



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS – MBA**

Planeamiento financiero y la rentabilidad en la empresa Premium Brands SAC, año
2019

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Administración de Negocios - MBA**

AUTORA:

Br. Lizeth Villafane Pérez (ORCID: 0000-0001-6320-2812)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelo y Herramientas Gerenciales

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria:

Es dedicado en primer lugar a dios y a mis padres, familiares, profesores y a mi asesor que me brindaron su apoyo y constante orientación y asesoría en la elaboración de la tesis.

Agradecimiento:

Agradezco a mi profesor, asesor y todas las personas que hicieron posible durante este tiempo de mi maestría su total colaboración para esta investigación.

Página del Jurado



DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL / LA BACHILLER (ES): VILLAFANE PÉREZ LIZETH

Para obtener el Grado Académico de *Maestra en Administración de Negocios - MBA*, ha sustentado la tesis titulada:

PLANEAMIENTO FINANCIERO Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA PREMIUM BRANDS SAC, AÑO 2019

Fecha: 21 de enero de 2020

Hora: 4:15 p.m.

JURADOS:

PRESIDENTE: Dr. Arturo Eduardo Melgar Begazo

Firma:

SECRETARIO: Dr. Segundo Perez Saavedra

Firma:

VOCAL: Mg. Oscar Guillermo Chicchon Mendoza

Firma:

El Jurado evaluador emitió el dictamen de:

..... *Aprobay por mayoría*

Habiendo encontrado las siguientes observaciones en la defensa de la tesis:

.....
.....
.....
.....

Recomendaciones sobre el documento de la tesis:

..... *Reusar estilo APA*

Nota: El tesista tiene un plazo máximo de seis meses, contabilizados desde el día siguiente a la sustentación, para presentar la tesis habiendo incorporado las recomendaciones formuladas por el jurado evaluador.

Declaratoria de autenticidad

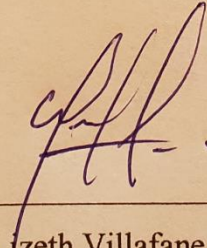
Declaratoria de autenticidad

Yo, Lizeth Villafane Pérez estudiante de la Escuela de Posgrado, Maestría en Administración de Negocios MBA, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Norte; declaro el trabajo académico titulado “Planeamiento Financiero y la rentabilidad en la empresa Premium Brands SAC, 2019” presentada, en 68 folios para la obtención del grado académico de Maestro en Administración de Negocios MBA, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 21 de Enero de 2020



Lizeth Villafane Pérez
DNI: 45245343

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. Introducción	1
II. Método	16
2.1. Tipo y diseño de investigación	16
2.2. Operacionalización de variables	17
2.3. Población, muestra y muestreo	19
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
2.5. Procedimiento	22
2.6. Método de análisis de datos	22
2.7. Aspectos éticos	23
III. Resultados	24
IV. Discusión	37
V. Conclusiones	39
VI. Recomendaciones	40
Referencias	41
ANEXO 1 - MATRIZ DE CONSISTENCIA	45
ANEXO 2 - INSTRUMENTO DE VALIDACION	47
ANEXO 3 - CERTIFICADO DE VALIDEZ	50
ANEXO 4 - PRUEBA DE FIABILIDAD	55
ANEXO 5 - CONSENTIMIENTO INFORMADO	56
ANEXO 6 - PORCENTAJE DE SIMILITUD	57

Índice de tablas

Tabla 1: Operacionalización de la variable Planeamiento financiero	18
Tabla 2: Operacionalización de la variable Rentabilidad	19
Tabla 3: Resultado de validez de contenido del instrumento de Planeamiento Financiero	21
Tabla 4: Resultado de validez de contenido del instrumento de Rentabilidad	21
Tabla 5: Datos estadísticos de fiabilidad del instrumento de recolección	22
Tabla 6: Elementos para la recolección de datos	22
Tabla 7: Nivel del Planeamiento Financiero	24
Tabla 8: Nivel de Rentabilidad	25
Tabla 9: Nivel del Pronostico Financiero	26
Tabla 10: Nivel de los Estados Financieros	27
Tabla 11: Nivel de las Proyecciones	28
Tabla 12: Nivel de la Inversión	29
Tabla 13: Nivel de los Análisis Financieros	30
Tabla 14: Nivel de los Ratios	31
Tabla15: Coeficiente de correlación de Spearman	32
Tabla 16: Nivel de correlación entre el Planeamiento Financiero y la Rentabilidad	33
Tabla 17: Nivel de correlación entre el Planeamiento Financiero y la Inversión	34
Tabla18: Nivel de correlación entre el Análisis Financiero y el Planeamiento Financiero	35
Tabla 19: Nivel de correlación entre los Ratios y el Planeamiento Financiero	36

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1: Proceso de la planeación	7
Figura 2: Proceso de la planeación financiera	9
Figura 3: Planeación Financiera a Corto Plazo	10
Figura 4: Fases de análisis	23
Figura 5: Nivel de la variable Planeamiento Financiero	24
Figura 6: Nivel de la dimensión Rentabilidad	25
Figura 7: Nivel de la dimensión: pronóstico Financiero	26
Figura 8: Nivel de la dimensión Estados Financieros	27
Figura 9: Nivel de las Proyecciones	28
Figura 10: Nivel de la dimensión: Inversión	29
Figura 11: Nivel de la dimensión Analisisn Financiero	30
Figura 12: Nivel de la dimensión Ratios	31

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el planeamiento financiero y la rentabilidad en la empresa Premium Brands SAC, 2019. El método empleado es el hipotético deductivo, y la investigación se realizó con un enfoque cuantitativo de diseño no experimental correlacional de corte transversal. Con una muestra censal de 50 colaboradores, gerentes, y personal administrativo de la empresa Premium Brands SAC, la herramienta de recolección de datos que fue aplicada fue un cuestionario con las variables del presente estudio de investigación, el resultado que fue que el Planeamiento financiero se relaciona de forma positiva media ($Rho=0.903$) con la rentabilidad de la empresa Premium Brands SAC, 2019 y un nivel de significancia de $p=,000$ por lo tanto se acepta la hipótesis de la investigación sobre como el planeamiento financiero tiene relación con la rentabilidad de la empresa Premium Brands SAC, 2019.

Palabras claves: Planeación, control, rentabilidad, proyección

Abstract

The objective of this research work was to determine the relationship between financial planning and profitability in the company Premium Brands SAC, 2019. The method used is the hypothetical deductive, and the research was carried out with a quantitative approach of non-experimental correlational design of cross-section. With a census sample of 50 employees, managers, and administrative staff of the company Premium Brands SAC, the data collection tool that was applied was a questionnaire with the variables of the present research study, the result that the Financial Planning was relates positively average (Rho = 0.903) with the profitability of the company Premium Brands SAC,2019 and a level of significance of $p=,000$ therefore the hypothesis of the research on how financial planning is related to the profitability of the company Premium Brands SAC, 2019 is accepted.

Keywords: Planning, control, profitability, projection

I. Introducción

La planeación financiera en todo el mundo se transformó en un propósito difícil de cumplir trascendental en enfatizar un más grande avance en el método financiero, aplicando técnicas con idealizaciones financieras que llevan a cabo las diferentes maneras de cómo lograr financiar una organización y la manera correcta de emprender una economía optimizando la rentabilidad. Hay que tener un programa de contingencia financiera frente probables variedades que puedan suceder en el futuro, que le reconozca tener una perspectiva anticipada o preventiva de las cosas para proveer resoluciones positivas. Es de suma consideración que en la actualidad las compañías tengan un planeamiento financiero, porque les va a aceptar tener un mejor panorama sobre la circunstancia financiera de la compañía y con ello tienen la posibilidad de hacer mejor y vigilar las incertidumbres, inestabilidades y poder reducir los peligros que logre tener la compañía. Según Morales y Morales (2010) define que la planeación financiera es la dirección que debería continuar una compañía para lograr sus propósitos, con el objetivo de incrementar el rendimiento financiero, entablar el efecto primordial y el origen del financiamiento que mejor se adapte para la organización.

En esta jornada en nuestro estado las organizaciones se encontraron con la necesidad de comenzar a entablar tácticas de idealización financiera como apoyo para mejorar sus metas trazadas ya sea en un corto o largo plazo y así poder tomar buenas decisiones, sin embargo, podemos observar con esta investigación que no todas las empresas de hoy en día cuentan con un planeamiento financiero. La planeación financiera es un trámite considerable que se centra en gestionar como corresponde los elementos de una organización; La planeación como su nombre lo dice es reflexionar antes de accionar, es frente todo un desarrollo intelectual que procede a la acción. Al comprobar el ámbito de la compañía Premium Brands SAC detectamos que no tiene tácticas financieras que le permita llevar a cabo con los objetivos planificados y de esta forma progresar económicamente y financieramente. Las raíces por la que la compañía no logra las metas planificadas, se ve influenciada por el inadecuado revisión, evaluación y rastreo de los objetivos que la organización desea llegar. Si la compañía no toma atención en hacer planeaciones financieras, va a experimentar pérdidas incontables en sus ganancias, la cual perjudica su rentabilidad. La vigente investigación se ejecutó en el departamento de finanzas de la Empresa Premium Brands SAC, 2019, distrito de Lurín, departamento de Lima, Perú, la cual será de soporte con contribuciones y propuestas la cual permitirá optimizar la parte

financiera en la empresa. Premium Brands SAC es una compañía que se enfoca en la comercialización de licores finos, aguas, productos gourmet (carnes, quesos y jamón), vehículos (Aston Martin, McLaren y Lottus), cuenta con dos sedes dentro de Lima, presenta un problema en la falta de planeación lo que conlleva a no tener una buena organización para poder realizar sus pagos a sus proveedores a tiempo y no tener una política de cobranza para poder cubrir sus necesidades. Para mejorar estos problemas que fueron encontrados, se considera realizar un planeamiento financiero que conlleve a mejorar sus procesos y reestructurar el área de finanzas y tesorería.

En estos años anteriores la compañía Premium Brands SAC tiene una rentabilidad amenazante por los pésimos manejos de gerencia y otras superficies que estén involucradas con el manejo económico; de esta forma como, por distintos causantes, como: menos ventas, no hay una política de pago, de cobranza, proyección de ventas o proyección de ganancias, para eso es requisito hacer un planeamiento financiero, y por lo tanto, permita ver la circunstancia intensamente para elegir qué acciones tomar para hacer a futuro y hacer mejor la rentabilidad con un alto margen que sea conveniente para los trabajadores, suministradores y dueños. Entonces, el planeamiento financiero y la rentabilidad fueron dos cambiantes encontradas en la compañía. El planeamiento financiero se relaciona con la rentabilidad, puesto que ayudo y encamino a las diferentes entidades de trabajo dentro de la organización, admitiendo de esta forma la obtención de las utilidades deseadas y el logro del triunfo de la compañía. Es por esto que el presente estudio tuvo por finalidad dar una satisfacción a la verdad circunstancia y a la optimización de la organización, puesto que la compañía tiene el presente estudio como aporte en provecho de la misma. La presente investigación permite establecer procedimientos que se apliquen continuamente para tener una buena Gestión Administrativa. Dicha investigación aporta conocimiento sobre teorías establecidas. Por lo presentado líneas arriba la presente investigación genero la siguiente problemática ¿De qué manera se relaciona el planeamiento financiero y la rentabilidad de la empresa Premium Brands SAC, 2019?

Seguidamente, mencionamos a las investigaciones previas internacionales que se encuentran coherentes con nuestro tema de investigación: Cruz (2014), Su propósito del reciente trabajo de investigación fue, ofrecer medidas de labor para planificar y sea de sustento para que la compañía tome acuerdos apropiados. En cuanto a la planeación financiera se utiliza para tomar elecciones en provecho de la formación, esta exploración

consistió en mostrar la realización de esta proposición, al conocer debilidades en la parte financiera. Se trazaron herramientas de elección detalladas como: tácticas, táctico operativo, con la intención de gestionar la organización basado en elecciones financieras. Luego concluimos que la planeación financiera dentro del sector administrativo, forma parte primordial en las compañías de en la actualidad, mientras superiores elecciones se tomen se van a tener éxitos para la organización. La relación que almacena esta exploración con la exploración presente es que las dos piensan la consideración de emplearlas en las organizaciones.

Flores (2015), efectuó un trabajo de investigación tuvo como propósito primordial de esta exploración es la estimación de los diseños financieros dirigidas al avance y propagación económica de la categoría. El procedimiento de la exploración aplicada fue el procedimiento no en fase de prueba transaccional, y el tipo de exploración, presentando un nivel de investigación descriptivo, donde la gente se confirmó por 40 pequeñas y medianas compañías (pymes), el enfoque del presente estudio fue cuantitativo, de esta forma al hacer el estudio de la información y constatando con los documentos y sabiendo la metodología cierta se llega a la conclusión, que la compañía en tratado no tiene procesos de planeación financiera solidas que sea utilizable para el mejoramiento de sus elementos cuyos resultados sean productivos para la formación, desarrollo y avance y frente la eficacia de planeación financiera que enfrenta al compañía se recomienda que implemente una administración de acciones o propuestas para optimizar sus planes financieros.

Pérez, Velasco y Añez (2016), en su investigación: Tácticas Emergentes para la gerencia de compañías de producción popular (EPS), tiene como propósito detallar tácticas gerenciales emergentes que van a poder usar como elementos para poder la sostenibilidad y soberanía financiera en esta clase de compañías. El método que se usa es la descriptiva, el cual menciona que los usos de instrumentos financieros adecuado para las finanzas son importantes y sin un planeamiento financiero apropiado el futuro de la empresa es incierto y con ello se concluye que las empresas tienen que tener la capacidad organizacional como estrategia para poder asumir los riesgos y oportunidades que puedan tener y se recomienda realizar estrategias que les permitan realizar investigaciones conjuntas que les dará ventaja a los nuevos enfoques para adaptarse a su cultura organizacional.

Marcero (2017), efectuó una investigación teniendo como objetivo principal de esta la implementación de un plan financiero para el aumento de la rentabilidad en la empresa.

La presente investigación fue del tipo descriptivo, no experimental con un corte del tipo transversal, para la muestra representativa se tuvo al gerente, administradora y todos los colaboradores que laboran dentro de la compañía. Los instrumentos aplicados para la adquisición de datos fueron la encuesta y la entrevista. La problemática se centra en que hoy en día las empresas requieren adaptarse a los cambios constantes que pasan en su entorno por lo que necesitan contar con los recursos según su sector, en este caso la empresa necesita ejecutar un adecuado plan financiero para obtener mejores resultados. Se concluye que el presente estudio enaltece la importancia de que una empresa cuente con un plan financiero, puesto que los últimos tiempos es necesario que todos los procesos deben ser planeados estratégicamente y de esa forma puedan llegar a cumplir con todo lo que se proponen.

Gonzales (2014), realizó una investigación que tiene como objetivo central del estudio analizar el nivel de rentabilidad de un hotel, según los servicios que se ofrecen, es decir, se analizó que servicios era más rentable, si el servicio de hotel o de restaurante. El nivel de estudio fue analítico, con un diseño no experimental. Dentro del estudio a muestra fue compuesta por los empleados, posteriormente se hizo un análisis documental a los estados financieros del periodo anterior y actual. La problemática surge con la necesidad de identificar qué servicio incide en un mayor porcentaje en los ingresos totales de la entidad, para lo cual fue necesario realizar un análisis de rentabilidad a través de los ratios. La facilidad de acceso al dinero de la organización se plasma permisible lo cual es justificado por los resultados hallados en conocimiento de liquidez corriente y la prueba acida que asimismo se conserva por arriba de la media que muestra la competencia. La rentabilidad del servicio de restaurante se mantiene por encima de la rentabilidad del servicio hotelero por un 8.5% por lo que se entiende que el mercado gastronómico es más atractivo para la empresa, de tal modo que debe reforzar ambos servicios con la finalidad de alcanzar óptimos resultados, para lo cual es importante la implementación de un planeamiento financiero.

Kurt Unger, Rubin (2018) en su investigación exploración, tiene como propósito señalar que las rentabilidades relacionadas al contrastar entre ocupaciones comerciales y no comerciales resultan entonces muy ilustrativas. El procedimiento que se utiliza fue la descriptiva, el cual relata que el ejercicio radica en agrupar las ocupaciones según el nivel en que están expuestas a rivalidad, y entonces calcular sus márgenes brutos de operación. Y con esto concluye que en México es exacto distinguir entonces entre zonas y compañías para enfocar la política de originalidad con un interés de rentabilidad. Las compañías de sectores

no comerciales tienen superiores desempeños sin necesitar invertir en originalidad, en tanto que los comerciales y las pequeñas y medianas compañías están naturalmente más expuestos al compromiso.

Seguidamente, nombramos a investigaciones nacionales que fueron realizadas anteriormente que se encuentran relacionado con el problema de la presente investigación: Santos (2014), realizó una investigación titulado: Predominación del presupuesto maestro sobre la circunstancia financiera y económica de una institución didáctica de nivel técnico de la región de Trujillo. El propósito primordial de esta exploración es la utilización del plan maestro, se han realizado proyecciones en la compañía que fueron medidas por las causas financieras de liquidez y rentabilidad. La liquidez mejoro por el incremento de las ventas y reducción del nivel de endeudamiento que la compañía poseía a la fecha, por medio de estas tácticas la compañía llego a tener la aptitud para enfrentar sus obligaciones al corto período. La rentabilidad se pudo por medio del mejoramiento del margen de ganancias en las ventas llevadas a cabo, la rentabilidad del capital además mejoro, admitiendo aumentar el provecho de los inversionistas. Con el plan maestro puesto en marcha, la herramienta neta tuvo un aumento del 21% gracias a las ventas e capital financieros, de esta forma además por la reducción de los costos administrativos. La idealización presupuestal de los elementos de la compañía y la oportuna toma de elecciones que mejoro los escenarios empresariales en el área educación, además contribuyeron al incremento de la herramienta neta.

Oncoy (2017), realizó una investigación presentando como objeto principal establecer un adecuado planeamiento del financiamiento para incrementar la rentabilidad en las Mypes en estudio. La presente averiguación fue del tipo descriptivo; El total de su población la conformaron 15 representantes de las empresas del sector. La hipótesis afirma que el planeamiento del financiamiento permite incrementar la rentabilidad de las Mypes del sector. La problemática se fundamenta en el bajo nivel de financiamiento que tiene las empresas, lo que impide que crezcan en el mercado y mantengan su nivel de rentabilidad positivo. Se concluyó que las Mypes en estudio no tienen un documento formal para el desarrollo de sus actividades, ni tienen planteados metas y objetivos, además el 80% de estas Mypes no cuentan con los fondos necesarios para solventar sus deudas con terceros y avalar la operatividad diaria de sus operaciones, de modo que se requiere elaborar un diseño de planeamiento financiero en el cual se incluya también un plan de acción con metas y objetivos determinados para el cumplimiento de estas a un corto y largo plazo. En tal sentido,

el estudio es relevante porque demuestra la importancia de poseer un planeamiento financiero que incluya las necesidades de financiamiento y estas puedan suplirse en el momento oportuno con el fin de garantizar la operatividad diaria, además permite que las acciones de la empresa se encaminen con una misión y visión definidas.

Dentro de las definiciones teóricas tenemos a la variable Planeación Financiera; Morales y Morales (2014), nos sugiere que la planeación tiene como propósito entablar las metas de la compañía que se quieren llegar, en seguida de una investigación de la compañía y su comportamiento con el medio ambiente donde se fomentan las rutas para alcanzar los objetivos, a esos factores se le denomina tácticas y habilidad. Para eso se hacen siete procesos. Fase 1: Perfeccionamiento de la misión y objetivos: Empezamos con realizar un análisis de factores internos, que es más conocido como análisis Foda. Entre las metas que la compañía puede proponerse es de: 1) procurar un programa sólido y consistente de ventas para de esta manera incrementar los ingresos de la compañía; 2) incrementar la cantidad producida, de esta forma la compañía puede entrar en juego con una economía a escala, e indirectamente reducir sus costos; 3) incrementar la cartera de clientes y sus socios comerciales, empleando una estrategia de pos venta, para la fidelización de clientes., y 4) tener una fuerte presencia dentro del mercado local, o en el mercado objetivo que tiene la compañía. Fase 2: Diagnostico de análisis FODA: La planeación empresarial precisa de una valoración de estos factores para comprender la situación actual de la organización, ya que estos factores nos demostraran los aspectos de valor de la organización y debilidad. El análisis de la compañía y su relación con estos factores facilita descubrir cuáles forman los puntos en el que está fallando y que según los perjuicios que puede originar a la compañía u organización, logren transformarse en amenazas. Fase 3: Perfeccionamiento de estrategias: Para eso se debe de estimar en correlación entre las oportunidades y amenazas con apoyo de la matriz foda, de esta forma como fortalezas y debilidades internas. Con lo cual se comprendería lo que la compañía desea alcanzar en su caso en particular, y así proveer o emplear las herramientas necesarias para lograr los objetivos pronosticados, de alguna forma es la posibilidad de que las estrategias ayuden a que la organización logre sus metas proyectadas. Morales y Morales (2014, p.3) Fase 4: Desarrollo del plan estratégicos: Un plan estratégico tiene internamente numerosos componentes, entre ellos: La meta y los objetivos organizacionales; La cantidad ofertada de productos; Un estudio y tácticas de competitividad comercial introduciendo oportunidades y amenazas, y proyectos Las tácticas para conseguir y manejar los elementos tecnológicos, fabriles, de marketing, financieros y humanos; Las

tácticas para disponer y propagar las competencias organizacionales y del personal; Reportes mensuales de las finanzas y la condición financiera de la organización, métricas de ventas, de desenvolvimiento del personal y que tan comprometidos están con lograr el objetivo de la organización. Fase 5: La creación de los cargos específicos para cubrir todas las necesidades de la organización, esta fase es clave para mantener una continua evolución de los cumplimientos de los objetivos o proyectos planteados. Fase 6: Dentro de esta fase se encarga de corroborar los resultados que están generando el cumplimiento de los objetivos, y si existe algún problema dentro de la organización, de esta manera se diagnostica cuáles son los factores que interrumpen la trayectoria, adicional a eso califica que proporción o que tan cerca se encuentra la organización de cumplir sus objetivos. Fase 7: En esta fase se especula el porcentaje de obtención de las metas proyectadas y de descubrir por qué no se completaron y formular un historial para evitar los mismos errores nuevamente en un futuro próximo. Morales y Morales (2014, p.4)

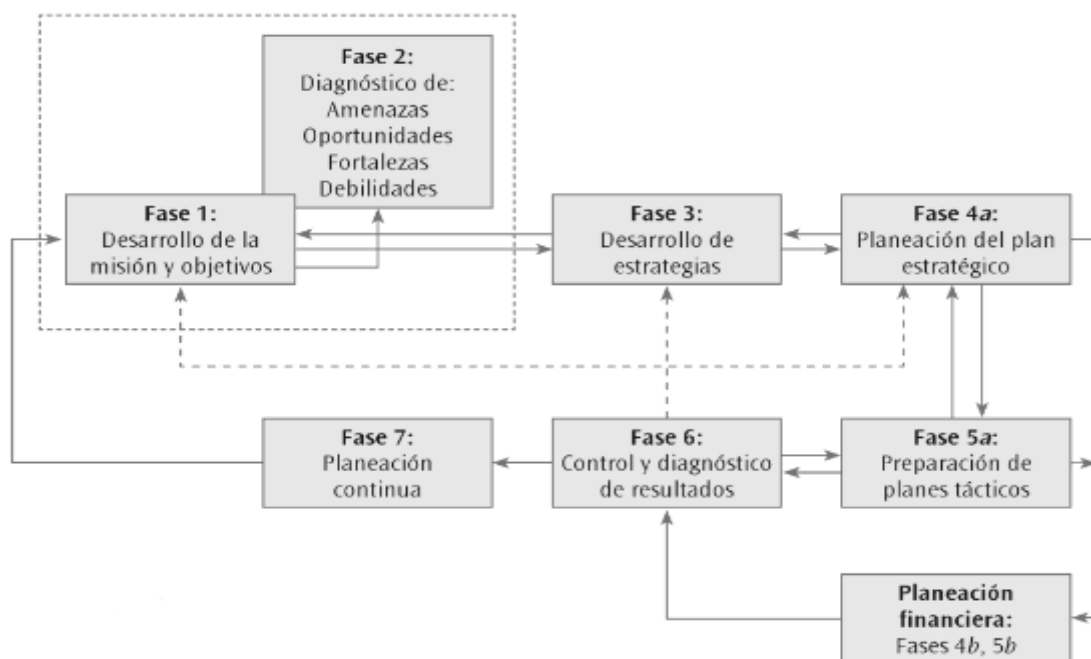


Figura 1. Proceso de la planeación

Morales y Morales (2010), nos sugiere que, la planeación financiera es lo que precisa el sentido que debe obtener una compañía, para intentar descubrir sus fines proyectados, su principal intención es optimizar o lograr una mayor rentabilidad, se define la cantidad necesaria de capital, de qué manera se financiará, el nivel de ventas necesario para mantener en marcha la organización y el ajuste óptimo de los costos operativos.

Planeación Financiera (Gitman y Zutter, 2012, p.179) nos manifiesta que la planeación financiera es fundamental para las sistematizaciones de la compañía porque entrega caminos por los cuales uno se puede orientar, sistematizar y velar las ocupaciones de la compañía con el deseo de lograr las metas de la organización. Los elementos más importantes para el perfeccionamiento del planeamiento financiero son la programación de efectivo que es en pocas palabras la preparación de un presupuesto para conocer el capital necesario y la planeación de utilidades para validar si es rentable o viable continuar con esa estrategia.

Ventajas de la planeación financiera en las compañías: Se necesitan ocupaciones como el examen de los flujos financieros de una empresa, llevar a cabo efectos de las distintas elecciones de capital necesario, formas de financiamiento y tiempo de retorno de utilidades, la forma de equilibrar la toma de decisiones, de esta manera orientar siempre a la generación de valor a la compañía. La iniciativa es comprender el desarrollo financiero de la compañía, como está en la actualidad y la ruta que se debe seguir u orientar; En casos donde seguir la ruta mejor planeada es desfavorable, la organización debe tener preparado un plan de contingencias, para limitar lo más que se pueda las pérdidas generadas o cómo reaccionar para reestructurar el problema, y continuar con la estrategia propuesta en un inicio. (Morales y Morales, 2014, p. 10)

Beneficios de la planeación financiera: Una de las virtudes es porque ordena a la gestión a integrar los probables desvíos de la ruta que se determina para la organización. Cuando una compañía dispone de su plan financiero no solo piensa en los resultados que logrará, sino además gestiona las posibles contingencias que pueden ser situaciones inesperadas. En situaciones fortuitas existe la posibilidad de entrar en una etapa de situaciones desfavorables y es necesario realizar estudios de sensibilidad para conocer el grado de influencia que pueda tener un posible problema. La planeación financiera, hace un análisis de la circunstancia de hoy, igualando los factores del foda, de esta manera se integra a todas las superficies de la compañía, se anticipa a futuros factores que puedan alterar los objetivos, de esta manera describe los niveles de diversa clase, al desplegar proyectos de acción para lo inesperado. A lo largo del desarrollo de la planeación tope de control para analizar si se está logrando el cumplimiento de los objetivos, para este análisis se empleando diferentes métricas, dependiendo lo que se quiere medir. (Morales y Morales, 2014, p.10)

El proceso de Planeación Financiera: Inicia con los proyectos a la larga o estratégicos, estos, a su vez, guían la formulación de los proyectos y capitales a corto período u operativos. Es muy común que los proyectos y capitales a breve período se orienten a hallar los objetivos de corto período, los cuales a su vez forman parte de los objetivos estratégicos o de extenso período de la compañía. (Morales y Morales, 2014).

Proceso de la planeación financiera.

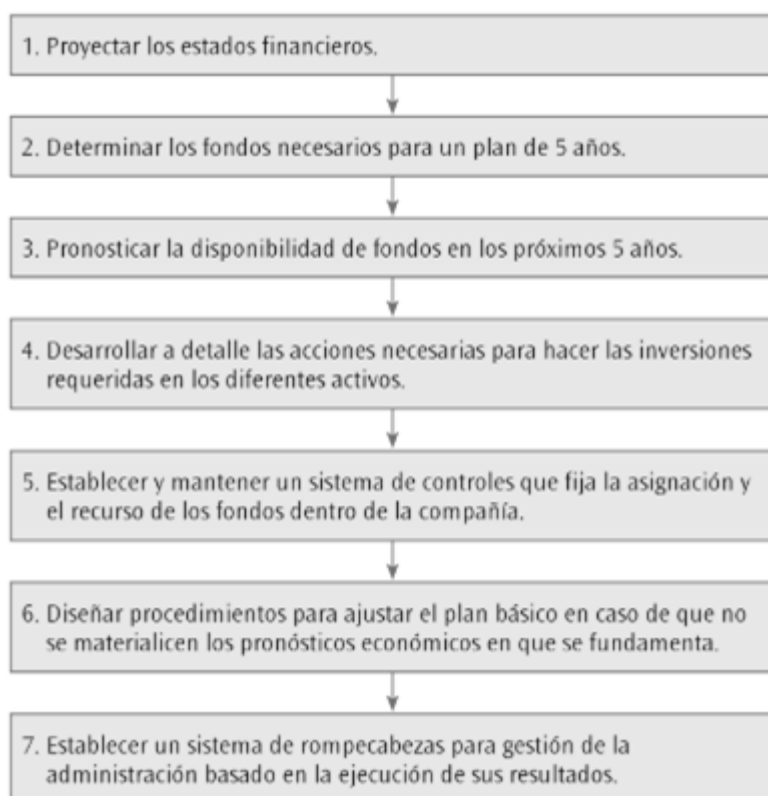


Figura 2. Proceso de la planeación financiera

Planes Financieros de Largo Plazo: Son definidos además como planes financieros estratégicos que determinan las operaciones financieras que fueron planeadas a futuro en una compañía y el efecto previsto de esas operaciones a lo largo de ciclos que circulan entre 1 – 10 años. Pero estos proyectos regularmente son de 5 años que se producen en las organizaciones que revisan información valorativa mientras va ocurriendo (Gitman & Zutter, 2012).

Proyectos Financieros de Corto Plazo: Citados además proyectos financieros operativos, porque detallan las operaciones financieras en corto período y el efecto proyectado de estos procedimientos a lo largo de ciclos de corto plazo. Sus elementos importantes son las entradas que tienen dentro el pronóstico de comercialización, datos operativos y los balances económicos planeados. (Gitman & Zutter, 2012).

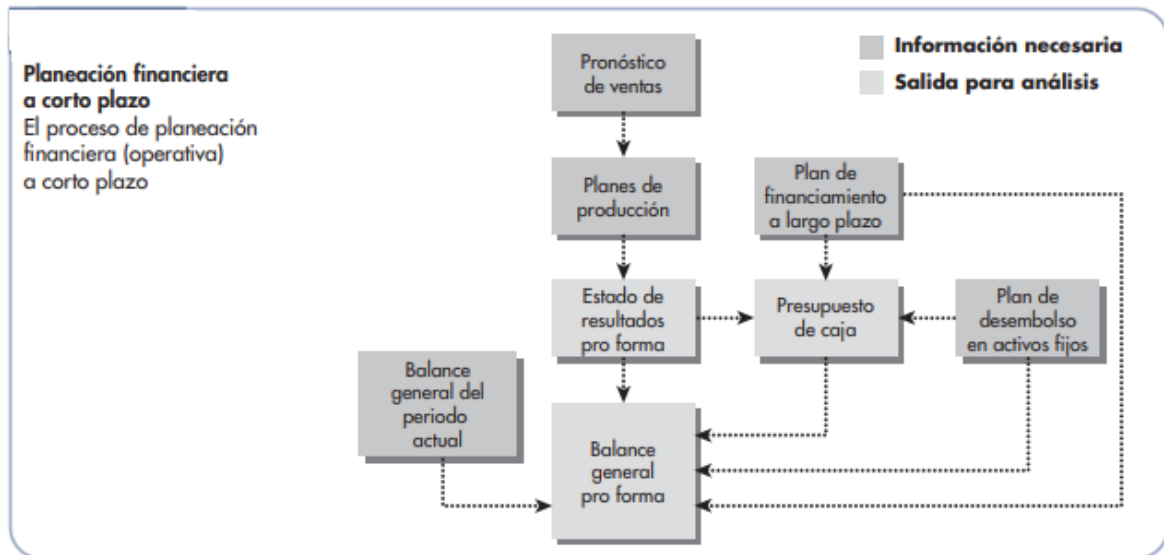


Figura 3. Planeación Financiera a Corto Plazo

Proceso Clave de la planeación financiera: Es el pronóstico de cuánto va a comercializar la compañía en el transcurso de un preciso período realizado con la información de antecedentes o datos internos y externos de la empresa. Esta es una investigación esencial para desarrollo de la planeación financiera a corto período. Con esta información el encargado financiero de la organización analiza los flujos de efectivo por mes que va crear los capitales de ventas planeados y los costos propios con las ventas, la producción y el inventario. De igual modo, calcula el nivel necesario de capital y el método que se empleara para el financiamiento (Gitman y Zutter, 2012, p.119).

Planeación de efectivo: El Presupuesto de caja: Es un estado proyectado donde se expresan las entradas y las salidas de efectivo de la organización que se diseña para contemplar un tiempo de un año. Se usa para calcular las solicitudes de dinero a corto lapso, primordialmente en la planeación de lo sobrante de efectivo, de esta forma como lo faltante (Planeación de las utilidades: Para planear la herramienta y la circunstancia financiera de la compañía se apoya en las concepciones de acumulación. Para los inversionistas, acreedores y la gerencia de la compañía prestan una particular atención a los balances económicos

proyectados. Los procedimientos para hacer los estados proyectados se fundamentan en las certidumbres que las relaciones financieras no cambiarían en el siguiente tiempo que se encuentran reflejados en los balances económicos pasados de la compañía. Se necesitan para llevar a cabo los estados proyectados los balances económicos del año previo y la estimación de lo que se podría vender los próximos años. (Gitman & Zutter, 2012).

Elaboración de los Estados Financieros Proforma: Para hacer los estados de resultado proyectados se ejecuta por medio del procedimiento del porcentaje de ventas, es un procedimiento realmente simple de utilizar. Pronostica posibles tendencias de consumos de acuerdo a los análisis realizados años anteriores. (Gitman & Zutter, 2012).

Elaboración del estado de Situación Financiera proforma: Se usa el procedimiento crítico, con esta habilidad se valoran los montos de algunos cálculos del balance general y el financiamiento de afuera de la compañía se usa como una proporción de equilibrio. Este procedimiento es una edición bastante superior que el procedimiento de porcentaje de ventas para llevar a cabo el estado de circunstancia financiera proyectado, solo necesita un algo más de información y produce superiores cálculos. (Gitman & Zutter, 2012).

Continuando con las definiciones teóricas vinculadas a la segunda variable Rentabilidad, tenemos; (Sánchez, 2002, p.2). La rentabilidad es la medida del desempeño que generan los capitales en un preciso tiempo de tiempo usados en el mismo. Esto nos sugiere que el provecho agregada sobre lo invertido por la compañía teniendo más capital que egresos provocando bastante herramienta analizados por medio de los ratios financieros.

Conexión Esan (2015, p.1), determina que “La rentabilidad radica en la aptitud de un activo de crear oportunidades en relación a una inversión realizada”. Al hacerse una inversión es ineludible que permanezca alguna indecisión sobre si las cantidades de rentabilidad vas a ser las esperadas, a esto se le llama compromiso.

Guitman, Lawrence J. (1992), menciona que, “desde el criterio de la gestión financiera, la rentabilidad es un indicador que concierne los desempeños de la compañía con las ventas, los activos o el capital. Este indicador facilita considerar las ganancias de la compañía en relación a un nivel realizado de comercialización e inversión de los propietarios. La consideración de esta medida radica en que una compañía sobreviva es requisito producir utilidades. Entonces, la rentabilidad está de manera directa relacionado con el compromiso,

si una compañía quiere incrementar su rentabilidad desde además incrementar el compromiso y, al opuesto, si quiere bajar el compromiso, debe bajar la rentabilidad.

Inversión: La inversión es el desarrollo a tomar en cuenta en el instante de decidir de inversión, para lo cual ofrecen un trámite de cinco pasos a saber: Detallar una política de inversión, investigar los valores, crear una cartera o portafolio, comprobar la cartera y considerar el desarrollo de la cartera, teniendo en cuenta que la Banca de Inversión es la actividad de mayor relevancia en el mercado de capitales, donde la relación entre las dos con referencia a su accionar, evolución y desarrollo es directa, lo que establece la consideración de la primera en el desarrollo y avance de la segunda. (Sharpe, 2003).

Análisis financiero, Es la utilización de los balances económicos para investigar la posición y el desarrollo financieros de una empresa, de esta forma como considerar el desarrollo financiero futuro. (Wild, Subramayam, Halsey, 2007, p.40)

Niveles de Análisis de la Rentabilidad: Hace referencia al desempeño de los activos de una compañía con la soberanía de la financiación en un tiempo particular. La rentabilidad económica se considera como la medida de la aptitud de una compañía para crear valor con sus activos con soberanía de cómo fueron financiados (Sánchez, 2002, p.5). Por lo tanto, la productividad económica mide la rentabilidad de la compañía para lograr crear provecho por inversión monetaria realizada para la organización.

Rentabilidad Financiera: Denominada también como return on equity (ROE), es el desempeño que se obtuvo por los capitales propios, en un período de tiempo, con soberanía de la organización del resultado. Es considerada la rentabilidad una medida más cercana a los inversionistas o dueños (Sánchez, 2002, p.10). Por lo tanto, es el provecho de los elementos que ha invertido el dueño o inversionistas en la compañía. Se calcula la rentabilidad financiera de la operación entre el beneficio neto y patrimonio neto.

Las métricas, constituyen un instrumento vital para corroborar el comportamiento de la organización y optimizar la toma de decisiones. Se usa para conseguir un ágil diagnóstico de la administración económica y financiera de una compañía. Cuando se comparan por medio de una serie histórica aceptan investigar la evolución de la misma en el tiempo, admitiendo examen de inclinación como una de las utilidades primordiales para la proyección Económico - Financiera. (Edición Arcoraci, p.1)

Ratios de Rentabilidad: Se usan para calcular y considerar el desempeño de la compañía que generó una cierta variable como: activo, patrimonio, capital social, ventas, etc. Patrimonio (Ediciones Caballero Bustamante (ECB), 2008)

Financiamiento: Es la obtención de elementos o medios de pago, que se destinan a la consiguío de los bienes de capital que la compañía requiere para el cumplimiento de sus objetivos. Aguirre (1992, p.401).

Weston y Copekand (1995, p.35) definen la composición de financiamiento como la manera en la cual el activo de una compañía está representado por el lado derecho del balance general, introduciendo las deudas a corto período y las de extenso período, aso como el capital del dueño o accionista. Se expone que la forma como están distribuidas las distintas fuentes de financiamiento de la compañía se llama composición financiera. En otros términos, la composición de la financiación es la forma de como una institución puede llegar a obtener la capital necesario o elementos necesarios para completar su misión.

Utilidad: La herramienta se sabe cómo la cualidad que tienen los bienes para agradar los deseos o apetitos humanos. La herramienta no es una propiedad de forma exclusiva objetiva de los bienes, de hecho, la herramienta varía considerablemente según las ediciones de los deseos. Castañeda (1991)

Apalancamiento Financiero: El apalancamiento financiero es una razón que comunica en relación al nivel en que una compañía se financia con deuda. Cuanto más importante sea la deuda, más grande va a ser la oportunidad de que la empresa tenga inconvenientes para realizar sus obligaciones. Emery, Finnerty y Stowe (2000, p.82)

Rentabilidad de las ventas netas: Esta ratio calcula la aportación de las ventas a las utilidades de la organización. El propósito primordial es achicar los costos, administrando que la parte importante del capital por ventas se conviertan en beneficios para la organización. Se calcula la utilidad neta sobre las ventas netas (ECB, 2008).

Margen Bruto: Esta métrica analiza la aptitud de las ventas para lograr hacer herramienta bruta. Si el margen es alto la compañía va a poder detallar sus costos de ventas, la aptitud de contemplar sus costos operativos y conseguir una herramienta neta. Se calcula utilidad bruta sobre ventas netas (ECB, 2008).

Margen Operativo: Analiza el resultado operativo sobre ventas, además tiene la aptitud para lograr enfrentar bajones de ventas sin que esto tenga una repercusión grande sobre los resultados. (El economista. 2015)

Rentabilidad de los Activos: Conocido también como ROA (Return on Assets), esta clase de métrica facilita relacionar los resultados obtenidos en la compañía (utilidad Neta) con las inversiones de la compañía en un preciso tiempo. Si este indicio es prominente significa que los activos son rentables y eficientes, además si es la situación opuesta se relaciona con una baja eficacia o la ineficiencia de la gestión de los activos. (ECB, 2008)

Rentabilidad Patrimonial: Conocida también como ROE (Return On Equity), es el indicio que nos irá a aceptar exhibir el monto de herramienta neta que se generó por el dinero que se invirtió dentro de la compañía y el principal objetivo de esta métrica es comprobar si es realmente viable (Ediciones Caballero Bustamante (ECB), 2008).

Ante todo lo señalado anteriormente, se concluyó formular la siguiente interrogación de investigación: como problema general es ¿De qué manera el planeamiento financiero se relaciona con la rentabilidad de la empresa Premium Brands SAC, 2019? entre los problemas específicos tenemos: Problema específico 1: ¿De qué manera la planeación financiera se relaciona con los ingresos de la empresa Premium Brands SAC, 2019?, Problema específico 2: ¿De qué manera la planeación financiera se relaciona con el análisis financieros de la empresa Premium Brands SAC, 2019?, y Problema específico 3: ¿De qué manera la planeación financiera se relaciona con los ratios de la empresa Premium Brands SAC, 2019?. Seguidamente, como justificación del estudio se examinó que el presente trabajo de investigación accederá a efectuar un planeamiento financiero que dejará saber distintos mecanismos con la finalidad de lograr los objetivos establecidos por la organización Premium Brands SAC. En la actualidad existe desconocimiento sobre virtudes que se logren conseguir con la aplicación del planeamiento financiero, dentro de un manejo correspondiente de la contabilidad, donde los inversionistas, directores y la misma gerencia concurren ayudando a una mejor exhibición económica financiera que como conclusión de esta administración, dé como resultado una más grande rentabilidad. Otro punto considerable al entablar un plan financiero se puede detectar los costos que incrementan la producción de bienes o la ejecución de servicios por la organización, lo que va a traer como resultado la economía de los costos y el crecimiento de la rentabilidad. Como justificación teórica, se va a usar bibliografía en un marco teórico de referencia considerando al planeamiento

financiero, para después poder ofrecer una satisfacción y anunciar la consideración que tiene el Planeamiento financiero en la toma de elecciones, puesto que establece objetivos para realizar a los resultados baratos que se esperan conseguir más adelante, además facilita recompensar a los que leen y se involucren en conservar una cultura de formación financiera tanto personalmente como él lo empresarial. Como justificación Práctica, aplicamos procedimientos servibles de planeación que cubra las pretensiones en las finanzas de las compañías, y para el provecho de la actualización de sus elementos baratos y la terminación de las misiones, dado que en este momento varios emprendedores empíricos eligen por la informalidad y no aplican mecanismos financieros para desarrollar la eficacia de sus ganancias de este modo su negocio sea más fructífero. Como justificación Metodológica, va a influir a la recopilación de datos por medio de las investigaciones para alcanzar, indagar resultados, describirá las cambiantes o dimensiones que se plantearon para el estudio, contribuye utilidades para calcular por medio de los cuestionarios. Por lo cual se justifica la realización de esta investigación precisando lo siguiente: el valor teórico de esta pesquisa es que tiene la posibilidad de ser utilizada como fuente de información para otra gente que coincidan con el estudio de las cambiantes nombradas en este trabajo y podría ser útil como punto de inicio para descubrir futuras indagaciones que guarden correo con el tema en estudio. En relación a las implicaciones prácticas, se ejecuta este trabajo con la finalidad de poder detectar las oportunidades de optimización frente el inoportuno descrito y de esta forma poder llevar a cabo la satisfacción del mismo, fortaleciendo las debilidades del sector en relación al planeamiento financiero y la rentabilidad. Se estima que este trabajo de investigación logre ser usado para corregir inconvenientes del mismo tipo en las distintas compañías del país, o ser implantado como material de sugerencia por personas u organizaciones que buscan la optimización de sus procesos financieros. La investigación está dirigida a demostrar la relación entre el planeamiento financiero con la rentabilidad en el área de finanzas de la empresa Premium Brands SAC, 2019.

Con la herramienta del presente trabajo se va a poder demostrar claramente en los resultados que se consiguieron. Como objetivo general de la investigación es: Determinar la relación del planeamiento financiero y la rentabilidad de la empresa Premium Brands SAC, 2019. Y como objetivos específicos tenemos: Objetivo específico 1: Determinar la relación del planeamiento financiero en los ingresos de la empresa Premium Brands SAC, 2019. Objetivo específico 2: Determinar la relación del planeamiento financiero en los análisis

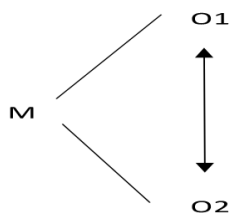
financieros de la empresa Premium Brands SAC, 2019. Objetivo específico 3: Determinar la relación del planeamiento financiero en los ratios de la empresa Premium Brands SAC, 2019. Como hipótesis general de la investigación se planteó lo siguiente: El planeamiento financiero tiene relación con la rentabilidad de la empresa Premium Brands SAC, 2019. Entre las hipótesis específicas tenemos: Hipótesis específica 1: El planeamiento financiero tiene relación con la inversión de la empresa Premium Brands SAC, 2019 2: El planeamiento financiero tiene relación con el análisis financiero de la empresa Premium Brands SAC, 2019 3: El planeamiento financiero tiene relación con los ratios de la empresa Premium Brands SAC, 2019.

II. Método

2.1. Tipo y diseño de investigación:

Tipo de investigación: Para esta indagación se ejecutó el tipo de exploración elemental, porque se obtuvo información, para dar de conocer el saber científico apoyado las teorías similares a determinar las cambiantes en el avance de la exploración. Según Sánchez, Reyes (2015) “[...] las investigaciones básicas ayudan al progreso científico y la obtención de nuevos comportamientos en los resultados”. En cuanto al Diseño de investigación: Para la exploración se encontrará la relación entre las cambiantes, se emplea el diseño no en fase de prueba porque no se manipularán las cambiantes. Según Hernández-Sampieri (2010, p.174) “[...] en la investigación no experimental solo se limitan a observar el comportamiento de las variables tal como están en su ambiente natural, es decir, que no se manipula ni las variables ni el ambiente donde el problema se encuentra”. Respecto al Corte de investigación: Se tomó la decisión de utilizar el estudio transversal o transaccional porque se ejecuta en un instante del tiempo. Según Hernández-Sampieri (2010, p.176) señaló que “[...] en las investigaciones con un corte transversales se podría comparar como hacer una captura de lo que pasa en un momento específico o instante de tiempo dado”. En cuanto al Enfoque de la investigación: Se eligió por utilizar el enfoque cuantitativo porque el examen de datos es numérico y sistemático, asistido en la estadística a través de la recolección de información para posteriormente trasladarlo a una tabla y estudiar las cambiantes (Hernández-Sampieri, 2010, p. 14). Respecto al Nivel de investigación: se aplicó la investigación correlacional, debido a que se va a comprender la relación entre ambas

cambiantes. Ruiz (2013) señaló que “[...]la investigación correlacional se encarga de medir el nivel o grado de relación que poseen las variables estudiadas”.



Esquema de investigación correlacional

Dónde: M = Muestra – Área administrativa
 O1 = Observación de la variable PF
 O2 = Observación de la variable R
 ↑↓ = Relación entre las variables

Método de investigación: Se empleó el procedimiento hipotético deductivo debido a que facilita formular y llevar a cabo las conjetura detalladas en la presente investigación para posteriormente sacar conclusiones y sugerencias. Según Sánchez, Reyes (2015) señalaron que “[...] este método es empleado para las investigaciones de análisis numéricos como del tipo cuantitativas”.

2.2. Operacionalización de variables

Variable Planeamiento Financiero

Definición conceptual: (Morales y Morales, 2014, p 7) nos manifiesta que La planeación financiera determina la manera de ejecutar las misiones y las tácticas, y para llevar a cabo un plan coherente pide comprender la forma en que la compañía podría conseguir una rentabilidad a la larga más alto. Al crear un plan financiero se mezclan todas las proyecciones e inversiones que la compañía ejecutara.

Definición operacional: Esta variable está conformada por las dimensiones: pronostico financiero, estados financieros y proyecciones. Las cuales tienen como indicadores: pronostico de ventas, planeación de efectivo, planeación de las utilidades, los Estados de resultados y estados de situación financiera, Objetivos a corto, mediano, largo plazo y evaluación de objetivos.

Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable Planeamiento financiero

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición	Niveles y rango
D1 Pronostico Financiero	I1 Pronostico de ventas	Del 1 al 3		
	I2 Planeación de efectivo	Del 4 al 6		
	I3 Planeación de las utilidades	Del 7 al 9		
D2 Estados Financieros	I4 Estados de resultados	Del 10 al 12	Siempre (5)	Alto (93-95)
	I5 Estados de situación financiera	Del 13 al 14	Casi siempre (4)	Medio (88-92)
			Algunas veces (3)	Bajo (78-87)
D3 Proyecciones	I6 Objetivos a corto plazo	Del 15 al 16	Casi nunca (2)	
	I7 Objetivos a largo plazo	Del 17 al 19	Nunca (1)	
	I8 Evaluación de objetivos	20		

Variable Rentabilidad

Definición conceptual: Según Sánchez menciona que La rentabilidad es la grado o nivel del desempeño que generan los capitales en un preciso tiempo de tiempo usados en el mismo. Esto nos significa que es un provecho agregada sobre lo invertido por la compañía teniendo más capital que egresos provocando bastante herramienta analizados por medio de los ratios financieros. (Sánchez, 2002, p.2).

Definición operacional: Esta variable está conformada por las dimensiones: inversión, análisis financiero, ratios. Las cuales tienen como indicadores: rentabilidad económica, rentabilidad financiera, van, razón de liquidez, razón de estructura de capital, razón de rentabilidad bruta, margen neto, margen bruto y rentabilidad sobre el patrimonio.

Tabla 2

Operacionalización de la variable Rentabilidad

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición	Niveles y rango
D1 Inversión	I9 Rentabilidad Económica	Del 21 al 23		
	I10 Rentabilidad Financiera	Del 24 al 25		
D2 Análisis Financiero	I11 Van	26		
	I12 Razón de liquidez	27	Siempre (5)	Alto (60)
	I13 Razón de estructura de capital	28	Casi siempre (4)	Medio (47-59)
	I14 Razón de rentabilidad bruta	29	Algunas veces (3)	Bajo (45-46)
				Casi nunca (2)
D3 Ratios	I15 Margen Neto	30	Nunca (1)	
	I16 Margen Bruto	31		
	I17 Rentabilidad sobre el patrimonio	32		

2.3. Población, muestra y muestreo

Población: Son todos los individuos o conjunto de elementos a los cuales se le realizaran el estudio de investigación, esta población está compuesta por sujetos (López, 2004). Para la presente investigación está contemplado por los colaboradores de la empresa PREMIUM BRANDS SAC, que cuenta con sucursales en Lurín y Miraflores.

Muestra: Es de carácter censal y está conformada por 50 colaboradores que laboran actualmente en la organización estudiada.

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

Técnica: Según Sánchez, Reyes (2015, p.163) “[...] son las actividades a concretar con la cual se recibe la información de las variables para posteriormente analizarlas y comprender el comportamiento”. Las técnicas tienen la posibilidad de ser directas o indirectas, para la presente exploración se va a usar la técnica indirecta a través del uso de cuestionarios para los dos cambiantes. Los cuestionarios según Sánchez, Reyes (2015, p.164) “[...] son

presentadas de manera redactada y tiene dentro problemas afines con los objetivos proyectados y tienen la posibilidad de ser: dicotómica, politómica, comparación, selección obligada y opción múltiple”.

Instrumento: se ha empleado el instrumento de la encuesta como menciona Sánchez, Reyes, y Mejía (2018) “Es una herramienta para la recolección de datos conformado por un conjunto de preguntas las cuales forman un cuestionario para recabar información de una problemática a estudiar” (pg. 59). A continuación, se detalla la ficha técnica.

Variable: Planeamiento Financiero

Denominación:	Planeamiento Financiero
Autor:	Morales y Morales
Adaptación:	Br. Lizeth Villafane
Lugar:	región Lima
Fecha de aplicación:	noviembre de 2019
Objetivo:	determinar la relación del planeamiento financiero
Administrado a:	administradores o gerentes
Tiempo:	30 minutos

Variable: Rentabilidad

Denominación:	Rentabilidad
Autores:	Sánchez
Adaptación:	Br. Lizeth Villafane
Lugar:	región Lima
Fecha de aplicación:	noviembre 2019
Objetivo:	determinar el grado de rentabilidad
Administrado a:	administradores, gerentes
Tiempo:	25 minutos

Validez del instrumento: Sánchez, Reyes (2015, p. 167) “determinó que toda utilidad empleada debe realizar el objetivo planteado que es hacer la comprobación de algo”, en esta exploración usamos la validez de contenido que se muestra por medio de “una proposición de juicio, gracias a que no puede ser señalada cuantitativamente por medio de un aspecto o

índice, ósea, se analiza de forma subjetiva” (Ruiz, 2013, p. 107). Para Sánchez, Reyes (2015, p. 167) la validez de contenido se resume: “cuando los ítems que constituyen el instrumento establecen una exhibe representativa de los indicadores de la opción que valúa”.

Tabla 3

Resultado de validez de contenido del instrumento de Planeamiento Financiero

Nº	Grado académico	Nombres y apellidos del experto	Dictamen
1	Doctor	Ramírez Tirado Carlos A.	Aplicable
2	Magister	Chicchon Mendoza Oscar	Aplicable
3	Magister	Zarate Ruiz Gustavo E.	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

Resultado de validez de contenido del instrumento de Rentabilidad

Nº	Grado académico	Nombres y apellidos del experto	Dictamen
1	Doctor	Ramírez Tirado Carlos A.	Aplicable
2	Magister	Chicchon Mendoza Oscar	Aplicable
3	Magister	Zarate Ruiz Gustavo E.	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad: Según Sánchez, Reyes (2015, p. 168) “es la permanencia o nivel de coherencia de un test aplicado a un preciso grupo de encuestados”. Torres, Salazar (2015, p. 9). “Los valores del índice de confiabilidad fluctúan entre 0 y 1 y se estima admisible cuando está como categoría alta o límite superior de 0.80” (Ruiz, 2013, p. 99).

La estimación de la confiabilidad de la presente investigación, se realizó con el programa estadístico SPSS generando el análisis de Alpha de Cronbach, donde los resultados fue la siguiente:

Tabla 5

Datos estadísticos de fiabilidad del instrumento de recolección

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,903	32

La fiabilidad obtenida de la variable Planeamiento Financiero el cual está conformado de 20 Ítems y la Rentabilidad el cual está conformado de 12 Ítems, al procesar datos en el SPSS se obtuvo un 0.903 de Alfa de Cronbach, por tanto, se puede afirmar que el instrumento es confiable.

2.5. Procedimiento:

Para el proceso de recolectar la información se toman los elementos como la autorización, el tiempo, el apoyo logístico, los procesos y los costos que se incurran para la recolección.

Tabla 6

Elementos para la recolección de datos

Elementos	Recursos
Autorización	Empresa Premium Brands SAC
Capacitación	Apoyo de Colaboradores
Tiempo	1 a 3 días se realiza la encuesta
Apoyo logístico	Formato de los cuestionarios
Proceso	Entrega de cuestionario al personal

Fuente: Elaboración propia

2.6. Método de análisis de datos

Para la presente investigación se realizó el análisis estadístico con el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), para conseguir como resultados gráficos y tablas

para las cambiantes y dimensiones; en nuestra exploración se aplicó la escala de tipo ordinal en lo que se consiguieron resultados por rangos, para conseguir más grande información las cambiantes estudiadas. Sánchez, Reyes (2015, p.59).

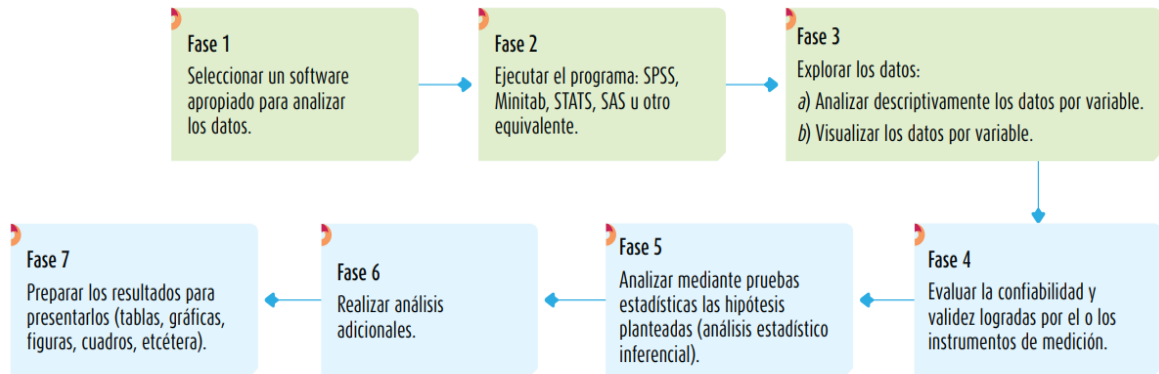


Figura 4. Fases de análisis

2.7. Aspectos éticos

Bolívar (2005, p. 96) expuso que la ética profesional “tiene dentro los valores y principios con el que trabaja cada sujeto en correlación con realizar algo, es el seguir del profesional que no únicamente se fundamenta en reglas, es además lo que experimenta en su quehacer periódico”. El trabajo de investigación se realizó con autorización de la empresa donde se aplicaron los cuestionarios a los colaboradores. Además, se analizó la confiabilidad de la información (datos), respecto de la recolección de datos por medio de cuestionarios anónimos para no modificar ni influenciar en las respuestas sobre la exploración de los dos cambiantes de examen.

III. Resultados

En este capítulo se empezó a realizar el análisis descriptivo, de la información obtenida en la encuesta y luego se procesó en el software SPSS de ambas variables del estudio y luego se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 7

Variable Planeamiento Financiero

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	2 %	2 %
	Medio	11	22 %	24 %
	Alto	38	76 %	100 %
	Total	50	100 %	100 %

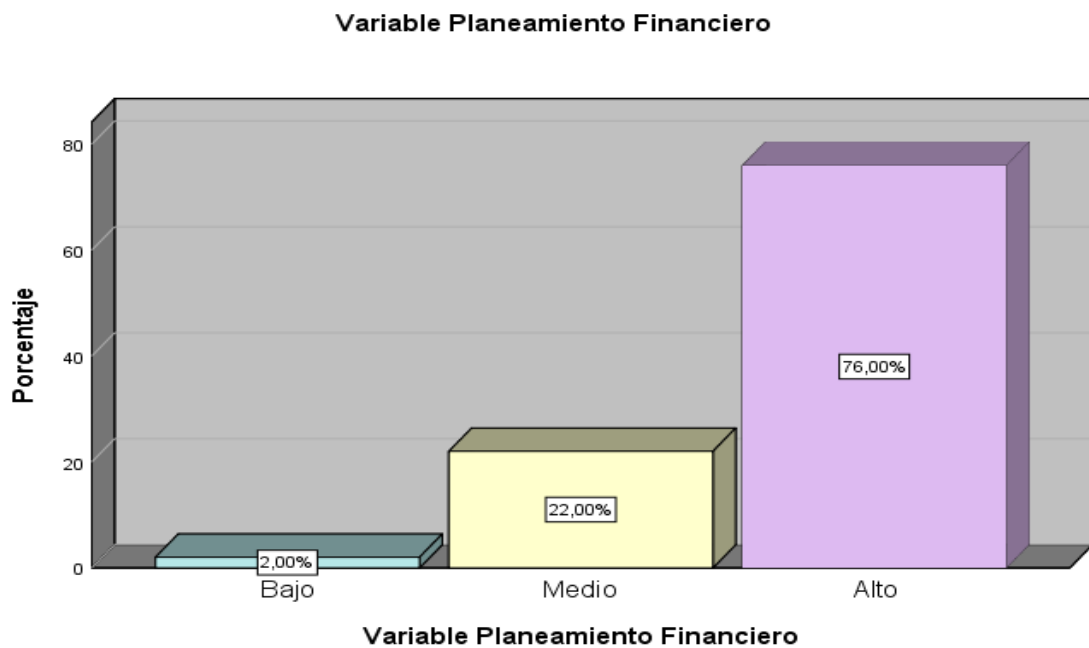


Figura 5. Nivel de la variable Planeamiento Financiero

Del resultado obtenido y mostrado en la tabla 7 y representado en la figura 5, se observa que hay conocimiento en la empresa sobre el Planeamiento financiero con porcentaje del 76% que representa un nivel alto y el 22% tiene conocimiento medio sobre el planeamiento financiero y el 2% tiene un conocimiento bajo sobre el tema según los colaboradores de la empresa PREMIUM BRANDS SAC,2019.

Tabla 8

Variable Rentabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	14	28 %	28 %
	Medio	5	10 %	38 %
	Alto	31	62 %	100 %
	Total	50	100 %	100 %

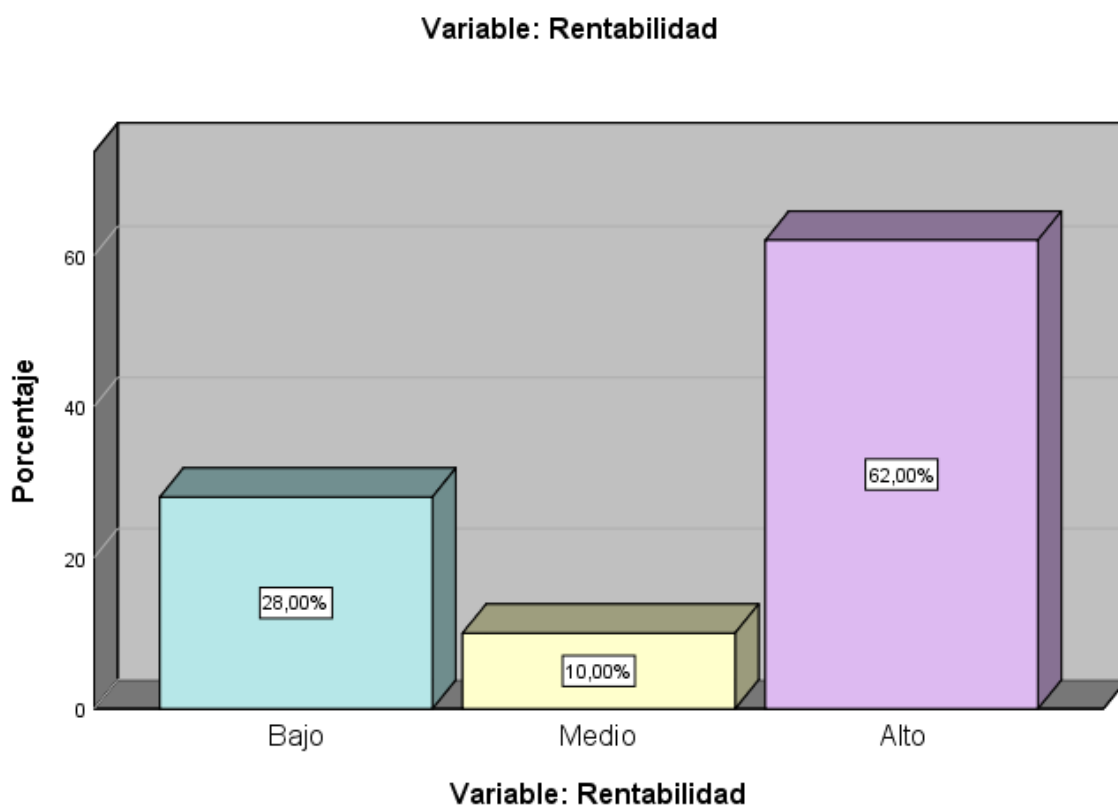


Figura 6. Nivel de la variable Rentabilidad

En la tabla 8 y representada en la figura 6 observamos que se tiene conocimiento que cuentan con la rentabilidad con porcentaje del 62% que representa un nivel alto, el 10% tiene un conocimiento medio sobre la rentabilidad y el 28% tiene un conocimiento bajo sobre el tema según los colaboradores de la empresa PREMIUM BRANDS SAC, 2019.

Tabla 9

Nivel de dimensión del Pronóstico Financiero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	2 %	2 %	2 %
	Medio	19	38 %	38 %	40 %
	Alto	30	60 %	60 %	100 %
	Total	50	100 %	100 %	

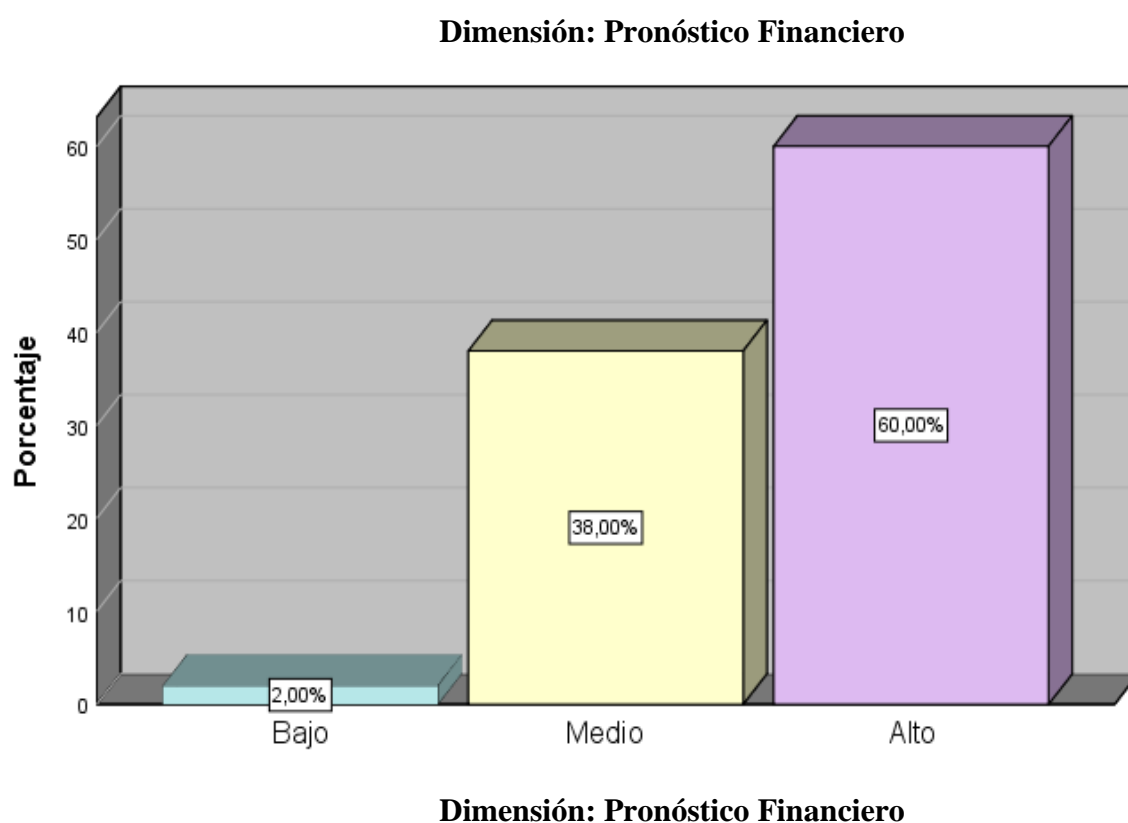


Figura 7. Nivel de la dimensión: pronóstico Financiero

Del resultado mostrado en la tabla 9 representado en la figura 7, observamos que hay conocimiento en la empresa sobre el pronóstico financiero con porcentaje del 60% que representa un nivel alto, el 38% tiene conocimiento medio sobre el pronóstico financiero y el 2% tiene conocimiento bajo sobre el tema según los colaboradores de le empresa PREMIUM BRANDS SAC, 2019.

Tabla 10

Nivel de dimensión de los Estados Financieros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	8 %	8 %	8 %
	Medio	17	34 %	34 %	42 %
	Alto	29	58 %	58 %	100 %
	Total	50	100 %	100 %	

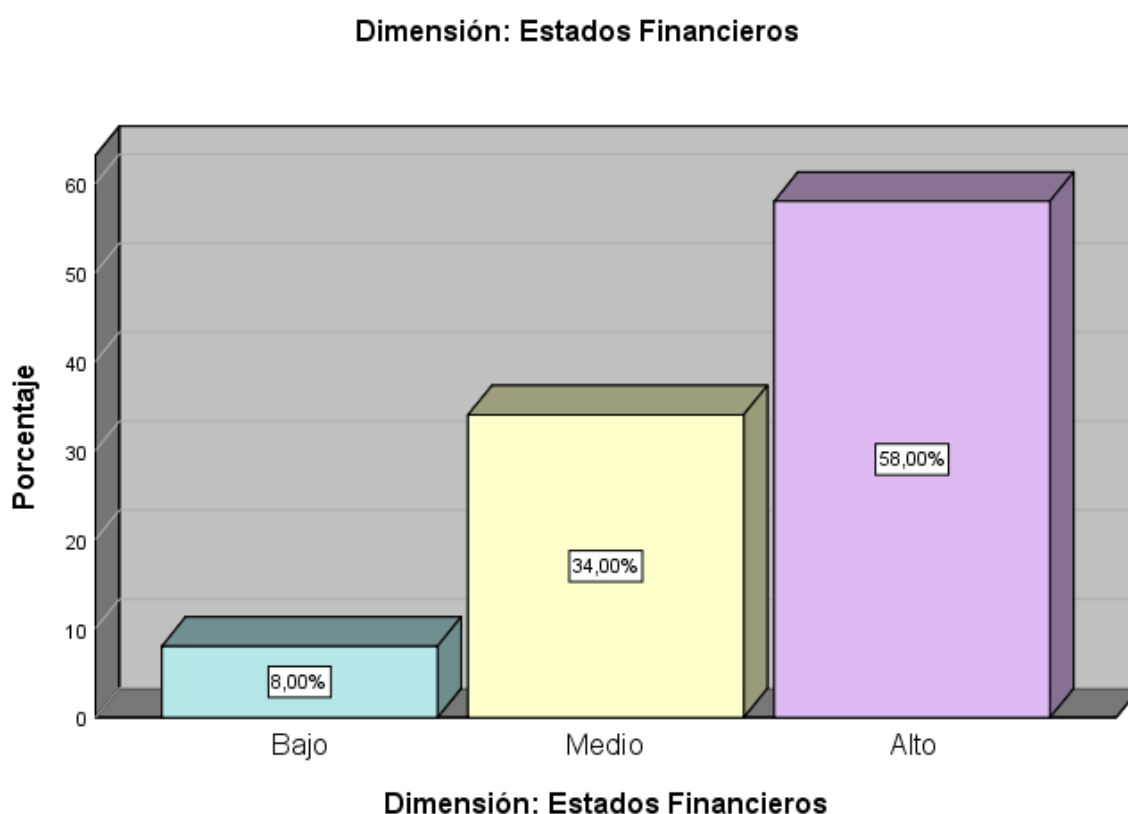


Figura 8. Nivel de la dimensión: Estados Financieros

De los resultados mostrados en la tabla 10 y representada en la figura 8, observamos que hay conocimiento en la empresa sobre los estados financieros con porcentaje del 58% que representa un nivel alto, el 34% tiene conocimiento medio sobre los estados financieros y el 8% tiene un conocimiento bajo sobre el tema según los colaboradores de la empresa PREMIUM BRANDS SAC, 2019.

Tabla 11

Nivel de las Proyecciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	4 %	4 %	4 %
	Medio	14	28 %	28 %	32 %
	Alto	34	68 %	68 %	100 %
	Total	50	100 %	100 %	

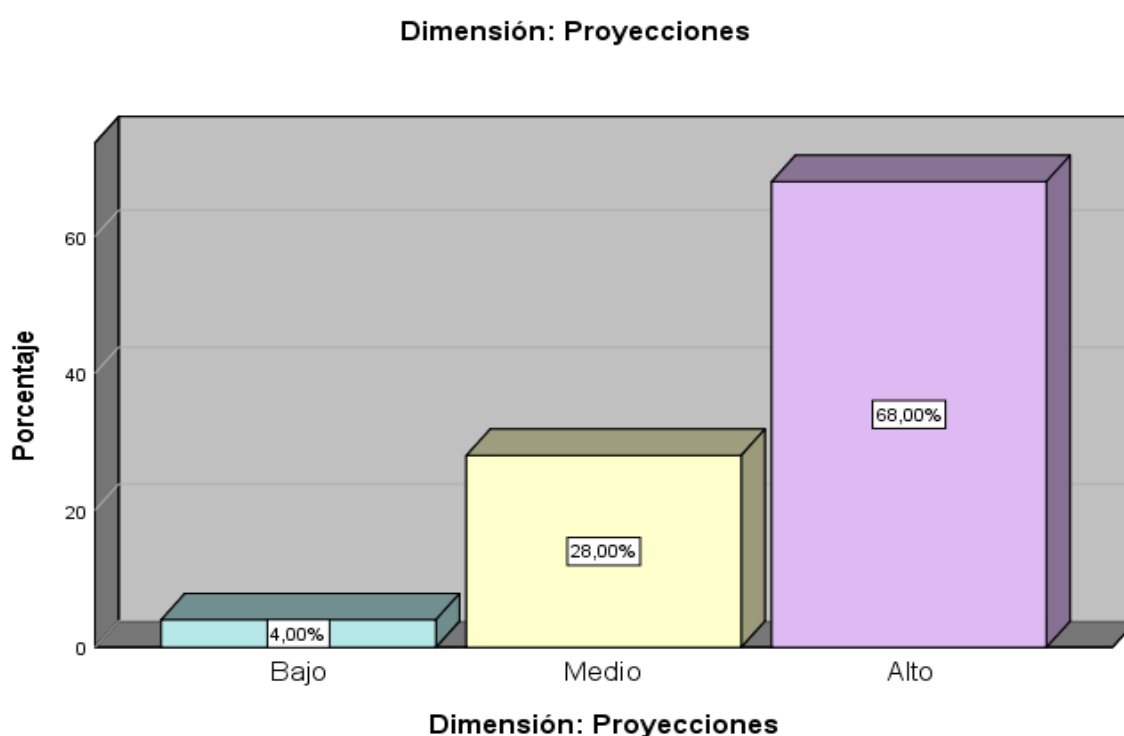


Figura 9. Nivel de las Proyecciones

De los resultados mostrados en la tabla 11 y representada en la figura 9, observamos que hay conocimiento en la empresa sobre las proyecciones con un porcentaje del 68% que representa un nivel alto, el 28% tiene un conocimiento medio sobre las proyecciones y el 4% tiene un conocimiento bajo sobre el tema según los colaboradores de la empresa PREMIUM BRANDS SAC, 2019.

Tabla 12

Nivel de la dimensión Inversión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	16	32 %	32 %	32 %
	Medio	3	6 %	6 %	38 %
	Alto	31	62 %	62 %	100 %
	Total	50	100 %	100 %	

Dimensión: Inversión

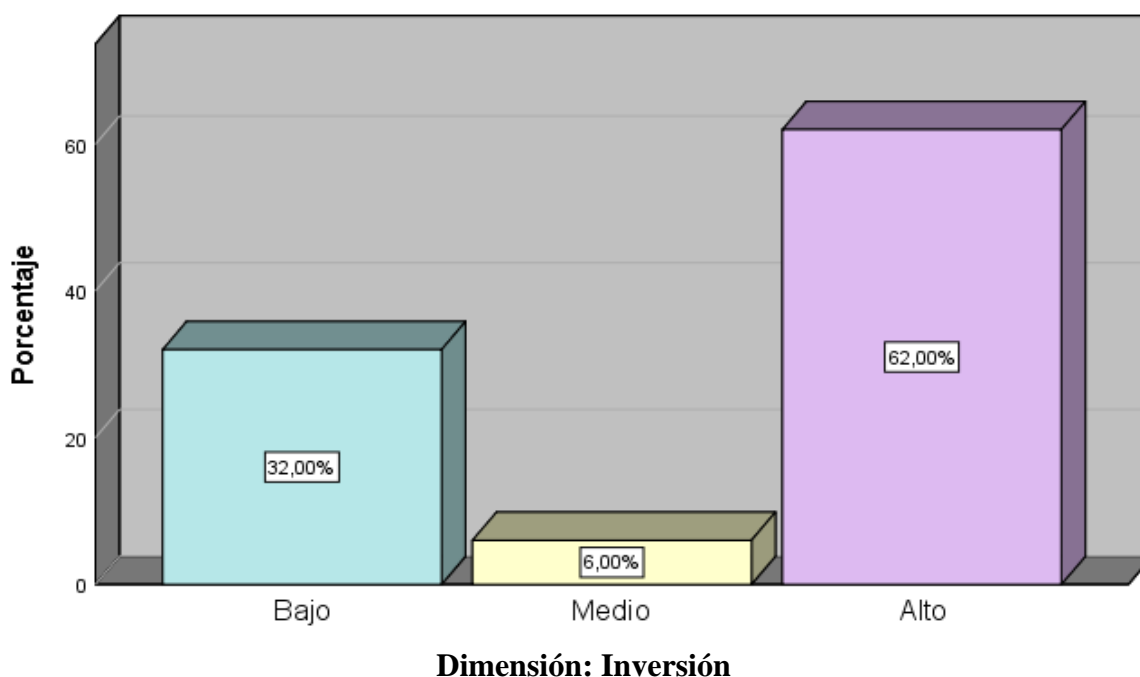


Figura10. Nivel de la dimensión: Inversión

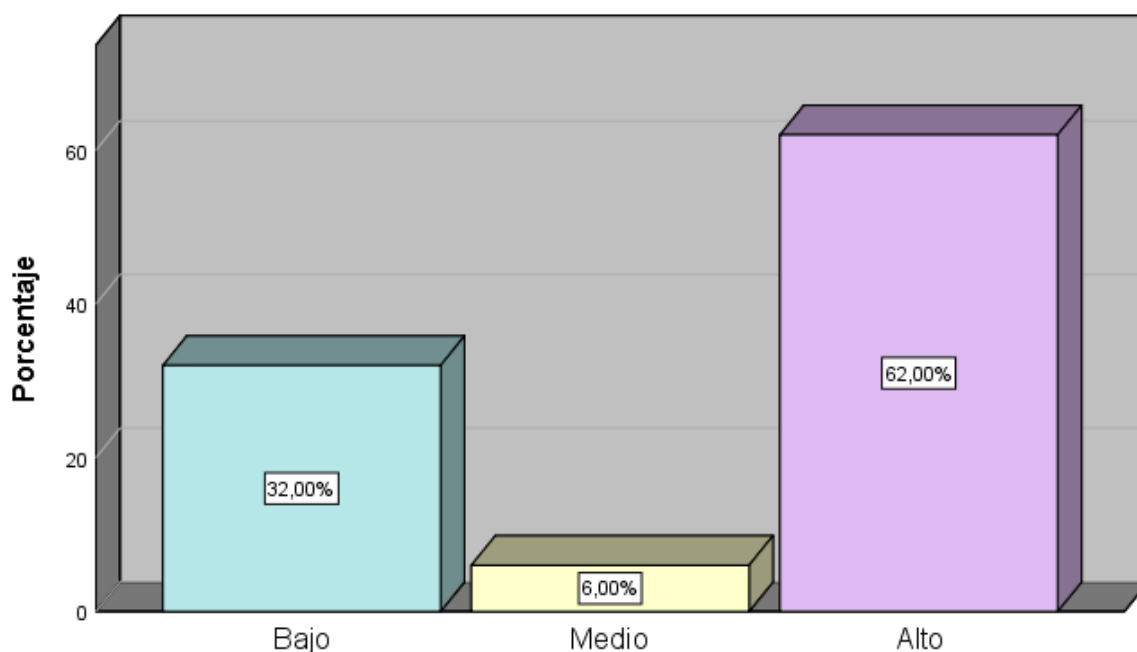
De los resultados mostrado en la tabla 12 representado en la figura 10, observamos que hay conocimiento en la empresa sobre la Inversión con un porcentaje del 62% que representa un nivel alto, el 6% tiene un conocimiento medio sobre la inversión y el 32% tiene un conocimiento bajo sobre el tema según los colaboradores de la empresa PREMIUM BRANDS SAC, 2019.

Tabla 13

Nivel de la dimensión de los Análisis Financieros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	16	32 %	32 %	32 %
	Medio	3	6 %	6 %	38 %
	Alto	31	62 %	62 %	100 %
	Total	50	100 %	100 %	

Dimensión: Análisis Financiero



Dimensión: Análisis Financiero

Figura 11. Nivel de la dimensión Análisis Financiero

Se observa en la tabla 13 y representado en la figura 11, observamos que hay conocimiento en la empresa sobre el análisis financiero con un porcentaje del 62% que representa un nivel alto, el 6% tiene un conocimiento medio sobre el análisis financiero y el 32% tiene un conocimiento bajo sobre el tema según los colaboradores de la empresa PEMIUM BRANDS SAC, 2019.

Tabla 14

Nivel de los Ratios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	15	30 %	30 %	30 %
	Medio	4	8 %	8 %	38 %
	Alto	31	62 %	62 %	100 %
	Total	50	100 %	100 %	

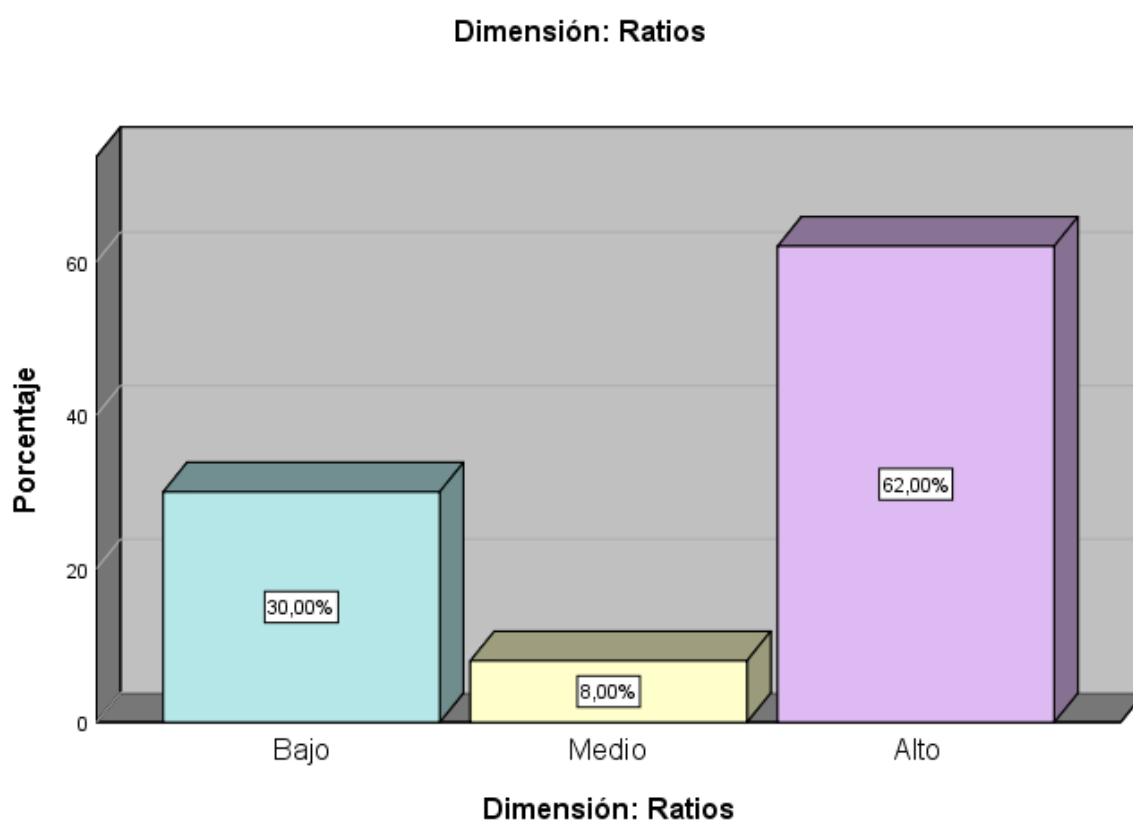


Figura 12. Nivel de la dimensión Ratios

De los resultados mostrados en la tabla 14 y representada en la figura 12, observamos que hay conocimiento en la empresa sobre los ratios con un porcentaje del 62% que representa un nivel alto, el 8% tiene un conocimiento medio sobre los ratios y el 30% tiene un conocimiento bajo sobre el tema según los colaboradores de la empresa PEMIUM BRANDS SAC, 2019.

A continuación, se plasmó el análisis de contrastación de las Hipótesis planteadas en el trabajo de investigación., para ello se tomó como referencias a Hernández, Fernández, Baptista (2014) el autor menciona que para una escala de tipo likert que es considerado ordinal es conveniente evaluar con el rho de Spearman (pág. 322). Y da a conocer la siguiente tabla.

Tabla15

Coefficiente de correlación de Spearman

Coefficiente	Significado
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0	No existe correlación
0.10	Correlación positiva muy débil
0.25	Correlación positiva débil
0.50	Correlación positiva media
0.75	Correlación positiva considerable
0.90	Correlación positiva muy fuerte
1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, Fernández, Baptista (2014, pág. 305).

Hipótesis General

Hipótesis nula (Ho): El planeamiento financiero NO se relaciona con la rentabilidad en PREMIUM BRANDS SAC, 2019

Hipótesis alterna (Ha): El planeamiento financiero se relaciona con la rentabilidad en PREMIUM BRANDS SAC, 2019

Tabla 16

Nivel de correlación entre el Planeamiento Financiero y la Rentabilidad

Variables		Planeamiento Financiero	Rentabilidad
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	,735**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	50	50
	Coefficiente de correlación	,735**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	50	50

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

Interpretación:

Del cálculo realizado se pudo observar el grado de correlación entre el planeamiento financiero y la rentabilidad, donde el coeficiente de correlación de Spearman fue de ,735 el mismo que señala que hay una relación directa, positiva media, también se observó el nivel de significación que es $P < 0.05$ menor a 0.05 concluyendo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna propuesta en nuestra investigación.

Hipótesis específica 1

Hipótesis nula (Ho): El planeamiento financiero NO se relaciona con la inversión en PREMIUM BRANDS SAC, 2019

Hipótesis alterna (Ha): El planeamiento financiero se relaciona con la inversión en PREMIUM BRANDS SAC, 2019

Tabla 17

Nivel de correlación entre el Planeamiento Financiero y la Inversión

Variable/ Dimensión		Planeamiento Financiero	Inversión	
Rho de Spearman	Planeamiento Financiero	Coefficiente de correlación	1,000	,727**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Inversión	N	50	50
		Coefficiente de correlación	,727**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.	
	N	50	50	

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

Interpretación

Del cálculo realizado se pudo observar el grado de correlación entre el planeamiento financiero y la inversión, donde el coeficiente de correlación de Spearman fue de ,727 el mismo que señala que hay una relación directa, positiva media, también se observó el nivel de significación que es $P < 0.05$ menor a 0.05 concluyendo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna propuesta en nuestra investigación.

Hipótesis específica 2

Hipótesis nula (Ho): El planeamiento financiero NO se relaciona con el análisis financiero en PREMIUM BRANDS SAC, 2019

Hipótesis alterna (Ha): El planeamiento financiero se relaciona con el análisis financiero en PREMIUM BRANDS SAC, 2019

Tabla18

Nivel de correlación entre el Planeamiento Financiero y el Análisis Financiero

Variable/ Dimensión		Planeamiento Financiero	Análisis Financiero	
Rho de Spearman	Planeamiento Financiero	Coefficiente de correlación	1,000	,733**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Análisis Financiero	Coefficiente de correlación	,733**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.	
	N	50	50	

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

Interpretación

Del cálculo realizado se pudo observar el grado de correlación entre el planeamiento financiero y el análisis financiero, donde el coeficiente de correlación de Spearman fue de ,733 el mismo que señala que hay una relación directa, positiva media, también se observó el nivel de significación que es $P < 0.05$ menor a 0.05 concluyendo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna propuesta en nuestra investigación.

Hipótesis específica 3

Hipótesis nula (Ho): El planeamiento financiero NO se relaciona con los ratios en PREMIUM BRANDS SAC, 2019

Hipótesis alterna (Ha): El planeamiento financiero se relaciona con los ratios en PREMIUM BRANDS SAC, 2019

Tabla 19

Nivel de correlación entre el Planeamiento Financiero y los Ratios

Variable/ Dimensión		Planeamiento Financiero	Ratios	
Rho de Spearman	Planeamiento Financiero	Coficiente de correlación	1,000	,724**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N	50	50	
	Ratios	Coficiente de correlación	,724**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N	50	50		

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

Interpretación

Del cálculo realizado se pudo observar el grado de correlación entre el planeamiento financiero y los ratios, donde el coeficiente de correlación de Spearman fue de ,724 el mismo que señala que hay una relación directa, positiva media, también se observó el nivel de significación que es $P < 0.05$ menor a 0.05 concluyendo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna propuesta en nuestra investigación.

IV. Discusión

En este capítulo se procedió a demostrar los resultados encontrados y analizados, por consiguiente, se acepta la hipótesis general de la investigación donde se comprueba que existe una relación directamente proporcional entre el planeamiento financiero y la rentabilidad en la compañía PREMIUM BRANDS SAC, 2019. Donde se obtuvo un índice de correlación, aplicando el método de correlación Rho de Spearman entre ambas variables de $Rho=0,735$ siendo una relación directamente proporcional o positiva media entre ambas variables con un grado de significancia de 0,000. Y respecto a la variable planeamiento financiero alcanzamos un 76% de nivel alto y un 22% de nivel medio, y al respecto de la rentabilidad logramos un 62% de nivel alto y un 28% de nivel bajo, esto determina, que la compañía efectivamente si tiene que aplicar el planeamiento financiero para mejorar y tener en cuenta la rentabilidad para su planificación, organización y control, ello lo puede confirmar Marceró en su artículo de investigación (2017) concluye mencionando cuán importante es que la empresa cuente con un planeamiento financiero para mejorar sus procesos y poder planearlos estratégicamente, y así llegar a cumplir sus objetivos y metas.

Al respecto de la dimensión inversión en la hipótesis específica de la investigación donde se prueba que existe una relación directamente proporcional entre el planeamiento financiero y la inversión de la empresa PREMIUM BRANDS SAC, 2019. Donde se obtuvo un índice de correlacional de Rho Spearman $Rho=0,727$ siendo una correlación directamente proporcional entre ambas con un grado de significancia de 0,000. Y respecto al nivel de la dimensión de la inversión se obtuvo un 62 % de nivel alto y un 32% de nivel bajo, esto quiere decir que la inversión permite tener un amplio panorama sobre como la rentabilidad económica mejora el planeamiento financiero. Lo ratifica Oncoy (2017) en su artículo donde concluye indicando que un planeamiento financiero nos permite organizar nuestros gastos mediante lo que queremos obtener en el ahorro y la inversión.

Al respecto de la dimensión análisis financiero en la hipótesis específica de la investigación donde se prueba que existe una relación directamente proporcional entre el planeamiento financiero y el análisis financiero en PREMIUM BRANDS SAC, 2019. Donde se obtuvo un índice de correlacional de Rho Spearman $Rho=0,733$ siendo una correlación directamente proporcional entre ambas con un grado de significancia de 0,000. Y respecto al nivel de la

dimensión de logro de objetivos se obtuvo un 62% de nivel alto y un 32% de nivel bajo, esto quiere decir que, el análisis financiero tiene un impacto positivo en la planeación que se plantean en la empresa. Por su parte Flores (2015), recomienda que las entidades deben de tener un planeamiento financiero para poder obtener un impacto positivo en los estados financieros lo cual ayudara a la mejora de los análisis financieros.

Con respecto de la dimensión ratios en la hipótesis específica de la investigación donde se prueba que existe una relación directamente proporcional del planeamiento financiero y los ratios en la empresa PREMIUM BRANDS SAC, 2019. Donde se obtuvo un índice de correlacional de Rho Spearman $Rho=0,724$ presentando una correlación directamente proporcional entre ambas variables con un grado de significancia de 0,000. Con respecto al nivel de la dimensión de tomar iniciativa se obtuvo un 62% de nivel alto y un 8% de nivel medio, esto determina que los ratios tienen un impacto positivo en los procesos que se plantean en la empresa. Por su parte Gonzales (2014) en su artículo lo cual concluye indicando que satisfaciendo a los clientes en los servicios mejoraremos en las ventas lo cual implica mejorar los ratios de la empresa para así tener una mejor rentabilidad.

V. Conclusiones

Primero: El Planeamiento Financiero tiene relación con la Rentabilidad en la empresa Premium Brands SAC, 2019. De manera que, se aceptó la hipótesis de la investigación y se rechazó la hipótesis nula, y se determinó que la correlación es positiva media (0,735) y un nivel de significancia de $p=0,000^{**}$.

Segundo: La Inversión tiene relación con el Planeamiento Financiero en la compañía Premium Brands SAC, 2019. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de la investigación y se rechazó la hipótesis nula, y se determinó que la correlación es positiva media (0,727) y un nivel de significancia $p=0,000^{**}$.

Tercero: El Análisis Financiero tiene relación con el Planeamiento Financiero en la compañía Premium Brands SAC, 2019. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de la investigación y se rechaza la hipótesis nula, y se determinó que la correlación es positiva media (0,733) y un nivel de significancia $p=0,000^{**}$.

Cuarto: Los Ratios tiene relación con el Planeamiento Financiero en la compañía Premium Brand, 2019. Por lo tanto, se aceptó la hipótesis de la investigación y se rechazó la nula, y se determinó que la correlación es positiva media (0,724) y un nivel de significancia de $p=0,000^{**}$.

VI. Recomendaciones

Con los resultados obtenidos de acuerdo a las encuestas realizadas llegue a las siguientes recomendaciones:

Primero: Se implemente el planeamiento financiero para restablecer la rentabilidad de la compañía Premium Brands SAC, y con ello mejorar sus procesos para poder planearlos estratégicamente, y así llegar a cumplir sus objetivos y metas.

Segundo: Frente a la actual crisis de planeación financiera que presenta la compañía se sugiere detallar objetivos individuales por cada área de la organización, realizar un presupuesto por área y hacer controles de evaluación por mes para medir el nivel de cumplimiento y hacer cambios cuando sea necesario, así lograra hacer mejor la rentabilidad, y de esta forma tener una mejor inversión.

Tercero: Se sugiere para optimizar la regulación y competencia en la utilización de los elementos de la compañía hay que requerir al uso de instrumentos o utilidades de análisis y los resultados en porcentajes, los cuales representaran la excelente toma de elecciones para optimizar la rentabilidad.

Cuarto: Capacitar y acondicionar al personal de la división financiera en el análisis de ratios financieros y en el desarrollo preciso de la planeación financiera que le posibiliten calcular en una forma competente el desarrollo de la compañía y de este modo hacer más simple la investigación correcta a los propios inversionistas, que le permita comprender de forma premeditada cuales son los elementos que se van a tener o disminuirán en el tiempo planteado y presupuestado, y con ello les permita hacer proyecciones para mejorar los ratios.

Referencias

- Alarcón, S. (2008). *Endeudamiento y eficiencia en las empresas agrarias*. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 37(138), 211-230.
- Asobancaria (2016, marzo 28). *5 retos del sector agropecuario en Colombia para 2016*. Recuperado <http://marketing.asobancaria.com/blog/retos-sector-agropecuario-colombia-2016>
- Ávila-Soler, Enrique, García-Salazar, José Alberto, & Valtierra-Pacheco, Esteban. (2018). *Competitividad de la producción de Jatropha curcas en la región de La Frailesca, Chiapas, México*. Madera y bosques, 24(2), e2421608. Epub 22 de agosto de 2018. <https://dx.doi.org/10.21829/myb.2018.2421608>
- Baena, D. (2010). *Análisis financiero enfoque y proyecciones*. Ediciones Ecoe Ediciones
- Baguer, Á. (2009). Dirección de personas. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Bolívar, A. (2005), “*El lugar de la ética profesional en la formación universitaria*”, en Revista Mexicana de Investigación Educativa, vol. 10, núm. 24, pp. 93-123.
- Castellanos, Gragirena, Faoro, Priolo. (2010). *La planificación financiera Monografias.com*. Recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos109/planificacion-financiera-inversion/planificacion-financiera-inversion2.shtml>
- Cibrán, P., Prado C., Crespo A., Huarte, C. (2017). *Planificación Financiera. 3C Empresa: investigación y pensamiento crítico*, Edición Especial, 81-91. DOI: <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.especial.81-91/>
- Conexiónesan. (02 de 05 de 2017). *La importancia del plan financiero en el plan de negocios*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/05/la-importancia-del-plan-financiero-en-el-plan-de-negocios/>
- Días Llanes. (2012). *Análisis contable con un enfoque empresarial*. Edita. - EUME. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1229/index.htm>
- Donawa, T., Zoraima, A. and Morales, E. *Fuerzas competitivas que moldean la estrategia en la gerencia del sector MiPyME del distrito de Santa Marta -Magdalena, Colombia-*

. Rev. esc.adm.neg [online]. 2018, n.84, pp.97-108. ISSN 0120-8160. <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1919>.

Econlink (2015) *Planeación Financiera*. Recuperado de: <https://www.econlink.com.ar/planeacion-financiera>

Ediciones Caballero B. (2008). *Interpretación de los ratios de Liquidez y rentabilidad de la empresa*. Informativo Caballero Bustamante. Recuperado de http://www.caballero Bustamante.com.pe/plantilla/lab/Liquidez_y_Rentabilidad.pdf

Flores, N. (2015). *Estrategias financieras aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento de las pymes del sector comercio del municipio Santiago Mariño del estado Aragua*. Recuperado de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/2536/Maestr%C3%ADa%20Nancy%20Flores.pdf?sequence=1>

Gadow, F. (2010). *La gestión del talento en tiempos de cambio*. Buenos Aires. Ediciones Granica S.A.

Gan, F. y Berbel, G (2007). Publishe, Editorial UOC, S.L., 2007. ISBN, 8497886623, 9788497886628.

Gil, L., Cruz, J., & Lemus Vergara, A. (2018). *Desempeño financiero empresarial del sector agropecuario: un análisis comparativo entre Colombia y Brasil -2011-2015-*. Revista Escuela De Administración De Negocios, (84). <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1920>

Gitman, L. y Zutter, 2012, *Principios de la Administración Financiera*, (12ma ed.). México: Pearson Educación

Gilmore, C. y Moraes, H., (2009) *Manual de Gerencia de Calidad*. Volumen III. Washington DC –USA

Gonzales, E. (2002). *Análisis de rentabilidad en empresas hoteleras: rentabilidad del servicio de restaurante vs servicios de hotel. Caso práctico Hotel Cuenca*. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/4314>

Gutiérrez H. (2010) *Calidad Total y productividad* (3era Ed.) México. Mac Graw Hill

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hernández, S. (2008). *Metodología de la Investigación* (5ta Ed.) México
- Izquierdo, J. (2015). *Analysis of the relationship business growth and profitability in Brazil*. *Tourism & Management Studies*, 11(2), 182-188. <https://dx.doi.org/10.18089/tms.2015.11222>
- Ledesma P., (2008) *Calidad y medio ambiente. Innovación y técnicas de gestión*.
- Marcero, S. (2017). *Diseño de un plan financiero para incrementar la rentabilidad de la Importadora y procesadora de mármol HR Megastones de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/7710>
- Martínez, M. (2008) *Epistemología y Metodología Cualitativa*. México: Trillas.
- Morales, A. y Morales, J. (2010). *Planeación Financiera*. México: Patria S.A
- Morales A. y Morales J. (2014). *Planeación Financiera*. México: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074382167.pdf> Novoa, A., Sabogal,
- M, y Vargas, C. (2016). *Estimación de las relaciones entre la inversión en medios digitales y las variables financieras de la empresa: una aproximación para Colombia*. *Revista EAN*, (80), 12-25. Retrieved October 19, 2019, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602016000100002&lng=en&tlng=.
- Oncoy A. (2017). *Financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas compañías del área servicios en el rubro sitios de comidas del centro poblado de Vicos*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/533>
- Pérez, Velazco, Añez (2016) “*Estrategias emergentes para la gerencia financiera de empresas de producción social*”
- Quintero, J. (2009). *planificación financiera. Contribuciones a la Economía*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp3.htm>

- Quiroz, C. (2014). *Planeamiento Estratégico Financiero para aumentar la Rentabilidad de la Empresa AVICO S.A.C. para el año 2014* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Robbins S. y Coulter M. (2010). *Administración*. (10ma ed.). México.
- Sánchez, J. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. Recuperado de <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>
- Sánchez, O. (2016): “*Planificación Financiera de empresas agropecuarias*”, Revista Científica Visión de Futuro, Argentina, (Junio 2016). En línea: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357943291006>
- Sánchez H. y Reyes C. (2018) *Manual de términos en investigación científica, tecnológica e humanista* (1era Ed.) Perú.
- Santos, Y. y Pérez, P. (2014). *Predominación del presupuesto maestro sobre la situación financiera y económica de una institución educativa de nivel técnico de la ciudad de Trujillo, año 2008-2010* (Tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
- Tello, E. (2014). *Planeamiento Financiero y su incidencia en la situación económica y financiera de las empresas comerciales del distrito de Chepen en el periodo 2013* (Tesis de post grado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Unger, K. (2018). *Innovación, competitividad y rentabilidad en los sectores de la economía mexicana*. *Gestión y política pública*, 27(1), 3-37. Recuperado en 18 de octubre de 2019, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-10792018000100003&lng=es&tlng=pt.
- Walter J. y Pando D. (2014), *Planificación Estratégica, nuevos desafíos y enfoques en el ámbito público*. (1era Ed.) Argentina.
- Zamora A. (2008). *Rentabilidad y Ventaja Comparativa: Un Análisis de los Sistemas de Producción de Guayaba en el Estado de Michoacán*. Morelia. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/index.htm>

ANEXOS

ANEXO 1 - MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable e Indicadores						
<p><u>Problema general</u></p> <p>¿De qué manera el planeamiento financiero se relaciona con la rentabilidad de la empresa Premium Brands SAC, 2019?</p> <p><u>Problemas específicos</u></p> <p>¿De qué manera la planeación financiera se relaciona con la inversión de la empresa Premium Brands SAC, 2019?</p> <p>¿De qué manera la planeación financiera se relaciona con el análisis financiero de la empresa Premium Brands SAC, 2019?</p> <p>¿De qué manera la planeación financiera se relaciona con los ratios de la empresa Premium Brands SAC, 2019?</p>	<p><u>Objetivo general</u></p> <p>Determinar la relación del planeamiento financiero y la rentabilidad de la empresa Premium Brands SAC, 2019</p> <p><u>Objetivos específicos</u></p> <p>Determinar la relación del planeamiento financiero con la inversión de la empresa Premium Brands SAC, 2019</p> <p>Determinar la relación del planeamiento financiero con el análisis financiero de la empresa Premium Brands SAC, 2019</p> <p>Determinar la relación del planeamiento financiero con los ratios de la empresa Premium Brands SAC, 2019</p>	<p><u>Hipótesis general</u></p> <p>El planeamiento financiero tiene relación con la rentabilidad de la empresa Premium Brands SAC, 2019</p> <p><u>Hipótesis específicas</u></p> <p>El planeamiento financiero tiene relación con la inversión de la empresa Premium Brands SAC, 2019</p> <p>El planeamiento financiero tiene relación con el análisis financiero de la empresa Premium Brands SAC, 2019</p> <p>El planeamiento financiero tiene relación con los ratios de la empresa Premium Brands SAC, 2019</p>	Variable: Planeamiento Financiero						
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos		
			Pronostico Financiero	I1 Pronostico de ventas	Del 1 al 9	Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)	Alto (93-95) Medio (88-92) Bajo (78-87)		
				I2 Planeación de efectivos					
				I3 Planeación de utilidades					
			Estados Financieros	I4 Estados de resultados	Del 10 al 14				
				I5 Estados de situación					
			Proyecciones	I6 Corto Plazo	Del 15 al 20				
				I7 Largo Plazo					
				I8 Evaluación de objetivos					
			Variable: Rentabilidad						
			Inversión	I1 Rentabilidad económica	Del 21 al 26	Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)	Alto (60-60) Medio (47-59) Bajo (45-46)		
				I2 Rentabilidad financiera					
				I3 Van					
			Análisis financiero	I4 Razón de liquidez	Del 27 al 29				
				I5 Razón de estructura de capital					
				I6 Razón de rentabilidad					
			Ratios	I7 Margen neto	Del 30 al 32				
I8 Margen bruto									
I9 Rentabilidad sobre el patrimonio									

Nivel – diseño de investigación	Problema y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p>Nivel: Correlacional.</p> <p>Diseño: No experimental.</p> <p>Método: Hipotético deductivo.</p>	<p>Población: 50 colaboradores entre, gerentes, jefes, administradores y asistentes administrativos</p> <p>Tipo de muestreo: Probabilístico.</p> <p>Tamaño de la muestra:</p>	<p>Variable: Planeamiento Financiero</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p> <hr/> <p>Variable: Rentabilidad</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>	<p>Descriptiva</p> <p>Tabla de frecuencias</p> <p>Gráficos estadísticos</p> <p>Cálculo de parámetros estadísticos</p> <p>Muestra censal</p>

ANEXO 2 - INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Estimado colaborador (a), el presente cuestionario solo tiene fines académicos, tiene por objetivo recolectar datos relevantes por ello se pide responder con sinceridad.

Marque usted el numeral que considera de acuerdo a la escala siguiente:

Calificación de valores: 1: Nunca, 2: Casi nunca 3: A veces, 4: Casi siempre 5. Siempre

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATO									
PLANEAMIENTO FINANCIERO Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA PREMIUM BRANDS SAC, 2019									
Generalidades									
La presente encuesta es anónima.									
Marque con una "X" la respuesta que considere conveniente.									
Se requiere objetividad en las respuestas.									
Encuesta									
ÍTEMS					VALORIZACIÓN DE LIKERT				
					NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
					1	2	3	4	5
PLANEAMIENTO FINANCIERO									
PRONÓSTICO FINANCIERO	PRONÓSTICO DE VENTAS	1	Sabe usted si las ventas influyen en la rentabilidad económica de la empresa						
		2	Sabe usted si el pronóstico de ventas mejora la rentabilidad de la empresa						
		3	Considera usted que el pronóstico de ventas ayuda a las proyecciones para una mejor planificación financiera						
PRONÓSTICO FINANCIERO	PLANEACIÓN DE EFECTIVO	4	Cree usted que el planeamiento de efectivo es importante para la planeación financiera						
		5	Sabe usted si la empresa planifica sus necesidades de efectivo						
		6	Considera usted que planificando el flujo de efectivo permite mejorar el ratio de liquidez de la empresa						
PRONÓSTICO FINANCIERO	PLANEACIÓN DE LAS UTILIDADES	7	Sabe usted si aplicando la planeación financiera la empresa generara mayores utilidades						
		8	Considera usted que con la planeación de utilidades se pueden tomar mejores decisiones						
		9	Cree usted que la rentabilidad de la empresa mejora si se hace una adecuada planificación de las utilidades						

ESTADOS FINANCIEROS	ESTADOS DE RESULTADOS	10	Tiene usted conocimiento como está estructurado los estados de resultado de la empresa					
		11	Considera usted que el estado de resultado permite tomar decisiones acertadas para mejorar la empresa					
		12	Considera usted que el estado de resultado muestra mejor la rentabilidad					
	ESTADOS DE SITUACIÓN	13	Cree usted que el estado de situación financiera presenta mejor la estructura financiera de la empresa					
		14	Cree usted que la rentabilidad del patrimonio mejora con el planeamiento financiero					
PROYECCIONES	CORTO PLAZO	15	Considera usted que los créditos de corto plazo mejoran con el planeamiento financiero					
		16	Considera usted que las ventas a corto plazo mejoran la rentabilidad de la empresa					
	LARGO PLAZO	17	Considera importante que la empresa tenga objetivos a largo plazo como parte del planeamiento financiero					
		18	Cree usted que la planificación a largo plazo ayudara a mejorar la rentabilidad económica de la empresa					
		19	Considera usted que la empresa deba tener inversiones a largo plazo que le permita tener una mejorar la rentabilidad					
	EVALUACIÓN DE OBJETIVOS	20	Considera usted que obteniendo una buena evaluación de los objetivos ayudaría a mejorar el análisis financiero de la empresa					
	RENTABILIDAD							
INVERSIÓN	RENTABILIDAD ECONÓMICA	21	Cree usted que la rentabilidad económica mejora con las inversiones adecuadas de la empresa					
		22	Considera usted que la rentabilidad económica mejora el planeamiento financiero					
		23	Cree usted que las proyecciones a largo plazo generan rentabilidad a la empresa					
	RENTABILIDAD FINANCIERA	24	Cree usted que los fondos propios son capaces de generar beneficios en la empresa					
		25	Considera usted que la planificación financiera ayuda a mejorar la rentabilidad financiera de la empresa					
	VAN	26	Cree usted que conociendo el van mejoraría los estados financieros de la empresa					
ANÁLISIS FINANCIERO	RAZÓN DE RAZÓN DE LIQUIDEZ	27	Cree usted que el ratio de razón de liquidez mejorara con el planeamiento financiero					
	RAZÓN DE ESTRUCTURA DE CAPITAL	28	Considera usted que una adecuada estructura de capital permite mejorar la rentabilidad de la empresa					

RATIOS	RAZÓN DE RENTABILIDAD	29	Piensa usted que la empresa aplica el ratio de razón de rentabilidad para comparar años anteriores					
	MARGEN NETO	30	El ratio del margen neto mejora con el planeamiento financiero					
	MARGEN BRUTO	31	El ratio del margen bruto mejora con el planeamiento financiero					
	RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO	32	Cree usted que la rentabilidad sobre el patrimonio mejora con el planeamiento financiero					

ANEXO 3 - CERTIFICADO DE VALIDEZ

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugere ncias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION PRONOSTICO FINANCIERO								
1	Sabe usted si las ventas influyen en la rentabilidad económica de la empresa	✓		✓		✓		
2	Sabe usted si el pronóstico de ventas mejora la rentabilidad de la empresa	✓		✓		✓		
3	Considera usted que el pronóstico de ventas ayuda a las proyecciones para una mejor planificación financiera	✓		✓		✓		
4	Cree usted que el planeamiento de efectivo es importante para la planeación financiera	✓		✓		✓		
5	Sabe usted si la empresa planifica sus necesidades de efectivo	✓		✓		✓		
6	Considera usted que planificando el flujo de efectivo permite mejorar el ratio de liquidez de la empresa	✓		✓		✓		
7	Sabe usted si aplicando la planeación financiera la empresa generara mayores utilidades	✓		✓		✓		
8	Considera usted que con la planeación de utilidades se pueden tomar mejores decisiones	✓		✓		✓		
9	Cree usted que la rentabilidad de la empresa mejora si se hace una adecuada planificación de las utilidades	✓		✓		✓		
DIMENSION ESTADOS FINANCIEROS								
10	Tiene usted conocimiento como está estructurado los estados de resultado de la empresa	✓		✓		✓		
11	Considera usted que el estado de resultado permite tomar decisiones acertadas para mejorar la empresa	✓		✓		✓		
12	Considera usted que el estado de resultado muestra mejor la rentabilidad	✓		✓		✓		
13	Cree usted que el estado de situación financiera presenta mejor la estructura financiera de la empresa	✓		✓		✓		
14	Cree usted que la rentabilidad del patrimonio mejora con el planeamiento financiero	✓		✓		✓		
DIMENSION PROYECCIONES								
15	Considera usted que los créditos de corto plazo mejoran con el planeamiento financiero	✓		✓		✓		
16	Considera usted que las ventas a corto plazo mejoran la rentabilidad de la empresa	✓		✓		✓		
17	Considera importante que la empresa tenga objetivos a largo plazo como parte del planeamiento financiero	✓		✓		✓		
18	Cree usted que la planificación a largo plazo ayudara a mejorar la rentabilidad económica de la empresa	✓		✓		✓		
19	Considera usted que la empresa deba tener inversiones a largo plazo que le permita tener una mejor la rentabilidad	✓		✓		✓		
20	Considera usted que obteniendo una buena evaluación de los objetivos ayudara a mejorar el análisis financiero de la empresa	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: *Robinson Yvelina Barrera*

DNI: *08478532*

Especialidad del validador: *Administración, Finanzas, Contabilidad*

14 de *Diciembre* del 2019.



Firma del Experto Informante.
Especialidad

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si hay Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: *Dr. Carlos Amador García Tejada*

DNI: *08867240*

Especialidad del validador: *Administración e Investigación*

14 de *Diciembre* del 2019.



Firma del Experto Informante.
Especialidad

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: *Dr/ Mg: ZARATE RUIZ GUSTAVO ERNESTO*

DNI: *09870134*

Especialidad del validador:
TECNICO

21 de *12* del 20*15*

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.
Especialidad

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION INVERSION							
1	Cree usted que la rentabilidad económica mejora con las inversiones adecuadas de la empresa	✓		✓		✓		
2	Considera usted que la rentabilidad económica mejora el planeamiento financiero	✓		✓		✓		
3	Cree usted que las proyecciones a largo plazo generan rentabilidad a la empresa	✓		✓		✓		
4	Cree usted que los fondos propios son capaces de generar beneficios en la empresa	✓		✓		✓		
5	Considera usted que la planificación financiera ayuda a mejorar la rentabilidad financiera de la empresa	✓		✓		✓		
6	Cree usted que conociendo el van mejoraría los estados financieros de la empresa	✓		✓		✓		
	DIMENSION ANALISIS FINANCIERO	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Cree usted que el ratio de razón de liquidez mejorara con el planeamiento financiero	✓		✓		✓		
8	Considera usted que una adecuada estructura de capital permite mejorar la rentabilidad de la empresa	✓		✓		✓		
9	Piensa usted que la empresa aplica el ratio de razón de rentabilidad para comparar años anteriores	✓		✓		✓		
	DIMENSION RATIOS	Si	No	Si	No	Si	No	
10	El ratio del margen neto mejora con el planeamiento financiero	✓		✓		✓		
11	El ratio del margen bruto mejora con el planeamiento financiero	✓		✓		✓		
12	Cree usted que la rentabilidad sobre el patrimonio mejora con el planeamiento financiero	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: *Robinson Yañero Barrera*
DNI: *08478532*

Especialidad del validador: *Administración, Finanzas, Contabilidad*

14 de *Diciembre* del 2019.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


Firma del Experto Informante.
Especialidad

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si hay Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: *Dr. Carlos Amador García Tejada*
DNI: *08867240*

Especialidad del validador: *Administración e Investigación*

14 de *Diciembre* del 2019.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


Firma del Experto Informante.
Especialidad

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg:

ZARATE RUIZ GUSTAVO ERNESTO

DNI: 09870134

Especialidad del validador:

TESTIGO

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

21 de 12 del 2015



Firma del Experto Informante.

Especialidad

ANEXO 4 - PRUEBA DE FIABILIDAD

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32		
E1	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4		
E2	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5		
E3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4		
E4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4	3	5	4	
E5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5		
E6	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	
E7	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E8	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	
E9	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E10	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	5	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	
E11	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E12	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
E13	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
E14	5	4	5	5	5	5	3	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
E15	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	3	4	3	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
E17	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
E18	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E19	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	3	5	4	3	4	4	4	
E20	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E21	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	5	4	5	3	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	
E22	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E23	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	3	4	5	3	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
E24	5	4	5	3	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
E25	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	3	4	5	3	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
E26	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E27	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E28	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	5	3	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
E29	5	4	5	3	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E30	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E31	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
E32	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E33	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E34	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
E35	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	3	5	4	3	5	4	5	5
E36	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E37	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
E38	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
E39	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
E40	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E41	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
E42	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E43	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E44	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
E45	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E46	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E47	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
E48	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E49	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E50	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4

ANEXO 5 - CONSENTIMIENTO INFORMADO

Premium Brands

Lima, 10 de enero de 2020

Señores

ESCUELA DE PROGRADO DE LA
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO – CAMPUS LIMA NORTE

Presente

De mi mayor consideración:

En atención a su solicitud referida a nuestra empresa PREMIUM BRANDS SAC, le brindara las facilidades del caso, a fin de que la alumna en Maestría en administración de negocios – MBA Lizeth Villafane Perez, proceda a efectuar su trabajo de investigación: Planeamiento financiero y la Rentabilidad en la empresa PREMIUM BRANDS SAC, 2019. En nuestra empresa ubicada en la Calle San Martín s/n Urb. Las Brisas de Lurín, LIMA - LIMA - LURIN.

Sin otro en particular y habiendo accedido al pedido a favor de nuestra organización, expreso las muestras de mi especial afecto y consideración.

Atentamente.



José José Velasco Pujano
A. J. O. C. U.
PREMIUM BRANDS S.A.C.

ANEXO 6 - PORCENTAJE DE SIMILITUD

ev.tumitin.com/app/carta/es/?o=1244047427&ts=1&tu=1088032488&src=1038&lang=es

feedback studio | Planeamiento financiero y la rentabilidad de la empresa Premium Brands SAC, año 2019

29 de 31

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Planeamiento financiero y la rentabilidad de la empresa Premium Brands SAC, año 2019

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestría en Administración de Negocios - MBA

AUTORA:
C.P.C. Lizeth Villafane Pérez (ORCID:0000-0001-6320-2812)

ASESOR:
Mgr. Oscar Guillermo Chicchn Mendoza (ORCID: 0000-0001-6215-7028)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Modelo y Herramientas Gerenciales

LIMA - PERÚ

2020

Resumen de coincidencias

19 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en Inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	15 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
4	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
5	www.coanaco.net Fuente de Internet	<1 %
6	zvicapp.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
7	www.froclanocr.cn Fuente de Internet	<1 %
8	www.nmidigital.com Fuente de Internet	<1 %
9	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
10	www.kpmg.es Fuente de Internet	<1 %
11	www.radioprogreso.cu Fuente de Internet	<1 %

Página: 1 de 39 | Número de palabras: 9447 | Text-only Report | High Resolution | Activado

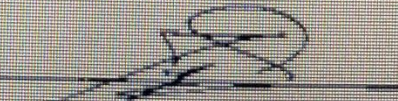
ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO ACADÉMICO

Yo, Oscar G. Chicchon Mendoza, docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo filial Lima Norte.

La tesis titulada "Planeamiento financiero y la rentabilidad en la empresa Premium Brands SAC, año 2019" de la estudiante Lizeth Villafane Pérez, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituye plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 11 de enero del 2020


Oscar G. Chicchon Mendoza
DNI 08478538



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Villafane Perez Lizeth

D.N.I. : 45245343

Domicilio : Av. Cañá Callao No. 129 U. 12 - Los Olivos

Teléfono : Fijo : 677-4308 Móvil : 991572503

E-mail : lizeth_1006@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad :

Escuela :

Carrera :

Título :

Tesis de Posgrado

Maestría

Doctorado

Grado : MAESTRA

Mención : Administración de Negocios - MBA

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

VILLAFANE PEREZ, LIZETH

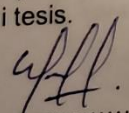
Título de la tesis:

PLANEAMIENTO FINANCIERO Y LA RENTABILIDAD EN LA
EMPRESA PREMIUM BRANDS SAC, AÑO 2019

Año de publicación : 2020

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte, a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : 

Fecha : 10/03/2020



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

LIZETH VILLAFANE PEREZ

INFORME TITULADO:

PLANAMIENTO FINANCIERO Y LA RENTABILIDAD DE LA
EMPRESA PREMIUM BRANDS SAC, AÑO 2019

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 21 DE ENERO DE 2020

NOTA O MENCIÓN: APROBADO POR MAYORÍA



[Firma]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN