



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

La gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country
Club de Golf, Ate 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Centeno Tuncar, Freya Katterin (ORCID: 0000-0003-1490-2825)

ASESOR:

Mg. Cervantes Ramón, Edgard Francisco (ORCID: 0000-0003-1317-6008)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA - PERÚ

2019

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado en primer lugar a Dios por preservar, resguardarme y brindarme sabiduría para finalizar mi carrera profesional sin detención alguna. Asimismo, a mis padres Percy Centeno y Norfelinda Tuncar, que sin duda alguna han hecho de mí la persona que soy y tengo la plena seguridad que se sienten orgullosa de mí.

A mi pareja Alexander Sánchez quien me apoyado incondicionalmente, motivándome para superarme cada día para poder tener un mejor futuro.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por todas las cosas que me ha brindado durante mi formación profesional y personal guiando mi camino y permitiéndome alcanzar una de mis metas más importantes y tengo la plena seguridad que seguirá acompañándome en paso que doy en el transcurso de mi vida.

A mis padres por ser la primera persona que han creído en mí, que me han brindado, enseñanzas de lucha continua, fortalezas y sobre todo a ser perseverante y buscar de la mejor manera soluciones a todo tipo de problemas y obstáculos que se me presentaran en el camino.

Agradezco también a mis asesores Jorge Vargas Merino y Edgard Cervantes Ramón por todo el conocimiento y las enseñanzas que me han brindado durante la etapa final de mi tesis, gracias por su paciencia, su confianza y sus consejos. Por último, el agradecimiento a todos los socios de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf.

Página del jurado

Declaratoria de autenticidad

Yo, Frecya Katterin Centeno Tuncar, con DNI N° 71705408, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que los datos e información que se presenta en la tesis son auténticas y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, diciembre del 2019



.....
Centeno Tuncar Frecya Katterin

DNI N°: 71705408

ÍNDICE

DEDICATORIA	7
AGRADECIMIENTO	8
Página del jurado	9
Declaratoria de autenticidad	10
ÍNDICE	11
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
I. Introducción	14
2.1. Tipo y diseño de Investigación	35
2.2. Variable Operacionalización	36
2.3. Población, muestra y muestreo	37
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	37
2.5 Procedimiento	41
2.6. Métodos de Análisis de datos	41
2.7. Aspectos éticos	41
III RESULTADOS	42
3.1 Análisis descriptivos de los resultados estadísticos	42
3.2 Prueba de Hipotesis general	44
3.3 Prueba de hipótesis específica	45
IV DISCUSIÓN	48
V CONCLUSIONES	52
VI RECOMENDACIONES	53
Referencias	55
ANEXOS	60

RESUMEN

La presente investigación titulada "La gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf" tiene como objetivo general analizar la relación entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019. La investigación es de tipo aplicada, de diseño no experimental, de un nivel correlacional transversal y tiene un enfoque cuantitativo. Para la recolección de datos, se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. Así mismo se aplicó el muestreo censal, la población fue de 64 socios siendo a ellos a los que se les realizó el cuestionario. Para medir la confiabilidad del instrumento se utilizó la prueba estadística de Alfa de Cronbach, en el cual se obtuvo como resultado de la primera variable 0.864 y de la segunda variable 0.724, es decir, el instrumento aplicado en presente investigación fue altamente confiable y aplicable, en suma, la validez fue realizada mediante el juicio de expertos, respaldando así el instrumento

A su vez, la hipótesis planteada en la investigación fue determinada por medio del coeficiente de la correlación Spearman, dando como resultado 0.597 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Rho de Spearman indica que existe una relación positiva moderada, además, el nivel de significancia hallado en la hipótesis general fue de 0.000 , siendo así menos que 0.05, por ende se rechazó la hipótesis nula, por lo cual se acepta la alterna, la cual indica que si existe relación entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.

Palabras clave: gestión estratégica, rentabilidad, inversión y riesgo

ABSTRACT

The present research entitled "The strategic management and profitability of the Blue Farm Country Club of Golf Association" has as a general objective to analyze the relationship between the strategic management and the profitability of the Blue Farm Country Club Golf Association, Ate 2019. The research It is of the applied type, of a non-experimental design, of a transversal correlational level and has a quantitative approach. For data collection, the survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument. Likewise, the census sampling was applied, the population was 64 partners, being the ones to whom the questionnaire was made. To measure the reliability of the instrument, the Cronbach Alpha statistical test was used, in which it was obtained as a result of the first variable 0.864 and the second variable 0.724, that is, the instrument applied in this investigation was highly reliable and applicable in In addition, the validity was carried out through expert judgment, thus supporting the instrument.

In turn, the hypothesis raised in the investigation was determined by means of the Spearman correlation coefficient, resulting in 0.597 and according to the estimate scale of the Spearman Rho correlation indicates that there is a moderate positive relationship, in addition, the level of significance found in the general hypothesis was 0.000, thus being less than 0.05, therefore the null hypothesis was rejected, for which the alternative is accepted, which indicates that if there is a relationship between strategic management and the profitability of the Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.

Keywords: strategic management, profitability, investment and risk

I. Introducción

Como parte de la investigación se detalló la realidad problemática de las siguientes variables las cuales son la gestión estratégica y la rentabilidad. Es por ello que, en casi todos los países, las mypes y pymes se encuentran en un mercado competitivo y a su vez globalizado. Las empresas pueden crecer y decaer o revitalizarse, es decir pueden sufrir diversas transformaciones dentro de la organización. Por lo que se ha reconocido que es de vital importancia contar con la planificación y gestión estratégica que les sirva para conducir en el futuro a una organización y a su vez poder llegar a las metas y objetivos planteados con ello poder ser rentable.

Según el diario El País, en su artículo (Mas pymes en 2018. Pero necesitamos más financiación), Cesgar Sociedad de garantía recíproca (2019). Se estima que operaron 3,593.369 pymes en España, durante el 2018 más que el año anterior. En el último año se mantiene su grado de concentración en los servicios, por lo que la distribución sectorial y por tramos de las pymes es uno de las grandes características para su estructura financiera, por lo que el acceso a la financiación es las mismas que una empresa, ya que las microempresas representan un porcentaje elevado. El siguiente auge se debe que en España las pymes se encuentran formadas por personales altamente capacitados es decir en general toda la organización está formado por talento humano altamente capacitado en su rubro. Por lo tanto, cada uno de ellos sabe la dirección y el camino que la microempresa requiere no obstante para ellos la gestión estratégica no se limita en el alcance de los objetivos, sino que también es tener la responsabilidad de mantener el éxito ya alcanzado. A su vez el Banco Central de España realizó un estudio de las 10 primeras empresas más rentables, a si afirmando lo antes ya mencionado que para obtener el éxito es contar con planes y gestiones estratégicas, no sin antes destacar que la maximización efectiva de los siguientes aspectos como son: ventas clientes, logística y todo lo que concierne en finanzas ayudara a la efectividad de la organización así obteniendo un incremento de rentabilidad.

Mientras tanto en el diario Portafolio, en su artículo (Pymes en América Latina deben fortalecer sus exportaciones), de Equity Advisors consultora financiera (2018) En América Latina nos representan las pymes el 50% del PIB a nivel global, sin embargo, aún falta para poder incrementar la eficiencia, eficacia, la productividad y la competitividad de estas pequeñas empresas, es así que lo afirma la consultora financiera,

Equity Advisors. Dado que según cifras las pymes en Latina, representan porcentajes elevados como es el 90% y de las organizaciones el 60% de los empleos a nivel regional. Para mejorar este panorama, según Daniel Martin, CEO de Equity Advisors, es necesario diseñar productos y crear estrategias para mejorar la calidad.

Las organizaciones utilizan la gestión estratégica para incrementar la rentabilidad y su nivel competitivo en el mercado, a su vez considerando tanto los factores externos que influyen directamente.

Adicional a lo anterior es de vital importancia que los emprendedores de las mypes de América Latina, tengan una excelente gestión financiera para que puedan alcanzar las cotas de rentabilidad, que para la organización significa alcanzar las ventas programadas, sin percatarse o aun sabiendo que existen otra serie de aspectos como es la reducción de los gastos, la realización eficiente de las compras, esto se debe de tener muy en cuenta dentro de una organización.

La importancia de que se ejecute las gestiones estratégicas lograra un alto nivel de competitividad y rentabilidad empresarial. Para la realización de lograr el objetivo o meta establecida de la organización, se evalúa los recursos necesarios y el tiempo real de la organización, de tal manera que se recolecta todo tipo de información, datos y análisis tanto interno y externo, para poder identificar los problemas o falencias de cada área.

La Asociación Granja Azul Country Club de Golf, se dedica por más de sesenta años al servicio del deporte. Es un club para socios e invitados que sean apasionados del golf como también para compartir con la familia ya que cuenta con áreas como restaurante, piscina, área de frontón, juegos infantiles y próximos a reinaugarar la cancha de Tenis.

Es importante destacar que en el club la administración no viene desempeñándose correctamente, ya que años anteriores y en la actualidad no se desarrolla un plan estratégico y a su vez tampoco la gestión estratégica ya que no cuenta con las formulaciones estratégicas dentro del club como es la misión, visión y principios, evaluaciones internar y externas y a su vez los objetivos, es por ello que en el transcurso de los años las juntas directivas vinieron gestionando de manera empírica con conocimientos que ellos tenían y a pesar de ello el club marchando año tras año.

Como consecuencia de una mala administración no se consigue la rentabilidad deseado del club, es decir el club no obtiene resultados de sus actividades, es por ello que se realizó un análisis interno del club, dando como resultados que los ingresos no cubren los gastos, asimismo los precios no son los adecuados de acuerdo al servicio que brinda, por estas razones el club el club no llega a su objetivos ni meta.

Del mismo modo la investigación pretendió medir la relación entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, 2019, de esa manera poder brindar soluciones a problemas en cuanto a la administración para poder obtener la rentabilidad que tanto se anhela.

Se presentó investigaciones que demostraron que el tema de estudio ha sido investigado de manera exitosa, por lo que al principio presentamos los trabajos previos internacionales.

Pacheco (2017) *“Diseño de estrategias administrativas financieras para mejorar la rentabilidad de Construcciones S.A.”* tesis realizada para obtener el título de contador público autorizado, la presente investigación tiene por objetivo proponer diseño de estrategias administrativas-financieras para poder mejorar la liquidez, solvencia y la rentabilidad de Construcciones S.A., en cuanto a la metodología aplicada es de diseño de investigación no experimental y tipo de investigación correlacional, por lo que su población es de 20 empleados y directivos. De acuerdo a ello se concluye que, aplicando nuevas estrategias en la constructora, dando prioridad a la innovación de estrategias para poder atraer a los clientes mediante la tecnología y consigo traerá solidez, liquidez y rentabilidad.

Romero (2017) *“Diseño de estrategias para mejorar la rentabilidad de la empresa Produarroz S.A.”* tesis para optar por el título de contador público autorizado, un estudio donde su objetivo es diseñar estrategias para optimizar los costos y márgenes de rentabilidad de Produarroz S.A. La investigación es de tipo no experimental, enfoque cuantitativo con una metodología correlacional, teniendo como población a los 9 colaboradores la empresa Produarroz S.A, se llega a la conclusión que carece de un proceso administrativo adecuado para el desarrollo del periodo económico, por ende no tiene claro un punto de partida en la ejecución de ciertos propósitos, asimismo no tienen

un manual de procedimientos, ni un control financiero y no cuenta con logística de abastecimiento.

Navas (2016) "*Plan estratégico para generar rentabilidad en la Fábrica de Chocolate La Pepa de Oro*" sustentada para alcanzar el título de Ingeniera en empresas y Administración de Negocios, por lo que el objetivo es incrementar la rentabilidad en la fábrica de chocolate La Pepa de Oro, asimismo la metodología aplicada es de tipo de investigación descriptiva- correlacional donde se realizó el método de la entrevista por lo que las personas entrevistadas fueron 13. El autor concluyó que no cuentan con un plan estratégico las organizaciones, por lo que no permite delinear las metas estructuradas en plazos determinados.

Arias (2014) en su tesis sobre: "*La gestión administrativa y su impacto en la rentabilidad financiera de la empresa Seismicorp Service S.A.*" estudio que se realizó para la obtención del grado académico de Magister en Administración Financiera y Comercio Internacional cuyo objetivo es analizar la gestión administrativa y su impacto en la rentabilidad financiera en la empresa Seismicorp Service S.A. por lo que el enfoque es cuantitativo y nivel de investigación es correlacional descriptivo cuya población será los estados financieros se llegó a la conclusión que los colaboradores del área administrativo no aplican diversos indicadores de gestión que permitan medir los objetivos y estrategias a largo plazo.

Martínez (2014) "*La gestión administrativa financiera y su incidencia en la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito Carroceros de Tungurahua de Ambato 2013*" tesis para la obtención del grado previo a la título de ingeniería financiera, De tal manera el objetivo es diagnosticar la gestión administrativa financiera y su incidencia con la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y crédito carroceros de Tungurahua, el tipo de enfoque es cuantitativo y el nivel de investigación es descriptivo correlacional donde su población abarca a las 8 personas que laboran en dicha empresa de tal manera que se concluyó que la cooperativa no tienen establecido un modelo de gestión estratégicas que facilite analizar las fortalezas y debilidades así como a donde desea llegar la cooperativa, por ende afecta el incremento de su rentabilidad y en consecuencia no ha tenido un crecimiento institucional.

Continuando con los trabajos nacionales.

Gonzales (2019) “*La gestión empresarial y la rentabilidad de las empresas ferreteras en la ciudad de Tingo María 2018*” tesis sustentada para obtener el título profesional de contador público, asimismo su objetivo es determinar de qué manera la gestión empresarial influye en la rentabilidad de las empresas ferretera en la ciudad de Tingo María 2018, la metodología utilizada es de enfoque cuantitativo con un nivel descriptivo correlacional y a su vez el diseño no experimental – transversal, la población en este estudio es de investigación es de 45 dueños o representantes de las empresas ferreteras con la técnica del instrumento la encuesta dando como conclusión que la planeación influye significativamente en la rentabilidad, donde el 69% de las empresas mencionan que siempre o generalmente se establecen planes, mientras que un 31% menciona que a veces lo establece.

Blas (2019) “*Planeamiento estratégico y rentabilidad de la empresa Corporacion Deycar S.A.C., Trujillo, 2016*, tesis realizada para obtener el título profesional de contador público, cuyo objetivo es determinar de qué manera el planeamiento estratégico, mejorara en la rentabilidad de Corporacion Deycar S.A.C ,2016, Asimismo sea aplicado el método descriptivo con diseño no experimental y su población fue los trabajadores del área administrativa 12, en otras instancias el autor llego a la conclusión de que al realizar un análisis tanto interno como externo permite tener un plan de acción y así poder definir bien las actividades a realizar., esto se traduce por el análisis de los factores: fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que expresados en términos financieros le son favorables a la empresa.

Salvador (2017) “*Administración estratégica y rentabilidad en la empresa Inca Traylers del distrito de Ate Vitarte – Lima, 2017*” tesis realizada para obtener el título profesional de Licenciada en Administración cuyo objetivo principal fue determinar la relación entre la administración estratégica y la rentabilidad en la empresa Inca Traylers Del distrito de Ate Vitarte – Lima, 2017. Asimismo el tipo de investigación fue no experimental de tipo transversal teniendo un enfoque cuantitativo y su diseño es correlacional, por lo que la población utilizada fue de 60 colaboradores de la empresa Inca Traylers, El autor llego a la conclusión de que, existe una relación significativa de

sus dos variables que son administración estratégica y la rentabilidad en la empresa Inca Trailers de Ate Vitarte – Lima, 2017; teniendo como resultado el valor de 0,703 al aplicar la prueba de Tau-b de Kendall, de esta manera se acepta la hipótesis e identificando una relación de nivel alto y una significancia de $p= 0,026$.

Vicente (2018) “Plan estratégico y rentabilidad de la empresa CAPEDU PERU SAC, en San Juan de Lurigancho, 2018” , presentado en la Universidad Cesar Vallejo, tesis realizada para obtener el título profesional de Licenciado en Administración, su objetivo principal fue identificar la relación entre el plan estratégico y la rentabilidad de CAPEDU PERU SAC en San Juan de Lurigancho en 2018, asimismo el marco metodológica de la investigación es de diseño no experimental, transversal, de tipo descriptivo, enfoque cuantitativo y nivel correlacional. Por lo que la población fue de 30 trabajadores de las áreas administrativas. En consecuencia el autor obtiene un nivel de significancia de 0.00 dando como resultado la aceptación de la hipótesis alterna (H1) y rechazando la hipótesis nula, que viene a ser la confirmación de la relación que existe entre ambas variables y se tiene como resultado un coeficiente de 0.924 en el Rho de Spearman ya que existe una relación significativa entre el plan estratégico y la rentabilidad de la empresa CAPEDU SAC en el distrito de San Juan de Lurigancho 2018.

Flores (2015) “*Control interno y rentabilidad en la empresa Grupo moreno automotriz S.A. Huaraz, 2014*” Tesis para obtener el título profesional de contador público, de tal modo que el objetivo es determinar la relación del control interno y la rentabilidad en la empresa Grupo moreno automotriz S.A. Huaraz, 2014 el tipo de investigación fue el enfoque cuantitativo e nivel descriptivo y el diseño es no experimental- transversal, la población está conformada por 20 directivos y trabajadores por lo que el autor concluye que se ha determinado que el control interno se ha descrito en la empresa Grupo moreno Automotriz S.A. Huaraz en el 2014.

Prosiguiendo con la investigación se consideró mencionar las aportaciones de los campos teóricos y definiciones para las variables estudiadas. Empezamos con la primera que es la gestión estratégica con sus dimensiones e indicadores.

La gestión estratégica en los últimos tiempos viene evolucionando, debido a la alta competitividad e innovación de los siglos, si bien es cierto cada organización busca realizar estrategias según el modelo de negocio, por lo tanto, las estrategias que uno decida serán la clave para poder llegar a los objetivos establecidos de acuerdo a cada necesidad de la organización. No obstante, la transformación en los interiores no es suficiente por lo que se requiere una flexibilidad en lo exterior esto dará resultado la eficacia de la gestión.

Para, Prieto (2017) menciona que la gestión estratégica dentro de las organizaciones está considerada como una herramienta fundamental para poder diagnosticar falencias. Por lo que su principal función es facilitar la identificación de las formulaciones y evaluaciones de alternativas estratégicas, obteniendo resultados favorables ya que se aprovechara mejor los recursos que cuenta la organización.

Asimismo Hanasini (2016) destaca que la gestión estratégica anteriormente era parte de la planificación estratégica, Pero en la actualidad la gestión estratégica a cobrado protagonismo y es una de las áreas más destacada dentro de las gestiones, ya que consiste en guiar y caminar las acciones, por lo que la los gerentes o administradores tienen que tomar decisiones y realizar acciones para crear ventajas competitivas que generan oportunidades y minimiza las amenazas del entorno, En síntesis es un proceso continuo que implica la formular y plantear la misión , visión y los objetivos en el ambiente interno y externo (pág. 126)

Mientras tanto Fred y Forest (2017) mencionan que la finalidad de la gestión estratégica en el futuro es crear y buscar las infinitas oportunidades nuevas y diferentes para el futuro. Al realizar los procesos estratégicos administrativos se desprende es integrar en las distintas áreas que como es marketing, finanzas, administración, producción y operaciones. Para poder lograr en conjunto el éxito de la organización, esto a su vez la gestión estratégica está constituida por formular, implementar y evaluar las decisiones.

Algo semejante comenta Sammut (2018) la gestión estratégica se define como la planificación ya que mediante procesos, aplicaciones diseñadas y evaluaciones esto ayuda a mantener a la organización y consigo mejorar la ventaja competitiva así mismo la planificación implica el desarrollo de modelos de negocios, la dirección corporativa,

adquisiciones y la colaboración. Para todo ello es indispensable un liderazgo apropiado para la gestión, el control de procesos y la dirección.

Por otro lado, la gestión estratégica contempla una serie de dimensiones por lo que comienza con las formulaciones estratégicas es por ello que Nwachukwu, Chladkova y Fadeyi (2017) argumentan que deben de estar alineadas en base a sus objetivos y aspiraciones con ello se lograra el rendimiento superior y permanecer competitivos. Igualmente se tiene que formular estrategias internas tal como es el caso de visión empresarial y valores etc. Para obtener mejores resultados se debe enfocar a sus inicios de la organización.

Para que las organizaciones logren los beneficios de la gestión estratégica deben de lograr la participación de todo el plantel es decir los colaboradores y gerentes ya que ayudaran para que la gestión culmine con éxito, así lo refleja Hanasini (2016) en primera instancia la comunicación se debe desarrollar con fluidez dentro de la organización como también podrán saber lo que viene realizando la organización.

Por otra parte, Robbins y Coulter (2018) menciona que todo gerente debe considerar la realidad del entorno externo, dentro de ello son los recursos y las capacidades con que cuente la organización. Con toda la información obtenida el gerente podrá diseñar las estrategias que ayudará a cumplir los objetivos. Después de saber sobre la formulación de estratégicas, se prioriza la elaboración de la visión, misión, valores y estrategias actuales.

La visión dentro de las organizaciones es como requisito principal así lo menciona Bernal, (2014) es el sueño o un ideal realista que se requiere llevar en un tiempo determinado de la organización. Puesto que debe expresar la visualización que se tiene y de lo que se debe ser, en un horizonte de tiempo definido como también hacer referencia al grado de satisfacción de necesidades.

Al momento de plasmar las ideas en la elaboración de la visión se necesita que de creatividad así lo menciona Karaman, Bayrak, Burak y Rivera (2016) la constante práctica de la gestión estratégica ayuda a definir el futuro, es por ello que se debe de trabajar en equipo y a su vez que fluya la creatividad para que todos los que conforman

la organización estén involucrados en cumplir con la visión es por ello que se recomienda algunas pautas para la elaboración: deben de ser creíbles, de fácil comprensión y así mismo ambiciosa. (pág. 106). Ahora bien, la visión estratégica tiene una brecha con la creatividad y la innovación ya que es lo que se desea obtener y alcanzar, para ello es aprender del pasado, e imaginar al futuro.

Ahora para la Misión Bernal, (2014) afirma que es la identidad dentro de la organización, puesto que claramente señala el alcance y la dirección de las diferentes actividades, además establece las bases para las tomas de decisiones. Cabe recalcar que la misión a diferencia de la visión es a corto plazo o también el presente de poder lograr objetivos. Sin embargo, las microempresas no consideran estas herramientas al iniciar su travesía en su negocio, microempresa, etc. puesto que lo ven algo relevante.

Para Mendoza & López (2015) considera que la misión es una declaración simple, eso no quita que debe ser clara, corta, distintiva, y alcanzable. Por lo que en ella se encuentra el fundamente que permite explicar en el sentido de la organización ante la sociedad. En efecto una organización sin misión sería como si un grupo de futbolistas se reúnan porque no tienen nada que hacer sin una explicación de porqué están reunidos.

Por otro lado, Bazán (2016) define a los principios y valores organizacionales que son los ideales eternos, constituidos, por los diversos conjuntos de conceptos que tiene cada organización como es: la ética, honestidad, integridad y el respeto, diversidad, la calidad, salud, al cuidado ambiental y seguridad de sus colaboradores.

Prosiguiendo con las teorías la evaluación interna, Robbins y Coulter (2018) comenta que el análisis interno debe llevarse a cabo, para poder obtener información importante respecto de los recursos (activos financieros, físicos, intangible e humanos) que cuenta la empresa.

Una de sus principales funciones es diagnosticar a la organización sus puntos débiles que se transforman en fortalezas y oportunidades, como también potenciar los puntos fuertes. El análisis foda también detalla el resumen visual de la organización y por ende detalla los puntos de partida para las nuevas ideas y discusiones.

De acuerdo con Robbins y Coulter (2018) sostiene que cuando se analiza el ambiente externo se impone todo tipo de restricciones, es decir constituye un enorme paso en el proceso de la gestión estratégica, ya que los gerentes deben analizar dicho ambiente para tener conocimiento de cómo se realiza sus competidores, asimismo estar alerta o pendientes en cuanto a las normas de aprobación. Ya que muchas veces podrían afectar económicamente o en diversos aspectos. En este sentido el entorno externo debe estudiar a los componentes demográficos, políticos, socio cultural, tecnológico, global y sobretodo económico cuyo fin es detectar cambios o tendencias.

Asimismo, para Thompson, Peteraf, Gamble y Strickland (2015) argumentan que al momento de analizar el ambiente externo los administradores, deben de estar alertas para poder detectar riesgos como también evaluar el impacto y su influencia por ende poder adaptar la dirección que la empresa requiera es por ello que se realiza el análisis pestel. Los seis componentes del macro ambiente son; factores políticos ellos abarcan las acciones y procesos políticos aún más cuando el gobierno interviene en la economía, luego tenemos a las condiciones económicas que es el clima general económico, también a las fuerzas socioculturales que se caracterizan por los valores, actitudes, estilos de vida de la sociedad que impactan en un negocio determinado, siguiendo q avances tecnológicos que a su vez tiene como propósito generar impacto en la sociedad prosiguiendo encontramos a los factores del entorno que se encuentran el factor ambiente en lo que concierne con el clima o el cambio climático es más con la escases del agua y por ultimo factores legales son las normas y leyes que cada organización debe de cumplir.

Según Fred & Forest (2017) describe que los objetivos deben de ser medibles y realistas en las diversas unidades organizacionales. En efecto cada objetivo planteado de la organización debe estar constituido con su propia línea de tiempo. Sin dudar que los objetivos claramente ofrezcan beneficios dado que facilita la sinergia, permite establecer prioridades como también ayuda a reducir la incertidumbre.

Prosiguiendo con las dimensiones de la variable gestión estratégica nos tocó ahondar en la implementación estratégica.

Según Palacios (2016) nos informa que la implementación estratégica tiene como fin involucrar a toda la organización, por lo que la alta dirección lidera y evalúa el cambio realizado, así como la estructura formal y la cultura. En toda organización se requiere resultados favorables y beneficiosos en corto plazo es por ello que los gerentes o personas encargadas de cada área se desentienden de las evaluaciones estrategias ya que ellos solo quieren ver resultados con la formulación e implementación de estrategias y no realizan la evolución correspondiente. Como consecuencia una mala decisión estratégica puede ocasionar penalizaciones severas y difíciles de revertir. Por lo que la gran parte de las estrategias consideran de vital importancia la evaluación estratégica.

Para Burbano (2017) menciona que al implementar las estrategias se supone que es de un plan sumamente estratégico, y que a su vez haga el cumplimiento de los objetivos y decisiones que se han optado en etapas anteriores. Por otro lado, en su última fase de la dirección se busca asegurar las actividades necesarias, para así poder lograr que las estrategias se cumplan con mayor efectividad y controlar la eficacia de ellas.

Finalizando con las dimensiones de la variable gestión estratégica, se precisó con las evaluaciones estratégicas.

Para Fred (2017) comenta que las evaluaciones oportunas pueden prender la alarma y así poder alertar a la gerencia de posibles inconvenientes que se puedan presentar antes que se pierda de control la situación. Una buena base de evaluación estrategia es la retroalimentación adecuado, concreta y oportuna, Sin embargo, la gran mayoría de organizaciones no ponen en marcha ya que es una tarea ardua, delicada y compleja, eso sin contar que puede ser costoso. El proceso se comprende de tres actividades: revisión, evaluación y control.

Para Fred (2017) argumenta que “La revisión de las bases de la estrategia de una organización podría efectuarse mediante el desarrollo de una matriz EFE y una matriz EFI revisadas.” (p. 284) Ya que se tienen que enfocar en las mejoras, en las fortalezas, y/o debilidades dentro de las áreas de la organización. Se realiza la revisión de las estrategias para poder detectar si algún factor sea interno o externo impide la realización como también para analizar si las estrategias tomadas fueron la correcta.

Y la evaluación de las estrategias define Fred (2017) Pueden renovar la confianza de las estrategias siempre en cuando se realicen actividades de evaluación o señalar todo tipo de medidas correctivas de alguna debilidad que se presente. Al evaluar las estrategias se beneficia la organización en ver los resultados del proceso ya que puede ser una estrategia nueva que genere utilidad,

El balance scorecard, según Misankova y Kocisova (2014) refiere Como objetivo fundamental es la traducción de la misión, visión y sobre todo de las estrategias de una compañía en un conjunto integral de rendimiento. Es un sistema multidimensional que se utiliza para definir e implementar diversas estrategias, para poder maximizar el proceso de creación de valor. (pág. 866) Es muy común implementar el balance scorecard ya que ayuda a la orientación hacia el aprendizaje y orientación hacia el futuro.

Finalizando las evaluaciones estratégicas se realizará el ultimo procedimiento que es el control tal como lo define Fred (2017) menciona que cada control tiene la necesidad de estar enfocado a la acción, mucho más que a la información poseída, por ello la dimensión de tiempo para cada control debe de encajar con el espacio de dicho tiempo el mismo que esté sucediendo. Por lo general implica verificar que esté llevando a cabo todas las estrategias pautadas, para así poder medir los resultados.

De acuerdo con Munch (2014) argumenta que su importancia del control ayuda a comprobar la efectividad de las gestiones que se vienen realizando, como también promueve la calidad, la protección de los activos de la organización y garantiza el cumplimiento de los planes. Se concluye que, al elegir y utilizar formas, técnicas del control satisfacen al personal, clientes, entorno y sociedad ya que ayuda a cumplir la misión de la organización.

Para Buhovac (2019) comenta que la medición y el control deben de ser evaluados por los auditores internos que identificaran si las metas y las actividades tienen al menos un indicador que son claves para saber el rendimiento de la organización, como también deben de comprobar si las estrategias reflejan su modelo de negocio, y si los objetivos estratégicos incluyen los objetivos financieros y no financieros relacionados con las actividades. Por lo que es más fácil controlar si las metas están a corte plazo ya que el seguimiento será constante y se podrá reinvertir o cambiar algunas fallas (pág. 50).

Para la Flores (2015) se encuentran limitaciones en el control interno puesto que a pesar de brindar todo tipo de información administrativa sobre las actividades u operaciones de la organización y poder lograr los objetivos se dice que solamente puede proporcionar seguridad razonable mas no absoluta. Por lo que se tiene que tomar en cuenta algunas limitaciones: los juicios en las decisiones pueden ser erradas o defectuosas, pueden ocurrir falencias.

Siguiendo la secuencia de la investigación correspondió acotar diversas teorías y definiciones de la segunda variable rentabilidad con sus dimensiones e indicadores.

Las organizaciones como ente económico y a su vez social tienen intereses de ser eficiente es por ello que se adaptan a los cambios que puede desencadenar de acuerdo al entorno, expuesto lo anterior las organizaciones buscan ser rentables, esto les obliga a buscar herramientas y estrategias financiera que cumpla el objetivo. Por lo que es necesario buscar formas de financiamiento, reordenar procesos y minimizar todo tipo de gastos administrativos y otros con el fin de incrementar la economía y mantener operativa la compañía.

Girmay (2017) comenta que toda compañía se preocupa para obtener la rentabilidad ya que es la capacidad de generar los ingresos y con ello medir los resultados finales de la organización, por lo tanto, juega un papel importante la rentabilidad en cuanto al rendimiento de la organización. (pág. 1) A partir de ello la rentabilidad es considerada como una variable dependiente dentro de la organización. Sin embargo, se puede medir de forma indirecta ya que es un concepto muy abstracto. Pero para superar esta dificultad se debería de estudiar y utilizar variables indicadas para medir indirectamente la rentabilidad., las más utilizadas son el rendimiento de las ventas y la rentabilidad sobre activos.

Para Flores (2015) considera que es la medición de un proyecto y/o negocio ya que se calcula en comparación de la utilidad ya sea en cualquiera de las etapas o con algunos otros rubros de interés que guarden relación con esta. Para la rentabilidad es la capacidad de una organización en obtener beneficios de todas sus actividades económicas, utilizando sus recursos. A su vez es un instrumento decisivo para el mecanismo de la

economía del mercado. En otros aspectos la rentabilidad debe ser un ingreso por venta de producción, como también es una de las formas más importante en cuanto a la eficiencia económica.

Seguidamente de los conceptos teóricos de la segunda variable, se prosigió con las dimensiones de la segunda variable en este caso son los niveles de rentabilidad

Según Escribano y García (2014) argumentan que mide toda la capacidad del activo para que pueda generar beneficios, sin saber cuál es la composición de su estructura financiera dentro de la organización. Es por ello que al poder hacer referencia sobre lo económico se busca el resultado final que produce o realiza servicios, gracias a sus esfuerzos en determinados tiempos. Cuando hablamos de términos económico hacemos referencia al resultado final que produce una organización como producto de sus esfuerzos en un determinado tiempo.

En la rentabilidad económica se tiene que comparar los resultados que se vienen obteniendo con las diversas actividades y con las inversiones que se ha realizado, aun mas ahondará De lo Hoz Suarez (2015) argumentando que toda organización su función es ser rentable es por ello que podemos evaluar mediante el siguiente calculo el porcentaje del beneficio que se ha generado durante un tiempo y el nivel de inversión que hasta la fecha se haya tenido que realizar que tenía como fin conseguir el nivel de beneficio esperado.

Para Drascek, Rej & Lawrie (2016) advierte que tenemos que tener en cuenta dos requisitos de la rentabilidad económica para que en el transcurso de la actividad no se distorsionen. El primero es que las inversiones o recursos que figuren en el denominador serán las que han contribuido o aportado para generar resultados que figuren en el numerador, y el segundo es que para el denominador se debe de utilizar el promedio de los diversos recursos o de las inversiones utilizadas en periodo de su actividad. Es muy importante tomar su valor medio durante el periodo de la inversión, ya que al ser la inversión una magnitud de fondo frente al resultado se convierte en una magnitud de flujo.

Por otro lado, en la rentabilidad financiera es el beneficio que se lleva los socios, o el dueño de la organización ya que realizaron el esfuerzo de invertir en la organización,

por lo que mide la capacidad de generar ingresos de todos los fondos. Es decir, la rentabilidad da como resultados la relación que existe entre la inversión y la utilidad que se utilizó para poder lograr un objetivo o meta, en consecuencia, se tiene que evaluar la capacidad de efectividad en la que se desempeñan todos los colaboradores responsables de cada área. Escribano y García (2014)

Asimismo, para Brenan, Cannin & MsDowell (2015) describe que se debe de medir por el porcentaje que el beneficio generado en tiempo determinado esto se representa sobre el capital que el accionista o dueña de la organización ha puesto, en términos números los accionistas reciben de un 5% y de un 7%.

Para culminar con los niveles de rentabilidad Isiaka, Lateef y Marvis (2018) definirá a la rentabilidad social mediante el valor de cada proyecto que aporta a la sociedad, a su vez es neutral a la rentabilidad económica. Ahora en estos últimos tiempos se puede decir que un gran porcentaje de organizaciones buscan realizar actividades sociales ya que son más rentables porque dan beneficios.

Prosiguiendo con las dimensiones de la segunda variable, se abarcó en los factores que determinan la rentabilidad.

Cada organización tiene el personal idóneo en el área de ventas puesto que depende de sus habilidades y conocimientos para poder lograr la meta en un tiempo determinado, Para Torres (2014) comenta que el personal designado de promocionar o vender un servicio o producto lo pueden hacer como ellos se sientan cómodos, así también utilizando los distintos canales por lo que puede ser de manera directa o indirecta.

Según Callejas (2014) nos comenta de la administración de ventas es el área que direcciona todo el personal, para ello tiene la responsabilidad de realizar un minucioso reclutamiento, selección y capacitación por lo que depende de ellos llegar a la meta, es por eso que el gerente de dicha área será el responsable de elegir las estrategias según sus expectativas.

Para De toni (2017) comentan que los elementos de las ventas constan de siete pasos, la preparación, concentración de visitas, contacto y presentación, sondeo y

necesidades, argumentación, objeciones y cierre a continuación se explicara cada uno de ellos.

Cada organización debe de estar preparada para atender las necesidades, inquietudes, consultas o reclamos de los clientes que son reales así también con los clientes que son potenciales a pesar que sea más complejo ya que no tenemos mucha información sobre ellos. Después sigue la realización de la elección de contactos pertinentes, luego se prosigue en elegir el medio de la comunicación acorde al cliente. A lo que siempre se realiza una llamada telefónica, como también se envía un correo electrónico o se concentra con una cita preliminar.

Luego se intercambia información despertando el interés del cliente para ello el vendedor debe de ser proactivo, creativo, sociable, Ahora bien es el momento donde cae a flote la exploración de verdaderas necesidades del cliente para poder realizar la venta, Si podemos llegar a esta instancia es porque el cliente ha mostrado interés en nuestro producto o servicio y es allí donde los vendedores entran a detallar lo que concierne del producto dando una serie de ventajas y desventajas como también de las ofertas. Sin embargo, no todo en esta vida es fácil menos en las ventas ya que las objeciones siempre están a flor de piel se podría llamar la etapa de negación o peros que manifiestan los clientes, para salir victoriosos un buen argumento es la clave del éxito y el último elemento es la etapa de cierre donde se logra el objetivo.

Asimismo, la fijación de los precios es parte fundamental dentro de la organización ya que se evalúa los costos y gastos de dicho producto como también se da una mirada a la competencia, con esos elementos todo gerente o empresario realiza un estudio de mercado, analiza el mantenimiento o variación de precio de acuerdo a la demanda,

Para Calleja (2014) afirma que el análisis de costos es fundamental en la fijación de precios ya que se incluye la determinación de los precios porque puede variar, generalmente depende de cada gestión ya que cuando se analiza los costos tienden indicativos de los precios.

Los gastos dentro de una organización es el dinero que se utiliza para poder realizar las actividades normales. Es por ello que los gastos se pueden clasificar en administrativos, de ventas y fijos ya que cada uno tiene distintas características.

Para Geoffrey y Vander (2015) describe que los gastos son las consecuencias de los esfuerzos que realiza cada organización con el fin de conseguir ingresos, así mismo los gastos reducen toda riqueza que obtiene la organización. En consecuencia, de las actividades de la organización siempre se necesitará de gastos tal es el caso que si queremos vender o prestar servicios necesitamos realizar gastos claro ejemplo es los salarios de los colaboradores, la adquisición de materias primas, ahora bien, los principales tipos de gastos son: gastos de explotación esto sucede al momento de hacer las actividades propias de cada organización, gastos generales, se distribuye en materiales de oficina y otros gastos como los impuestos predial, arbitrios, sunat, gastos de personal son las remuneraciones que percibe cada trabajador, gastos excepcionales estos se distinguen por ser no relacionados con la actividad que realiza la organización y por último los gastos financieros en ello se aprecia a los intereses y comisiones que cobran las instituciones bancarias.

Finalizando con las dimensiones de la segunda variable se precisó en los aspectos para elevar la rentabilidad.

Taminen (2016) comenta que la rentabilidad de toda organización se consigue mediante una serie de aspectos, que tienen que ver, tanto con la financiación y a su vez el poder invertir para poder tener la rentabilidad esperada, sin embargo, existen diferentes tipos de riesgo que puede perjudicar lo planeado.

El financiamiento se obtiene a través de un préstamo que puede provenir tanto de personas naturales como de empresas, o como es lo más tradicional por créditos bancarios. De acuerdo con Flores (2015) afirma que las fuentes de financiamiento en una organización pueden ser de tipo interno o externo. La primera corresponde a la generación interna de recursos y, las segundas corresponden a la consecución de préstamos en el sector financiero.

Según Contreras y Correa (2015) argumentan que el financiamiento interno nace con las diversas operaciones que realiza la organización, claro ejemplo cuando reinvierten en utilidades, en maquinarias para ello se necesitaría un autofinanciamiento esto dependerá del margen de utilidad que obtendrá la organización con relación a las políticas dividendos. Cada organización que llega a conseguir el autofinanciamiento llega a ser un agente y consumidor a la misma vez. Por otra parte el financiamiento externo se dará cuando se obtenga fondos externos por lo que su función de los administradores es solicitar financiamientos de terceros esto llega a suceder cuando los recursos de la organización son escasos para la realización de un proyecto.

Para Blanco, Fernando Y Martínez (2015) considera que la inversión lo puede realizar como una persona o una organización. Quien tiene que renunciar a un capital o dinero para poder obtener un bien por lo que es necesario adquirir titularidad del bien y así se concreta la inversión, que en el futuro tendrá utilidad mayor a la de su utilidad que se realizó

De acuerdo con Eslava (2014) anuncia que la inversión es una serie de conjuntos y derechos que la organización adquirió en el transcurso de su funcionamiento para la realización de actividades, también si son tangibles o intangibles.

Para Vall, M. (2014) confirma que la inversión es renunciar a lo que generalmente se podría disfrutar en el momento con la finalidad de que obtener recompensas en el futuro. Así mismo lo clasifica en distintos criterios.

Inversión física para Vall, M. (2014) informa que “su soporte es un activo material. Dentro de este grupo podemos destacar inversiones en maquinarias, instalaciones, elementos de transporte, mobiliario, stocks, etc.” (pág. 272)

Inversiones inmateriales para Vall, M. (2014) afirma que “su soporte no es bien físico. Un ejemplo ilustrativo lo constituyen las patentes propiedad de la empresa. Este tipo de inversiones presenta grandes, dificultades a la hora de ser elevadas.” (pág. 272)

Inversión financiera para Vall, M. (2014) informa que “su soporte lo constituye activos procedentes del mercado financiero; acciones, obligaciones, depósitos bancarios, etc. (pág. 272)

En cada organización existe una infinidad de riesgos latentes y tiene como función generar incertidumbre al momento de buscar soluciones a diferentes problemas que se avecinen o al momento de crecer en un proyecto. En la toma de decisiones diariamente concede un riesgo la gestión peor aún existen riesgos que no se pueden controlar como es el caso de los externos, pero si se puede minimizar.

Para Estupiñan (2015) comenta que los orígenes de los distintos riesgos pueden derivados por infinidad de amenazas externas y debilidades internas, la causa de ello puede ser la mala calidad de un servicio, aumentando el precio de los proveedores, la inadecuada estructura organizacional etc, Por lo tanto, se clasifican en riesgos financieros, de negocios y generales.

En el ámbito financiero Estupiñan (2015) comenta que el riesgo en el sector financiero es el potencial de posibles pérdidas, por ello se recomienda mantener la estabilidad financiera en corto plazo, protegiendo de sus activos e ingresos de los riesgos que está expuesta y en el largo plazo minimizar las pérdidas ocasionadas

Por lo que también Estupiñan (2015) comenta que los riesgos de negocios se clasifican en políticos, de imagen, desastres naturales, créditos entre otros, cada uno tiene amenazas para la organización.

Como también en los riesgos generales Estupiñan (2015) comenta que se trata de los riesgos de organización por lo que se desglosa en estructuras pocos convincentes, malos canales de comunicación y un mal clima laboral.

De acuerdo con Tanaka 2015 afirma que las organizaciones tienen más riesgo cuando se incrementa el apalancamiento financiero ya que todos los requerimientos de altos pagos financieros obligan a mantener un alto nivel de UAII. Es por ello que la empresa está obligada a cumplir con los pagos de lo contrario sería cerrada las puertas por demandas de sus acreedores.

La formulación del problema de esta investigación fue dirigida:

¿Cuál es la relación entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019?

Asimismo, se presentó los problemas específicos definidos por:

- ¿Cuál es la relación entre la formulación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019?
- ¿Cuál es la relación entre la implementación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019?
- ¿Cuál es la relación entre la evaluación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019?

Desde el plano teórico se justifica la investigación ya que se busca conocer aportes adicionales de teorías y conceptos mediante la investigación, sobre la gestión estratégica y la rentabilidad, las cuales serán medidos a través de indicadores.

Se justifica a nivel práctico a través de la gestión estratégica se logrará una mejor rentabilidad en los socios del club, ya que la finalidad de las variables es buscar medidas de solución que puedan ser aplicadas en la gestión de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, En tal sentido se pretende conocer sobre la gestión estratégica para mejorar la situación económica a través de la rentabilidad.

Este trabajo de investigación se justifica metodológicamente ya que trata de medir la relación que existe entre la gestión estratégica y la rentabilidad en los socios de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf. Para ello el instrumento a utilizar es la encuesta.

La investigación presentó la hipótesis general:

Existe relación entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.

Y como hipótesis específica fueron los siguientes:

- Existe relación entre la formulación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019
- Existe relación entre la implementación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019,

- Existe relación entre evaluación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.

La investigación presentó como objetivo general:

Analizar la relación entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.

Y como objetivos específicos fueron los siguientes:

- Determinar la relación entre la formulación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019,
- Describir la relación entre la implementación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019
- Identificar la relación entre la evaluación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de Investigación

2.1.1. Enfoque de la investigación

Esta investigación corresponde al enfoque cuantitativo puesto que se controló las variables de estudio para poder ser comparadas y medidas con otros estudios, de modo que se recolecto datos para poder dar salida a todas las interrogantes presentada en la investigación.

2.1.2. Tipo de investigación

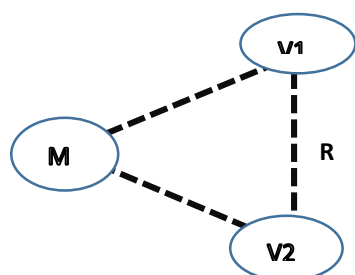
El tipo de investigación es aplicada, ya que el investigador da el uso correcto de la inteligencia de esta manera es capaz de resolver las interrogantes de las cuales las únicas respuestas la tienen las comunidades y las personas teniendo en cuenta conocimientos, o técnicas particulares. Para Supo, F. y Canavero, A. (2014) afirma que guarda relación entre la básica y aplicada, ya que depende de los avances de la investigación básica. Se busca el conocer para modificar y la que no constata

2.1.3. Nivel de investigación

El nivel de investigación de este trabajo es de tipo correlacional ya que busca reconocer la relación que existe entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, según Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirma que busca reconocer la relación de integración que existe entre diversos conceptos de una investigación particular.

2.1.4. Diseño de la investigación

El diseño fue no experimental de corte transversal, ya que se basó en la observación y no se manipulo ninguna de las variables del estudio, usándolos en su ámbito natural,



<p>M1= Muestra (Socios del club) V1 = Variable 1 (La Gestión estratégica) V2 = Variable 2 (Rentabilidad) R = Relación de las variables de estudio v1 – v2</p>
--

2.2. Variable Operacionalización

Tabla N° 1 Cuadro de operalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE VALORACIÓN
GESTION ESTRATEGICA	Para, Prieto (2017) menciona que la gestión estratégica dentro de las organizaciones está considerada como una herramienta fundamental para poder diagnosticar falencias ya que facilita la identificación, formulación y evaluación de alternativas estratégicas. De este modo se obtiene un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles en su unidad productora de servicios y bienes.	La gestión estrategia se medirá bajo tres dimensiones principales las cuales son la formulación de estrategias, implementación de la estrategia y evaluación de la estrategia donde cada uno de ellos mantiene tres indicadores para ser medidos con el instrumento de Likert.	Formulación de estrategias	La misión, visión y principios de la organización	1,2,3	Ordinal
				La evaluación externa e interna	4,5,6	
				Los objetivos de la organización	7	
			Implementación de la estrategia	Eficacia	8,9	
				Eficiencia	10,11	
				Actividades	12,13	
			Evaluación de estrategias	Capacidades	14	
				Revisión de las estrategias	15	
				Balanced Scorecard	16	
				Evaluación de las estrategias	17	
				Control de las estrategias	18	
RENTABILIDAD	Para Uribe (2015) considera que es la medición de un proyecto y/o negocio ya que se calcula en comparación de la utilidad ya sea en cualquiera de las etapas o con algunos otros rubros de interés que guarden relación con esta. La rentabilidad es la capacidad de una organización en obtener beneficios de todas sus actividades económicas, utilizando sus recursos. A su vez es un instrumento decisivo para el mecanismo de la economía del mercado.	La rentabilidad se medirá bajo tres dimensiones principales las cuales son los niveles de rentabilidad, factores que determinan la rentabilidad y aspectos para evaluar la rentabilidad donde cada uno de ellos mantiene tres indicadores para ser medidos con el instrumento de Likert.	Niveles de rentabilidad	Rentabilidad Económica	19,20	Ordinal
				Rentabilidad Financiera	21,22,23	
				Rentabilidad Social	24,25	
			Factores que determinan la rentabilidad	Ventas	26,27	
				Fijación de Precios	28,	
				Gastos	29,30	
			Aspectos para evaluar la rentabilidad	Financiamiento	31,	
				Inversión	32, 33	
				Riesgo	34,35	

2.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1. Población

Las poblaciones de la investigación son consideradas todos los socios activos de la Granja Azul de Golf, Ate es decir los que están registrados en el padrón de asociados, por ello Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.174) comenta que “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.10). Por ello, la población de estudio está conformada por 35 socios entre varones y mujeres de Granja Azul de Golf, Ate en el presente año.

2.3.1.1. Criterios de selección

Criterios de inclusión

Se considera dentro de la población a los socios activos que tienen derecho a voto y a su vez estar habilitados, asimismo tener como mínimo 4 años de antigüedad en la Granja Azul de Golf, Ate 2019.

Criterios de exclusión

Se excluye a los socios transitorios que no tienen derecho a voto ya que solo tienen derecho a utilizar las instalaciones del club y a su vez a los socios.

2.3.3. Muestreo

Por ser un estudio de muestra censal, el muestreo aplicado será no probabilístico o determinista ya que según Namakforoosh (2014) nos dice que el muestreo determinístico es el juicio personal que se puede dar ya sea por el propio investigador o por el recopilador de datos. Por ende, el tipo de muestreo que se aplicará es por conveniencia ya que existe accesibilidad, disponibilidad y comodidad tanto del investigador como del investigado y a su vez se tomará en cuenta la totalidad de la población de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf del presente año.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica de recolección de datos

Para la presente investigación la técnica aplicada es la encuesta, según López y Fachilla (2015) comenta que hoy en día se ha convertido en algo fundamental dentro de la investigación ya que se expresa como el método de seguimiento más seguido continuo de todo el proceso. Por ello, el uso de dichas encuestas estuvo enfocada a los socios de Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019 para así poder determinar la fijación de las variables dentro de la organización.

2.4.2. Instrumento de Recolección de Datos

El instrumento utilizado para la investigación será el cuestionario ya que nos permitirá ahorrar tiempo, costo y sobre todo se adecua a las posibilidades del investigador y el investigado. Por ende, el cuestionario se delimita con 35 ítems las cuales fueron determinadas por la Matriz de Operacionalización siendo divididas por las variables estudiadas: 18 ítems permitirá fijar la gestión estratégica y 17 fijara la rentabilidad, El cuestionario del Gestión estratégica y rentabilidad consta de 35 ítems siendo validados por 3 expertos y de la misma manera para determinar la consistencia de estos cuestionarios se hizo la verificación de la confiabilidad de Cronbach, el cual arrojó como resultado 0.864, de este modo el, cuestionario utilizado es altamente confiable.

2.4.3. Validez del cuestionario

Se verifica la validación del instrumento por medio de 3 expertos que tienen que tener grados de Maestría y Doctorado asimismo con conocimientos sobre el tema estudiado, es decir, el instrumento se basará en un juicio de expertos, ya que se le hará entrega un instrumento y una matriz de evaluación para cada uno de ellos, de esta manera objetivamente los jurados calificarán. Valderrama (2013) argumenta que la validez es el nivel que revela con precisión el rasgo, característica o dimensión que se intenta medir, asimismo la validez se presenta en distintos niveles y es indispensable calificar el tipo de validez de la prueba.

Tabla N°2 Validación de la variable Gestión Estratégica

VARIABLE 1: GESTIÓN ESTRATÉGICA				
CRITERIOS	EXP. 01	EXP. 02	EXP. 03	TOTAL
Claridad	78%	81%	81%	240%
Objetividad	78%	81%	81%	240%
Pertinencia	78%	81%	81%	240%
Actualidad	78%	81%	81%	240%
Organización	78%	81%	81%	240%
Suficiencia	78%	81%	81%	240%
intencionalidad	78%	81%	81%	240%
Consistencia	78%	81%	81%	240%
Coherencia	78%	81%	81%	240%
Metodología	78%	81%	81%	240%
Total				2400%
CV				80%

Se observa la validez promedio que se obtuvo del instrumento en la evaluación por juicios de expertos en la primera variable de la investigación que vendría hacer la gestión estratégica es de 80%, obteniendo una calificación alta que va a permitir que el instrumento sea confiable en el momento de aplicarla en la población.

Tabla N° 3 Validación de la variable Rentabilidad

VARIABLE 2: RENTABILIDAD				
CRITERIOS	EXP. 01	EXP. 02	EXP. 03	TOTAL
Claridad	78%	81%	81%	240%
Objetividad	78%	81%	81%	240%
Pertinencia	78%	81%	81%	240%
Actualidad	78%	81%	81%	240%
Organización	78%	81%	81%	240%
Suficiencia	78%	81%	81%	240%
intencionalidad	78%	81%	81%	240%
Consistencia	78%	81%	81%	240%
Coherencia	78%	81%	81%	240%
Metodología	78%	81%	81%	240%
Total				2400%
CV				80%

Se observa la validez promedio que se obtuvo del instrumento en la evaluación por juicios de expertos en la primera variable de la investigación que vendría hacer la rentabilidad es de 80%, obteniendo una calificación alta que va a permitir que el instrumento sea confiable en el momento de aplicarla en la población.

De igual manera en la tabla se presenta como información los nombres completos y su grado de los 3 expertos que participaron en la evaluación de los instrumentos.

Tabla 4: Expertos de la validación de expertos

Nombre de expertos en ambas variables	
	Grado y Nombres
Experto N°1	Mg. Aramburu Genj, Carlos
Experto N°2	Mg. Villar Castillo, Freddy
Experto N°3	Mg. Alonso López, Alfredo

2.4.4. Confiabilidad del Instrumento

Se utilizó el programa estadístico de SPSS para concluir con la confiabilidad del cuestionario, de esa manera se pudo medir la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach, donde se midió cálculo el grado de consistencia de cada una de las preguntas y las respuestas de los encuestados de la prueba piloto utilizada, como inicio de la investigación.

TABLA N° 5: Escala de medición del Alfa de Cronbach

Rango	Magnitud
0.81 - 1.00	Muy Alta
0.61 – 0.80	Alta
0.41 – 0.60	Moderada
0.21 – 0.40	Baja
0.001 – 0.20	Muy baja

Fuente: Adaptado de Thorndike (1989) y Magnusson (1983)

Según Lao y Takakuwa (2016) menciona que a la medida de la fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach se asume que los ítems se miden bajo un solo constructo y que se relacionan entre si y mientras el valor del alfa se aproxime a 1 la consistencia de los ítems será mayor.

TABLA N°6: Estadísticos de fiabilidad – Alfa de Cronbach global

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.864	35

Fuente: Muestra piloto

Rango de confiabilidad 0.81 – 1.00 (muy alta), según Lao y Takakuwa (2016).

De acuerdo al resultado obtenido por el Alfa de Cronbach la fiabilidad que proporciona la consistencia interna del instrumento que se utilizara en la investigación es de .864 es decir, que el coeficiente del alfa es muy alto, apropiada para poder aplicarla.

TABLA N°7: Estadísticos de fiabilidad –Alfa de Cronbach variable 1: Gestión estratégica

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.724	18

Fuente: Muestra piloto

Rango de confiabilidad 0.72 – 1.00 (alta), según Lao y Takakuwa (2016).

De acuerdo al resultado obtenido por el Alfa de Cronbach, la fiabilidad que proporciona la consistencia interna del instrumento que se utilizara en el análisis de la variable Gestión estratégica es de .724 es decir, que el coeficiente del alfa es alta, apropiada para poder aplicarla.

TABLA N° 8: Estadísticos de fiabilidad – Alfa de Cronbach variable 2: Rentabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.845	17

Fuente: Muestra piloto

Rango de confiabilidad 0.61 – 0.80 (Alta), según Lao y Takakuwa (2016).

Según los resultados obtenidos por el Alfa de Cronbach, la fiabilidad que proporciona la consistencia interna del instrumento es de ,845 en el análisis de la variable rentabilidad, es decir, que el coeficiente del alfa es muy alto, apropiada para aplicarla.

2.5 Procedimiento

La presente investigación se comenzó recopilando información sobre trabajos previos que sean nacionales e internacionales, para que luego prosigamos con la descripción de todos los conceptos teóricos y definiciones que nos ayudara a sustentar cada variable elegida. De este modo se llega a la formulación de los problemas generales y específicos, y a su vez dicha investigación tiene que estar justificada teórica, práctica y metodológicamente. Es así que, con el fin de alcanzar los objetivos planteados, partimos con la hipótesis general y específicos, para luego encaminarnos a los métodos que en este caso se desglosan de tipo de diseño, nivel de investigación, enfoque. A su mismo se realizó según criterio de selección a la población, muestra y muestro. Finalizando se procedió a señalar los pasos en cada técnicas e instrumentos para poder validar la confiabilidad del caso.

2.6. Métodos de Análisis de datos

Para el análisis de datos se inició con la recolección de información en base a un cuestionario como instrumento, luego se organizará toda la información recolectada, para después remitirlo en una base de datos en Excel, para facilitar la aplicación del programa estadístico IBM SPSS Statistics 25.

2.7. Aspectos éticos

En el presente trabajo se tuvo en cuenta el sentido ético es por ello que se utilizaron diferentes citas bibliográficas de diversos autores, sin alterar los conocimientos intelectuales, los derechos de cada autor ya que les pertenece como también la calidad de datos que se obtuvieron por este investigador (profesional ya en formación), siempre se trabajó bajo ética profesional para demostrar mediante esta investigación el grado de profesionalismo que tienen los estudiantes de esta universidad. Por otro lado, la investigación realizada no es solo un procedimiento técnico, sino es un acto responsable frente a la información obtenida en la recolección de datos, por ello, no se oculta a los influyentes ni colaboradores ya que tuvieron el conocimiento de las encuestas que se les realizó, no existió actos para perjudicarlos, fue de forma voluntaria, no invadió su privacidad porque hubo un permiso de por medio y de esa manera se puede decir que los datos

obtenidos son verdaderos, reales y fieles a su propia naturaleza de investigación, sin manipulación alguna.

III RESULTADOS

3.1 Análisis descriptivos de los resultados estadísticos

Estadístico descriptivo de la formulación de estrategias

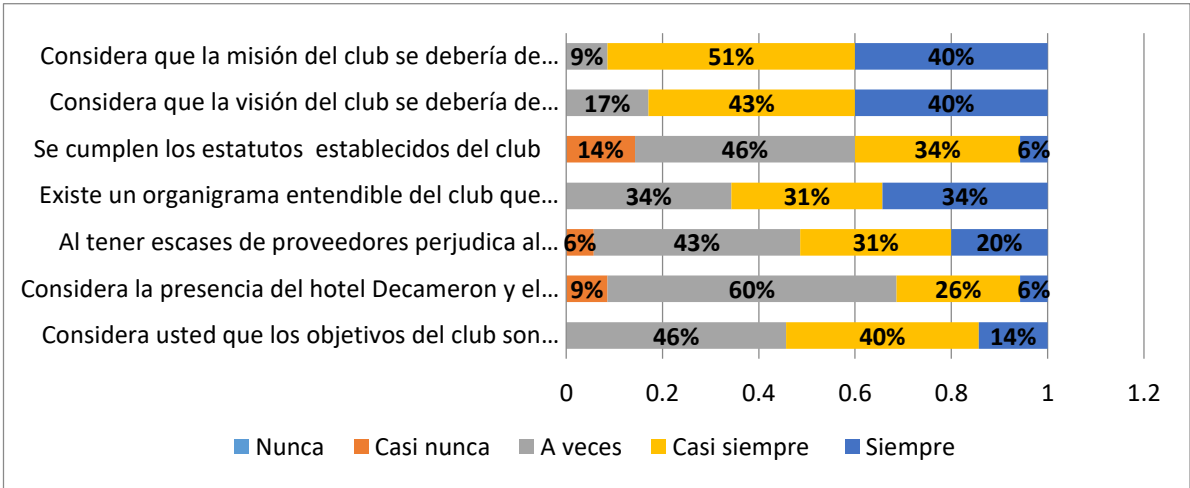


Figura N°1 INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los indicadores de la formulación de estrategias de la variable gestión estratégica, se observa que los socios respondieron con un porcentaje de 51% que el club casi siempre debería definir la misión en la actualidad, por otro lado, respondieron en porcentaje de 46% que a veces se cumple los estatutos establecidos y por consiguiente respondieron en porcentaje de 46% que los objetivos del club no son conocidos por todos los que conforman la Asociación.

Estadístico descriptivo de la implementación de estrategias

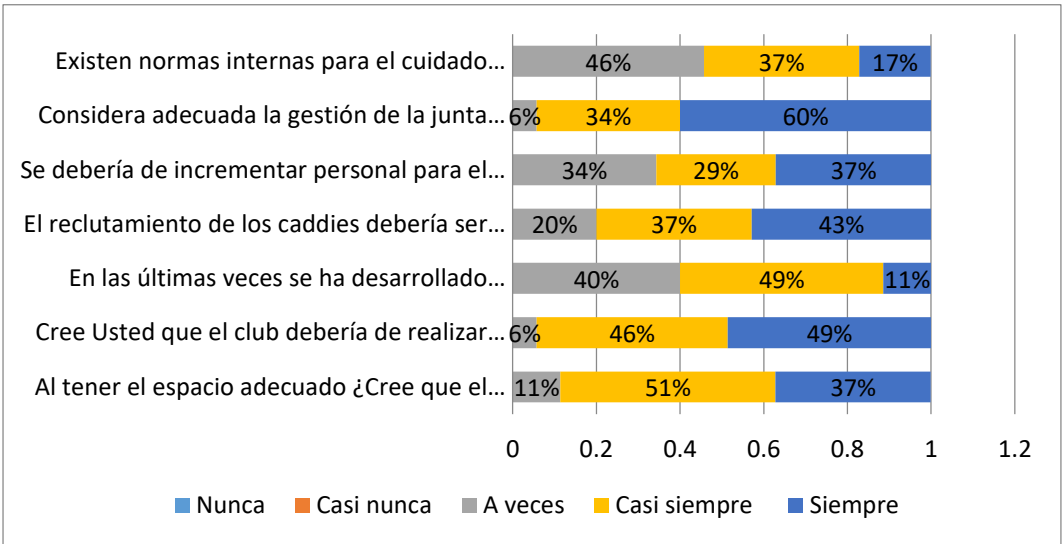


Figura N°2 INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los indicadores de la implementación de estrategias de la variable gestión estratégica, se observa que los socios respondieron con un porcentaje de 46% que el club casi siempre debería de realizar torneos internos, como también el 49% de socios comentan que se ha venido realizando promociones en las redes sociales, y por culminar afirman el 51 % de los socios que casi siempre se debería de implementar la cancha de tenis para poder obtener mayor ingreso.

Estadístico descriptivo de la evaluación de estrategias

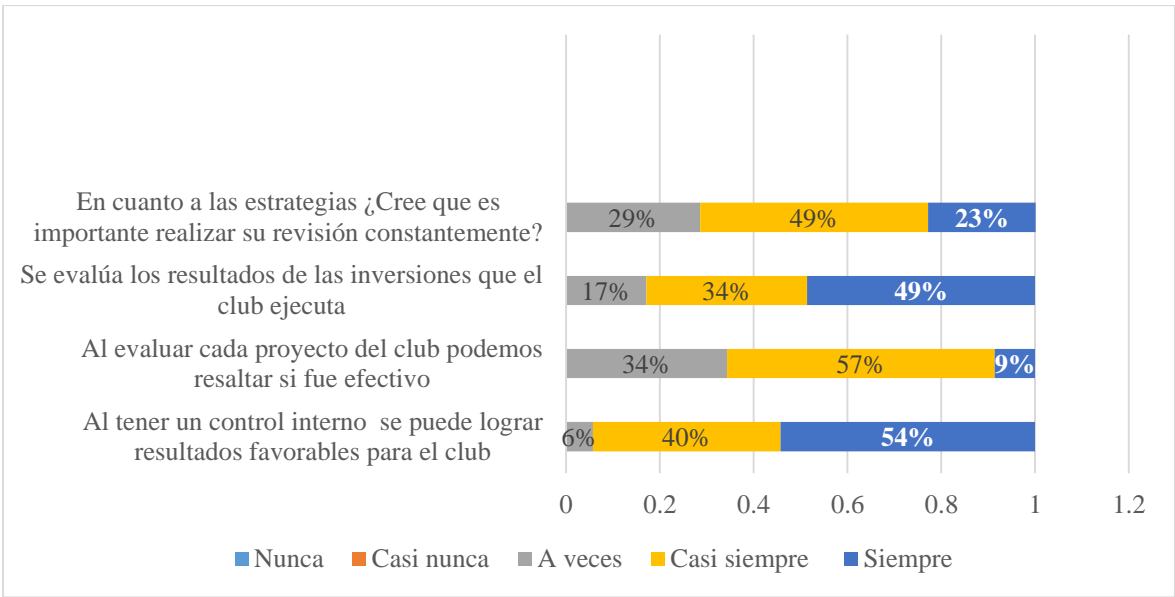


Figura N°3 INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los indicadores de la evaluación de estrategias de la variable gestión estratégica, se observa que los socios respondieron con un porcentaje de 49% que el club casi siempre debería de realizar revisiones periódicamente de las estrategias de tal manera que el 57% de los socios afirman que se debe de evaluar los proyectos para tener como resultados si fueron efectivos o no, asimismo comentan que el 54% casi siempre deberían de realizar control interno para poder evaluar la gestión administrativa,

3.2 Prueba de Hipótesis general

Prueba de hipótesis entre la gestión estratégica y la rentabilidad

HO: No existe relación entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.

H1: Existe relación entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.

Estrategia de prueba

Si el valor de sig. es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula

Si el valor de sig. es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Tabla N^a 10: Prueba de hipótesis entre la gestión estratégica y la rentabilidad

Correlaciones				
			Gestión estratégica	Rentabilidad
Rho de Spearman	Gestión estratégica	Coefficiente correlación	1.000	,597**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	35	35
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,597**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	35	35

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

En la tabla N 10 Se presenta el valor de significancia (bilateral) que equivale a 0.000, es decir que es menor al $p = 0,05$ por consecuente se rechaza la hipótesis nula, por ende, se acepta la hipótesis alterna, lo cual determina que hay relación entre las dos variables.

Consecuentemente se halló suficiente evidencia estadística para confirmar la relación entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, mediante un coeficiente de relación de Rho de Spearman = 0.597, significa que se considera una correlación positiva moderada

3.3 Prueba de hipótesis específica

3.3.1 Prueba de hipótesis correlacional entre la formulación de estrategias y rentabilidad

H0: No existe relación entre la formulación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019

H1: Existe relación entre la formulación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019

Estrategia de la prueba

Si el valor de sig. es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula

Si el valor de sig. es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Tabla N^a 11 Prueba de hipótesis entre la formulación de estrategias y la rentabilidad

Correlaciones

		Formulación de estrategias	Rentabilidad
<i>Rho de Spearman</i>	Formulación de estrategias	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,436**
		N	35
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,436**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	35

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

En la tabla N 11: Se presenta el valor de significancia (bilateral) que equivale a 0.009, es decir que es menor al $p = 0,05$ por consecuente se rechaza la hipótesis nula, por ende, se acepta la hipótesis alterna, lo cual determina que hay relación entre la formulación de estrategias y la rentabilidad

En conclusión, existe suficiente evidencia estadística para afirmar la relación entre la formulación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, mediante un coeficiente de relación del Rho de Spearman = 0.436 en otras palabras se considera se considera una correlación positiva media.

3.3.2 Prueba de hipótesis entre la implementación de estrategias y la rentabilidad

H0: No existe relación entre la implementación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019

H1: Existe relación entre la implementación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019

Estrategia de la prueba

Si el valor de sig. es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula

Si el valor de sig. es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Tabla N^a 12: Prueba de hipótesis entre la implementación de estrategias y la rentabilidad

Correlaciones				
			Implementación de estrategias	Rentabilidad
Rho de Spearman	Implementación de estrategias	Coeficiente de correlación	1.000	,462**
		Sig. (bilateral)		0.005
		N	35	35
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,462**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.005	
		N	35	35

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

En la tabla N^a 12 se percibe que el valor de significancia (bilateral) equivale a 0,005, es decir que es menor al $p= 0.05$, por consiguiente se rechaza la hipótesis nula, por ende, se acepta la hipótesis alterna lo cual se muestra la relación confiabilidad y satisfacción del usuario.

Por consiguiente, hay suficiente evidencia estadística para confirmar la relación entre la implementación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, mediante un coeficiente de relación del Rho Spearman = 0.462, que significa que se considera una correlación positiva media.

3.3.3 Prueba de hipótesis entre evaluación de estrategias y la rentabilidad

H0: No existe relación entre evaluación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.

H1: Existe relación entre evaluación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.

Estrategia de la prueba

Si el valor de sig. es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula

Si el valor de sig. es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Tabla N^a 13 Prueba de hipótesis entre evaluación de estrategias y la rentabilidad

Correlaciones				
			Evaluación de estrategias	Rentabilidad
Rho de Spearman	Evaluación de estrategias	Coeficiente de correlación	1.000	,432**
		Sig. (bilateral)		0.010
		N	35	35
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,432**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.010	
		N	35	35
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

En la tabla N^a 13 se percibe que el valor de significancia (bilateral) equivale a 0,010, es decir que es menor al $p= 0.05$, por consiguiente se rechaza la hipótesis nula, por ende, se acepta la hipótesis alterna lo cual se muestra la relación confiabilidad y satisfacción del usuario.

Por consiguiente, hay suficiente evidencia estadística para confirmar la relación entre evaluación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, mediante un coeficiente de relación del Rho Spearman = 0.432, que significa que se considera una correlación positiva media.

IV DISCUSIÓN

Con respecto a los resultados estadísticos obtenidos en el proceso de la investigación mediante las encuestas a los socios de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, se compararon con los antecedentes que fueron citados al inicio de la investigación, para ser considerados los resultados más relevantes de tal manera permitió obtener opiniones similares o en contra a los autores ya mencionados.

Respecto al objetivo general, analizar la relación entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, los resultados obtenidos en la tabla N° 10 evidencia un nivel correlacional positiva considerable ($r=0.597$.) entre ambas variables, esto a su vez reflejando que tiene una relación directa entre la gestión estratégica y la rentabilidad, datos que al ser comparados con lo encontrado por Blas (2019) “Planeamiento estratégico y rentabilidad de la empresa Corporación Deycar S.A.C., Trujillo, 2016”, quien concluyó que la elaboración de un planeamiento estratégico, ha permitido a la empresa corporación Deycar S.A.C. guiarse y enfocarse hacia sus propósitos, pues la carencia de esta ha sido una de las principales deficiencias que no ha permitido alcanzar las metas financieras. Con estos resultados se afirma que la gestión estratégica y la rentabilidad van de la mano para obtener la rentabilidad deseada. Asimismo, Prieto (2017) menciona que la gestión estratégica dentro de las organizaciones está considerada como una herramienta fundamental para poder diagnosticar falencias ya que facilita la identificación, formulación y evaluación de alternativas estratégicas. De este modo se obtiene un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles en su unidad productora de servicios y bienes.

Además en la investigación de Arias (2014) “*La gestión administrativa y su impacto en la rentabilidad financiera de la empresa Seismicorp Service S.A.*” utilizó la metodología enfoque cuantitativo con un nivel de investigación descriptiva y correlacional, de tal manera que nuestra metodología fue similar ya que estamos asociando a las variables y al mismo tiempo consiste en describir situaciones, contextos y eventos para detallar como son. Así lo afirma Hernández, Fernández y Baptista (2010) nos dice que al ser correlacional busca reconocer la relación o grado de integración que existe entre diversos conceptos, variables o categorías de una investigación en particular.

Asimismo, la población de la investigación es de 35 socios, datos que al ser comparado con lo encontrado por Martínez (2014) “La gestión administrativa financiera y su incidencia en la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito Carroceros de Tungurahua y Ambato 2013” quien tuvo como población a 8 personas que laboran en dicha empresa por lo que fue una población finita. Del mismo caso la investigación ya que la población fue de 35 socios. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.174) menciona que “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.10)

Finalmente, en la investigación de Gonzales (2019) “La gestión empresarial y la rentabilidad de las empresas ferreteras en la ciudad de Tingo María 2018” utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, asimismo la investigación es similar al de Gonzales, en efecto la encuesta ayudó a evaluar y recolectar datos para la medición técnica. Lo afirma López y Fachilla (2015) la encuesta más que ser solo una forma de evaluar y recolectar información o ser solo un instrumento de medición técnico ha pasado a convertirse en algo más importante como es ser aquel procedimiento fundamental dentro de una investigación social que se expresa como el método de seguimiento continuo de todo el proceso de la investigación.

Respecto al primer objetivo específico que es determinar la relación entre la formulación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, los hallazgos señalan que si hay una relación entre ambos enunciados como resultado en la tabla N 13 ($r= 0.436$) evidencia que es positiva media, por lo que quiere decir que si uno todas las organizaciones realizarían la formulación de estrategias, su desarrollo empresarial sería exitoso y sobre todo tomarían mejores decisiones con el fin de incrementar la economía y mantener operativa la organización. Estos resultados mantienen similitud con Vicente (2018) “Plan estratégico y rentabilidad de la empresa CAPELU PERU SAC, en San Juan de Lurigancho, 2018” ya que se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.924 y a su vez un 23% de colaboradores indicaron que es regular y solo el 33.30% lo considera eficiente. Con estos resultados se afirma que para mejorar la rentabilidad se tiene que formular estrategias. Nwachukwu, Chladkova y Fadeyi (2017) argumentan que las formulaciones de estrategias deben de estar alineadas en base a sus objetivos y aspiraciones con ello se lograra el

rendimiento superior y permanecer competitivos. Igualmente se tiene que formular estrategias internas tal como es el caso de la misión, visión valores etc. Para obtener mejores resultados se debe enfocar a sus inicios de la organización.

Por su parte Navas (2016) “Plan estratégico para generar rentabilidad en la Fábrica de Chocolate La Pepa de Oro” tuvo como resultados que el 77 % de su muestra estarían dispuesto a participar en un proceso de mejora para incrementar el nivel de ventas de sus productos que ofrece la corporación. Asimismo, en la presente investigación tiene como resultados que el 46% de los socios manifiestan que los objetivos se cumplen según la figura N 1, con estos resultados se aprecia que la formulación de estrategias es un proceso continuo que se va reajustar y moldear las estrategias planteadas, Además Contreras y Matos, (2015) afirman Los objetivos estratégicos surgen como respuesta a una pregunta esencial: que toda organización se hace es ¿Qué debemos lograr? Sea en corto mediano y largo tiempo, para que la organización tenga un accionar coherente con su administración

Referente al segundo objetivo específico que es describir la relación entre la implementación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, los resultados fueron obtenidos de la tabla N 11, se evidencia un nivel de correlación positiva media ($r=0.462$), por lo que quiere decir que la implementación de estrategias tiene un líder que involucra todo el grupo a llegar a la meta establecida. Asimismo, mantiene relación con Salvador (2017) “*Administración estratégica y rentabilidad en la empresa Inca Traylers del distrito de Ate Vitarte – Lima, 2017* quien concluyó que si existe la relación significativa entre la implementación de estrategias y la rentabilidad de la empresa Inca Traylers ya que su valor correlacional es de ($r=0.737$), aceptando la primera hipótesis nula, es decir que una mala implementación estratégica trae consecuencias severas. Con los resultados se puede inferir que adoptando la implementación de estrategias se va encaminar la organización durante periodos, dando resultados positivos. Tal como afirma Palacios (2016) que la implementación estratégica tiene como fin involucrar a toda la organización, por lo que la alta dirección lidera y evalúa el cambio realizado, así como la estructura formal y la cultura.

Prosiguiendo en la investigación de Romero (2017) “Diseño de estrategias para mejorar la rentabilidad de la empresa Produarroz S.A.” Tuvo como resultados de sus análisis que el 56% de sus pobladores están de acuerdo según la Tabla N 11 que el éxito de la empresa tiene

relación con un buen director financiero, Tal es el caso en la investigación que según la Figura N 2 los socios mencionan que el 60 % consideran adecuada la gestión de la Junta Directiva , su aprobación se dio en base que en estos años se ve reflejando el trabajo y con ello resultados favorables para el club a diferencia de años anteriores, con estos resultados se concluye que la implementación de estrategias si contribuye en la rentabilidad. Para Robbins y Coulter (2018) menciona que todo gerente debe considerar la realidad del entorno externo, dentro de ello son los recursos y las capacidades con que cuenta la organización. Con toda la información obtenida el gerente podrá diseñar las estrategias que ayudará a cumplir los objetivos.

Concerniente al tercer objetivo específico planteado es Identificar la relación entre la evaluación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, los resultados obtenidos en la tabla N 12 evidencia un nivel de correlacional ($r=0.432$) positiva moderada entre la evaluación de estrategias y la rentabilidad, datos que al ser comparado con la investigación de Flores (2015) “*Control interno y rentabilidad en la empresa Grupo moreno automotriz S.A. Huaraz, 2014*”; quien concluyó que hay una relación directa entre los resultados empíricos obtenidos que se presentan en las tablas y figuras con las propuestas. Con estos resultados se afirma que la evaluación estratégica si contribuye de manera favorable con la rentabilidad. De acuerdo con Munch (2014) argumenta que su importancia del control ayuda a comprobar la efectividad de las gestiones que se vienen realizando, como también promueve la calidad, la protección de los activos de la organización y garantiza el cumplimiento de los planes. Se concluye que, al elegir y utilizar formas, técnicas del control satisfacen al personal, clientes, entorno y sociedad ya que ayuda a cumplir la misión de la organización.

Continuando en la investigación de Merchán y Glaya (2017) Diseño de estrategias administrativas financieras para mejorar la rentabilidad de Construcciones S.A. Tuvo como análisis de resultados según la Tabla N 6 que los empleadores y directivos mencionaron estar de acuerdo con un 60% en mantener un control más exhaustivo para la liquidez, solvencia y rentabilidad., datos que al ser comparado con la investigación coinciden según la figura N 3 donde los socios manifiestan que el 54 % casi siempre se debería de realizar control interno para poder evaluar la gestión administrativa. Con estos resultados se confirma que las personas están de acuerdo con los cambios que realizarán los directivos para mejorar la

empresa. Según Fred (2017) comenta que las evaluaciones oportunas pueden prender la alarma o alertar a la gerencia ante posibles inconvenientes o problemas. Una buena base de evaluación estrategia es la retroalimentación adecuado, concreta y oportuna, Sin embargo, la gran mayoría de organizaciones no ponen en marcha ya que es una tarea ardua, delicada y compleja, eso sin contar que puede ser costoso.

V CONCLUSIONES

En base a los objetivos propuestos y a los resultados obtenidos durante el proceso del desarrollo de la investigación se determinan las siguientes conclusiones.

Primera. Se evidenció una correlación positiva moderada con un coeficiente de correlación del Rho de Spearman = 0.597 entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, es decir que, ante una buena gestión estratégica, se incrementa la rentabilidad de la empresa estudiada.

Segunda. Se logró determinar la relación significativa de la formulación de estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, cuyo valor de correlación es = 0.436 positiva moderada, es decir que, si la empresa formula las estrategias de gestión, las cuales deben ser planteados en base a la necesidad, se puede aumentar la economía del club.

Tercera. Se identificó que existe una correlación positiva moderada con un coeficiente de correlación del Rho de Spearman = 0.462 entre la implementación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, mediante la implementación de las estrategias planteadas y ejecutadas se obtendrá mejores resultados en cuanto a la rentabilidad del club.

Cuarta. Finalmente se ha determinado que existe una relación moderada con un coeficiente de correlación del Rho de Spearman = 0.432 entre la evaluación estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, es decir que, si se evalúa las

estrategias planteadas se garantiza el cumplimiento de ellas y con ello lograr los objetivos financieros.

VI RECOMENDACIONES

Los resultados expuestos en la presente investigación permiten proponer las siguientes recomendaciones:

Primera. Con respecto a la gestión estratégica y a la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019, se recomienda analizar los resultados obtenidos en la investigación presentada asimismo mejorar las estrategias planteadas hasta el momento, ya que con las estrategias se asegura la rentabilidad de igual manera alcanzar el sostenimiento del club y mejorar en la competitividad. Para ello es indispensable que los miembros de la junta directiva y el personal administrativo sean capacitados constantemente.

Segunda. Se recomienda que la formulación de estrategias, involucre a todo los miembros del club sean socios, personal administrativo, personal del campo y caddys a una reestructuración de los objetivos en plazos determinados, Asimismo se deben delegar funciones claras y específicas, como también es fundamental la elaboración de la misión, visión. Además, se debe de realizar planes de contingencia, como también el área de marketing debe de enfocarse en la publicidad del club, por lo que se debe de formular estrategias de promociones para los invitados, ya que si los clientes vuelven es porque se está brindando un servicio de calidad, es por ello que se debe de realizar capacitaciones a los caddys para conservan a los clientes frecuentes.

Tercera. Se recomienda en cuanto a la implementación de estrategias de reclutar más personal para el campo, como también de realizar torneos constantemente ya que los socios se sienten que es momento de fraternidad, asimismo implementar más deportes para que las familias se integren entre sí, por lo que a más servicios mejorara la situación financiera del club.

Cuarta. Se recomienda en relación a la evaluación de estrategias que el control interno debe ser más seguido es decir los directivos deberán de tener un cronograma mensual de las actividades del campo y del área administrativo que se deben realizar durante la semana, asimismo se recomienda fortalecer los incentivos a los colaboradores y caddys con el fin de motivar al colaborador para el cumplimiento de sus actividades, asimismo a los socios se recomienda evaluar la gestión de la junta directiva y revisar constantemente las publicaciones y avisos que se presentan en el periódico mural de esa manera contribuirá en la mejora del club.

Referencias

- Contreras, P. & Correa, E. (4 de marzo) Estructura financiera y rentabilidad: origen, teorías y definiciones Vol. 2, Núm. 1, 2015 (35-44) Recuperado de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/824
- Burbano, A. (2017) Importancia de la dirección estratégica para el desarrollo empresarial Vol. 3, pp. 19-28 <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php>
- De la Hoz Suarez, A. (2018) Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo Vol. XIV, No. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28011673008.pdf>
- Ramírez, N (2017). En su proyecto de tesis titulado: “Implementación de una solución de inteligencia de negocios para la gestión académica y administrativa de la institución educativa particular Simón Bolívar – Tarapoto, 2017”. (Tesis pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Tarapoto. Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/30640/ramirez_rn.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mendoza, D y López, D. (24 de junio de 2015) Centro Neurálgico de la planificación estratégica que transforma la visión en acción 36(1) 81-94
- Brennan, R., Canning, L., & McDowell, R. (2015) Price-setting in business-to-business markets1 Vol. 7, No. 3, pp. 207-234 doi:10.1362/146934707X230068 ISSN1469-347X print / ISSN 1472-1384 online ©Westburn Publishers Ltd.
- De toni, D., Sperandio, G. Busata, E. & Larentis F. (Abril del 2017) Pricing strategies and levels and their impact on corporate profitability Volume 52, Issue 2, April–June 2017, Pages 120-133 <https://doi.org/10.1016/j.rausp.2016.12.004>

Drascek, M., Rej, A. & Lawrie G. (Febrero 2019) An Audit of Strategy Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/235313093_Critical_Factors_for_Successful_Implementation_of_Enterprise_Systems/download

Geoffrey, A & Vander, P. (2015) Impact of R&D Expenses and Corporate Financial Performance Vol. 15(7) Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/321242843_Impact_of_RD_Expenses_and_Corporate_Financial_Performance

Girmay, M. (2017) Consequences of financial Management Practices on profitability on selected private manufacturing companies in Meckelle City Vol 8 N° 11, 2017. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/404c/30c272e47ae1c20df7737c5541722de122cb.pdf>

H.K.S. Hanasini Athapaththu (2 de Febrero de 2016), An Overview of Strategic Management: An Analysis of the Concepts and the Importance of Strategic. Revista internacional de publicaciones, volumen 6(2), 126. Recuperado de <http://www.ijsrp.org/research-paper-0216/ijsrp-p5019.pdf>

Isiaka, L., Lateef, M. & Marvis, I. (2018) FINANCIAL RISK MANAGEMENT AND THE PROFITABILITY: AN EMPIRICAL EVIDENCE FROM COMMERCIAL BANKS IN NIGERIA Vol.16, No.2 Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/328429011_FINANCIAL_RISK_MANAGEMENT_AND_THE_PROFITABILITY_AN_EMPIRICAL_EVIDENCE_FROM_COMMERCIAL_BANKS_IN_NIGERIA

Karaman, A., Bayrak, S., Burak, S. & Rivera, M. (Febrero 2018) Vision, creativity, strategic innovation, and transformational leadership volume 6 recuperado de https://www.researchgate.net/publication/272352897_Strategic_Management

Nwachukwu C., Chladkova H. y Fadeyi O. (01 de Noviembre de 2017), Strategy formulation process and innovation performance Nexus. Revista internacional para la investigación de la calidad 12 (1) 147–164. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/323689156_Strategy_formulation_process_and_innovation_performance_nexus.

Taminen S. (2016) Trade, Productivity and Profits: On Profit levels and Profit margins Volumen 4, Issue 3 Recuperado de <http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/148737/wp80.pdf?sequence=1>

Sammut, T (2014) Strategic management Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/272352897_Strategic_Management

Misankova Munch, L. (2014) *Administración Gestión organizacional, enfoque y proceso administrativo* 2° ed. México – Pearson Educación.

Munch, L. (2014) *Gestión organizacional enfoques y procesos administrativos* 2° ed. México: Pearson Educación

Blanco, F., Ferrando, M., & Martinez, M. *Teoria de la Inversion* 1° ed. España: Printed in Spain.

Calleja, J. & Calleja, F. (2014) *Contabilidad administrativa, Contabilidad gerencial* 2° ed. México: Pearson.

Cano, A. (2013) *Contabilidad gerencial y presupuestaria, aplicada a ciencias económicas, administrativas y contables* 21° ed. Colombia: Ediciones de la U.

Bazán, J. (2016) *Administración Estratégica* 1° ed. Perú: Editora Macro.

Bernal, C. (2014) *Introducción a la administración de las organizaciones* 2° ed. Colombia: Pearson.

Escribano, M. & Jiménez (2014) *Análisis contable y financiero* 1° ed. Colombia: Ediciones

Eslava, J. (2015) *Finanzas para el marketing y las ventas* 2° ed. España: EsicEditorial

Estupiñán, R. (2015) *Administración de riesgo E.R.M. y la auditoría interna*. 2° ed. Colombia: Ecoe ediciones.

Flores, U. (2015) *Proyecto de Inversión para la Pyme* 3° ed. Colombia: Ecoe ediciones.

Fred, D. & Forest, D. (2017), *Conceptos de Administración estratégica*. 15ª ed. México: Pearson

Palacios, A. (2016) *Dirección Estratégica* 2° ed. Colombia: Ecoe Ediciones

Porter, M. (2017) *Ser competitivo* 9° ed. España –Printed in Spain

Prieto, J. (2017) *Gestión estratégica organizacional* 5° ed. Colombia: Ecoe ediciones

Robbins, S & Coulter, M. (2018) *Administración*. 13° ed. México: Pearson

Sotic, A., & Rajic, R. (2015) *The Review of the Definition of Risk* Volume 3, Issue 3
Recuperado de
http://www.iiakm.org/ojakm/articles/2015/volume3_3/OJAKM_Volume3_3pp17-26.pdf.

Taminen S. (2016) *Trade, Productivity and Profits: On Profit levels and Profit margins*
Volumen 4, Issue 3 Recuperado de
<http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/148737/wp80.pdf?sequence=1>.

Tanaka, G. (2015) *Contabilidad y análisis financiero: un enfoque para el Perú* 1° ed. Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica

Taminen S. (2016) *Trade, Productivity and Profits: On Profit levels and Profit margins* Volumen 4, Issue 3 Recuperado de <http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/148737/wp80.pdf?sequence=1>

Timothy (Junio 2016) *Economic analysis of profitability and competitiveness of sugarcane enterprise in Nigeria* Vol. 8(6), pp. 160-171, DOI: 10.5897/JDAE2015-0636 Article Number: 945275658636 ISSN 2006-9774 Copyright ©2016 Author(s) retain the copyright of this article <http://www.academicjournals.org/JDAE>.

Thompson, A. Gamble, J., Peteraf, M. & Strickland, J. (2015) 19°ed. México: Printed in Mexico.

Torres, V. (2018) *ADMINISTRACIÓN DE VENTAS* 1° ed. Mexico Printed in Mexico.

Vall, M. (2014) *Introducción a las finanzas* 1° ed. España: Ediciones Pirámide.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE E INDICADORES			
Problema general:	Objetivo general:	Hipótesis general:	VARIABLE 1: Gestión Estratégica			
¿Cuál es la relación entre la Gestión Estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019?	Analizar la relación entre la Gestión Estratégica y la Rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.	Existe relación entre la gestión estratégica y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores 5- siempre 4 – casi siempre 3- a veces 2 – casi nunca 1-nunca
			Formulación de Estrategias	La misión, visión y principios de la organización	1,2,3	
				La evaluación externa e interna	4,5,6	
				Los objetivos de la organización	7	
			Implementación de Estrategias	Eficacia	8,9	
				Eficiencia	10,11	
				Actividades	12,13	
				Capacidad	14	
			Evaluación de Estrategias	Revisión de las estrategias	15	
				Balance Scorecard	16	
Evaluación de estrategias	17					
Control de estrategias	18					
VARIABLE 2: Rentabilidad						
Problemas específicos:	Objetivos específicos:	Hipótesis específicas:	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores 5- siempre 4 – casi siempre 3- a veces
¿Cuál es la relación entre la formulación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019?	Determinar la relación entre la formulación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.	Existe relación entre la formulación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.	Niveles de rentabilidad	Rentabilidad económica	1,2	
				Rentabilidad financiera	3,4,5	

Azul Country Club de Golf, Ate 2019?	Country Club de Golf, Ate 2019.	Country Club de Golf, Ate 2019.		Rentabilidad social	6,7	2 – casi nunca 1-nunca
¿Cuál es la relación entre la evaluación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019?	Identificar la relación entre la evaluación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.	Existe relación entre la evaluación de estrategias y la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, Ate 2019.	Factores que determinan la rentabilidad	Ventas	8,9	
				Fijación de Precios	10	
				Gastos	11,12	
			Aspectos para evaluar la rentabilidad	Financiamiento	13,	
				Inversión	14,15	
Riesgo	16,17					
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA			TÉCNICA E INSTRUMENTO		
El diseño de investigación es no experimental utilizado en su ámbito natural, es de tipo correccional de corte transversal, asimismo toda la investigación dado define su diseño en las hipótesis que se dieron a conocer en el transcurso de todo la investigación.	<p>Población: La población para este trabajo de investigación está conformada por el padrón de asociados de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf que son 64 socios activos.</p> <p>Muestra: La muestra seleccionada fue de 35 socios activos ya que se contemplará solo a los socios habilitados de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf, el cual es la base de estudio.</p>			<p>Variable 1: Gestión Estratégica Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Año: 2019</p>	<p>Variable 2: Rentabilidad Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Año: 2019</p>	

ANEXO 2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE 1: GESTIÓN ESTRATÉGICA

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valoración
GESTIÓN ESTRATÉGICA	FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	La misión, visión y principios de la organización	1	Considera que la misión del club se debería de definir de acorde a la actualidad
			2	Considera que la visión del club se debería de proyectar para el 2025
			3	Se cumplen las normas establecidas del club
		La evaluación externa e interna	4	Existe un organigrama entendible del club que contenga diferenciadas las distintas áreas
			5	Al tener escasos de proveedores perjudica al club en la economía
			6	Considera la presencia del hotel Decamerón y el Pillo una amenaza
		Los objetivos de la organización	7	Considera usted que los objetivos del club son conocidos con todos los socios
	IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS	Eficacia	8	Existen normas internas para el cuidado del personal en el campo (momento de juego)
			9	Considera adecuada la gestión de la junta directiva actual
		Eficiencia	10	Se debería de incrementar personal para el mantenimiento del campo
			11	El reclutamiento de los caddies debería ser más meticuloso
		Actividades	12	En las últimas veces se ha desarrollado publicidad del club en la redes sociales
			13	Cree Usted que el club debería de realizar torneos internos para mejorar la economía
		Capacidad	14	Al tener el espacio adecuado ¿Cree que el club debería de implementar la cancha de tenis?
	EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS	Revisión de las estrategias	15	En cuanto a las estrategias ¿Cree que es importante realizar su revisión connatamente?
		Balance Scorecard	16	Se evalúa los resultados de las inversiones que el club ejecuta
		Evaluación de estrategias	17	Al evaluar cada proyecto del club podemos resaltar si fue efectivo
		Control de las estrategias	18	Al tener un control interno se puede lograr resultados favorables para el club

ANEXO 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE 2: RENTABILIDAD

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valoración	
Rentabilidad	Niveles de rentabilidad	Rentabilidad económica	19	Percibe usted que el servicio del club ha mejorado	
			20	Es necesario apertura nuevos servicios	
		Rentabilidad Financiera	21	¿El club cuenta con liquidez para resolver algún imprevisto?	
			22	¿Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales del club?	
			23	¿Se debería de incrementar las cuotas de mensualidad de los socios?	
		Rentabilidad social	24	El club contribuye con la sostenibilidad ambiental	
			25	El club ha adquirido artículos de seguridad para sus colaboradores	
		Factores que determinan la rentabilidad	Ventas	26	Los ingresos crecen progresivamente
				27	Cree que los servicios que ofrece el club son los suficientes
	Fijación de Precios		28	Cree usted que el precio por el servicio es el adecuado	
	Gastos		29	Considera Usted que el club optimiza en gastos administrativos	
			30	Considera apropiado los gastos que se realizaron en estos últimos meses del año	
	Aspectos para evaluar la rentabilidad	Financiamiento	31	Al club le es factible contar con más asociados	
		Inversión	32	Usted cree que se debería de invertir en proyectos nuevos.	
			33	Considera necesario invertir en maquinarias y equipos para el mantenimiento del club.	
Riesgo		34	Tiene el club garantías adecuadas en caso que ocurra un siniestro		
		35	Conoce usted el riesgo latente de cierre del club por no tener los permisos correspondientes		

ANEXO 4: CUESTIONARIO DE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA

Buenos días / tardes estimados socios estamos realizando un estudio sobre la gestión estratégica que se relaciona con la rentabilidad de la Asociación Granja Azul Country Club de Golf

GESTIÓN ESTRATÉGICA		ESCALA				
		NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	Considera que la misión del club se debería de definir de acorde a la actualidad	1	2	3	4	5
2	Considera que la visión del club se debería de proyectar para el 2025	1	2	3	4	5
3	Se cumplen los estatutos establecidos del club	1	2	3	4	5
4	Existe un organigrama entendible del club que contenga diferenciadas las distintas áreas	1	2	3	4	5
5	Al tener escasos de proveedores perjudica al club en la economía	1	2	3	4	5
6	Considera la presencia del hotel Decameron y el Pillo una amenaza	1	2	3	4	5
7	Considera usted que los objetivos del club son conocidos con todos los socios	1	2	3	4	5
8	Existen normas internas para el cuidado del personal en el campo (momento de juego)	1	2	3	4	5
9	Considera adecuada la gestión de la junta directiva actual	1	2	3	4	5
10	Se debería de incrementar personal para el mantenimiento del campo	1	2	3	4	5
11	El reclutamiento de los caddies debería ser más meticuloso	1	2	3	4	5
12	En las últimas veces se ha desarrollado publicidad del club en la redes sociales	1	2	3	4	5
13	Cree Usted que el club debería de realizar torneos internos para mejorar la economía	1	2	3	4	5
14	Al tener el espacio adecuado ¿Cree que el club debería de implementar la cancha de tenis?	1	2	3	4	5
15	En cuanto a las estrategias ¿Cree que es importante realizar su revisión constantemente?	1	2	3	4	5
16	Se evalúa los resultados de las inversiones que el club ejecuta	1	2	3	4	5
17	Al evaluar cada proyecto del club podemos resaltar si fue efectivo	1	2	3	4	5
18	Al tener un control interno se puede lograr resultados favorables para el club	1	2	3	4	5

ANEXO 5: CUESTIONARIO DE RENTABILIDAD

RENTABILIDAD		ESCALA				
		NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
19	Percibe usted que el servicio del club ha mejorado	1	2	3	4	5
20	Es necesario aperturar nuevos servicios	1	2	3	4	5
21	¿El club cuenta con liquidez para resolver algún imprevisto?	1	2	3	4	5
22	¿Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales del club?	1	2	3	4	5
23	¿Se debería de incrementar las cuotas mensuales de los socios?	1	2	3	4	5
24	El club contribuye con la sostenibilidad ambiental	1	2	3	4	5
25	El club ha adquirido artículos de seguridad para sus colaboradores	1	2	3	4	5
26	Considera que los ingresos han mejorado a diferencia de años anteriores	1	2	3	4	5
27	Cree que los servicios que ofrece el club son los suficientes	1	2	3	4	5
28	Cree usted que el precio por el servicio es adecuado	1	2	3	4	5
29	Considera Usted que el club optimiza en gastos administrativos	1	2	3	4	5
30	Considera apropiado los gastos que se realizaron en estos últimos meses del año	1	2	3	4	5
31	Al club le es factible contar con más asociados	1	2	3	4	5
32	Usted cree que se debería de invertir en proyectos nuevos.	1	2	3	4	5
33	.Considera necesario invertir en maquinarias y equipos para el mantenimiento del club.	1	2	3	4	5
34	Tiene el club garantías adecuadas en caso que ocurra un siniestro	1	2	3	4	5
35	Conoce usted el riesgo latente de cierre del club por no tener los permisos correspondientes	1	2	3	4	5

ANEXO 6: VALIDACION DE JUICIO DE EXPERTOS SANEADA



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. (Mg.) ALONSO LÓPEZ ALFREDO
 1.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE - UCV
 1.3. Especialidad del experto: ADMINISTRADOR - INVESTIGADOR
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
 1.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					
PROMEDIO DE VALORACIÓN						81%

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01				
02				
03				
04				
05				
06				
07				
08				
09				
10				
11				
12				

13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

81%

Ate, de del 2019



Firma de experto informante
DNI N° 09460524

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. (Mg) ALONSO LÓPEZ, ALFREDO
 1.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE - UCV
 1.3. Especialidad del experto: ADMINISTRACIÓN - INVESTIGADOR
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
 1.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					
PROMEDIO DE VALORACIÓN						<u>81%</u>

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01				
02				
03				
04				
05				
06				
07				
08				
09				
10				
11				
12				

13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

81%

Ate,..... de..... del 2019



Firma de experto informante
DNI N° 09460524

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. Aramburú Gory Carlos Abraham
- 1.2. Cargo e Institución donde labora: Decente tiempo completo
- 1.3. Especialidad del experto: Administración
- 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Castrocasas
- 1.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				78	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.				78	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				78	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				78	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				78	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				78	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				78	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				78	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				78	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				78	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					78%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01		X		
02	X			
03	X			
04		X		
05	X			
06	X			
07		X		
08	X			
09	X			
10	X			
11	X			
12	X			

13	X			
14	X			
15	X			
16	X			
17	X			
18	X			
19	X			
20	X			
21				
22				
23				
24				
25				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

78%

Ate, ²⁶ de Septiembre del 2019



 Firma de experto informante
 DNI N° 41015969

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. Arrombera Gery Carlos Abraham
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Decano tiempo completo
 I.3. Especialidad del experto: Administración
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Competencia
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				78	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.				78	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				78	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				78	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				78	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				78	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				78	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				78	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				78	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				78	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					78%	

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01		X		
02	X			
03	X			
04	X			
05		X		
06	X			
07	X			
08	X			
09	X			
10	X			
11	X			
12	X			

13	X			
14	X			
15	X			
16	X			
17	X			
18	X			
19	X			
20	X			
21				
22				
23				
24				
25				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

78%

Ate, ²⁶ de Septiembre del 2019



 Firma de experto informante
 DNI N° 41015969

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. (Mg.) Villar Castillo Freddy
D.T.C
 1.2. Cargo e Institución donde labora: _____
 1.3. Especialidad del experto: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANZAS
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
 1.5. Autor del instrumento: CENTENO TUNCAR FRECYA KATTERIN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17	/			
18	/			
19	/			
20	/			
21				
22				
23				
24				
25				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80

Ate, *24 Setiembre* del 2019

Firma de experto informante
DNI N° *08193124*

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg. VILLAR CASTILLO FREDY
 I.2. Cargo e Institución donde labora: D. T. C.
 I.3. Especialidad del experto: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANZAS
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
 I.5. Autor del instrumento: CENTENO TUNCAR FRECYA KATERIN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80	

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17	/			
18	/			
19	/			
20	/			
21				
22				
23				
24				
25				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicables

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

80

Ate, 24 Setiembre del 2019

Firma de experto informante
DNI N° 08193124

ANEXO 7: MATRIZ DE DATOS

	GESTION ESTRATEGICA																				
1	5	5	3	3	3	3	3	25	3	4	3	4	4	4	4	26	3	3	4	4	14
2	5	5	4	3	5	3	4	29	3	4	4	5	4	4	5	29	4	3	4	5	16
3	4	4	4	4	3	3	3	25	4	4	3	5	3	5	3	27	5	5	3	5	18
4	5	5	4	3	4	4	3	28	3	5	4	5	3	4	4	28	3	4	4	4	15
5	3	4	3	4	2	3	3	22	4	5	3	4	4	3	3	26	3	3	3	3	12
6	5	5	3	5	5	4	4	31	3	4	3	4	3	4	4	25	3	4	4	4	15
7	3	5	3	3	2	3	3	22	4	4	5	5	4	3	4	29	4	5	4	4	17
8	5	4	3	3	4	4	3	26	4	5	5	5	5	5	5	34	4	4	3	4	15
9	4	4	3	4	4	2	5	26	3	4	3	3	3	5	5	26	4	4	4	5	17
10	4	4	3	5	5	3	4	28	5	5	5	5	4	4	4	32	4	5	3	5	17
11	5	3	3	4	4	3	3	25	4	5	3	3	4	4	4	27	4	3	4	4	15
12	4	4	3	5	4	3	3	26	4	5	3	4	4	4	5	29	4	4	4	5	17
13	4	3	2	3	3	4	4	23	4	5	4	3	3	4	3	26	3	4	3	4	14
14	4	5	3	5	3	3	4	27	3	3	3	4	4	5	3	25	3	3	3	4	13
15	5	5	4	5	3	4	5	31	3	4	4	5	3	5	4	28	4	5	4	5	18
16	4	5	4	4	3	4	4	28	4	5	5	5	3	4	5	31	5	5	3	5	18
17	5	4	4	4	5	3	4	29	3	5	4	5	3	5	4	29	4	5	4	5	18
18	3	3	3	4	3	3	3	22	3	4	3	3	4	4	4	25	3	4	4	4	15
19	4	4	2	5	4	3	3	25	4	5	3	4	4	5	4	29	4	5	4	5	18
20	4	3	2	3	3	4	4	23	3	5	4	3	5	4	4	28	3	4	3	4	14
21	5	5	3	4	3	3	3	26	3	3	3	5	4	5	4	27	3	4	3	3	13
22	5	5	4	3	3	5	5	30	3	4	5	4	3	5	4	28	3	3	3	4	13
23	5	4	4	5	4	2	3	27	5	5	4	3	4	5	4	30	5	4	4	5	18
24	4	3	5	3	3	3	4	25	3	5	5	4	4	5	5	31	5	5	4	4	18
25	4	5	5	5	4	3	3	29	4	5	5	4	4	4	4	30	5	5	5	5	20
26	5	5	3	5	5	4	3	30	5	5	5	5	5	5	4	34	5	5	4	4	18
27	4	5	4	4	3	5	5	30	3	4	5	5	3	5	5	30	5	5	5	5	20
28	4	5	3	5	5	3	4	29	5	5	5	5	3	4	5	32	4	4	3	5	16
29	4	3	3	5	4	3	3	25	4	5	4	4	5	5	5	32	4	5	4	5	18
30	4	4	2	5	4	3	3	25	4	5	5	4	4	4	5	31	4	5	4	5	18
31	4	4	2	3	3	2	4	22	3	4	4	4	4	4	5	28	4	5	4	5	18
32	4	4	3	3	3	3	4	24	4	4	3	3	4	5	5	28	4	4	5	5	18
33	5	4	4	4	3	3	5	28	3	5	5	4	3	5	4	29	4	5	4	5	18
34	4	4	4	3	4	4	4	27	5	5	5	5	3	4	5	32	5	5	3	5	18
35	5	4	4	4	5	3	4	29	5	5	4	5	3	5	4	31	4	5	4	4	17

RENTABILIDAD																	
4	5	3	3	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	5	3	4	65
5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	70
4	4	2	2	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	52
5	4	4	3	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	4	71
4	4	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	51
4	4	3	2	4	4	3	5	4	4	3	5	5	3	5	5	3	66
4	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	5	3	5	4	3	3	57
5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	4	4	3	3	3	4	60
5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	4	4	3	3	3	4	60
5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	70
4	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	60
5	3	3	3	4	4	3	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	65
4	5	3	3	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	5	3	4	65
5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	70
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	74
5	4	4	3	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	4	71
5	4	3	5	5	4	3	3	4	3	5	3	3	4	3	3	3	63
5	4	3	5	5	4	3	3	4	3	5	3	3	5	3	4	3	65
5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	67
5	4	4	4	5	3	4	5	3	5	4	4	4	4	5	3	4	70
4	4	2	2	3	5	3	3	2	4	3	5	3	3	3	3	3	55
4	4	2	2	5	5	3	3	2	4	5	5	3	4	4	4	4	63
5	4	4	3	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	4	71
4	3	3	3	5	3	4	3	3	5	4	3	2	3	4	3	5	60
5	3	3	3	5	4	3	5	3	4	4	4	5	5	5	5	3	69
4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	78
5	5	3	3	4	4	3	4	5	5	5	5	3	3	5	5	4	71
4	3	4	4	5	4	3	5	3	5	4	5	5	4	5	4	4	71
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	70
5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	77
5	3	3	3	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	70
5	3	3	3	3	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	70
3	5	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	68
5	5	2	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	76
5	4	3	3	5	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	71