mejorar la rentabilidad?	
					8. ¿La empresa cuenta con estrategias que le permitan ganar nuevos clientes como una oportunidad de crecimiento?	
			Amenazas	9. ¿Considera que la empresa enfrenta las amenazas a través de una agresiva campaña contra la competencia?		
				objetivos	Cumplimiento	10. ¿La empresa tiene bien planteado sus objetivos?
					Control	11. ¿Se establece criterios en la formulación de los objetivos, para alcanzar el planeamiento estratégico?
			12. ¿La empresa lleva un buen control de sus inversiones?			
			Capacitación	13. ¿La empresa tiene un MOF?		
				14. ¿La empresa cumple con capacitar a su personal, con nuevas tecnologías?		
			Organigrama	Elaboración	15. ¿La empresa cuenta con un organigrama bien estructurado?	

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE RENTABILIDAD

Variable (2)	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems
Rentabilidad	Considerado uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un sector, subsector o incluso un negocio, ya que una rentabilidad sostenida con una política de dividendos, conlleva al fortalecimiento de las unidades económicas. Las utilidades reinvertidas adecuadamente significan expansión en capacidad instalada, actualización de la tecnología existente, nuevos esfuerzos en la búsqueda de mercados, o una mezcla de todos estos puntos. (Ramírez & Robles, 2016)	Es la relación razonable que debe existir entre el flujo de ingresos y los egresos (costos o gastos), siempre buscando un margen positivo de los ingresos con relación a los gastos de la empresa Exiquim S.A.C., el cual se podrá medir su rentabilidad con las dimensiones; utilidad y pérdidas a través de 15 ítems con su respectiva escala valorativa.	Utilidad	Liquidez	1. ¿La empresa cuenta con liquidez inmediata, para cualquier eventualidad?
				Capital de trabajo	2. ¿La empresa cuenta con recursos propios de manera suficiente?
				Solvencia	3. ¿La empresa cuenta con solvencia para enfrentar sus pasivos?
				Créditos	4. ¿Considera que las líneas de crédito que utiliza la empresa, sus tasas son razonables?
				Ratios	5. ¿Para lograr los resultados de la rentabilidad financiera de la empresa, se realiza a través de la aplicación de indicadores financieros para medir la rentabilidad?
				Garantías	6. ¿La empresa cuenta con las garantías necesarias para obtener un financiamiento crediticio?
			Pérdidas	Gastos	7. ¿Los gastos que incurre la empresa se analizan permanentemente?
				Costos	8. ¿La empresa determina el punto de equilibrio en la estructura de costo?
				Planificación	9. ¿Las compras de las mercaderías son planificadas?
				Flujo de caja	10. ¿Para el endeudamiento financiero se elabora el flujo de caja? 11. ¿La empresa para tomar decisiones, analiza los flujos de caja?
				Riesgos	12. ¿La empresa minimiza los riesgos de las inversiones?
				Estados Financieros	13. ¿Los estados financieros de la empresa se revisan con frecuencia, con la finalidad de lograr la rentabilidad pronosticada? 14. ¿Considera que la Gestión Administrativa logra rentabilidad, como producto de un correcto análisis del Estados Financiero?
				Estructura Financiera	15. ¿Los estados financieros, tanto de las ventas, costos y gastos, están debidamente equilibrados?

5.- ¿ la empresa sabe aprovechar su fortaleza para poder competir?		7 47%	8 53%		
6.- ¿Las debilidades se presentan por insuficientes recursos y una mala asignación de los mismo?		6 40%	9 60%		
7.- ¿La empresa busca oportunidades en el mercado competitivo, para mejorar la rentabilidad?		3 20%	12 80%		
8.- ¿la empresa cuenta con estrategias que le permitan ganar nuevos clientes como una oportunidad de crecimiento?		2 13%	10 67%	3 20%	
9.- ¿Considera que la empresa enfrenta las amenazas a través de una agresiva campaña contra la competencia?		2 13%	9 60%	4 27%	
10.- ¿La empresa tiene bien planteado sus objetivos?			12 80%	3 20%	
11.- ¿Se establece criterios en la formulación de los objetivos, para alcanzar el planeamiento estratégico?		3 20%	8 53%	4 27%	
12.- ¿La empresa lleva un buen control de sus inversiones?			12 80%	3 20%	
13.- ¿La empresa cuenta con el MOF?	5 33	10 67%			
14.- ¿La empresa cumple con capacitar a su personal, con nuevas tecnologías?				4 27%	11 73%

15.- ¿La empresa cuenta con un organigrama bien estructurado?	6 40%	9 60%			
B.- Rentabilidad:					
16.- ¿La empresa cuenta con liquidez inmediata, para cualquier eventualidad?			2 40%	13 60%	
17.- ¿la empresa cuenta con recursos propios de manera suficiente?			12 80%	3 20%	
18.- ¿La empresa cuenta con solvencia para enfrentar sus pasivos?			9 60%	6 40%	
19.- ¿Considera que las líneas de crédito que utiliza la empresa, sus tasas son razonables?		6 40%	6 40%	3 20%	
20.- ¿Para lograr los resultados de la rentabilidad financiera de la empresa, se realiza a través de la aplicación de indicadores financieros para medir la rentabilidad?		9 60%	6 40%		
21.- ¿La empresa cuenta con las garantías necesarias para obtener un financiamiento crediticio?		3 20%	6 40%	6 40%	
22.- ¿ Las gastos que incurre la empresa se analizan permanentemente?			9 60%	6 40%	
23.- ¿La empresa a determinado el punto de equilibrio en la estructura de costo?			10 67%	5 33%	

24.- ¿Las compras de las mercaderías son planificadas?		8 53%	7 47%		
25.- ¿Para el endeudamiento financiero se elabora el flujo de caja?		6 40%	6 40%	3 20%	
26.- ¿Los flujos de caja permiten tomar decisiones?	2 13%	3 20%	10 67%		
27.- ¿Se minimiza los riesgos de las inversiones?			3 20%	12 80%	
28.- ¿Los estados financieros de empresa se revisan con frecuencia, con la finalidad de lograr la rentabilidad pronosticada?			10 67%	5 33%	
29.- ¿Considera que la Gestión Administrativa logra rentabilidad, como producto de un correcto Análisis de Estados Financieros?		4 27%	9 60%	2 13%	
30.- ¿Los estados financieros, tanto de las ventas, costos y gastos, están debidamente equilibrados?			4 27%	11 73%	



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: **cuestionario** que hace parte de la investigación titulada: **Planeamiento Estratégico para mejorar la Rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco 2019**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de la Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : **Javier Leopoldo Ulloa Siccha.**

FORMACIÓN ACADÉMICA : **Dr. en Contabilidad**

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : **Docente**

TIEMPO: **30 AÑOS** CARGO ACTUAL : **Decano de la FCEyA**

INSTITUCIÓN : **Universidad San Pedro**

Objetivo de la investigación:

Describir cómo el planeamiento estratégico influye en mejorar la rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019..

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

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: **PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EXIQUIM S.A.C. DISTRITO HUANCHACO 2019.**

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO:

DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Misión	Conocimiento	1. ¿La empresa se preocupa por dar a conocer a su personal la misión?	4	4	4	4	4
	Claro y preciso	2. ¿La misión de la empresa es clara y precisa?	4	4	4	4	4
Visión	Orientación	3. ¿La empresa tiene en claro su proyección de sus ventas?	4	4	4	4	4
		4. ¿El responsable de la empresa mantiene un buen liderazgo?					
FODA	Fortalezas	5. ¿ la empresa sabe aprovechar su fortaleza, para poder competir?	4	4	4	4	4
	Debilidades	6. ¿Las debilidades se presentan por insuficientes recursos y una mala asignación de los mismo?	4	4	4	4	4
	Oportunidades	7. ¿La empresa busca oportunidades en el mercado competitivo, para mejorar la rentabilidad?	4	4	4	4	4
		8. ¿La empresa cuenta con estrategias que le permitan ganar nuevos clientes como una oportunidad de crecimiento?					
Amenazas	9. ¿Considera que la empresa enfrenta las amenazas a través de una agresiva campaña contra la competencia?	4	4	4	4	4	
objetivos	Cumplimiento	10. ¿La empresa tiene bien planteado sus	4	4	4	4	4

		como una oportunidad de crecimiento?					
	Amenazas	9. ¿Considera que la empresa enfrenta las amenazas a través de una agresiva campaña contra la competencia?	4	4	4	4	4
objetivos	Cumplimiento	10. ¿La empresa tiene bien planteado sus objetivos? 11. ¿Se establece criterios en la formulación de los objetivos, para alcanzar el planeamiento estratégico?	4	4	4	4	4
	Control	12. ¿La empresa lleva un buen control de sus inversiones? 13. ¿La empresa tiene un MOF?	4	4	4	4	4
	Capacitación	14. ¿La empresa cumple con capacitar a su personal, con nuevas tecnologías?	4	4	4	4	4
Organigrama	Elaboración	15. ¿La empresa cuenta con un organigrama bien estructurado?	4	4	4	4	4

Calificar de 1 a 4 puntos.

Rentabilidad

DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMES	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Utilidad	Liquidez	1.¿La empresa cuenta con liquidez inmediata, para cualquier eventualidad?	4	4	4	4	4
	Capital de trabajo	2.¿La empresa cuenta con recursos propios de manera suficiente?	4	4	4	4	4
	Solvencia	3.¿La empresa cuenta con solvencia para enfrentar sus pasivos?	4	4	4	4	4
	Créditos	4.¿Considera que las líneas de crédito que utiliza la empresa, sus tasas son razonables?	4	4	4	4	4
	Ratios	5.¿Para lograr los resultados de la rentabilidad financiera de la empresa, se realiza a través de la aplicación de indicadores financieros para medir la rentabilidad?	4	4	4	4	4
	Garantías	6.¿La empresa cuenta con las garantías necesarias para obtener un financiamiento crediticio?	4	4	4	4	4
Pérdidas	Gastos	7.¿Los gastos que incurre la empresa se analizan permanentemente?	4	4	4	4	4
	Costos	8.¿La empresa determina el punto de equilibrio en la estructura de costo?	4	4	4	4	4

Planificación	9. ¿Las compras de las mercaderías son planificadas?	4	4	4	4	4
Flujo de caja	10. ¿Para el endeudamiento financiero se elabora el flujo de caja? 11. ¿La empresa para tomar decisiones, analiza los flujos de caja?	4	4	4	4	4
Riesgos	12. ¿La empresa minimiza los riesgos de las inversiones?	4	4	4	4	4
Estados Financieros	13. ¿Los estados financieros de la empresa se revisan con frecuencia, con la finalidad de lograr la rentabilidad pronosticada? 14. ¿Considera que la Gestión Administrativa logra rentabilidad, como producto de un correcto análisis del Estados Financiero?	4	4	4	4	4
Estructura Financiera	15. ¿Los estados financieros, tanto de las ventas, costos y gastos, están debidamente equilibrados?	4	4	4	4	4



ASPECTOS GENERALES



ASPECTOS	SI	NO	IOBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X			
Los items permiten el logro del objetivo de la investigación.	X			
Los items están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X			
El número de items es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los items a añadir.	X			
Hay alguna dimensión que hace parte del <u>constructo</u> y no fue evaluada.		X		
VALIDEZ				
APLICABLE			<input checked="" type="checkbox"/>	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI	NO
Validado por: Dr. Javier Ulloa Siccha			Fecha: 02/07/2021	
Firma: 	Teléfono: 943656707		Email: julloa59@yahoo.es	



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: cuestionario que hace parte de la investigación titulada: **Planeamiento Estratégico para mejorar la Rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco 2019**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de la Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Luis Alberto Vigo Bardales.

FORMACIÓN ACADÉMICA : Mg. En contabilidad

AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : Docente

TIEMPO: 9 AÑOS **CARGO ACTUAL** : Secretario de la ECEyA

INSTITUCIÓN : Universidad San Pedro

Objetivo de la investigación:

Describir cómo el planeamiento estratégico influye en mejorar la rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019

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

CATEGORÍA	CALIFICACION	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: **PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EXIQUM S.A.C. DISTRITO HUANCHACO 2019.**

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO:

DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Misión	Conocimiento	1. ¿La empresa se preocupa por dar a conocer a su personal la misión?	4	4	4	4	4
	Claro y preciso	2. ¿La misión de la empresa es clara y precisa?	4	4	4	4	4
Visión	Orientación	3. ¿La empresa tiene en claro su proyección de sus ventas?	4	4	4	4	4
		4. ¿El responsable de la empresa mantiene un buen liderazgo?					
FODA	Fortalezas	5. ¿ la empresa sabe aprovechar su fortaleza, para poder competir?	4	4	4	4	4
	Debilidades	6. ¿Las debilidades se presentan por insuficientes recursos y una mala asignación de los mismo?	4	4	4	4	4
	Oportunidades	7. ¿La empresa busca oportunidades en el mercado competitivo, para mejorar la rentabilidad?	4	4	4	4	4
		8. ¿La empresa cuenta con estrategias que le permitan ganar nuevos clientes como una oportunidad de crecimiento?					
Amenazas	9. ¿Considera que la empresa enfrenta las amenazas a través de una agresiva campaña contra la competencia?	4	4	4	4	4	
objetivos	Cumplimiento	10. ¿La empresa tiene bien planteado sus	4	4	4	4	4

	Capacitación	¿La empresa cumple con capacitar a su personal, con nuevas tecnologías?	4	4	4	4	4
Organigrama	Elaboración	¿La empresa cuenta con un organigrama bien estructurado?	4	4	4	4	4

Calificar de 1 a 4 puntos.

RENTABILIDAD:

DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Utilidad	Liquidez	¿La empresa cuenta con liquidez inmediata, para cualquier eventualidad?	4	4	4	4	4
	Capital de trabajo	¿La empresa cuenta con recursos propios de manera suficiente?	4	4	4	4	4
	Solvencia	¿La empresa cuenta con solvencia para enfrentar sus pasivos?	4	4	4	4	4
	Créditos	¿Considera que las líneas de crédito que utiliza la empresa, sus tasas son razonables?	4	4	4	4	4
	Ratios	¿Para lograr los resultados de la rentabilidad financiera de la empresa, se realiza a través de la aplicación de indicadores financieros para medir la rentabilidad?	4	4	4	4	4
	Garantías	¿La empresa cuenta con las garantías necesarias para obtener un financiamiento crediticio?	4	4	4	4	4
Pérdidas	Gastos	¿Los gastos que incurre la empresa se analizan permanentemente?	4	4	4	4	4
	Costos	¿La empresa determina el punto de equilibrio en la estructura de costo?	4	4	4	4	4
	Planificación	¿Las compras de las mercaderías son planificadas?	4	4	4	4	4
	Flujo de caja	¿Para el endeudamiento financiero se elabora el flujo de caja? ¿La empresa para tomar decisiones, analiza los flujos de caja?	4	4	4	4	4

Riesgos	¿La empresa minimiza los riesgos de las inversiones?	4	4	4	4	4
Estados Financieros	¿Los estados financieros de la empresa se revisan con frecuencia, con la finalidad de lograr la rentabilidad pronosticada? ¿Considera que la Gestión Administrativa logra rentabilidad, como producto de un correcto análisis del Estados Financiero?	4	4	4	4	4
Estructura Financiera	¿Los estados financieros, tanto de las ventas, costos y gastos, están debidamente equilibrados?	4	4	4	4	4

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X			
Hay alguna dimensión que hace parte del <u>constructo</u> y no fue evaluada.		X		
VALIDEZ				
APLICABLE			<input checked="" type="checkbox"/>	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI	NO
Validado por: Mg. Luis Vigo Bardales.			Fecha: 02/07/2021	
Firma: 	Teléfono: 998396668		Email: luis_vigob@yahoo.es	



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: cuestionario que hace parte de la investigación titulada: **Planeamiento Estratégico para mejorar la Rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco 2019**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de la Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : **Carlos Gonzales Chávez.**

FORMACIÓN ACADÉMICA : **Dr. en Administración**

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : **Recursos Humanos, Logística y abastecimiento.**

TIEMPO: **28 AÑOS** CARGO ACTUAL : **Docente**

INSTITUCIÓN : **Universidad San Pedro**

Objetivo de la investigación:

Describir cómo el planeamiento estratégico influye en mejorar la rentabilidad de la empresa Exiquim S.A.C. Distrito Huanchaco, 2019.

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



CATEGORIA	CALIFICACION	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EXIQUIM S.A.C. DISTRITO HUANCHACO 2019.

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO:

DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Misión	Conocimiento	1. ¿La empresa se preocupa por dar a conocer a su personal la misión?	4	4	4	4	4
	Claro y preciso	2. ¿La misión de la empresa es clara y precisa?	4	4	4	4	4
Visión	Orientación	3. ¿La empresa tiene en claro su proyección de sus ventas?	4	4	4	4	4
		4. ¿El responsable de la empresa mantiene un buen liderazgo?					
FODA	Fortalezas	5. ¿La empresa sabe aprovechar su fortaleza, para poder competir?	4	4	4	4	4
	Debilidades	6. ¿Las debilidades se presentan por insuficientes recursos y una mala asignación de los mismo?	4	4	4	4	4
	Oportunidades	7. ¿La empresa busca oportunidades en el mercado competitivo, para mejorar la rentabilidad?	4	4	4	4	4
8. ¿La empresa cuenta con estrategias que le permitan ganar nuevos clientes?							

		como una oportunidad de crecimiento?					
	Amenazas	9. ¿Considera que la empresa enfrenta las amenazas a través de una agresiva campaña contra la competencia?	4	4	4	4	4
objetivos	Cumplimiento	10. ¿La empresa tiene bien planteado sus objetivos? 11. ¿Se establece criterios en la formulación de los objetivos, para alcanzar el planeamiento estratégico?	4	4	4	4	4
	Control	12. ¿La empresa lleva un buen control de sus inversiones? 13. ¿La empresa tiene un MOF?	4	4	4	4	4
	Capacitación	14. ¿La empresa cumple con capacitar a su personal, con nuevas tecnologías?	4	4	4	4	4
Organigrama	Elaboración	15. ¿La empresa cuenta con un organigrama bien estructurado?	4	4	4	4	4

Calificar de 1 a 4 puntos.

RENTABILIDAD:



DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Utilidad	Liquidez	1.¿La empresa cuenta con liquidez inmediata, para cualquier eventualidad?	4	4	4	4	4
	Capital de trabajo	2.¿La empresa cuenta con recursos propios de manera suficiente?	4	4	4	4	4
	Solvencia	3.¿La empresa cuenta con solvencia para enfrentar sus pasivos?	4	4	4	4	4
	Créditos	4.¿Considera que las líneas de crédito que utiliza la empresa, sus tasas son razonables?	4	4	4	4	4
	Ratios	5.¿Para lograr los resultados de la rentabilidad financiera de la empresa, se realiza a través de la aplicación de indicadores financieros para medir la rentabilidad?	4	4	4	4	4
	Garantías	6.¿La empresa cuenta con las garantías necesarias para obtener un financiamiento crediticio?	4	4	4	4	4

Pérdidas	Gastos	7. ¿Los gastos que incurre la empresa se analizan permanentemente?	4	4	4	4	4
	Costos	8. ¿La empresa determina el punto de equilibrio en la estructura de costo?	4	4	4	4	4
	Planificación	9. ¿Las compras de las mercaderías son planificadas?	4	4	4	4	4
	Flujo de caja	10. ¿Para el endeudamiento financiero se elabora el flujo de caja? 11. ¿La empresa para tomar decisiones, analiza los flujos de caja?	4	4	4	4	4
	Riesgos	12. ¿La empresa minimiza los riesgos de las inversiones?	4	4	4	4	4
	Estados Financieros	13. ¿Los estados financieros de la empresa se revisan con frecuencia, con la finalidad de lograr la rentabilidad pronosticada? 14. ¿Considera que la Gestión Administrativa logra rentabilidad, como producto de un correcto análisis del Estados Financiero?	4	4	4	4	4
	Estructura Financiera	15. ¿Los estados financieros, tanto de las ventas, costos y gastos, están debidamente equilibrados?	4	4	4	4	4

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	IOBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del <u>constructo</u> y no fue evaluada.		X	
VALIDEZ			
APLICABLE			<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
Validado por: Dr. Carlos Gonzáles Chávez		Fecha: 02/07/2021	
 Firma:	Teléfono: 943656464	Email: calologonzalez@yahoo.com	

Activar Windows
Ve a Configuración para