



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“El Plan estratégico y su influencia en la rentabilidad de las Universidades Privadas
del distrito de Los Olivos, periodo 2014”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTORA:

Sandra Roxana Magaly García Bravo (ORCID: 0000-0002-6760-3098)

ASESOR:

Mg. Oscar Guillermo Chicchón Mendoza (ORCID: 0000-0001-6215-7028)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

FINANZAS

LIMA - PERÚ

2016

Dedicatoria

Quiero dedicarle este trabajo a Dios que me ha dado la vida y fortaleza para afrontar cada dificultad y a mi madre que siempre me dio su apoyo incondicional.

Sandra

Agradecimiento

Para poder realizar el presente trabajo de investigación recibí el apoyo de personas a las cuales quiero agradecer; en primer lugar, a Dios, por la darme la fortaleza, a mi familia y amigos por la confianza y el apoyo incondicional que me brindan siempre.

La autora

Índice

Página del Jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas.....	viii
Índice de figuras.....	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Trabajos previos	13
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	16
1.4. Formulación del problema.....	29
1.5. Justificación del estudio	29
1.6. Hipótesis.....	30
1.7. Objetivos	30
II. MÉTODO.....	32
2.1. Diseño de la investigación	32
2.2. Variables, Operacionalización	32
2.3. Población y muestra	35
2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	36
2.5. Método de análisis de datos	36
2.6. Aspectos éticos	36
III. RESULTADOS.....	37
IV. DISCUSIÓN	56
V. CONCLUSIONES	60
VI. RECOMENDACIONES	61
VII. REFERENCIAS	62
ANEXOS	65
Matriz de Consistencia	66
Cuestionario	67
Acta de originalidad de la tesis.....	73
Reporte Turnitin.....	75
Autorización de publicación de tesis al repositorio	76

Versión Final del trabajo de investigación77

Índice de tablas

Tabla 1. ¿Cree usted que los objetivos planteados por la organización se han cumplido según lo establecido?	37
Tabla 2. ¿Cree usted que el plan estratégico es importante para la toma de decisiones?	37
Tabla 3. ¿Cree usted que los colaboradores tienen conocimiento de las ventajas competitivas que ofrece la universidad?	39
Tabla 4. ¿Cree usted que las áreas de la universidad cumplen de manera adecuada con sus procesos administrativos y de gestión?	40
Tabla 5. ¿Usted cree que las estrategias empleadas por la institución para el aumento de sus ingresos han sido satisfactorias?	41
Tabla 6. ¿Cree usted que sería importante precisar procedimientos de supervisión en las áreas claves de la institución?	42
Tabla 7. ¿Considera usted necesario que se realice un análisis FODA en las áreas administrativas y académicas de la institución de manera periódica?	43
Tabla 8. ¿Considera usted que la elaboración del plan operativo es un factor importante para alcanzar la rentabilidad?	43
Tabla 9. ¿Cree usted si existe un control para el cumplimiento del pago de las pensiones?	45
Tabla 10. ¿Cree usted que existen políticas establecidas para el cumplimiento de las obligaciones por parte de su empresa?	46
Tabla 11. ¿Considera usted que el tiempo es un factor importante para alcanzar la rentabilidad?	47
Tabla 12. ¿Conoce usted el porcentaje de ingreso que tiene la universidad de manera anual por los servicios que ofrece?	48
Tabla 13. ¿Considera usted que las capacitación a los trabajadores es una inversión para mejorar los ingresos de su empresa?	49
Tabla 14. ¿Sabe usted cuales son los servicios ofrecidos por la universidad?	49
Tabla 15. ¿Cree usted que los beneficios que otorga la universidad para atraer clientes, repercute en la rentabilidad?	51

Índice de figuras

Figura 1. ¿Usted cree que los objetivos planteados por la organización se han cumplido según lo establecido?	37
Figura 2. ¿Cree usted que el plan estratégico es importante para la toma de decisiones?	38
Figura 3. ¿Cree usted que los colaboradores tienen conocimiento de las ventajas competitivas que ofrece la universidad?	39
Figura 4. ¿Cree usted que las áreas de la universidad cumplen de manera adecuada con sus procesos administrativos y de gestión?.....	40
Figura 5. ¿Usted cree que las estrategias empleadas por la institución para el aumento de sus ingresos han sido satisfactorias?	41
Figura 6. ¿Cree usted que sería importante precisar procedimientos de supervisión en las áreas claves de la institución?	42
Figura 7. ¿Considera usted necesario que se realice un análisis FODA en las áreas administrativas y académicas de la institución de manera periódica?	43
Figura 8. ¿Considera usted que la elaboración del plan operativo es un factor importante para alcanzar la rentabilidad?.....	44
Figura 9. ¿Cree usted si existe un control para el cumplimiento del pago de las pensiones?	45
Figura 10. ¿Cree usted que existen políticas establecidas para el cumplimiento de las obligaciones por parte de su empresa?.....	46
Figura 11. ¿Considera usted que el tiempo es un factor importante para alcanzar la rentabilidad?.....	47
Figura 12. ¿Conoce usted el porcentaje de ingreso que tiene la universidad de manera anual por los servicios que ofrece?	48
Figura 13. ¿Considera usted que la capacitación a los trabajadores es una inversión para mejorar los ingresos de su empresa?.....	49
Figura 14. ¿Sabe usted cuáles son los servicios ofrecidos por la universidad?.....	50
Figura 15. ¿Cree usted que los beneficios que otorga la universidad para atraer clientes, repercute en la rentabilidad?	51

Resumen

El principal objetivo de esta investigación es demostrar que El Plan Estratégico y su Influencia en la Rentabilidad de las Universidades Privadas Del Distrito De Los Olivos, Periodo 2020, es determinar la influencia del plan estratégico y la rentabilidad de las universidades privadas de Los Olivos. Este estudio se enmarca dentro de una investigación descriptiva; explicativa.

La muestra de esta investigación está de manera aleatoria estratificada de 30 colaboradores entre ellos contadores, administradores e ingenieros que trabajan en las Universidades y que sean expertos en la materia.

Por medio de la observación, encuesta, investigación bibliográfica y el análisis se ha establecido la incidencia de las variables; los datos estadísticos que sostienen esta investigación, vienen de los resultados obtenidos por la aplicación de instrumentos de recolección de datos, como ha sido la encuesta.

Los resultados demuestran que, si hay una incidencia entre las variables estudiadas, finalmente concluimos que el plan estratégico influye en la rentabilidad de las universidades privadas de Los Olivos, periodo 2020.

Palabras Clave: Plan estratégico, influencia, rentabilidad

Abstract

The main objective of this research is to demonstrate that The Strategic Plan and its Influence on the Profitability of the Private Universities of the District of Los Olivos, Period 2020 is determining the influence of the strategic plan and the profitability of the private universities of Los Olivos. This study is framed within a descriptive investigation; explanatory.

The sample of this research is randomly stratified of 30 collaborators including accountants, administrators and engineers who work in the Universities and who are experts in the field.

Through observation, survey, bibliographic research and analysis, the incidence of the variables has been established; The statistical data supporting this research comes from the results obtained by the application of data collection instruments, such as the survey.

Keywords: Strategic plan, influence, profitability

I. Introducción

1.1. Realidad problemática

En nuestro panorama actual las empresas e instituciones privadas dedicadas al rubro de educación, siempre se encuentran enfocadas en objetivos económico– educativo, pero para ello es importante implementar la elaboración de un plan estratégico en la organización que tiene como fin apoyar en el crecimiento y la utilidad de la empresa.

El plan estratégico aplicado en las empresas consiste en definir un programa de acción constante donde se pretende conseguir el proceso idóneo de posicionamiento en el mercado que se puede dar actualmente o a largo plazo, asimismo es donde se van a definir todos los objetivos que se quieren alcanzar como empresa, todo con la finalidad de construir un futuro que beneficie en la rentabilidad, calidad de servicio, producción, comercialización, etc. de la organización.

La rentabilidad es un resultado donde se observa si la empresa está generando o produciendo los beneficios suficientes que justifiquen la creación e inversión de los dueños y esta a su vez motive a seguir creciendo. Utilizar la rentabilidad como un indicador constante en la parte financiera de la empresa permite evaluar y detectar a tiempo si los costos están controlados y si los ingresos están generando ganancias que permitan continuar creciendo. Toda empresa debe ser rentable, de lo contrario está destinada al fracaso.

En otras palabras, se puede decir que una empresa u organización sin un plan estratégico cuidadosamente formulado es como un barco sin timón sin rumbo. Dado que sus objetivos no están debidamente planificados, las estrategias que se pueden aplicar al desarrollo de un mismo producto carecen de sentido, porque no saben a dónde ir ni a qué punto llegar, por lo que llegará a ser más. Es difícil incrementar la rentabilidad de la organización.

Resultado

De esta forma, el plan estratégico debe ser considerado como una herramienta indispensable, que puede ayudar a la organización a lograr su desarrollo de una manera más efectiva y eficiente, lo que a su vez permitirá alcanzar o superar la rentabilidad requerida.

El enfoque de esta encuesta es determinar la importancia de formular e implementar planes estratégicos para acrecentar la rentabilidad de cualquier compañía; por lo tanto, se trata del intento de comprender la existencia de una relación entre la inversión que se realizada y los ingresos que se perciben.

1.2. Trabajos previos

A nivel internacional

Arguedas, L.; Quijano, R. y Fajardo, M. (2013). En su trabajo de investigación titulado: *Rentabilidad y calidad de vida laboral*. (Artículo científico). Universidad Autónoma de Campeche, México. Aplicado, no experimental, la población fueron 135 y la muestra enfocada a 33 empresas censadas del ramo turístico del Municipio, como técnica una encuesta y como instrumento un cuestionario. Concluyó que: el desarrollo del planeamiento estratégico es de suma importancia para el logro de los objetivos de crecimiento en las entidades debido a que posibilita que cada una de las actividades estén plasmadas de modo que puedan cumplirse sin olvido alguno, lo cual a su vez permitirá incrementar la rentabilidad como parte del desarrollo organizacional; por lo tanto, es indispensable su determinación de manera objetiva de modo que recoja las necesidades reales y se establezca las estrategias pertinentes para poder alcanzar los objetivos.

Pérez, S. y Pérez, F. (2013) en su trabajo de investigación titulado: *Planificación financiera de las empresas: el rol de los impuestos o tributos* (Artículo científico) Universidad Central del Ecuador, investigación aplicada, no experimental, tanto población como muestra fue acervo documentario, concluyó que, la planificación de las finanzas es de suma importancia para el crecimiento de la empresa debido a que permite planificar los gastos e inversiones necesarios para mejorar la rentabilidad, por lo tanto, es indispensable que las personas asignadas en este puesto, cuenten con las habilidades y competencias necesarias para desempeñarse de manera eficiente bajo los estándares establecidos para generar desarrollo.

Leyva, A., Cavazos, J, y Espejel, J. (2012) en su investigación titulado: *Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes* (Artículo científico), Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México, tipo de investigación aplicada, no experimental, usando el acervo documentario, como técnica empleada el análisis documental y como instrumento una guía del análisis documental, concluyó que: la aplicación de la planificación estratégica es de suma importancia para incrementar el nivel de eficiencia en la gestión empresarial para una correcta utilización de los recursos financieros y económicos, para lo cual, es imprescindible que los directivos o encargados de abordar esta función, cuenten con las habilidades y conocimientos gerenciales necesarios.

A nivel nacional

Ramos, M., Jara, H. y Rivasplata, J. (2012) en su investigación: *plan estratégico para mejorar la competitividad y eficiencia en circo Engineering por los años 2016-2019* (Artículo científico) Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, tipo de investigación aplicada, no experimental, la población y muestra 23 personas, la técnica empleada encuesta y de instrumento un cuestionario, concluyó que: un plan estratégico por si solo no generar resultados sobresalientes para la mejora del crecimiento organizacional, para ello, necesita la integración de estrategias viables y alcanzables que permitan visionar los mejores horizontes de crecimiento, los cuales propicien además la integración de un clima laboral positivo para obtener buenos resultados.

Chavez, z. (2014) en su investigación: *Plan Estratégico Para La Constructora Contadores E Ingenieros Asociados Srl En La Provincia De Cutervo, 2018-2022* (Artículo científico) investigación aplicada, no experimental, acervo documentario como población y muestra, concluyó que: se pudo observar que la empresa actualmente desarrolla sus actividades enfocadas mayormente en las ventas más en los procedimientos para la atención postventa, debido a que no ha realizad la planificación de sus actividades para fortalecer este aspecto relevante, por lo tanto, es indispensable llevar a cabo la elaboración del plan

estratégico centrado en todas las actividades empresariales del modelo de negocio, de modo que se pueda determinar las actividades y procesos necesarios para incrementar las posibilidades de desarrollo integral y la entrega de un servicio eficiente capaz de satisfacer las necesidades del público.

Navarro, M. (2014) en su investigación titulada: *Plan estratégico para la empresa transportes el sol de Piura año 2018-piura* (Artículo científico) Universidad Nacional De Piura, Piura, el tipo de investigación aplicada, no experimental, población de 407,976 personas y muestra 384 personas, concluyeron que: la empresa actualmente no cuenta con un plan estratégico actualizado que le permita tener conocimiento de las actividades que debe llevar a cabo para mejorar los procesos, por lo tanto, es importante desarrollar un análisis exhaustivo sobre las necesidades organizacionales para el crecimiento integral, el mismo que además le permita mejorar la calidad de servicio a sus clientes que utilizan su medio de transporte para movilizarse.

A nivel local

Vicente, K. (2013). En su trabajo de investigación titulado: *Plan estratégico y rentabilidad de la empresa CAPEDU PERÚ S.A.C., en San Juan de Lurigancho, 2018.* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Descriptiva, no experimental, tanto población como muestra fueron 30 trabajadores. Concluyó que: se determinó que las variables poseen relación, lo cual permite determinar que, a medida que se perfeccione y se dé cumplimiento al plan estratégico, mejores serán los resultados de crecimiento económico reflejado en la rentabilidad empresarial, por lo tanto, es indispensable que se designe al personal debidamente capacitado con las habilidades y competencias necesarias que permitan obtener buenos resultados para mejorar el planeamiento y llevar a la empresa hacia un nuevo escenario de crecimiento prospectivo.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Plan estratégico

Sainz de Vicuña (2009), menciona que es cuando la alta dirección da a conocer un plan estratégicamente elaborado y esto permitirá una toma de decisiones que aproximen más a los objetivos trazados por la empresa. Asimismo, menciona que estas referencias permiten pronosticar el futuro de la empresa; lo que facilita las acciones a tomar en cuanto a resultados negativos y positivos, es decir, enfrentar con eficiencia inconvenientes que están por presentarse y también enfocarse en las acciones que están influenciando positivamente.

D'Alessio (2007, p. 8), menciona que la planeación estratégica son las actividades y secuencias empleadas en la organización, enfocado en la visión clara que ayuda a alcanzar los resultados esperados. Además, indica que hay que tener presente estos principios: Objetividad, Uniformidad, Flexibilidad y Participación; los cuales posibilitarán beneficios monetarios y organizacionales a la empresa.

Beneficios del plan estratégico

Estudios realizados en diferentes empresas han confirmado que empresas que emplean este sistema poseen un mayor crecimiento económico y organizacional, y que tiene una mayor competitividad en comparación con las empresas que no han implementado el plan, por lo que estas empresas tienen una mejor determinación del crecimiento y posicionamiento del enfoque a largo plazo para mejorar las actividades operativas de la empresa en todas las áreas. Además, posibilita involucrar a los gerentes y colaboradores en intercambios de ideas con el fin de determinar situaciones estratégicas que resulten hasta innovadoras (Carreto, 2008, p. 7). Puntualmente, los beneficios son los siguientes:

- Mejorar la productividad de los empleados en las actividades de la empresa.
- Alcanzar las metas ayuda a mejorar la efectividad y eficiencia necesarias en la organización.
- Entender mejor las estrategias utilizadas en el juego.

-Si hay un problema, puede ayudarles a descubrirlo desde una perspectiva objetiva, identificar el problema y convertirlo en una oportunidad de negocio.

-Regular y estandarizar las actividades operativas.

-Permite comprender y evaluar posibles amenazas externas

-Establecer una comunicación eficaz entre colaboradores de diversos departamentos.

-Aumentar la conciencia de problemas futuros.

-Proporcionar comodidad a los administradores y gerentes para que puedan analizar las necesidades cambiantes de la empresa.

-Permite una asignación justa de recursos.

-Permitir a los administradores encontrar la mejor forma de lograr el desarrollo de la empresa.

Ventajas del plan estratégico

Marciniak (2013), Mencionó que a través de la aplicación de planes estratégicos se pueden obtener múltiples ventajas en la organización, pues están directamente relacionadas con la mejora de los resultados, por lo que la gestión empresarial puede ser mejor, minimizando con ello las actividades espontáneas; en este sentido, el autor determinó las siguientes ventajas:

- Analizar la implementación de la innovación continua en la empresa.
- Permitir la correcta aplicación de estrategias para incrementar oportunidades y reducir amenazas
- Analizar la situación actual para tratar de prevenir problemas en el futuro, aunque esto no es del todo exacto, puede resolver la incidencia.
- Establecer la misión de la empresa aportando los medios y recursos necesarios para el desarrollo de la empresa.
- Proponer un plan de acción para la evaluación de seguimiento de los resultados.
- Permitir y establecer un sistema organizativo para la correcta ejecución de las actividades.

- Puedes minimizar el desperdicio de recursos de la empresa.
- Es posible visualizar el objetivo de forma más clara y precisa (página 80)

Objetivos de la Planificación Estratégica

(Kotler y Bloom, 1988, p. 56). La planeación estratégica tiene como general objetivo ser la herramienta básica y esencial para los criterios en la toma de decisiones idóneas y en cuanto a las actividades que se van a realizar; pero también se puede desglosar en mini-objetivos de importancia, tales como: Diseñar un plan con resultados que desea obtener la empresa mediante el establecimiento de los métodos y formas a fin de lograrlo; Identificar y valorar los diversos factores internos y externos que pueden influenciar más en la organización tanto positiva como negativamente para así actuar a tiempo de la manera más adecuada; Crear y mantener una estructura organizacional que sea eficiente y eficaz en la implementación de un sistema oportuno en la toma de decisiones; Mantener la vitalidad de la organización en su buen posicionamiento y mantener su competitividad en su ciclo de vida de mercado; finalmente, prestar atención a las oportunidades en el entorno con el fin de utilizar todos los recursos para lograr la rentabilidad y productividad de la organización.

Proceso de la Planeación Estratégica

Camacho & Lazo, 2011. El proceso para planear estrategias comienza con la identificación de los valores, visión, misión y objetivos a mediano o largo plazo de la organización, seguidamente se reconocen los factores que repercuten en la empresa de manera positiva o negativa, a nivel interno y externo, es después de esto donde se utilizan los siguientes pasos: Crear o formular estrategias; Alinearlas a los objetivos y estructura organizacional; Establecer el plan operacional; Ejecutar y adaptar las estrategias planteadas y por ultimo monitorear si se están obteniendo los resultados que se esperaban.

Dimensiones de plan estratégico

Para Sainz de Vicuña (2009), menciona las siguientes dimensiones del plan estratégico:

- **Gestión:** Empleado en términos organizacionales, la gestión conjunta de acciones y trámites ejecutados para la administración y direccionamiento de todos los recursos con los que cuenta una empresa, con el fin de potenciar resultados óptimos que terminen encaminando hacia el éxito a la misma. Los indicadores de esta dimensión son las siguientes:
 - **Cumplimiento de objetivos:** Para poder cumplir con los objetivos de la empresa, estos deben ser realistas, positivos, ambiciosos pero medibles y deben ser orientados no solo basándose en el propósito que quiere lograr la empresa, sino también en las personas a quien va dirigido. Estableciendo todo esto los objetivos serán alcanzados de manera progresiva.
 - **Ventaja competitiva:** Está relacionado a los atributos o características de un bien o un servicio que ofrece una empresa y que marcan la diferencia a comparación de la otra, logrando el posicionamiento de manera superior a la de sus competidores.
 - **Toma de decisiones:** Proceso en el cual una persona elige entre una o más alternativas u opciones, para tratar de resolver o saber enfrentar cualquier situación profesional, laboral, empresarial, y demás puntos, con la finalidad de avanzar y desarrollarse.
 - **Procesos:** Es la secuencia de pasos o actividades realizadas de manera coordinada de un punto de partida hacia un punto final, enfocados a lograr objetivos trazados o resultados esperados, esto se puede dar en bienes y también en servicios.
- **Control:** En el mundo empresarial se conoce que es tener el dominio de las actividades, gestiones, procesos, etc. de la administración, mediante seguimientos, regulaciones o correcciones para que se cumplan todos los propósitos y objetivos de la empresa. Tiene como indicadores:
 - **Estrategias:** Es la serie de acciones planificadas de manera más asertiva direccionado hacia los objetivos, que generan más posibilidades de cumplir todo lo que se quiere lograr como empresa, siempre y cuando se tomen decisiones que ayuden a alcanzar resultados que beneficien a la organización.

- **Control interno:** Se dice que es el proceso que debe darse por todos los responsables y participantes de la organización para resguardar todos los recursos operacionales y transmitir seguridad en el cumplimiento de los objetivos de la misma. También es considerado un instrumento de gestión que muchas veces es establecido por la misma entidad, esto a su vez tiene planes en la organización y débilmente se clasifica en medidas adoptadas por otras entidades. Si bien es cierto esto también es adoptado por ciertas medidas como son la confiabilidad, el cumplimiento y la utilización de los recursos necesarios, además de las normas que estimulen las políticas establecidas en beneficio de la entidad.
- **Análisis FODA:** Es el análisis y estudio integral que se le realiza a una empresa para saber la situación actual en la que se encuentra, se realiza tomando como base los factores más influyentes que conforman tanto su realidad interna (Fortalezas y Debilidades) como externa (Oportunidades y Amenazas); lo cual permitirá determinar su nivel de competitividad ante las demás del mismo rubro y así mismo poder aplicar estrategias con el fin de beneficiar a la empresa.
- **Plan operativo:** Es un instrumento donde se determinan acciones y establecen objetivos específicos que se desean cumplir. En el ámbito empresarial, institucional, no gubernamental, en su mayoría son desarrolladas mediante la elaboración de un documento o un fragmento de la misma, lo que ayuda a recordar cuales son los objetivos y marcar un plan de acción que prioriza alcanzar de manera más eficiente las metas más importantes en un plazo determinado.

Rentabilidad

Sapag (1993, p. 113) sostiene que esta es la capacidad de crear utilidades o ganancias mediante diferentes formas de inversión, es decir, la rentabilidad es el resultado que se obtiene después de una serie de capitales; ésta puede darse de varias formas, en cuanto a medidas: puede ser visto desde el tema monetario, inversión en demora, porcentaje o tiempo. Los criterios considerados para la presente investigación se mencionan a continuación:

El VAN o valor actual neto, criterio de inversión o indicador financiero consistente en determinar si un proyecto será viable, y si se obtendrá ganancias o pérdidas con dicha inversión. También es muy útil para tomar la mejor decisión dentro del mismo proyecto. El VAN mide la rentabilidad, esto se da en un valor monetario.

La TIR o tasa interna de retorno, es una tasa de interés que puede generar una inversión ya sea positiva o negativamente. También permite analizar si la inversión que deseamos realizar será viable. Transforma la rentabilidad en porcentaje, si bien es cierto es un poco confusa, pero esto se debe a lo que calcula la inversión de los saldos que no se pudieron recuperar en un periodo. Además, la inversión es el tiempo en el que se puede recuperar el costo de capital involucrado. Rentabilidad inmediata, que determina la rentabilidad de la inversión en cada período.

Gonzalez, Correa y Acosta (2002) mencionan que, la rentabilidad es un indicador financiero que expresa la capacidad de los resultados que se generan, también influye en los resultados que se dan a conocer con el tiempo. Consecuentemente la rentabilidad es la evaluación de las estrategias de inversión e implica el efectuar la posición de las comparaciones con los estados financieros de periodos actuales y anteriores teniendo en cuenta el entorno socioeconómico. Esto ayuda a retribuir el crecimiento de su entorno para mantener la posición competitiva y analizar mejores rutas para el logro de los objetivos de rentabilidad en la empresa. (p. 399)

Según Sánchez (2007), la noción de la rentabilidad es el conjunto de acciones que busca generar beneficios en base a inversiones que terminen incrementando economía de la empresa; esto tienen como interés la interacción de los materiales y/o equipos, de los recursos humanos y de la parte financiera de la empresa, con el fin de obtener resultados favorables y de utilidad. La rentabilidad también tiene formas muy variadas y aproximaciones que indican si será productivo para la empresa, entre ellas tiene: el Margen neto y bruto de la utilidad; Margen operacional; Rentabilidad sobre el patrimonio y la inversión y el Crecimiento sostenible.

Importancia de la rentabilidad

Portillo (1999) menciona que la rentabilidad es la clave maestra para valorar proyectos de inversión que quiere realizar una empresa, y a su vez se podrá analizar si existe relación positiva entre dicha inversión con los resultados esperados. Es una herramienta importante y necesaria que deben tener en cuenta las empresas con el fin de alcanzar ciertos fines y permanecer vigentes en el tiempo. También el generar utilidades les permite contar con ese recurso fundamental para la existencia de la empresa; La rentabilidad es de vital importancia porque determinan la viabilidad de la inversión en un proyecto, empresa u organización no lucrativa, todas necesitan de estos resultados positivos para seguir operando. En síntesis, la rentabilidad puede ser definida en la siguiente ecuación financiera, que los gastos no sean superiores a los ingresos. (p. 87)

Así mismo, Macas y Luna (2010) se cree que la importancia de la rentabilidad viene determinada por los siguientes hechos: En todo análisis comercial, incluso si comienza con múltiples objetivos que enfrenta la empresa, algunos objetivos se basan en la rentabilidad o el beneficio, mientras que otros objetivos se basan en el incremento, la persistencia y servicio a la comunidad. La tendencia de la discusión central suele ser la polaridad entre la tasa de beneficio y la seguridad o solvencia, que es la variable básica de todas las actividades económicas. Por tanto, a la hora de cuantificar el binomio de riesgo de beneficio, se puede encontrar la base de un análisis económico financiero, con una cuantificación a partir de tres funciones: análisis de rentabilidad, análisis de solvencia y análisis de estructura financiera. Posteriormente, mencionó que la solvencia y la rentabilidad determinan la viabilidad a largo plazo de la empresa. (p. 321)

Dimensiones de rentabilidad

Para Sapag (1993), define las siguientes dimensiones:

- **Inversión:** Es emplear alguna actividad con el objetivo de beneficiarse de cualquier forma. En el tema económico es la colocación de dinero (capital) con la finalidad de obtener utilidades o ganancias. En cuanto al recurso financiero, se tiene que velar para que el rendimiento sea superior

al invertido, esto permite el aumento del capital en cualquier proyecto de inversión de empresas u organizaciones. Los recursos básicos y determinantes son capital, tiempo y trabajo.

- **Cumplimiento:** En términos más generales consiste en realizar aquello que se prometió hacer en un determinado tiempo en algo o con alguien. En las organizaciones es dar cumplimiento a una actividad que ha sido planeada, ejecutarlo en el tiempo estipulado y con las características consideradas para contribuir en el logro de los objetivos.

- **Ratios de rentabilidad:** Son operaciones financieras que ayudan a determinar el rendimiento de diversas partidas de en la estructura de económica y financiera de la empresa. Las empresas para saber si se están cumpliendo sus objetivos financieros necesitan evaluar si el negocio está dando resultados útiles o no, para ello necesita saber algunos indicadores financieros que solo se encuentran mediante la utilización de ratios de rentabilidad; los principales ratios a analizar constan de las siguientes variables: capital, activos, ventas y beneficios.

- **Capacidad de cumplir las obligaciones:** Esto está orientado a la capacidad que posee una empresa para cumplir con las obligaciones financieras contraídas con personas naturales o jurídicas producto de la prestación de un bien o servicio a favor. Esto también es conocido en las finanzas como los pasivos de una empresa u organización.

- **Tiempo:** Es el plazo estimado para realizar una actividad, que permite ordenar consecuentemente sucesos de un pasado a un futuro. En temas organizacionales es el lapso de duración para realizar las actividades planeadas. Es importante la gestión y administración de este recurso, ya que si no se cumple hasta el momento determinado puede afectar ciertos criterios en la organización, como el aumento de los costos.

- **Beneficios:** Son los resultados positivos, ventajas y utilidades a favor de una empresa que se producen luego de realizar diversas actividades, permitiendo así acercarse o cumplir sus objetivos. Estos beneficios pueden ser monetarios, acciones o especies.

- **Diversificación:** Considera una estrategia que las empresas utilizan para ofertar nuevos productos que incrementará su diversidad de bienes

o servicios ya sea de una línea de negocios ya existente o incursionar en nuevos mercados. Asimismo, también es la adquisición de nuevos proveedores para la inversión de los nuevos proyectos o negocios.

- **Capacitaciones:** Es el potenciamiento para adquirir, actualizar y desarrollar conocimientos de las actitudes, habilidades físicas o cognitivas de los integrantes de la empresa ya sea en procesos tradicionales o manejo de nuevas gestiones, todo con el fin de recibir su mejor desempeño en la organización.
- **Ingresos de servicios:** Son los ingresos obtenidos por la prestación eventual de los servicios que brinda la empresa, esto significa el incremento de los activos financieros, que pueden servir para incrementar la capacidad de obtención, elaboración o inversión.
- **Beneficio concedido:** En esto se consideran aquellos beneficios a favor de alguien o de algo, que bien pueden ser de carácter monetario efectivo o prospectivo, un ejemplo de ello es la posibilidad de adquirir un producto y el siguiente tener la opción de pago en cuotas o con descuentos.

Rentabilidad económica

Pérez (2002, p. 84), la rentabilidad económica es también llamada rentabilidad de la inversión, la medición de capacidad del rendimiento de activos que se utilizan para forjar beneficios económicos en una empresa sin tener en cuenta los intereses ocasionados por los impuestos o por la modalidad de apalancamiento que se haya utilizado. En este sentido se afirma que la rentabilidad económica es entendida como una capacidad de los activos de una compañía para producir ingresos que se traduce en rentabilidad financiera, desde aquí se puede entender que la rentabilidad económica es la base para la rentabilidad y la generación de dinero, sin considerar la modalidad de financiamiento que se ha utilizado para adquirir los activos. Para la medición de este tipo de rentabilidad contamos con una fórmula:

$$\text{Rentabilidad económica (ROI)} = \frac{\text{BAII}}{\text{Activo Total}} \times 100$$

Rentabilidad financiera

Según la Enciclopedia Financiera, es el resultado total que beneficia a los inversionistas en finanzas, que pueden ser en su mayoría accionistas y dueños de la empresa, teniendo en cuenta la cantidad de acciones que posean cada uno de ellos. En este sentido, es importante destacar que mientras más alto sea el apalancamiento financiero más altas serán las ganancias, siempre y cuando sea manejado de la mejor manera sin superar los gastos tolerables. Esta rentabilidad es también conocida como ROE (Return On Equity) y la fórmula aplicada es entre el Beneficio económico obtenido o ganado por la organización, con los fondos propios que están compuestas por el capital y las reservas de la organización.

$$\text{Rentabilidad financiera ROE} = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Fondos Propios}} \times 100$$

Para Fernández Guadaño, la rentabilidad financiera también puede llamarse rendimiento del capital propio de la empresa, consiste en la retribución favorable para los dueños teniendo en cuenta la cantidad y precio de las acciones de la empresa de acuerdo a la inversión que se haya hecho. Puede ser tomado como el ingreso o ganancia que perciben los accionistas en calidad de inversionistas.

Se calcula con la siguiente fórmula:

$$RF = \frac{RAI_t - GFF_t}{RP_{t-1}}$$

Dónde:

RF: Rentabilidad Financiera.

GFF: Gastos financieros.

RP: Recursos Propios.

Ratios financieros

Boal Velasco, señala previamente que los ratios son herramientas básicas para analizar cualquier situación financiera, lo cual permitirá si se ejecutó favorablemente alguna inversión o proyección en la empresa. Asimismo, los ratios financieras son considerados como las medidas de análisis que se aplican a las diferentes partidas de la empresa para conocer su rendimiento o para analizar el balance de su situación. Esto se determina mediante fórmulas de matemática financiera combinando las operaciones de suma, resta, división, multiplicación, las regresiones, etc.

Cova. L., y Moreno, L. (2010) significa que son fórmulas financieras que se utilizan para analizar el desempeño de la distribución financiera de una compañía y los compromisos que hay en cada proyecto. Asimismo, identifican las variaciones en la política de apalancamiento que utiliza la empresa, por lo tanto, con este análisis es posible determinar cuál es el rendimiento de los préstamos y determinar si es beneficioso o no para la rentabilidad y generación de ingresos para la empresa.

- Análisis de la composición de la estructura financiera. Su clasificación muestra los recursos propios, mientras que los recursos de otros se basan en el término (corto y largo plazo) y compensación (con o sin costo).
- Recursos propios
- Recursos ajenos
- Largo plazo

Clasificación

Debido a la amplia versatilidad de las finanzas y la necesidad de calcular el rendimiento de los recursos de las empresas, existen múltiples ratios que permiten obtener resultados, estos se aplican teniendo en cuenta la realidad y las necesidades de información que posee la organización. Se clasifican en dos tipos:

Naturaleza de las cifras incluidas. Es donde se determina el rendimiento del patrimonio, ingresos o flujos de caja, si se encuentran influenciando positivamente en la empresa. También se consideran análisis de los recursos

económicos que son utilizados para detectar si las actividades realizadas son ventajosas.

Por su interpretación. Es la lectura de la realidad material y económica, puede darse en términos de tiempo, financiación o rotación. De las anteriores, la primera es la más utilizada orientados a analizar los datos relacionados con el patrimonio, en este sentido se identifican los rendimientos de la estructura patrimonial de la empresa que engloba a la composición económica y financiera.

Ratios económicos

Son las operaciones financieras orientadas a determinar el rendimiento de la estructura económica de la empresa, los datos que alimentan este análisis es el estado de resultados integrales. Los resultados de este análisis sirven para mejorar la utilización de recursos. Con este análisis, la empresa obtiene información sobre el rendimiento de los bienes económicos de la empresa en base a las diferentes partidas de inversión que se hayan realizado y, por otro lado, puede llegar a la conclusión de la manera como han sido manejados sus recursos y que evidencia la cuenta de resultados.

Análisis de las inversiones o estructura económica

Para este análisis, se procede a desglosar los diferentes componentes de la estructura económica de la empresa y analizarlos uno por uno y se realiza una comparación porcentual de sus variaciones en el tiempo. Asimismo, se puede identificar que partes de la estructura no están teniendo los resultados necesarios para de acuerdo a su potenciación, además es posible identificar el capital que no está siendo utilizado por lo tanto no está rindiendo. A continuación, se puede diferenciar los tipos de inversiones:

Inversiones funcionales. Son los activos que están vinculados con el aspecto de la producción de la empresa entre las cuales podemos encontrar a las maquinas o equipos, la planta, proveedores y el local donde se encuentra y que son utilizados para producir o prestar los bienes y servicios.

Inversiones extra funcionales. Son aquellos bienes tangibles e intangibles que pertenecen a la empresa pero que no involucrados en el proceso productivo.

Inversiones anti funcionales. Aquellos bienes de la empresa que aparte de no forman parte del proceso productivo, terminan generando gastos que

perjudican a la empresa, como lo son las maquinarias malogradas o que no están siendo utilizadas, por ende, no generan rentabilidad.

Ratios de rentabilidad

Básicamente, son las operaciones financieras que determinan la relación entre la cantidad de recursos invertidos con su rendimiento. Se dividen en:

Ratio de rentabilidad del activo (ROA)

Índice más representativo del desempeño general de la empresa porque nos permite apreciar su capacidad para utilizar los activos totales para generar ganancias.

$$(Utilidad neta / Activos) \times 100$$

Ratio de rentabilidad del patrimonio (ROE)

Esta relación revela la inversión del accionista y los ingresos (capital social) generados por la empresa.

$$(Utilidad neta / Patrimonio) \times 100$$

Ratio de rentabilidad bruta sobre ventas

Conocido a su vez como beneficio bruto, representa el beneficio o beneficio bruto de una empresa en relación con sus ventas.

$$(Utilidad bruta / Ventas netas) \times 100$$

Ratio de rentabilidad neta sobre ventas

Esta es una proporción más específica porque utiliza la utilidad neta después de deducir costos, gastos e impuestos.

$$(Utilidad neta / Ventas netas) \times 100$$

Ratio de rentabilidad por acción

Determina la acción como también la utilidad de esta, es de suma importancia que el inversionista se compare con las acciones de otras empresas.

$$(\text{Utilidad neta} / \text{número de Acciones}) \times 100$$

Ratio de dividendos por acción

$$\text{Dividendos} / \text{número de Acciones}$$

EBIT (Earnings Before Interest and Taxes)

Iturrioz del Campo explicó que la utilidad antes de intereses e impuestos (EBIT). Este indicador es la utilidad del año en curso y se da a efectos de cálculo. Estos datos muestran la rentabilidad de la empresa y la capacidad de generar ganancias en última instancia.

1.4. Formulación del problema

Problema general

¿De qué manera el plan estratégico INFLUYE en la rentabilidad, en las universidades privadas del distrito de Los Olivos en el periodo 2020?

Problemas específicos

¿De qué manera el plan estratégico INFLUYE EN las ventas de los servicios de las universidades privadas de Los Olivos en el periodo 2020?

¿De qué manera INFLUYE la inversión EN los ingresos obtenidos por las universidades privadas de Los Olivos en el periodo 2020?

1.5. Justificación del estudio

Justificación teórica

Justificado en lo siguiente según la variable plan estratégico de Sinz de Vicuña (2009) y para la variable rentabilidad de Sapag (1993).

Justificación practica

Comprender la relación entre el plan estratégico y la mayor rentabilidad de las Universidades Privadas en Los Olivos. Asimismo, tiene como objetivo mejorar el diseño estructural de las operaciones y los principios necesarios para un buen desempeño organizacional, lo que contribuirá al logro de las metas.

Justificación social

Sirvió a partir de la información de los resultados del plan estratégico y rentabilidad, esto como aporte a las universidades tanto para conocer que se necesita elevar el desempeño del personal y el aumento de la productividad en la organización.

Justificación metodológica

En cuanto a la metodología utilizada no se manipuló las variables por lo que fue de tipo descriptivo y esto se dio en un determinado tiempo. Lo cual describió a las variables.

1.6.Hipótesis

Hipótesis general

El plan estratégico influye en la rentabilidad de las universidades privadas de Los Olivos ha influido en la rentabilidad 2014.

Hipótesis específicas

El plan estratégico influye en las ventas de servicios de las universidades privadas de Los Olivos, periodo 2014.

La inversión influye en los ingresos de las Universidades privadas de Los Olivos, periodo 2014

1.7. Objetivos

Objetivo general

Verificar si el plan estratégico influye en la rentabilidad de las universidades privadas de Los Olivos en el periodo 2014.

Objetivos específicos

Identificar la influencia del plan estratégico en las ventas de servicios de las universidades de Los Olivos, periodo 2014

Analizar la influencia de la inversión en los ingresos de las universidades privadas de Los Olivos, periodo 2014.

II. Método

2.1. Diseño de la investigación

Enfoque: Cuantitativo: pues se usó el método numérico, mediante la recolección y el análisis de las preguntas investigadas probar la hipótesis establecida. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 37).

Tipo: Aplicada, Su propósito es obtener un conocimiento más amplio a raíz de la comprensión de aspectos esenciales de los diversos fenómenos, hechos materia de observación. (Concytec, 2018, p. 1)

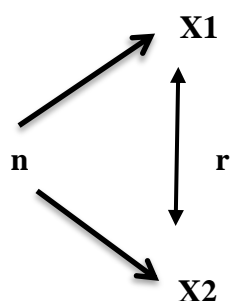
Alcance:

Descriptivo: Es se basa en las propiedades, en las características que se pueda someter a su análisis. Pretende medir la información entre las variables que estas interfieren como es el objetivo que trata sobre la relación de esta. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 80)

Diseño:

No experimental: No manipuló las variables y se trabajó en su mismo contexto, tanto para su análisis y la observación en el lugar del estudio. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 149)

Donde



n = Universidades
X1 = Plan estratégico
X2 = Rentabilidad
I = Influencia

2.2. Variables, Operacionalización

Variable
V1: Plan estratégico
V2: Rentabilidad

Operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Plan estratégico	Sainz de Vicuña (2009), mencionan que la alta dirección da a conocer un plan maestro y esto se torna con las decisiones que hoy en día se adoptan. Asimismo, menciona que estas referencias se realizan en los tres años próximos y permite satisfacer a los diferentes grupos según su interés.	Es una herramienta que recoge lo que la organización quiere conseguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión.	Gestión	Cumplimiento de objetivos Ventaja competitiva Toma de decisiones Procesos Estrategias Control interno	Ordinal
Rentabilidad	La rentabilidad, puede darse varias formas en cuanto a medidas: desde lo monetario, inversión en demora, porcentaje o tiempo. Sapag (1993, p. 113).	Es la capacidad de generar suficiente utilidad o ganancia.	Control Inversión Beneficios	Análisis FODA Plan operativo Cumplimiento Ratios de rentabilidad Capacidad de cumplir con las obligaciones Tiempo Diversificación Capacitaciones Ingresos por servicios Beneficios concedidos	Ordinal

2.3.Población y muestra

Población

Compuesta por universidades privadas de la zona de Los Olivos, y estas empresas son empresas. Asimismo, la población será limitada y se contabilizarán todos los elementos que participen en la investigación.

Muestra

Se propone un muestreo probabilístico, que es el muestreo aleatorio estratificado de la universidad privada de Los Olivos.

Muestreo

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(N - 1) + Z^2 PQ} =$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Valor de la distribución normal estandarizada correspondiente al nivel de confianza; para el 95%, z=1.96

E: Máximo error permisible, es decir un

P: Proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

Q: Proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

Reemplazando en la Formula:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (33)}{(0.05)^2 (33-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

n=30

Criterios de selección

Conocimiento De La Variable De Estudio.

Acceso A La Información.

Existe Información Sobre El Tema.

Interés Sobre El Tema.

2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

A continuación, se detalla:

Técnicas:

Encuestas: Se aplicó el cuestionario, donde se determina ciertas preguntas.

Instrumentos: El instrumento es el cuestionario

A continuación, se menciona:

Cuestionario: Analiza la información y esto a su vez es enfocado a una muestra determinada de personas.

Forma de Recolección de Datos:

En cuanto a la aplicación de la encuesta se realizó el análisis:

Tablas: Enfocadas en las filas y columnas que sea más conveniente en cómo se puede distribuir una adecuada información sobre la base de datos procesada. Además, los cuadros se dan con el propósito específico y esto depende del problema. Para la determinación de resultados se utilizó el SPSS.

Figuras: Es la exhibición de los porcentajes dando un panorama más claro.

2.5. Método de análisis de datos

Por lo que se mencionó líneas arriba que fue descriptivo, también se trabajó con el SPSS. El análisis de los datos procesados e plasmo en figuras y gráficos circulares dando a conocer los porcentajes.

2.6.Aspectos éticos

La investigación no es copia y se trabajó con antecedentes que son trabajos que tienen cierta relación con las variables, además se trabajó las teorías relacionadas al tema, respetando los autores principales, se utilizó las normas APA sexta edición, y además se respetó el reglamento de la universidad.

III. Resultados

Análisis e interpretación de resultados con tabla de frecuencia de la variable

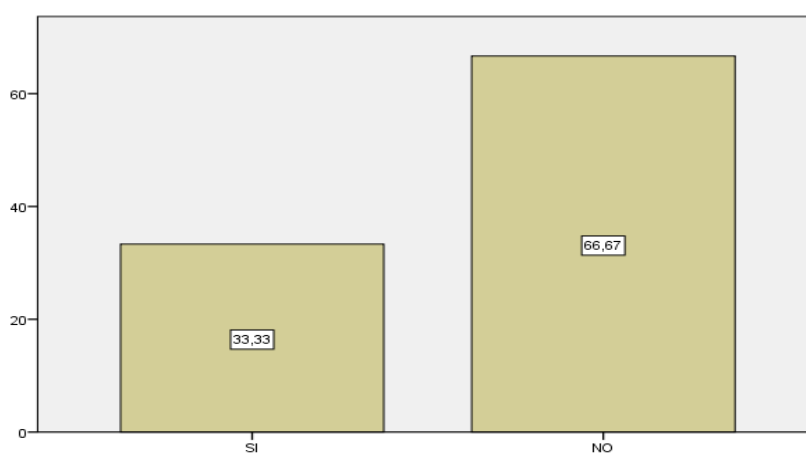
Tabla 1.

¿Usted cree que los objetivos planteados por la organización se han cumplido según lo establecido?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	33,3%
No	20	66,7%
Total	30	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1. *¿Usted cree que los objetivos planteados por la organización se han cumplido según lo establecido?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según datos conseguidos, muestran que el 66,67% de los encuestados cree que su empresa no ha alcanzado los objetivos marcados, mientras que el 33,33% de los encuestados cree haber alcanzado los objetivos marcados.

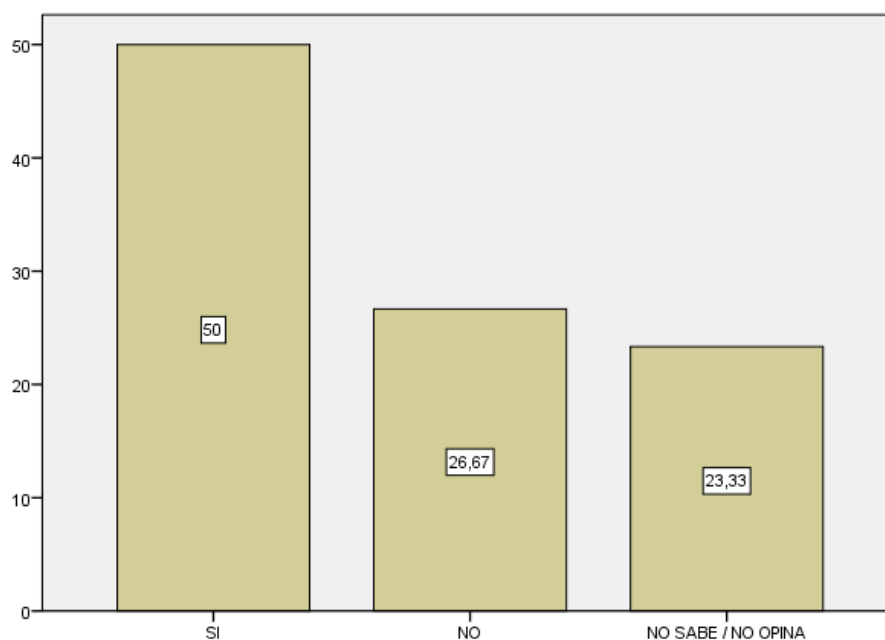
Tabla 2.

¿Cree usted que el plan estratégico es importante para la toma de decisiones?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	50,0%
No	8	26,7%
No Sabe / No Opina	7	23,3%
Total	30	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2. *¿Cree usted que el plan estratégico es importante para la toma de decisiones?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la encuesta procesada realizada, 50% creía que el plan estratégico era trascendental para la toma de decisiones, mientras que el 26,67% creía que el plan estratégico no era importante y el 23,33% no sabe o no opina.

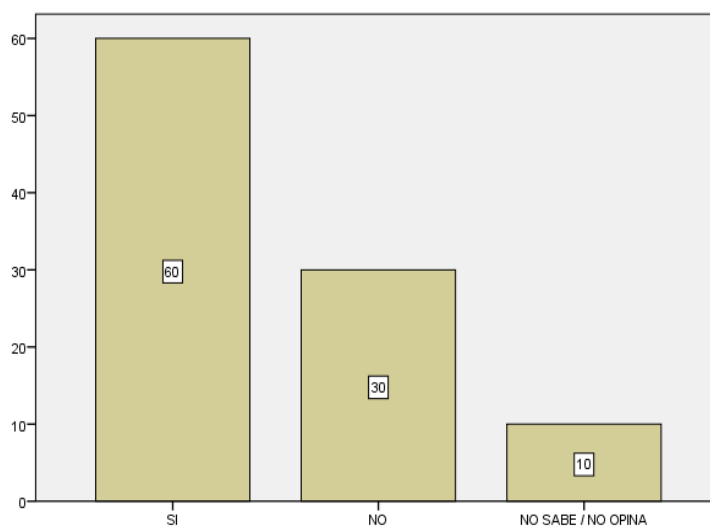
Tabla 3.

¿Cree usted que los colaboradores tienen conocimiento de las ventajas competitivas que ofrece la universidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	60,0%
No	9	30,0%
No Sabe / No Opina	3	10,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 3. *¿Cree usted que los colaboradores tienen conocimiento de las ventajas competitivas que ofrece la universidad?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 60% cree que los empleados universitarios son conscientes de las ventajas competitivas que brindan; el 30% de los empleados cree que los trabajadores no conocen las ventajas competitivas de la empresa, mientras que el 10% de los empleados cree que no conocen y / o no tienen opinión sobre este tema.

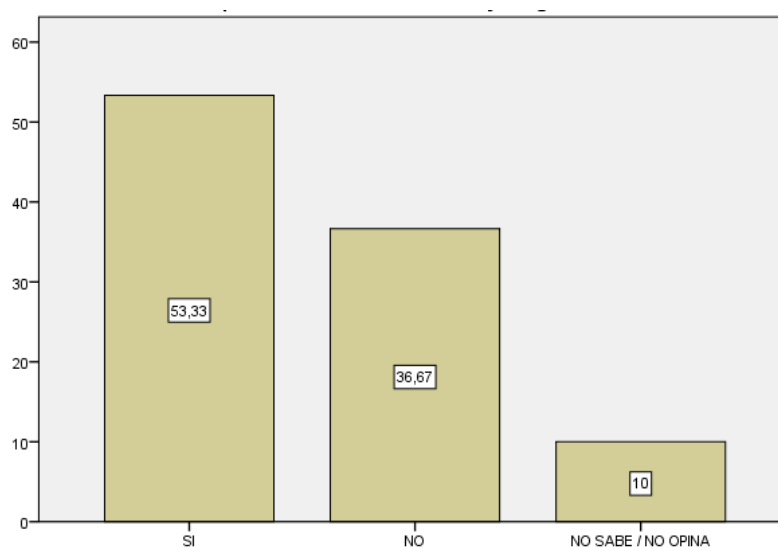
Tabla 4.

¿Cree usted que las áreas de la universidad cumplen de manera adecuada con sus procesos administrativos y de gestión?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	53,3%
No	11	36,7%
No Sabe / No Opina	3	10,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4. *¿Cree usted que las áreas de la universidad cumplen de manera adecuada con sus procesos administrativos y de gestión?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Se desprende del dato que el 53,33% cree que las áreas clave de la universidad cumplen cabalmente con sus procedimientos administrativos y de gestión; el 36.67% cree que las áreas clave no cumplen cabalmente con sus procedimientos, mientras que el 10% no comentó al respecto.

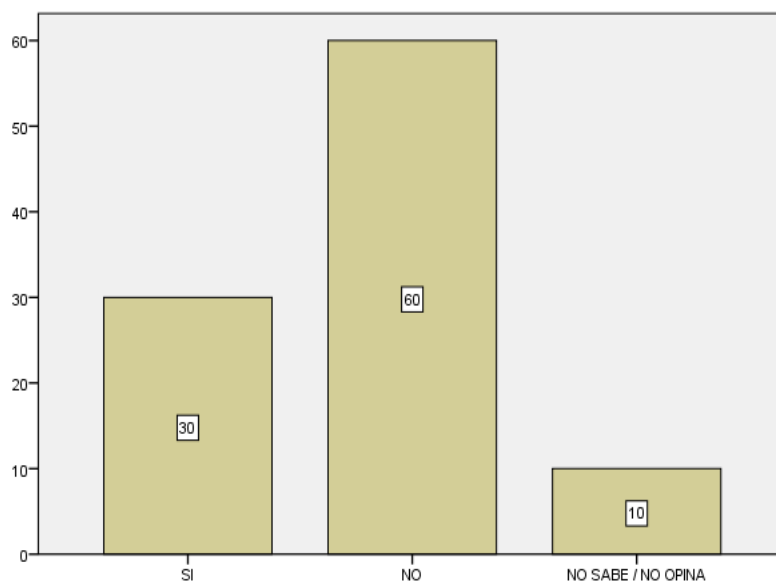
Tabla 5.

¿Usted cree que las estrategias empleadas por la institución para el aumento de sus ingresos han sido satisfactorias?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	30,0%
No	18	60,0%
No Sabe / No Opina	3	10,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. *¿Usted cree que las estrategias empleadas por la institución para el aumento de sus ingresos han sido satisfactorias?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Mencionó que el 60% cree que las estrategias adoptadas por la empresa no están satisfechas con el crecimiento de los ingresos durante 2014. Por otro lado, el 30% de los encuestados cree que estas estrategias han funcionado como se esperaba. El 10% de la gente no sabe o no opina.

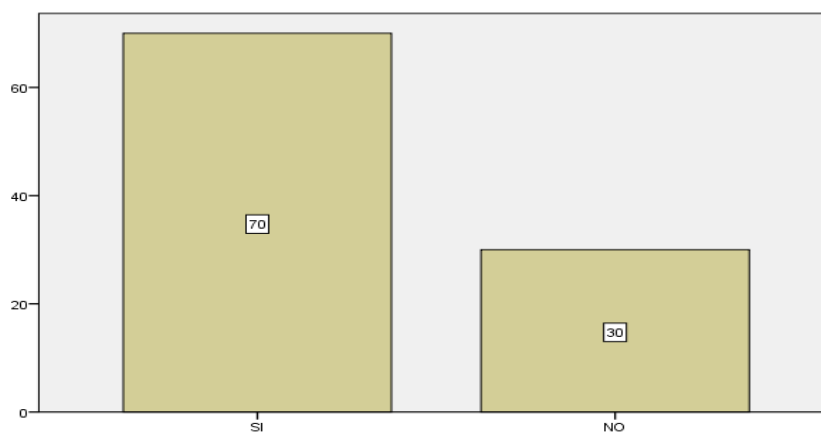
Tabla 6.

¿Cree usted que sería importante precisar procedimientos de supervisión en las áreas claves de la institución?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	70,0%
No	9	30,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6. *¿Cree usted que sería importante precisar procedimientos de supervisión en las áreas claves de la institución?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 70% cree que se deben establecer procedimientos de supervisión en áreas clave de la universidad, mientras que el 30% consideró que era innecesario.

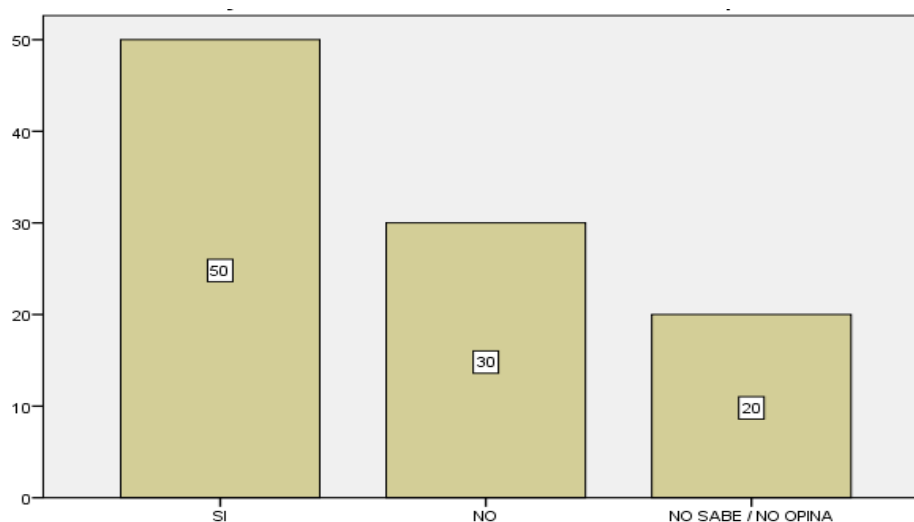
Tabla 7.

¿Considera usted necesario que se realice un análisis FODA en las áreas administrativas y académicas de la institución de manera periódica?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	50,0
No	9	30,0
No sabe / No opina	6	20,0
Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 7. *¿Considera usted necesario que se realice un análisis FODA en las áreas administrativas y académicas de la institución de manera periódica?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Mencionó que el 50% piensa que es conveniente realizar análisis FODA de forma regular en los campos administrativo y académico. Sin embargo, el 30% de los encuestados piensa que no es necesario realizar un análisis FODA regular en estos campos, mientras que el 20% no sabe ni opina sobre el tema.

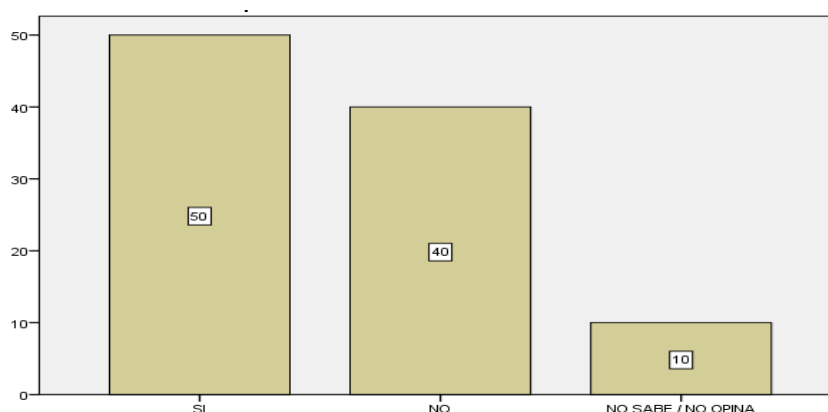
Tabla 8.

¿Considera usted que la elaboración del plan operativo es un factor importante para alcanzar la rentabilidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	73,3%
No	8	26,7%
Total	30	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8. *¿Considera usted que la elaboración del plan operativo es un factor importante para alcanzar la rentabilidad?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De acorde a lo encuestado, el 50% de las personas encuestadas cree que el plan operativo es un factor importante para lograr las ganancias de la empresa, mientras que el 40% cree que OP no es tan importante para obtener ganancias y el 10% no sabe y / o Independientemente de si el plan operativo es importante para lograr la rentabilidad.

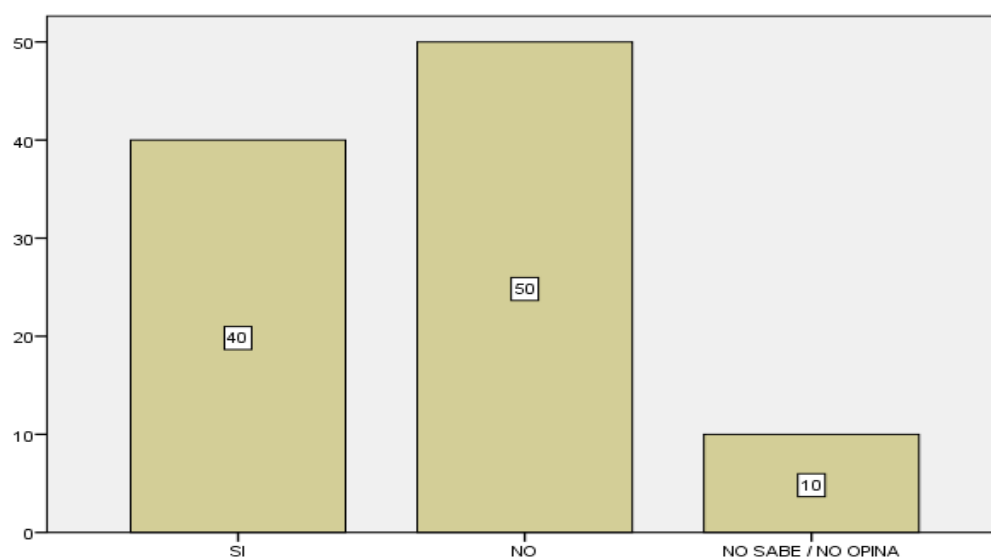
Tabla 9.

¿Cree usted si existe un control para el cumplimiento del pago de las pensiones?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	40,0%
No	15	50,0%
No sabe / no opina	3	10,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 9. *¿Cree usted si existe un control para el cumplimiento del pago de las pensiones?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Se puede ver en el gráfico que el 50% de las personas encuestadas cree que los pagos de pensiones de la universidad no tienen suficientes derechos de control. Por otro lado, el 40% de las personas cree que, si hay un buen control sobre los pagos de pensiones de la universidad Jin, y el 10% de las personas no saben o tienden a no comentar sobre el control de los pagos de pensiones a tiempo.

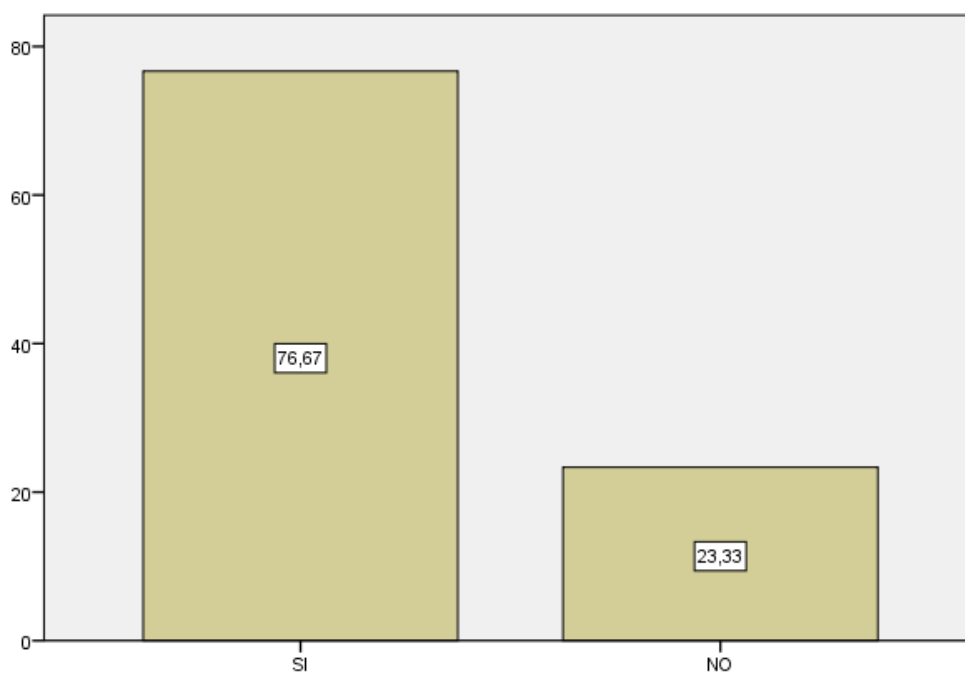
Tabla 10.

¿Cree usted que existen políticas establecidas para el cumplimiento de las obligaciones por parte de su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	76,7%
No	7	23,3%
Total	30	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10. *¿Cree usted que existen políticas establecidas para el cumplimiento de las obligaciones por parte de su empresa?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 76,67% cree que si la empresa tiene una política para cumplir con sus obligaciones, el 23,33% cree que su empresa ha formulado una política para cumplir con sus obligaciones.

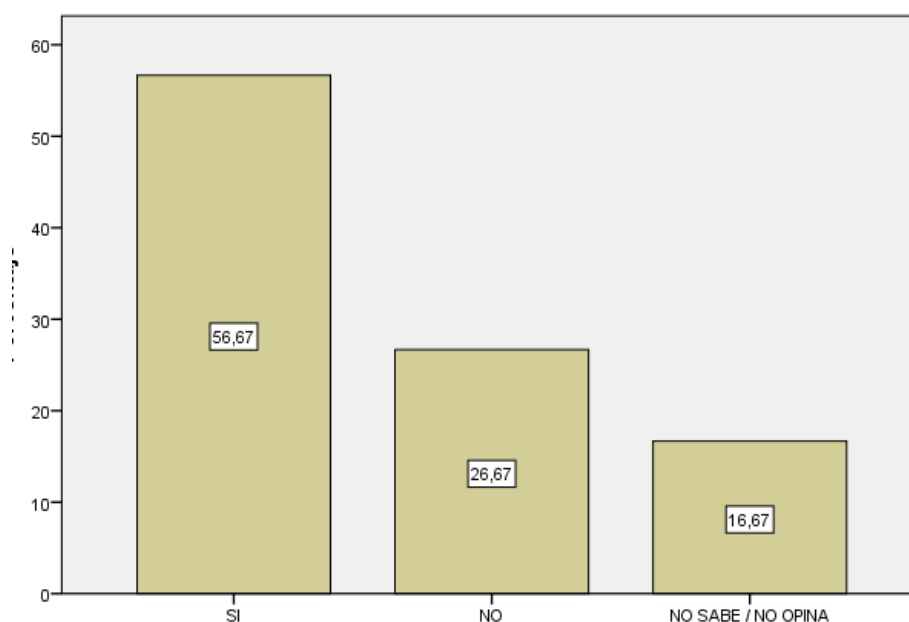
Tabla 11.

¿Considera usted que el tiempo es un factor importante para alcanzar la rentabilidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	56,7
No	8	26,7
No sabe / no opina	5	16,7
Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 11. *¿Considera usted que el tiempo es un factor importante para alcanzar la rentabilidad?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 56,67% de las personas encuestadas cree que el tiempo es un factor importante para obtener beneficios de la empresa. Sin embargo, el 26,67% no está de acuerdo con que el tiempo es importante para lograr la rentabilidad de la organización y el 16,67% no sabe y / o no tiene opinión sobre este tema.

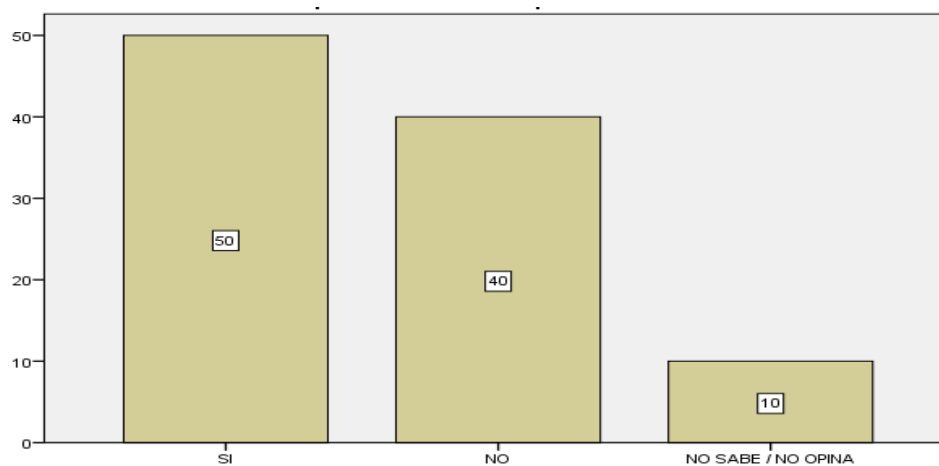
Tabla 12.

¿Conoce usted el porcentaje de ingresos que tiene la universidad de manera anual por los servicios que ofrece?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	50,0
No	12	40,0
No sabe / no opina	3	10,0
Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 12. *¿Conoce usted el porcentaje de ingreso que tiene la universidad de manera anual por los servicios que ofrece?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 50% admitió conocer el porcentaje de ingreso anual de la universidad donde trabaja; el 40% admitió que no conocía el porcentaje de ingreso anual de la empresa, mientras que el 10% no conocía y / o no respondió la pregunta.

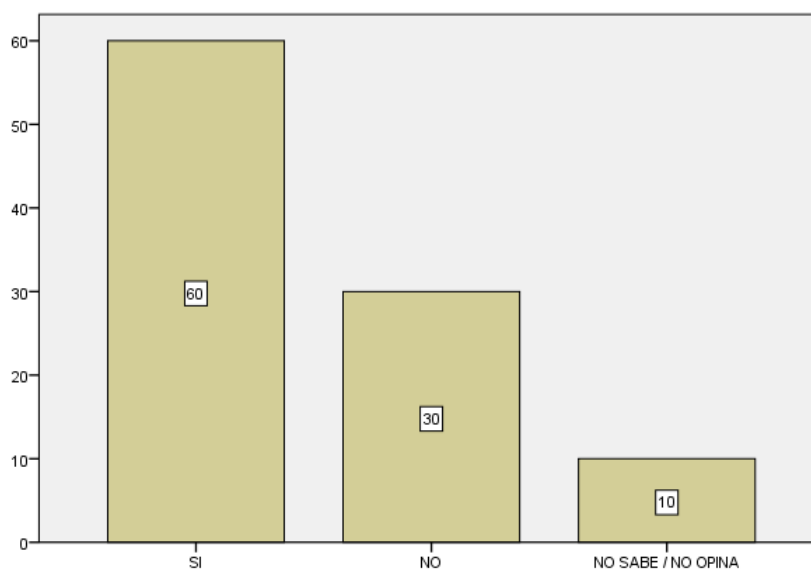
Tabla 13.

¿Considera usted que las capacitaciones a los trabajadores es una inversión para mejorar los ingresos de su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	60,0%
No	9	30,0%
No sabe / No opina	3	10,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 13. *¿Considera usted que las capacitaciones a los trabajadores es una inversión para mejorar los ingresos de su empresa?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 60% cree que capacitar a los trabajadores es una inversión para aumentar los ingresos de la empresa. Por otro lado, el 30% piensa que es inconveniente capacitar a los trabajadores para aumentar los ingresos de la organización, mientras que el 10% no lo sabe y / o no lo considera.

Tabla 14.

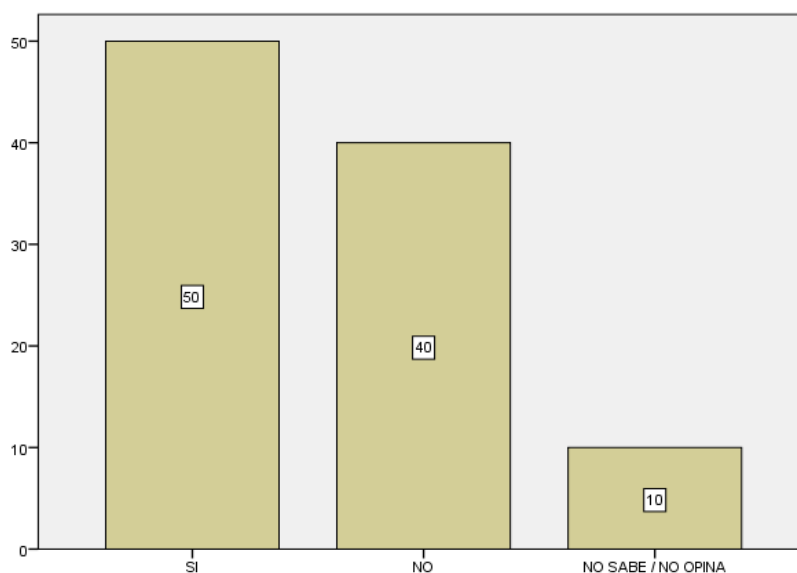
	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	50,0%
No	12	40,0%
No sabe / No opina	3	10,0%
Total	30	100,0%

¿Sabe usted

cuales son los servicios ofrecidos por la universidad?

Fuente: Elaboración propia

Figura 14. *¿Sabe usted cuales son los servicios ofrecidos por la universidad?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 50% conocía los servicios que brinda su institución, mientras que el 40% dijo no conocer todos los servicios que brinda su universidad, y el 10% no sabía y / o no sabía. opiniones sobre los servicios que prestan.

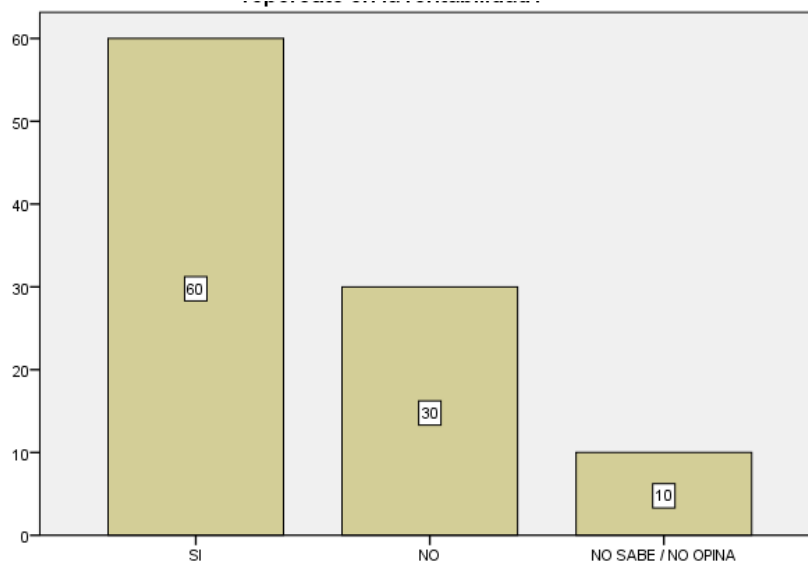
Tabla 15.

¿Cree usted que los beneficios que otorga la universidad para atraer clientes, repercuten en la rentabilidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	60,0%
No	9	30,0%
No sabe / no opina	3	10,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 15. *¿Cree usted que los beneficios que otorga la universidad para atraer clientes, repercuten en la rentabilidad?*



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Como se muestra en la figura, el 60% cree que los beneficios que brindan las universidades para atraer clientes afectarán su rentabilidad, pero el 30% de los encuestados cree que estos beneficios no afectarán la rentabilidad de la institución, mientras que el 10% de los investigadores piensa que no lo sé y / o no lo considero.

Validación de hipótesis

A continuación, se realizará la prueba de correlación de Spearson para verificar la hipótesis principal, que nos muestra el nivel de relación entre las variables, siempre que el resultado de la correlación sea cercano a 1 y su significancia sea menor a 0.05, la relación será más fuerte.

Hipótesis general: El plan estratégico aplicado por las universidades privadas de Los Olivos ha influido en la rentabilidad en el periodo 2020.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,492 ^a	2	,025
Razón de verosimilitudes	,527	2	,023
Asociación lineal por lineal	,253	1	,618
N de casos válidos	30		

- a. 3 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,67.

Ho: El plan estratégico aplicado por las universidades privadas de Los Olivos no ha influido en la rentabilidad en el periodo 2014.

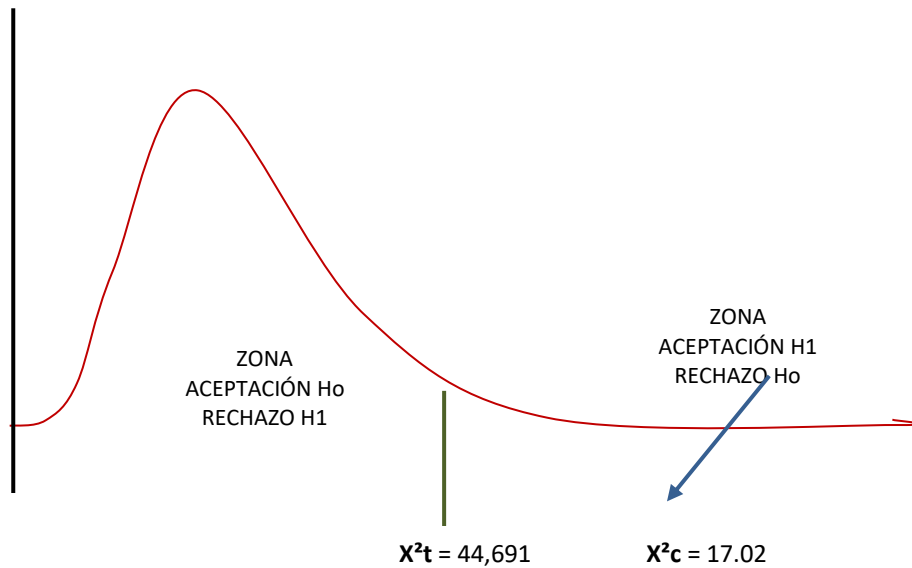
Ha: El plan estratégico aplicado por las universidades privadas de Los Olivos ha influido en la rentabilidad en el periodo 2014.

Significación: 5%

Decisión:

Como $p = 0.025 < 0.05$ entonces rechazamos el Ho aceptamos Ha.

Gráfica de chi cuadrado



Hipótesis Especifica 1: El plan estratégico mejoró la venta de servicios de las universidades privadas de Los Olivos, periodo 2014.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,750 ^a	4	,019
Razón de verosimilitudes	13,911	4	,008
Asociación lineal por lineal	1,465	1	,226
N de casos válidos	30		

a. 7 casillas (77,8%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,30.

H_0 : El plan estratégico no mejoró la venta de servicios de las universidades privadas de Los Olivos, periodo 2014.

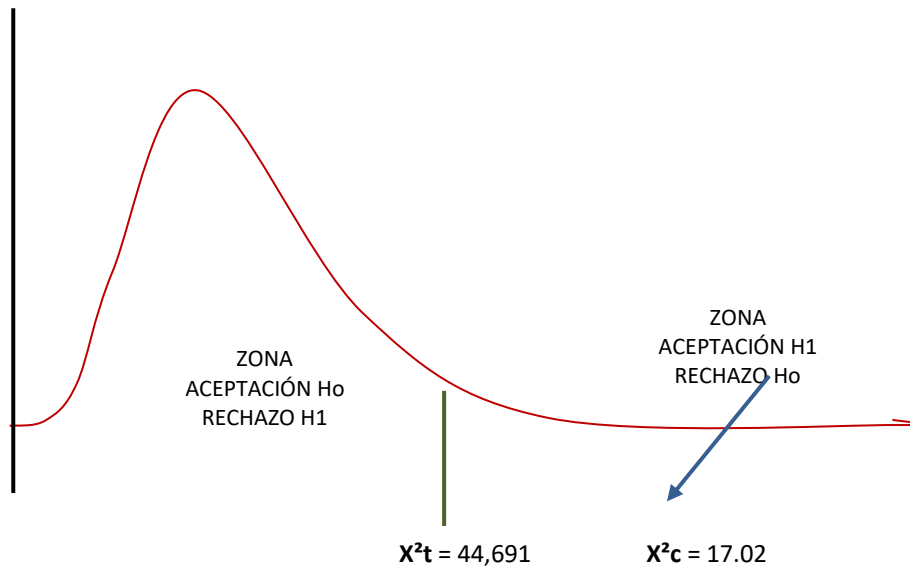
H_a : El plan estratégico mejoró la venta de servicios de las universidades privadas de Los Olivos, periodo 2014.

Significación: 5%

Decisión:

Como $p = 0.019 < 0.05$ entonces rechazamos la H_0 y aceptamos H_a .

GRÁFICA DE CHI CUADRADO



Hipótesis Especifica 2: La inversión está relacionada de forma directa con los ingresos de las Universidades privadas de Los Olivos, periodo 2014.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,675 ^a	4	,014
Razón de verosimilitudes	8,963	4	,062
Asociación lineal por lineal	3,787	1	,052
N de casos válidos	30		

a. 6 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,30.

H_1 : La inversión no está relacionada de forma directa con los ingresos de las Universidades privadas de Los Olivos, periodo 2014.

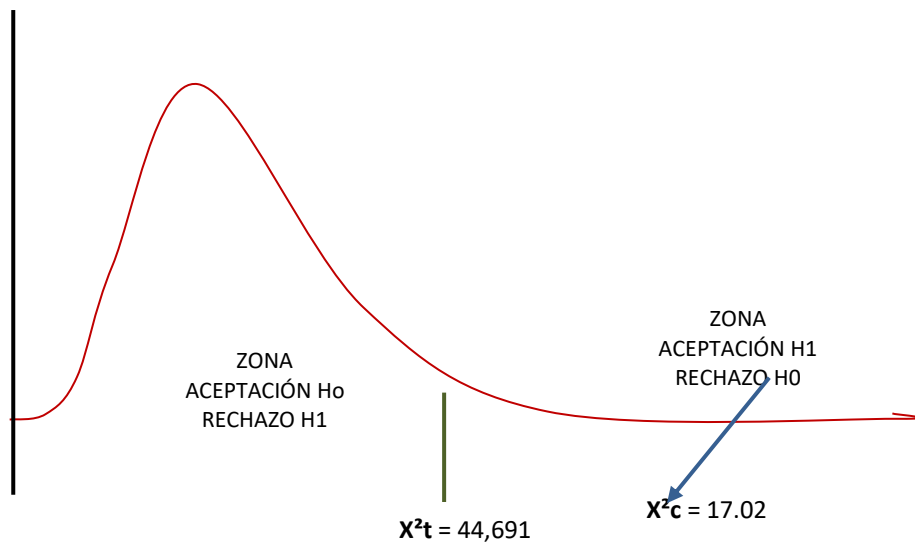
H0: La inversión está relacionada de forma directa con los ingresos de las Universidades privadas de Los Olivos, periodo 2014.

Significación: 5%

Decisión:

Como $p = 0.014 < 0.05$ entonces rechazamos la H_0 y aceptamos H_a .

GRÁFICA DE CHI CUADRADO



IV. Discusión

De acuerdo a los resultados obtenidos se plantea las discusiones e interpretaciones:

Tabla y figura N° 1

El 66,67% de los colaboradores de universidades privadas de la zona de Los Olivos creen que no alcanzaron las metas marcadas por la organización en 2014, porque en ocasiones existe una conexión entre la intención y los resultados esperados, y los consiguen. La acción resultante es poco clara. (Mager, 2000, p. 3).

Tabla y figura N° 2

Entre las personas que laboran en universidades privadas de la zona de Los Olivos, el 50% cree que la planificación estratégica es un factor importante en la toma de decisiones de la empresa porque creen que la toma de decisiones debe ser técnica. Es necesario tener buenos conocimientos de estadística, investigación operativa, procesamiento de información profesional, trámites formales, etc. (Cañabate, p. 49)

Tabla y figura N° 3

Entre los que trabajan en universidades privadas en Los Olivos, el 60% cree que sus colaboradores entienden la ventaja competitiva de la institución para la que trabajan, porque la ventaja competitiva constituye una habilidad o habilidad especial que puede desarrollar exitosamente sus propias habilidades. La empresa, lo que la convierte en una prioridad a los ojos del mercado. (Díaz de Santos, 1997, p.17)

Tabla y figura N° 4

Entre los que trabajan en universidades privadas de Los Olivos, el 53,33% cree que las áreas clave de su institución cumplen correctamente con sus trámites administrativos, porque entienden el proceso como una secuencia ordenada de actividades, y sus productos tienen su Valor Intrínseco. Usuario o cliente. (Pérez, 2010, p. 51).

Tabla y figura N° 5

Entre los que trabajan en universidades privadas de la zona de Los Olivos, el 60% cree que la estrategia utilizada por la institución no es satisfactoria para incrementar los ingresos generados, porque la estrategia es cambiar de dirección para lograr la expectativa de ganar una ventaja competitiva en diferentes regiones. dirección. Negocio. (Carrión, 2007, p. 26).

Tabla y figura N° 6

Entre los que laboran en universidades privadas de la zona de Los Olivos, el 70% piensa que es conveniente implementar procedimientos de supervisión en áreas clave de la organización, porque será una especie de control interno, definido como un proceso realizado por los empleados de la entidad. Diseñado para lograr objetivos específicos. (Coopers & Lybrand, 1997, p. 15).

Tabla y figura N° 7

Entre los que laboran en universidades privadas de Los Olivos, el 50% piensa que es conveniente realizar análisis FODA de forma regular en el ámbito administrativo y académico de la institución, por tratarse de una eficaz herramienta de gestión organizativa para el sector público y privado, lo que realizar una evaluación de la situación de la organización. (Zambrano, 2007, p. 84).

Tabla y figura N° 8

Entre los que trabajan en universidades privadas en Los Olivos, el 50% cree que el plan operativo es un factor importante para lograr la rentabilidad organizacional, porque el plan operativo es el nivel de elementos que combinan los niveles estratégico y operativo. Tiene como objetivo hacer realidad nuestras aspiraciones como organización a través de acciones diarias. Esto significa realizar el trabajo diario de la organización de acuerdo con los objetivos y estrategias seleccionados. (Paris, 2005, p. 115).

Tabla y figura N° 9

Entre los que trabajan en universidades privadas en Los Olivos, el 50% cree que no existen controles adecuados para cumplir con los pagos de pensiones de manera oportuna, porque se dice que dichos controles son una medida de los resultados actuales. El pasado relacionado con las expectativas para corregir, mejorar y desarrollar nuevos planes. (Reyes, 2004, p.440).

Tabla y figura N° 11

Entre las personas que laboran en universidades privadas de Los Olivos, el 76,67% cree que la existencia de políticas internas les permite cumplir cabalmente con sus obligaciones, pues el cumplimiento es la razón más normal para la eliminación de obligaciones, pues solo así pueden cumplir con sus obligaciones. obligaciones perfectamente Dinámica de obligaciones a cumplir.

Tabla y figura N° 12

El 56,67% de los colaboradores de universidades privadas de la región de Los Olivos coinciden en que el tiempo es el factor básico para lograr la rentabilidad, porque la rentabilidad se puede medir de diferentes formas: en unidades monetarias se mide el porcentaje requerido para recuperar la inversión o el Tiempo. (Sapag, 1993, p. 113)

Tabla y figura N° 13

El 56,67% de las personas que laboran en universidades privadas en el distrito de Los Olivos dijeron saber qué porcentaje de los ingresos recibe la institución cada año, porque los ingresos son un aumento de los activos netos o la prestación de servicios por la venta de bienes adeudados. a las actividades económicas. (Alcarria, p. 29).

Tabla y figura N° 14

Entre las personas que laboran en universidades privadas de la zona de Los Olivos, el 60% cree que los empleados de las instituciones de formación son una inversión que ayuda a incrementar los ingresos de la empresa, pues la formación se organiza

de acuerdo a las actividades planificadas, empresas u organizaciones, y afronta cambios en conocimientos, habilidades y actitudes de los socios. (Siliceo, p. 25).

Tabla y figura N° 16

Entre los que trabajan en universidades privadas de la zona de Los Olivos, el 50% cree que los ingresos que proporciona su institución para atraer clientes afectarán su rentabilidad, porque los ingresos son el excedente que se puede obtener de los ingresos, pero no el daño adicional de las ganancias. Desarrollo de la empresa. (Hicks, 1968, p. 25).

V. Conclusiones

5.1.La conclusión es que se han confirmado y afirmado los supuestos generales planteados, por lo que el plan estratégico adoptado por las universidades privadas de la zona de Los Olivos incide en la rentabilidad durante el 2014; gracias a este documento, las instituciones pueden analizar los beneficios y/o Los factores internos y externos que les perjudican, así como las metas propuestas que se han alcanzado y no alcanzado, para mejorar los déficits existentes en el país en el próximo período.

5.2.La conclusión es verificar y confirmar la primera hipótesis específica, que hace que el plan estratégico efectivamente mejore la venta de servicios de la Universidad Privada Los Olivos, y se verifica analizando la estrategia propuesta por la entidad educativa, comprobando así este punto. En cuanto a las ventas de servicios, están básicamente satisfechas con su crecimiento.

5.3.La segunda hipótesis específica alcanzada ha sido verificada y afirmada. La conclusión es la siguiente: reconocemos que la inversión de la Universidad Privada Estatal Los Olivos está directamente relacionada con los ingresos económicos que reciben durante 2014, y concluimos Conclusión: Por inversiones en marketing, ventas y otras áreas estratégicas, se han logrado buenos resultados en las instituciones educativas.

VI. Recomendaciones

- 6.1. Se recomienda que cada campo estratégico (incluidos los campos administrativo y académico) realice un análisis FODA regular (semestral o trimestralmente), para que puedan comprender las fortalezas y debilidades de cada campo, y analizar si las debilidades encontradas desaparecerán. Superando, también puede mejorar sus ventajas y ganar más gradualmente.
- 6.2. Se recomienda cumplir en general con los plazos estipulados en los documentos de entrega, facturas a fin de evitar accidentes con otras entidades (públicas o privadas) por incumplimiento de las obligaciones obtenidas dentro de los plazos correspondientes.
- 6.3. Se recomienda capacitar y / o actualizar al personal en áreas estratégicas, como marketing, ventas o promoción, admisión y todo el personal que tenga una relación directa con clientes externos, con el fin de brindar mejores servicios y así poder atraer a un gran número de sus clientes.
- 6.4. Informar a las personas que trabajan en la universidad sobre los servicios que brindan, la ventaja competitiva que tiene en la competencia y la realidad de la institución en el mercado.

VII. Referencias

- Adrianzen, C. (2016). *La rentabilidad de los bancos comerciales y el ambiente macroeconómico: El caso peruano en el periodo 1982-2014*. (Tesis doctoral). Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona. Recuperado de:
<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/96389/TCMAC1de1.pdf;jsessionid=B2E727AC966A0099714BEFB6A0A8BAC7?sequence=1>
- Arguedas, L.; Quijano, R. y Fajardo, M. (2017). *Rentabilidad y calidad de vida laboral*. (Artículo científico). Universidad Autónoma de Campeche, México. Recuperado de:
<ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v10n1-2017/RIAF-V10N1-2017-7.pdf>
- Bautista, C. (2016). En su trabajo de investigación titulado: *Planeamiento financiero y su incidencia en la rentabilidad de tiendas Oeschle de la ciudad de Huancayo 2016-2019*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú. Recuperado de:
<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1626/TESIS%20CARMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Blas, L. (2019). *Planeamiento estratégico y rentabilidad de la empresa CORPORACIÓN DEYCAR'S S.A.C., Trujillo, 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad de San Pedro, Chimbote, Perú. recuperado de:
http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/10540/Tesis_60614.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carreto, J. (2008). *Planeación Estratégica Introducción*. Obtenido de Blogspot:
<http://planeacion-estrategica.blogspot.com/search/label/01%20Introducci%C3%B3n>
- Carrión, J. (2007). *Estrategia: De la visión a la acción*. (2º ed.) Madrid: ESIC EDITORIAL.
- D'Alessio, F. (2007). *Proceso Estratégico*. México, Editorial Pearson Education.
- Fernández, J. (2014). *Diccionario Económico*.
- Giménez, F. (2016). En su trabajo de investigación titulado: *Determinantes de la rentabilidad de bancos comerciales en América Latina*. (Tesis de maestría). Universidad de San Andrés, Buenos Aires, Argentina.

Recuperado de:
<http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/12030/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.M.%20Fin.%20Gim%C3%A9nez%20Mart%C3%ADn%2C%20Fernando%20Andr%C3%A9s.pdf>

Goicochea, D. y Lescano, J. (2017). *Gestión del planeamiento estratégico para incrementar la rentabilidad en la empresa ingeniería global & empresarial S.A.C., Trujillo-2017*. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/17569/goicochea_p_d.pdf?sequence=1

Gonzalez, A., Correa, A., & Acosta, M. (2002). Factores determinantes de la Rentabilidad Financiera de la Pymes. *Revista española de financiación y rentabilidad*, XXXI (112), 396-397.

Leyva, A., Cavazos, J, y Espejel, J. (2018) en su investigación titulado: *Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes* (Artículo científico), Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México,http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422018000400003

Macas, Y. & Luna, M. (2010). Análisis de rentabilidad económica y financiera y propuesta de mejoramiento en la empresa comercializadora y exportadora de Bioacuáticos Coexbi S.A. del Canton Huaquillas en los periodos contables 2008-2009. (Tesis de titulación, Universidad Nacional de Loja). Recuperado de
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1388/1/tesis%20ing.%20en%20con%20tabilidad.pdf>.

Marciniak, R. (22 de 08 de 2013). Blog sobre Gestión Empresarial. Obtenido de 10 Ventajas de realizar un Plan Estratégico:
<https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/08/22/10-ventajas-de-realizar-un-planestrategico/>

Marketing Publishing (1994). *Las tres armas estratégicas de la pequeña empresa*. España-Madrid: Díaz de Santos.

Nevado, D., López, V., Pérez-Carballo, J. y Zaratiegui, J. *Cómo gestionar el binomio*

- Paris, F. (2005). *La planificación estratégica en las organizaciones deportivas*. (4° ed.). Barcelona: Editorial Paidotribo.
- Pérez, J. (2010). *Gestión por procesos*. (4° ed.). Madrid: ESIC EDITORIAL
- Pérez, S. y Pérez, F. (2016) en su trabajo de investigación titulado: *Planificación financiera de las empresas: el rol de los impuestos o tributos* (Artículo científico) Universidad Central del Ecuador, Ecuador, recuperado de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-PlanificacionFinancieraDeLasEmpresas-5833413.pdf>
- Portillo, R. (1999). Análisis de rentabilidad de una institución financiera Guatemalteca. (Tesis de titulación, Universidad Francisco Marroquín). Recuperado de <http://www.tesis.ufm.edu.gt/pdf/2674.pdf>.
- Sainz de Vicuña, J. (2003). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid: ESIC EDITORIAL
- Sanchez, J. (2007). Análisis técnico, de la rentabilidad de una distribuidora de celular Sucursal Plaza Quill. Periodo año 2006. (Tesis de titulación, Escuela Superior Politécnica Nacional). Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10844/3/Tesis%20Auditor%20C%20PA%20-%20Juan%20J.%20Sanchez%202.pdf>.
- Sapag, N. y Sapag, R. (1993). Preparación y evaluación de proyectos. Recuperado de: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2013/03/Preparacion-Y-Evaluacion-De-Proyectos-Sapag-Sapag.pdf>
- Siliceo, A. (2004). *Capacitación y desarrollo de personal*. (4° ed.). Mexico DF: LIMUSA
- Zambrano, A. (2006). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*. Caracas: UCAB.

ANEXOS

Matriz de Consistencia

Título: “Plan estratégico y su influencia en la rentabilidad de las Universidades Privadas del distrito de Los Olivos, periodo 2014

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos										
<p>Problema general</p> <p>¿El plan estratégico puesto en marcha por las universidades privadas de Los Olivos, influyó en la rentabilidad en el periodo 2014?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿De qué manera el plan estratégico ayudo a mejorar las ventas de los servicios de las universidades privadas de Los Olivos en el periodo 2014?</p> <p>¿Existe una relación entre la inversión realizada y los ingresos obtenidos por las universidades privadas de Los Olivos en el periodo 2014?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Verificar si el plan estratégico impacto en la rentabilidad de las universidades privadas de Los Olivos, periodo 2014.</p> <p>Objetivo específico:</p> <p>Identificar la relación entre el plan estratégico y el crecimiento de la venta de servicios de las universidades de Los Olivos, periodo 2014.</p> <p>Analizar la relación entre la inversión y los ingresos de las universidades privadas de Los Olivos en los periodos 2014.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>El plan estratégico aplicado por las universidades privadas de Los Olivos ha influido en la rentabilidad en los periodos 2014.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>El plan estratégico mejoró la venta de servicios de las universidades privadas de Los Olivos, periodos 2014</p> <p>La inversión está relacionada de forma directa con los ingresos de las Universidades privadas de Los Olivos, periodos 2014</p>	<p>Técnica</p> <p>Encuesta.</p> <p>Instrumentos</p> <p>Cuestionario.</p>										
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones											
No experimental de corte transversal.	<p>Población: Universidades privadas</p> <p>Muestra: 30</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Variables</th> <th style="width: 50%;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Plan estratégico</td> <td style="text-align: center;">Gestión</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">Control</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Valor de marca</td> <td style="text-align: center;">Inversión</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">Beneficios</td> </tr> </tbody> </table>		Variables	Dimensiones	Plan estratégico	Gestión		Control	Valor de marca	Inversión		Beneficios
Variables	Dimensiones												
Plan estratégico	Gestión												
	Control												
Valor de marca	Inversión												
	Beneficios												

Cuestionario

CUESTIONARIO

AL PERSONAL ADMINISTRATIVO QUE CONFORMAN LAS EMPRESAS DEL SECTOR EDUCATIVO EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS POR SER LA POBLACIÓN OBJETIVA DE LA PRESENTE INVESTIGACIÓN

PROYECTO DE TESIS: El Plan Estratégico y su influencia en la Rentabilidad de las Universidades Privadas del distrito de Los Olivos, periodos 2012 al 2014.

OBJETIVO: Verificar si el Plan Estratégico impactó en la Rentabilidad de las Universidades Privadas del distrito de Los Olivos, periodos 2012 al 2014

GENERALIDADES: La presente información será de uso confidencial, por lo que agradeceré anticipadamente en brindar información veraz, solo así será realmente útil para la presente

IMPORTANTE: La encuesta está dirigida al personal administrativo y contable de las Universidades Privadas del distrito de Los Olivos.

1. DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

1.1. Nombre del Encuestado:

1.2. Empresa que se Encuesta:

2. ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?

Gerente ()

Administrador ()

Contador ()

Otros ()

3. ¿Usted cree que los objetivos planteados por la organización se han cumplido según lo establecido?

SI ()

NO ()

NO SABE/NO OPINA ()

4. ¿Cree usted que el plan estratégico es importante para la toma de decisiones?

SI ()

NO ()

NO SABE/NO OPINA ()

5. ¿Cree usted que los colaboradores tienen conocimiento de las ventajas competitivas que ofrece la universidad?

SI ()

NO ()

NO SABE/NO OPINA ()

6. ¿Cree usted que las áreas claves de la universidad cumplen de manera adecuada con sus procesos administrativos y de gestión?

SI ()

NO ()

NO SABE/NO OPINA ()

7. ¿Usted cree que las estrategias empleadas por la Institución para el aumento de sus ingresos han sido satisfactorias?

SI ()

NO ()

NO SABE/NO OPINA ()

8. ¿Cree usted que sería importante precisar procedimientos de supervisión en las áreas claves de la Institución?

SI ()

NO ()

NO SABE/NO OPINA ()

9. ¿Considera Usted necesario que se realice un análisis FODA en las áreas administrativas y académicas de la Institución de manera periódica?

SI ()

NO ()

NO SABE/NO OPINA ()

10. ¿Considera Usted que la elaboración del plan operativo es un factor importante para alcanzar la rentabilidad?

SI ()

NO ()

NO SABE/NO OPINA ()

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: MBA. Bautista Fasabi Jhon

Institución donde labora : Universidad César Vallejo

Especialidad : MBA

Instrumento de evaluación : Plan Estratégico

Autor (s) del instrumento (s) : **Br. Sandra Roxana Magaly García Bravo**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)


CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Plan Estratégico					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		44				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento es aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 44

Tarapoto, 18 de diciembre de 2020



 M.B.A. C.P.C. Jhon Bautista Fasabi
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MAT. 15-62
 Sello personal y firma

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: MBA. Bautista Fasabi Jhon

Institución donde labora : Universidad César Vallejo

Especialidad : MBA

Instrumento de evaluación : Rentabilidad

Autor (s) del instrumento (s) : **Br. Sandra Roxana Magaly García Bravo**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

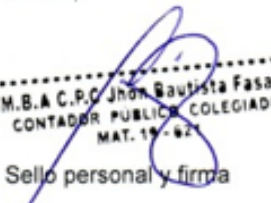
CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Rentabilidad					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		44				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento es aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 44

Tarapoto, 18 de diciembre de 2020


 M.B.A. C.P.C. Jhon Bautista Fasabi
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MAT. 19-82
 Sello personal y firma

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: MBA. Guevara Rabanal Lourdes
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : MBA
 Instrumento de evaluación : Plan Estratégico
 Autor (s) del instrumento (s) : **Br. Sandra Roxana Magaly García Bravo**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)


CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Plan Estratégico					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL					43	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento es aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 43

Tarapoto, 15 de enero de 2021


 MBA. Lourdes Guevara Rabanal
 Sello personal y firma

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: MBA. Guevara Rabanal Lourdes

Institución donde labora : Universidad César Vallejo

Especialidad : MBA

Instrumento de evaluación : Rentabilidad

Autor (s) del instrumento (s) : **Br. Sandra Roxana Magaly García Bravo**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)


CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Rentabilidad					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		43				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento es aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 43

Tarapoto, 15 de enero de 2021


 MBA. Lourdes Guevara Rabanal
 Sello personal y firma

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Villafuerte De La Cruz Avelino Sebastián

Institución donde labora : Universidad César Vallejo

Especialidad : Dr. en Ciencias Empresariales

Instrumento de evaluación : Plan Estratégico

Autor (s) del instrumento (s) : **Br. Sandra Roxana Magaly García Bravo**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Plan Estratégico					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		43				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento es aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 43

Tarapoto, 04 de febrero de 2021



Dr. C.R. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz
Contador Público Colegiado - C11 1026
Docente Categoría Principal

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Villafuerte De La Cruz Avelino Sebastián
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Dr. en Ciencias Empresariales
 Instrumento de evaluación : Rentabilidad
 Autor (s) del instrumento (s) : **Br. Sandra Roxana Magaly García Bravo**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Rentabilidad					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		43				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento es aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 43

Tarapoto, 04 de febrero de 2021



Dr. C.R. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz
 Contador Público Colegiado - C11 1026
 Docente Categoría Principal