



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Planificación estratégica y su relación con la rentabilidad para  
los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú,  
Lima, 2017**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Villanueva Nolorbe, Tomas Jose (ORCID: 0000-0002-4414-1054)

**ASESOR:**

Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio (ORCID: 0000-0002-8917-1919)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2017

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mis padres por el apoyo, a mis hermanos y a mis docentes que me acompañaron en este proceso de formación.

## **Agradecimiento**

Agradezco a mi familia por ser el soporte constante en este camino profesional, a mis hermanos que fueron el ejemplo e inspiración, a mis docentes quienes me nutrieron de conocimientos en esta ardua formación académica y por último agradecer a mi alma mater en la cual se convierte esta prestigiosa universidad, por permitirme formar parte de esta familia llamada Universidad César Vallejo.

## Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.2. Variables y operacionalización	10
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	20
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.5. Procedimientos	21
3.6. Método de análisis de datos	21
3.7. Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS	24
V. DISCUSIÓN	32
VI. CONCLUSIONES	36
VII. RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS	39
ANEXOS	43

## Índice de tablas

Tabla 1	Resumen del procesamiento de los casos	22
Tabla 2	Estadístico de fiabilidad	22
Tabla 3	Juicio de expertos	23
Tabla 4	Estrategias competitivas agrupado	24
Tabla 5	Gestión de costos agrupado	24
Tabla 6	Planificación estratégica financiera integrada agrupado	25
Tabla 7	Rentabilidad financiera agrupado	25
Tabla 8	Toma de decisiones agrupado	26
Tabla 9	Riesgo financiero agrupado	26
Tabla 10	Prueba de normalidad	27
Tabla 11	Correlaciones Planificación estratégica agrupado con rentabilidad	29
Tabla 12	Correlaciones Planificación estratégica agrupado con Rentabilidad financiera agrupado	30
Tabla 13	Rentabilidad agrupada con Estrategias competitivas agrupado	31

## Índice de figuras

Figura 1	Equipos de aire acondicionado en edificios en los principales países	2
----------	--	---

## **Resumen**

La tesis tuvo como objetivo general determinar la relación entre la planificación estratégica con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima. La población estuvo conformada por los 42 trabajadores activos y la muestra de la misma cantidad, ya que es una muestra poblacional. Los datos fueron recogidos mediante la técnica de la encuesta y se utilizó como instrumento de recolección de datos un cuestionario de 20 preguntas tipo Likert, los resultados fueron procesados mediante el programa SPSS lográndose como resultado de que existe relación significativa entre la planificación estratégica y la rentabilidad en la empresa Serviparamo Perú, en Lima, 2017.

Palabras clave: Planificación, estrategia, rentabilidad

## **Abstract**

The purpose of the thesis was to determine the relationship between strategic ownership and profitability for the air conditioning projects of Serviparamo Peru on Lima. The population was made up of the 42 active workers and the sample of the same amount, since it is a population sample. The data were collected by the survey technique and a questionnaire of 20 Likert-type questions was used as a data collection instrument. The results were processed by the SPSS program, which are connected as a result of a significant relationship between strategic planning. and profitability in the company Serviparamo Perú, in Lima, 2017.

Keywords: Planning, strategy, profitability



## I. INTRODUCCIÓN

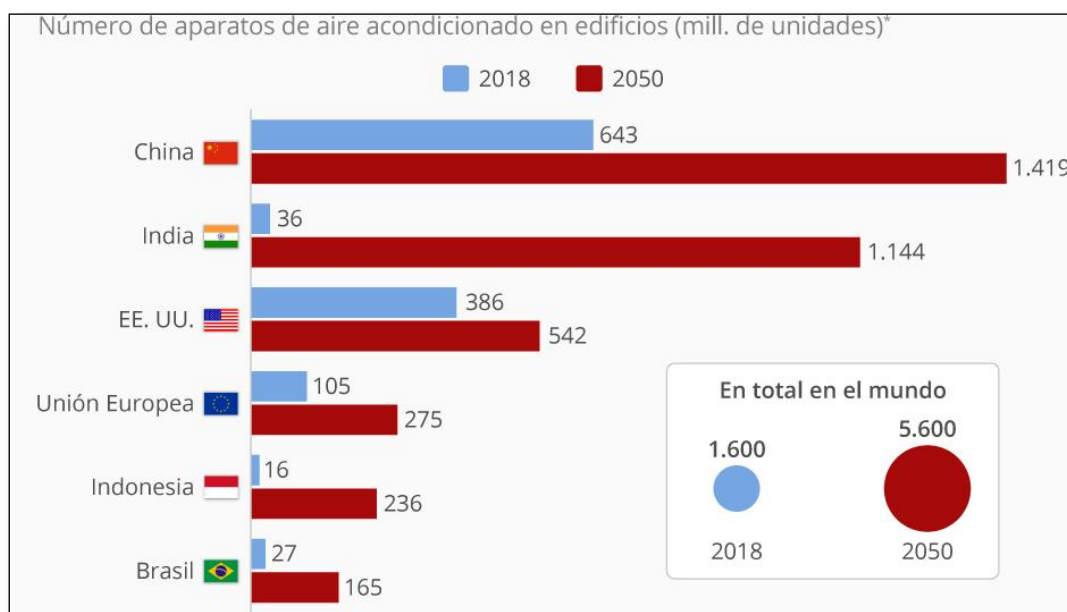
En la actualidad el crecimiento de las grandes economías mundiales ha ido desarrollándose de manera muy acelerada conjuntamente con los ritmos de vida y las comodidades humanas, es por eso que casi 100% de los centros comerciales, supermercados, bancos, hospitales, entre otros centros de conglomeración común cuenta con servicio de aire acondicionado. En el mundo es un producto casi normal, y es muy común tenerlos en casa como parte de un servicio básico como el agua potable o energía eléctrica. Se da el caso que en Colombia el diario Espectador publica un crecimiento del 7% para el 2018 en este rubro, afirmando que es un mercado muy propicio para ese sector, tanto nacional como internacional. Así mismo el informe de la BIS Research para el Reino Unido confirmó un crecimiento de \$172,37 billones en el 2017 para el sector de aire acondicionado HVAC y un crecimiento de \$208,55 billones para el 2024 en el mundo.

El sector construcción obtuvo un gran crecimiento en el presente año según datos extraídos del INEI con un crecimiento mayor para el mes de noviembre con un 8.94% los cuales no fueron ajenos al sector de aire acondicionado, quienes han tenido una gran afluencia en estos últimos años. En esta parte de América se han ido especializando y siendo cada vez más duchos en este campo, prueba de ello son los institutos técnicos que forman a los futuros técnicos para este nicho de mercado muy especializado otorgando certificados en HVAC, en el Perú SENATI es uno de los pioneros, muchas empresas también han tomado la vanguardia otorgando certificados de calidad internacional en los aires acondicionados.

Muchas empresas han ido especializándose y expandiéndose a nivel nacional, y sobre todo los grandes centros comerciales; quienes ganan terrenos ya no solo en Lima centro, sino en las grandes economías limeñas hablando geográficamente como Miraflores o San Borja, sino en los conos más populosos limeños. Se puede ver a los gigantes Mega plaza y Plaza Norte en Los Olivos y al Mall del sur en San Juan de Miraflores. Prueba de que el servicio de aire acondicionado ya dejó de ser una comodidad de algunos pudientes para volverse una necesidad de todos como se muestra en la figura líneas abajo en las

proyecciones de adquisiciones de equipos en las principales regiones. Está de más decir también que los hospitales y demás centros comunes donde las empresas a nivel macro en el sector tienen como su público objetivo y en los cuales ya se han ido posicionando; tal es el hecho del Hospital regional Cerro de Pasco, El Hospital Daniel Alcides Sánchez Carrión en los cuales Serviparamo ha tenido participación.

Figura N° 01



Fuente: International Energy Agency o IEA

Sin embargo, estos proyectos de aire acondicionado en los grandes centros comerciales u hospitales se adquieren como proveedor mediante concursos en los que muchos competidores muy calificados concursan para dar inicio a una feroz batalla de la competitividad con respecto a tiempos de entrega, materiales y equipos calificados, y sobre todo la variable precio, uno de los hitos más valorados al momento en que el cliente u oferente decide por quien optar. Es reconocido en el mercado que el trabajo de las empresas es de calidad comprobada por lo que se hace necesario dar un mejor valor agregado a la propuesta buscando ser la mejor en los aspectos técnicos y económicos, ya que los contratos onerosos que se gestan son muy estrictos en lo que se rigen.

Uno de los mayores problemas es que en este proceso de ofrecer la mejor

propuesta y la post venta se ve afectada la rentabilidad del proyecto, lo que afecta significativamente al margen de utilidad que se quiere percibir. Y al final no siempre se obtiene en ganancias lo planificado, en muchas ocasiones se planificaba una rentabilidad del 20 %y al cierre de las operaciones y éste se reducía al 50% de lo esperado, como nos da a conocer Carlos Arturo III Castaño, gerente general de Serviparamo Perú en entrevista para gestión en el 2016. Por problemas de una mala asignación del presupuesto o una mala planificación estratégica se originan problemas durante el proceso de operación de la obra. Es por ello que este proyecto busca conocer los factores que intervienen en la reducción de la rentabilidad y de qué manera afecta a la planificación estratégica antes, durante y después de la venta.

Toda empresa el sector de construcción debería de tener en cuenta la planificación estratégica y la relación que tiene con la rentabilidad, si desea llegar a tener una amplia participación en el mercado de aire acondicionado, el fin de la investigación es proponer a la empresa Serviparamo Perú una estrategia de cómo los planes estratégicos se relacionan con la rentabilidad de la organización, ya que; ayudará al crecimiento de la economía con la creación del incremento en la tasa de empleabilidad a las familias peruanas, y así como el desarrollo profesional de sus colaboradores en un ambiente favorable en las condiciones de trabajo.

El presente trabajo de investigación plantea resolver el siguiente problema general: ¿Cuál es la relación de la planificación estratégica con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017? Teniendo los siguientes problemas específicos: ¿Cuál es la relación de la planificación estratégica con la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017?

La investigación será arduamente provechosa para la empresa, puesto que lograremos reducir costos no previstos en la operatividad, puesto que mantendremos el presupuesto debidamente controlado y las contingencias que siempre ocurren en los proyectos. Por ello daría como resultado mayores ingresos y elevaría la utilidad neta. Así mismo la empresa obtendrá mayor rentabilidad que

le permitirá invertir en su crecimiento y desarrollo que le permita su expandirse en los diferentes sectores económicos que Serviparamo ha querido acceder; el mercado de construcción, anclaje y consultoría de ingeniería en construcción. La investigación es viable ya que es de factible acceso a la información y se cuenta con el permiso de Serviparamo Perú S.A.C.

El objetivo principal de la investigación es: Determinar la relación de la planificación estratégica con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017. Y los objetivos específicos son: determinar la relación de la planificación estratégica con rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017, determinar la relación de las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.

La investigación plantea la siguiente hipótesis general: Existe relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017. Y como hipótesis específicas: Existe relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017, Existe relación entre las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.

## II. MARCO TEÓRICO

En el presente trabajo de investigación se ha encontrado que existen investigaciones con relación al tema a tratar, y las que se ha tomado a primer lugar a nivel internacional en donde Salazar (2014), mostramos coincidencias en la investigación, ya que la planificación estratégica conlleva relación con la rentabilidad, coincide también con objetivo principal: puesto que quiere dar a conocer la relación de la planeación estratégica en el volumen de ventas. De igual manera que con Serviparamo Perú se desea conocer un modelo de plan estratégico para la empresa mediante la relación de la planificación estratégica y la rentabilidad.

En cuanto a su metodología es de enfoque cualitativo ya que usa los indicadores para cuantificar a las variables y tiende a realizar un análisis de las características y aspectos de la población, se establecen objetivos como una guía, se presenta el problema, una postulación de idea y fundamentación del trabajo. Se coincide con este trabajo de investigación puesto que concluye que la rentabilidad o ventas de una empresa obedece a una amplia planificación estratégica soportada por una objetiva administración ya que del estudio se pudo constatar que las empresas que ejecutan planeación de estrategias se imponen en la participación de mercado sobre otras que trabajan sus proyectos de manera empírica, como se intenta sustentar a través de Serviparamo Perú.

Coincidimos con Alberca (2012), en cuanto se establece coincidencias con el presente trabajo de investigación en sus objetivos generales ya que se busca elaborar un plan estratégico para maximizar la rentabilidad de la empresa a través de sus procesos administrativos para poder determinar vuestra correlación entre las variables anteriormente dichos. En cuanto a la metodología de la investigación al igual que el presente trabajo es correlacional no experimental y las técnicas son los procedimientos concretos que el investigador utiliza para lograr la información de tipo básica.

Alberca en su trabajo de investigación utiliza el método inductivo o también llamado método científico; puesto que obtiene conclusiones generales a partir de

premisas particulares a través del conocimiento desde la observación de hechos de la realidad, realizando análisis de lo observado logrando establecer definiciones claras, a través del método inductivo busca obtener conclusiones intrínsecas que también coinciden con nuestra investigación ya que también buscamos como el autor la correlación de la planificación estratégica con la rentabilidad a pesar de que la presente sea de una metodología científica, sin embargo buscamos obtener resultados a través de instrumento de recolección de datos.

A modo de conclusión Alberca nos indica que uno de los puntos más fuertes de la empresa el carrete es su posición geográfica estratégica que resultado de ello hace más accesible a los clientes y de los cuales se ve reflejado en su rentabilidad; es decir se relaciona ampliamente la estrategia de posicionamiento geográfico con el incremento en su rentabilidad. Ya sea por accesibilidad o disminución de costos de logística; El carrete, a través de sus estrategias consigue un mayor posicionamiento económico en la cual haciendo un símil en Serviparamo Perú ya que se encuentra en el corazón de Miraflores rodeado por la mayoría de empresas que hacen concursos de licitación para mega proyectos de aire acondicionado de tipo HVAC a nivel nacional se podría plantear también su estrategia de posicionamiento geográfico, en la cual en las conclusiones podremos inferir.

Zamora (2013), tiene como objetivo principal crear una planificación estratégica que se adecúe a la cadena de valor de en OXXO y se vea reflejado en las ventas, ya que esto genera una amplia rotación de personal en cada una de sus tiendas en la empresa y lo que se espera es disminuirla, sabiendo que la planilla es un punto de inflexión muy crítico en ocasiones ya sea por la mano de obra calificada o simplemente por el costo por capacitación de cada colaborador, son costos que se ven reflejado en los balances de la empresa.

Se realizó un análisis a través de la documentación histórica de los indicadores de la cadena comercial sobre los costos de venta de acuerdo a los régimen, políticas y normas de OXXO que sirvió como base para contrastar el problema actual de la empresa con respecto a la alta rotación de personal y como se ve reflejado en sus ventas. Se pudo inferir que cuenta con una rotación de personal

promedio por año del 190% tomando como base el 2011 los cuales incrementan costos (información del trabajo de investigación de acuerdo con los indicadores de la empresa en los periodos 2010; 2011 y 2012). Se tiene como finalidad elaborar un plan estratégico de acción que disminuya la alta rotación de inventarios ya que al ejercicio del 2013 los índices de rotación de personal son del 200%, está demás indicar lo que repercute en la rentabilidad no solo económica sino a través de la imagen o clima laboral.

Como antecedentes nacionales; Meza (2012) nos indica como objetivo principal implementar una estrategia de costos y determinar su grado de influencia sobre la rentabilidad en la empresa ya que se desea saber de qué manera influyen los costos en los proyectos de Lima metropolitana en cuanto al balance después de determinar las ganancias. Así mismo intentaremos demostrar cual es el grado de relación que existe entre la rentabilidad y los planes estratégicos en Serviparamo Perú SAC.

En cuanto a la metodología empleada se usó una investigación no experimental, cuyo diseño metodológico es transaccional correlacional tomando en consideración una población y una muestra de 35 personas. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos. Coincidimos con Meza en la investigación puesto que también partimos de una investigación aplicada ya que usaremos las normas y doctrinas de la contabilidad y finanzas, el autor propone determinar las estrategias competitivas de costos sobre su relación en la rentabilidad y concluye indicando que no se ha aplicado estrategias en los procesos de costos en los procesos de gestión de la empresa, tampoco se ha podido mejorar sus actividades en las técnicas de cadena de valor, en lo cual se ve reflejado en la rentabilidad

Espinoza (2013). Cuenta como objetivo general plantear un plan estratégico de excelencia a la calidad con las normas del Perú permite acomodarse mejor a la empresa contribuyendo a las mejoras de gestión y desarrollo de seguridad y vigilancia en Lima metropolitana, coincidiendo con Espinoza se busca un plan estratégico de gestión para la mejora en sus procesos para liderar o tener mayor

porcentaje de participación del mercado.

Coincidimos en su metodología ya que buscamos un conjunto de conocimientos racionales, sistemáticos, verificables y fiables con un tipo de estudio descriptivo y al igual que la presente investigación también es de tipo aplicada, Espinoza a modo de conclusión llega a determinar que la aplicación de un planeamiento estratégico influye de forma positiva y lleva una alta relación en la rentabilidad de la empresa. Nos indica también que el planeamiento no solo se refleja en fríos números con respecto a sus resultados rentables, sino también hace un fuerte énfasis en la satisfacción positiva de los clientes de las unidades de investigación, así mismo nos indica que este modelo no solo se puede aplicar a las empresas de seguridad y vigilancia privada sino a cualquier empresa de Lima metropolitana que desee experimentar crecimiento positivo con respecto a la rentabilidad de costos de acuerdo a su grado de influencia con el planeamiento y satisfacción de clientes.

Flores (2015), teniendo como objetivo general determinar el grado de relación de la gestión financiera con la rentabilidad de las cajas de ahorro y crédito. En cuanto a su metodología de investigación cuyo diseño metodológico es no experimental cuantitativo a la cual coincidimos ya que no manipularemos deliberadamente las variables o de forma intencional la independiente con el propósito de ver su efecto en la variable dependiente, lo que haremos es ver los hechos tal y como se dan en su estado natural para poder sacar un verdadero análisis, así mismo coincidimos también al ser de tipo correlacional ya que buscamos determinar el nivel de relación de las variables; recolectamos datos en un tiempo en específico dado, con el propósito de hacer una evaluación lo más precisa posible.

Flores concluye que, la planeación estratégica de ventas se relaciona altamente con créditos colocados, es decir entre mayor es la escala de créditos colocados a los clientes mayor será la rentabilidad de la empresa, empero un incremento de crédito en el deudor no se considera la cartera de alto riesgo sino únicamente los créditos totales a manera general, por lo que fue estrictamente



necesario complementar la evaluación con la cartera de alto riesgo para obtener una muestra que se acerque más a la realidad ya que incrementar el endeudamiento a los clientes no siempre genera obligaciones ejecutables a la empresa.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

La investigación es de tipo aplicada porque se tiene como objeto dar solución a un problema específico conocido en la empresa Serviparamo Perú SAC., por lo que se utiliza a la investigación para dar respuesta a las preguntas específicas (Rodríguez, 2020).

La presente investigación se realizó con diseño no experimental, transversal descriptivo. Se realizó un estudio no experimental ya que no se modificó ninguna de las variables para que influya sobre la otra, además de ser transversal ya que la medición de los datos se realizó en un único momento dado de la misma forma es descriptiva ya que se limitó a brindar información de una población sobre lo que se centra el estudio en relación al problema de investigación. (Barnet et al., 2017).

#### **3.2 Variables y operacionalización**

El presente proyecto de investigación cuenta con la variable X “Planificación estratégica” y la variable Y “Rentabilidad”. Se definirán en forma conceptual

##### **Variable 1: Planificación estratégica**

La planificación es una herramienta de gestión que nos permitirá visualizar mejor el ámbito de la empresa para una mejor toma de decisiones. La manera de cómo se planifican las estrategias y en cuanto estén orientados a la organización mediante su enfoque estas nos podrán enrumbar un camino a nuestros objetivos predispuestos como empresa. (Armijo, 2011).

La planificación estratégica es un sistema en el cual se implantan los distintos planes recogidos y adaptados por los involucrados en los proyectos, en los cuales, mediante la recolección de datos y experiencias previas, que se apliquen a la organización. Los encargados del proyecto, quienes proyectan resultados, a través de procedimientos que efectuarán en las operaciones para plasmar lo presupuestado en lo que se espera a percibir una vez culminado el proyecto con respecto a la rentabilidad versus tiempo según los hitos fijados para culminar éste.

Es indispensable seguir paso a paso la estrategia para poder obtener los resultados esperados en los proyectos y no se tengan retrasos inesperados, los cuales repercuten en la rentabilidad por penalidades de “fiel cumplimiento” en las obras.

[...]es un mero conjunto de planear y ejecutar; puesto que, para materializar la estrategia es necesario de antemano tener un plan que guíe la acción, que define las relevancias de éstas en un orden establecido, regidas por la importancia del proyecto. Para obtener una lectura mejor de nuestro entorno. (Mantilla, 1998, p.53)

### **Dimensión 1: Estrategias competitivas**

Johnson y Scholes (2001, p.154) nos indican que las estrategias competitivas son herramientas de las organizaciones que a largo plazo son muy beneficiosos, ya que a menudo va cambiando el mercado y estas estrategias pueden ir adecuándose al cambio; configurando sus recursos, ajustándose de manera que se moldee a la situación, para cumplir las metas y objetivos en beneficio de la organización.

### **Indicador 1: Liderazgo en costos**

El liderazgo en costos es una de los pilares de la organización, puesto que si se disminuyen los costos progresivamente y de forma eficiente en las áreas que se cree que no es necesario por el momento tener, basado en un estudio o por una experiencia previa. Estos se pueden reducir significativamente dando a la empresa una ventaja notable frente a otras. De la misma forma Porter nos indica que si se disminuye los costos y no se toma en cuenta los estándares de calidad y el buen servicio, esta estrategia no servirá de mucho puesto que el cliente lo persevera como negativo. (Porter, 2001, p.52)

### **Diferenciación**

[...] la diferenciación en las empresas otorga un escudo muy alto frente a las competencias, puesto que para que un producto sustituto pueda llegar a ser competencia, éste tiene que satisfacer las mismas necesidades que éste otorga, y

crear el mismo vínculo con el consumidor. De la misma forma Porter nos indica que la diferenciación nos permitirá mantener un precio sobre el mercado sin que el consumidor perciba de forma negativa este incremento por las características mencionadas anteriormente, y con ello una mayor rentabilidad para poder seguir ofreciendo un producto de calidad (Porter, 2012, p.54)

## **Enfoque**

El enfoque a diferencia que las anteriores estrategias competitivas las cuales se centran más en la industria y abarca un mercado más extenso, el enfoque se centra en un determinado conjunto un pequeño grupo en el cual la empresa busca obtener su nicho de mercado. Porter señala que, en el enfoque, la organización se centra en un pequeño mercado en particular en el cual ofrecerá un producto - servicio especializado, ya que enfocándose en un segmento menor podrá atender mejor y más eficiente las necesidades de sus clientes. (Porter, 2012, p.54)

## **Dimensión 2: Gestión de costos**

La gestión de costos es un proceso financiero en el cual se asigna un presupuesto en el cual, el administrador de presupuesto debe maximizar sus recursos para poder alcanzar los objetivos previstos, sin salirse de estos parámetros que descuadren el presupuesto anteriormente asignado e inflen el precio del proyecto haciéndolo éste inviable. (Rodríguez, 2001, p. 5)

## **Sistema de Costos**

[...]Aquella que se usa para el abastecimiento y recolección de datos con el fin de obtener los costes del proceso y el costo final de un producto o servicio, calculados a través de una serie de procedimientos y pasos que nos indica cómo la empresa calculó sus costes totales. (Dardet y Gutiérrez, 2009, p.65)

Dardet y Gutiérrez nos indican que un sistema de costos es una serie de procesos constituido por ítems e hitos que en su forma total nos darán el precio del producto final. Así mismo nos dan los pasos de cómo la empresa calcula sus costes totales. Lo que hoy en día más se asemeja a un presupuesto o un conjunto de

valorizaciones por obra, haciendo un símil con la realidad actual de Serviparamo Perú en sus procesos de costos para dar un presupuesto a la hora de hacer un concurso de licitación.

### **Proceso estratégico**

El proceso estratégico es la manera en la cual llevamos nuestro trabajo o proyectos en la organización mediante los parámetros establecidos de control como, observar el campo a actuar, organizar un plan de acción y la ejecución de ésta. Rodeloy nos indica que debe de ser un proceso sujeto a cambios constantes con un aprendizaje gradual que puedan contribuir con el crecimiento de todos los niveles de la organización. (Rodeloy 2012, p.55)

### **Costo de capital**

El costo de capital es interés percibido por la inversión de un proyecto en el cual se ha invertido un determinado capital, los cuales son medibles por diversas ratios como el Valor actual neto o la Tasa de interés de retorno. Lawrence nos indica también que los proyectos son riesgos constantes en los cuales, la tasa de interés de retorno nos indicará que tanto es el valor de la organización de forma directamente proporcional con la tasa de retorno propiamente dicha. (Lawrence, 2007, p.403)

### **Dimensión 3: Planificación estratégica y financiera integrada**

La planificación estratégica como unos procedimientos y herramientas que utilizan las organizaciones para observar el campo de acción y actuar conforme la situación lo amerite mediante un plan. Esto a su vez debe ser guiada de forma disciplinada, para poder responder coherentemente ante las situaciones que se presenten para obtener mejores resultados en los proyectos. Hace énfasis también en que, la planificación estratégica es guiar las acciones y demostrar por qué y cómo se va a realizar. (Pilar, Cibrán, Prado, Crespo, Huerte, 2013, p.75)

### **Planificación estratégica financiera**

La planificación estratégica financiera es la forma cuantitativa monetaria de la empresa representada en forma monetaria de ella, cuando hablamos de la

planificación estratégica financiera hablamos no solo de los recursos económicos que involucran la organización sino también de todo lo que esta representa. (Cibrán, Prado, Crespo, Huerte, 2013, p.156)

### **Planificación financiera a largo plazo**

Los planes a largo plazo, o los planes estratégicos, son los que se ejecutan con un plan de acción de 2 a 10 años, empero en su mayoría se efectúan en ciclos de cinco años. Lawrence también nos indica que estos planes estratégicos financieros se van ajustando siempre y cuando en el rango del periodo se presente un acontecimiento relevante para la organización los cuales deben de aplicarse para el beneficio de la empresa. (Lawrence, 2007, p.103)

### **Plan financiero a corto plazo**

Los planes financieros a corto plazo o los planes operativos son a menudo en periodos de uno a dos años, estos planes anticipados se basan en los pronósticos de ventas o la planificación durante el año a través de la parte operativa de la organización en cumplimiento de metas con respecto a las ventas o la cuota de ventas trazada como objetivo. (Lawrence, 2007, p.103)

Lo que Lawrence nos indica sobre la planificación financiera en corto plazo se basa en un periodo corto de uno o dos años. Esta planificación financiera se da en su mayoría en las empresas cuando se desea proyectar sus ventas conjuntamente con la parte operativa; es decir respondiendo a corto plazo qué queremos y cómo lo vamos a realizar. Conjuntamente con Serviparamo Perú se da el caso de cuantas obras vamos queremos obtener en este año y con qué material operativo los vamos hacer, la fuerza de trabajo intrínseca. Como nos indica Castaño en 2017 en entrevista al diario gestión en el 2017; “Al cierre del 2017, se espera cerrar el 2017 con dos nuevos centros comerciales en provincias, los cuales serán el Open Plaza del grupo Falabella en Huancayo y Mall Aventura Plaza en Arequipa”.

### **Variable 2: Rentabilidad**

Quispe (2012) afirma lo siguiente que,” la rentabilidad esencialmente corresponde al medio económico o monetario de un proyecto de inversión del

cuanto se va invertir. Basándose en un frío cálculo matemático de cuánto invirtió en el proyecto y cuánta utilidad económica le dio como ganancia después del gasto. Basándose en el rubro en que se rige la empresa y su sector económico en el cual se desenvuelve". (p.24)

Quispe nos indica que, la rentabilidad es el resultado de un proyecto de inversión, ya sea oneroso o en fríos números rojos la rentabilidad es el resultado de lo que hemos invertido, proyectado, presupuestado en un proyecto a través de una planificación estratégica de inversión en el rubro cual sea hayamos querido iniciar nuestras operaciones. Contrastando con Serviparamo, antes de sus operaciones inicia con una rentabilidad esperada del 20%, empero termina en la mayoría de casos con una rentabilidad del 12% al 18%, por distintos factores durante el ejercicio del proyecto; problemas climáticos, burocráticos, o como el mayor de los casos ampliación de frente de trabajo, que se da porque las demás empresas constructoras no terminan a tiempo sus operaciones y no se puede accionar hasta que éstas concluyan.

Lawrence (2007) en su obra Principios de la administración financiera afirma lo siguiente: [...] La rentabilidad es la relación entre ingresos y costos. El riesgo, en el contexto de las definiciones financieras a corto plazo, es la probabilidad de que una empresa llegue a ser técnicamente insolvente -incapaz de pagar sus facturas a vencimiento. (p.521)

La rentabilidad según Lawrence es la relación entre ingreso y costos dada al final como el producto de ambos, así mismo también para darse ello surgen riesgos financieros operacionales, externos entre otros que puedan llevar a la empresa a no ser capaz de cumplir con sus obligaciones. Suponiendo el escenario de un total de activos totales cuanto más sean los activos circulantes, sobre los activos totales menos rentable y riesgos es la empresa, de manera contraria también podemos decir que cuando se tiene los activos totales constantes, en cuanto más sean la razón de pasivos circulantes sobre los activos totales de una empresa, es más rentable y también aún más riesgosa.

Lawrence manifiesta que la rentabilidad de una organización se refleja en sus estados financieros; es decir si una empresa cuenta con ciclo de conversión de efectivo muy lenta esta será menos rentable, ya que en el tiempo será incapaz de hacer efectivo sus obligaciones dado que la materia prima tarda mucho en convertirse en dinero. Y así mismo define que cuando es mayor el pasivo circulante, las deudas deben ser a corto plazo, sobre los activos totales se dice que la empresa tendrá una mayor rentabilidad.

Mejía (2012) afirma lo siguiente: la rentabilidad o beneficio de la empresa es muy amplio y no solo se basa en lo económico sino también sus distintas formas que también son rentables y ayudan al crecimiento de la empresa. No obstante, la rentabilidad dependiendo de qué rentabilidad se ha elegido; sea rentabilidad social, económica, ecológica entre otras va de la mano de distintos riesgos y que solo se puede hacer rentable un proyecto si se asumen mayores riesgos de forma directamente proporcional. (Mejía 2010, p.138)

Román (2012) sostiene también que, la solvencia de una empresa no es únicamente la rentabilidad, ya que sólo estaríamos hablando de términos económicos; de las ventas sobre los gastos. (p.145)

En términos financieros la rentabilidad es los ingresos después de los gastos, empero hay muchas maneras de medir la rentabilidad de una empresa; ya sea a través de la satisfacción de los clientes, el aporte de los accionistas, la calidad de talento humano en la organización. Conjuntamente a ello es lo que le suma mayor valor a toda empresa y hará que crezca financieramente.

### **Dimensión 1: Rentabilidad financiera**

Eslava (2010) sostiene también que: la rentabilidad financiera es la ratio que permite ver el estado actual de la empresa, es el rendimiento que permite medir las ganancias de la organización, para su comparación y así poder graficar la actualidad de la liquidez de la empresa. Es la capacidad que tiene una empresa de retorno de dinero después de una inversión hacia los inversores, comparables con otras inversiones alternativas para la medición de ésta. Se puede decir también que



es los beneficios que se obtiene por una inversión, es decir es el resultado de la ratio del beneficio neto sobre los fondos propios (p.98)

### **Sistema de análisis financiero; Dupont**

Haime (2008) afirma que: el análisis Dupont muestra la forma en que la organización utiliza de forma correcta sus activos. Mediante el análisis DuPont podremos determinar qué tan rentable es el proyecto y viable es, con respecto a las ventas y su eficiencia con relación a los activos. (p. 104)

### **Margen neto de Utilidad**

Aching y Dolor (2013) afirman también que: el margen de utilidad neta es la ganancia monetaria líquida que nos da después de haber pagado todas las obligaciones e incluso de haber efectuado el pago de los impuestos. Los autores nos mencionan que mientras más alto sea el margen de utilidad neto de la empresa, mayor será las ganancias de ésta y su rentabilidad se incrementará. (p.31)

### **Apalancamiento financiero**

Córdoba (2014) afirma que: El apalancamiento es la decisión que se tiene de endeudarse para un proyecto de inversión financiero, con el fin de obtener mayores ganancias; entendiéndose en pocas palabras también que apalancarse es hacer más con menos, el invertir el lograr objetivos trazados con pocos recursos. (p.154)

Se dice que una de las maneras de generar dinero es a través de una obligación financiera, ya que el empresario se endeuda con la finalidad de generar dinero a través del apalancamiento es decir trabajando en una relación de uno a uno con la obligación versus la rentabilidad; en consecuencia, su deuda sería cero y se estaría trabajando con el dinero de otros generando sus propias ganancias.

### **Dimensión 2: Toma de decisiones**

Benavides (2004) sostiene también que, “la toma de decisiones no es más que acontecimientos que se presentan en un momento determinado en la organización y que el ejecutivo debe de saber resolver en favor de la empresa,

puesto que cualquiera que sea la decisión que tome esta tendrá un efecto en la empresa.”. (p.158)

La toma de decisiones a un sin número de posibilidades de decisión, añadiendo a estas la complejidad, hacen que sea difícil y que se incline la balanza a una decisión desacertada. (Bussines, 2006, p.17)

Benavides nos indica que la gestión del cambio son circunstancias que se dan en las organizaciones y que nosotros debemos resolver porque cualquiera que sea nuestra postura ante ella tendrá un efecto colateral en la organización y ésta se da en todos los niveles jerárquicos de la empresa como se da en también en Serviparamo Perú al momento de concursar por un proyecto, la organización tiene que homologarse al sistema de trabajo del cliente y es ahí donde la toma de decisiones es muy importante para la realización de la ejecución del proyecto de acuerdo a sus normas y reglas que se rija el cliente. Éste también puede tener distintos efectos en la rentabilidad, ya que se trabaja bajo cartas fianzas que penalizan el retraso del trabajo que normalmente se da porque no se ciñe a las normas impuestas por el administrador de obra.

### **Identificación del problema**

Para poder alcanzar los resultados esperados en la identificación del problema, se debe conceptualizar claramente el objetivo que sea entendible por todos, ya que, una vez identificado el problema y con una definición clara, será mucho más sencillo poder medirla y someterla a las diversas pruebas para hallar las posibles respuestas o acciones a tomar. (Galindo, 1998, p.42).

Galindo nos indica que para identificar el problema se debe tener un concepto claro y sencillo para todos poder entender qué es lo que no está funcionando bien o acorde a nuestra realidad empresarial. Para poder sintetizar pronto respuestas a las conjeturas, como se da el caso en los proyectos de aire acondicionado en el sistema HVAC siempre se da retrasos en los proyectos que repercuten en la rentabilidad y es muy importante para el área de planificación encontrar la solución a ésta; es por ello que se crean comité de los involucrados

para poder encontrar estos cuellos de botellas para su pronta solución.

### **Alternativas para la toma de decisión**

Las alternativas en la toma de decisiones es el mero producto de una previa evaluación del problema en cuestión y después de dicho análisis, nos da una serie de posibles alternativas potenciales que tendremos para elegir. Sin embargo, estas alternativas deben ser evaluadas por grupos de trabajo conformadas por expertos quienes deberán considerar que las alternativas a elegir abarquen la solución a todo el problema en sí y sea la más apropiada para la solución. (Quiroa, 2014, p.21)

### **Objetivo de la decisión**

El objetivo de la decisión es la brecha entre la decisión y la situación, ya que el objetivo de la decisión es el proceso del todo y no finaliza en una decisión, sino que se debe ir controlando gradualmente y como esta se va a desarrollando y los factores que influyen y de qué manera se puede ir corrigiendo y adaptándose según un mejor concepto, mejor viabilizado que nos llevará a un nuevo proyecto. (Lazzati, 2013, p.158)

### **Dimensión 3: Riesgo financiero**

Los riesgos financieros son básicamente los cambios no previstos y los costos de oportunidad de las diferentes fuentes de capital de la empresa. Nos indica también que los riesgos financieros es una toma de decisión que asume la empresa en afán de conseguir una mejor rentabilidad para lograr sus proyectos, en los cuales tiene que afrontar los cambios no previsibles en su macro entorno que nos es de control de la empresa, y que sin embargo esta tiene que asumir con el peligro de perder rentabilidad si las cosas no salen según lo planeado. (Rahnema, 1997, p.158)

### **Riesgo de mercado**

El riesgo de mercado es el producto de las distintas variables que rigen el mercado financiero los cuales suman o restan valor a la acción de la empresa, es de acuerdo a esta es como se medirá el valor de la empresa en el mercado financiero. (Samaniego, 2008, p.13)

### **Riesgo de crédito**

El riesgo de crédito es la capacidad que tiene una empresa o persona para enfrentarse a una deuda, si nos queremos ir a términos netamente empresariales hablamos de qué tan solvente es la empresa para asumir una deuda a un plazo establecido. La capacidad de endeudamiento de una empresa será su reputación frente a su solvencia. (Gómez y López, 2002, p.72)

### **Riesgo operacional**

El riesgo operacional es el error que puede cometer la parte humana en sus distintas áreas y que repercute en el quehacer de la empresa ya sea por una mala aplicación de los procedimientos o porque simplemente no cumplió bien en sus funciones. Pero trae consecuencias en la rentabilidad de la empresa. (Feria, 2005, p.4)

**Escala de medición:** de tipo nominal

### **3.3 Población, muestra y muestreo**

Para la presente investigación denominaremos población a los 42 trabajadores de la empresa Serviparamo Perú S.A.C., como sujeto a población.

Hernández et al. (2014) definen la muestra como subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta.

En el trabajo de investigación se aplica como muestra a toda la población; a los 42 trabajadores de Serviparamo Perú S.A.C., de la misma manera no se ejecutaron los criterios de inclusión o exclusión por lo anteriormente dicho.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

Bernal nos define que la encuesta es una de las técnicas de recolección de datos más usada, la cual se funda en un cuestionario o conjunto de preguntas que sirven como propósito de obtener información de las personas encuestadas. (Bernal, 2010, p. 194).

Se utilizó la técnica de la encuesta realizada a los 42 trabajadores de Serviparamo Perú SAC, la cual se pidió un tiempo de 12 min con el encuestado durante la jornada de trabajo para esclarecer cualquier mínima duda en cuanto a las preguntas formuladas para el trabajo de investigación.

Hernández (2014) define al cuestionario como el conjunto de preguntas que el investigador formula con respecto a las variables que se van a medir

Como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario de 20 preguntas que nos ayudará a medir mejor nuestras variables, a través de los indicadores

### **3.5 Procedimiento:**

Para la extracción de información se aplicó la técnica de encuesta, tomando como instrumento un cuestionario conformado por 20 preguntas dividida en dos, 10 para cada variable. Para tal fin se solicitó la aprobación del gerente general, El señor Carlos Arturo Castaño Padilla, la cual se adjunta en los anexos. Se aplicó a la población total de trabajadores (42), quienes conforman el área involucrada de la investigación; administración, logística, ingeniería, finanzas y operaciones. Se coordinó con cada uno de los trabajadores en un rango de 12 minutos por persona para el llenado del instrumento, durante la jornada laboral.

### **3.6 Método de análisis de datos:**

Después de aplicar la técnica del cuestionario, se procesaron los resultados dentro del programa estadístico SPSS 20, las tablas se realizaron en base a dimensiones e indicadores de las variables correspondientes para después analizar e interpretar. Se obtuvo el grado de confiabilidad, mediante la aplicación del Alpha de Cronbach a ambos cuestionarios que estuvo realizado por un total de 10 preguntas por variable, constó de 9 ítems, con un nivel de confiabilidad del 95% Mediante los resultados adquiridos de la prueba piloto, donde la encuesta fue aplicada a los 42 trabajadores de la empresa Serviparamo Perú. De lo cual se obtuvo los siguientes datos:

Tabla N° 01 resumen del procesamiento de los casos

**Resumen del procesamiento de los casos**

		N	%
Casos	Válidos	42	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	42	100,0

Tabla N° 02 estadístico de fiabilidad

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	basada en los elementos tipificados	N de elementos
,938	,934	18

Se obtuvo como resultado de la prueba del alfa de Cronbach 0.938; es decir el instrumento es confiable. Por lo tanto, el cuestionario con el que se realizará la investigación cuenta con un muy alto grado de confiabilidad, según el cuadro de escala de valores de Said.

### **3.7 Aspectos Éticos:**

La investigación contará con la autorización de Serviparamo Perú en que se aplique la encuesta y se seleccione a todos los trabajadores para la encuesta. Asimismo, se obtuvo la autorización de la Escuela de Administración de la UCV para la elaboración de la tesis.

En la presente investigación para realizar la validación se ha sometido a juicio de expertos que permitirá diferir las dimensiones con los ítems respectivos, es decir las preguntas. Razón que se llevará a cabo por la excelentísima trayectoria

y destreza de renombrados docentes de la Escuela de Administración de empresas de la Universidad César vallejo, los cuales se mencionan a continuación:

Tabla N° 03 Juicio de expertos

<b>VALIDADOR</b>	<b>GRADO</b>
Edith Rosales Domínguez	Magister
Ofelia Santos Jiménez	Doctora
Casma Zarate Carlos	Magister

Hernández (2013, p. 200), nos indica que la confiabilidad es el nivel en el que el instrumento nos otorga resultados congruentes y consistentes.

Se efectuó el instrumento del tipo Likert (5 categorías), buscando la confiabilidad de dicho instrumento, mediante el método del Alfa de Cronbach. El cuestionario que se utilizó como instrumento para medir la relación de la variable X (Planificación estratégica) y la Y (Rentabilidad) de la empresa Serviparamo Perú S.A.C.

#### IV. RESULTADOS

Del análisis de los resultados una vez sometidos al programa estadísticos SPSS 20 a los 42 colaboradores encuestados de Serviparamo Perú SAC en Miraflores, Lima en el 2017, dio como lo resultado lo que se expone líneas abajo:

TABLA N° 04

**Estrategias competitivas (agrupado)**

	(f)	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	4	9,5	9,5	9,5
Válidos Siempre	38	90,5	90,5	100,0
Total	42	100,0	100,0	

De la encuesta realizada a los trabajadores de Serviparamo Perú obtuvimos que, el 9.5% de encuestados creen que casi nunca se establecen estrategias competitivas, siendo éste el menor porcentaje y el 90,5% piensa que, siempre las estrategias son competitivas en los concursos para obtener los proyectos. De lo cual podemos indicar que Serviparamo siempre planifica con estrategias competitivas en la ejecución de proyectos de aire acondicionado de tipo HVAC.

TABLA N° 05

**Gestión de costos (agrupado)**

	(f)	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	9	21,4	21,4	21,4
Válidos Casi siempre	21	50,0	50,0	71,4
Siempre	12	28,6	28,6	100,0
Total	42	100,0	100,0	



De la encuesta realizada a los 42 trabajadores de Serviparamo Perú obtuvimos que, el 21.4% de encuestados cree que Algunas veces se establecen Gestión de costos siendo éste el menor porcentaje del total, En cuanto a los 21 trabajadores siendo el 50% piensa que, casi siempre se aplica la gestión de costos en los proyectos y solo el 28,6% piensa siempre se aplica la gestión de costos en los proyectos. De lo cual podemos indicar que Serviparamo a menudo gestiona sus costos de acorde al presupuesto en la ejecución de proyectos de aire acondicionado de tipo HVAC.

TABLA N° 06

<b>Planificación estratégica financiera integrada (agrupado)</b>				
	(f)	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	9,5	9,5	9,5
Algunas veces	12	28,6	28,6	38,1
Válidos Casi siempre	14	33,3	33,3	71,4
Siempre	12	28,6	28,6	100,0
Total	42	100,0	100,0	

De la encuesta realizada a los trabajadores de Serviparamo Perú obtuvimos que, el 9.5% de encuestados creen que nunca se establece una planificación estratégica integrada, siendo y el 28,6% piensa que siempre se aplica una planificación estratégica integrada en los proyectos. De lo cual podemos indicar que Serviparamo a menudo planifica la distribución del recurso monetario de forma estratégica en la ejecución de proyectos de aire acondicionado de tipo HVAC.

TABLA N° 07

<b>Rentabilidad financiera (agrupado)</b>				
	(f)	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	9	21,4	21,4	21,4
Válidos Casi siempre	21	50,0	50,0	71,4
Siempre	12	28,6	28,6	100,0
Total	42	100,0	100,0	

De la encuesta realizada a los trabajadores de Serviparamo Perú obtuvimos que, el 21.4% de encuestados creen que algunas veces se obtiene rentabilidad financiera; siendo éste el menor porcentaje, el 50% cree que casi siempre hay rentabilidad financiera y el 28,6% piensa que siempre se obtiene rentabilidad financiera en los proyectos. De lo cual podemos indicar que Serviparamo a menudo obtiene rentabilidad ante la ejecución de proyectos de aire acondicionado de tipo HVAC.

TABLA N° 08

<b>Toma de decisiones (agrupado)</b>				
	(f)	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Casi nunca	4	9,5	9,5	9,5
Casi siempre	13	31,0	31,0	40,5
Siempre	25	59,5	59,5	100,0
Total	42	100,0	100,0	

De la encuesta realizada a los trabajadores de Serviparamo Perú obtuvimos que, el 9.5% de encuestados piensa que casi nunca se establece la toma de decisiones, siendo éste el menor porcentaje y el 59,5% piensa que siempre se aplica la toma de decisiones en los proyectos. De lo cual podemos indicar que siempre se toman decisiones en la ejecución de proyectos de aire acondicionado de tipo HVAC y que los procesos ejecutados reflejados en obra van siempre por un plan fundamentado de trabajo realizado por el área encargada del proyecto como planificación, ingeniería y operaciones.

TABLA N° 09

<b>Riesgo financiero (agrupado)</b>				
	(f)	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Algunas veces	4	9,5	9,5	9,5
Casi siempre	16	38,1	38,1	47,6
Siempre	22	52,4	52,4	100,0
Total	42	100,0	100,0	

De la encuesta realizada a los trabajadores de Serviparamo Perú obtuvimos que, el 9.5% de encuestados creen que Algunas veces se establecen riesgos financieros, siendo éste el menor porcentaje, el 38.1% de trabajadores encuestados también piensa que casi siempre hay riesgos financieros en los proyectos y el 52,4% piensa que siempre hay riesgos en los proyectos. De lo cual podemos indicar que siempre se está expuesto a riesgos en la ejecución de proyectos de aire acondicionado de tipo HVAC.

### Prueba de normalidad

La hipótesis de normalidad:

H0: La distribución es normal.

H1: La distribución no es normal.

La operación se calculó a través de la realización de la prueba de Shapiro Wilk ya que la muestra del presente trabajo de investigación es de 42 personas, por ello, es una prueba no paramétrica.

TABLA N° 10

Pruebas de normalidad<sup>a</sup>

	Rentabilidad (agrupado)	Kolmogorov-Smirnov <sup>b</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Planificación Estratégica (agrupado)	Casi siempre	,431	13	,000	,592	13	,000
	Siempre	,506	25	,000	,445	25	,000

- Planificación Estratégica (agrupado) es una constante cuando Rentabilidad (agrupado) = Algunas veces y se ha desestimado.
- Corrección de la significación de Lilliefors

**Interpretación:**

En relación con la Prueba de Normalidad Kolmogorov-Smirnov expuesta en la Tabla N° 10, observamos que las variables de estudio obtuvieron una distribución menor a 0.05 como grado de significancia, es decir “0,000 y  $0,000 < 0,05$ ”; en consecuencia, el presente trabajo no tiene una distribución normal y se rechaza  $H_0$ .

**Contrastación de hipótesis**

En relación a la contrastación para operar las pruebas de hipótesis, se pudo constatar que las variables y dimensiones en cuestión no tienen una distribución normal, en consecuencia, para este estudio de investigación se aplicó pruebas no paramétricas. En ese sentido, dicho cálculo se realizó mediante la Prueba Rho de Spearman.

R. Martínez, Tuya, M. Martínez, Pérez y Cánovas (abril, junio, 2009, p. 9) indican que diversos autores ofrecen escalas de interpretación, la cual se detalla a continuación

**Hipótesis general**

Existe relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.

**Hipótesis Nula (H0):**

No existe relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.

**Hipótesis de Investigación (H1):**

Si existe relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.

TABLA N° 11

Correlaciones			Planificación Estratégica (agrupado)	Rentabilidad (agrupado)
Rho de Spearman	Planificación Estratégica (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,692**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Rentabilidad (agrupado)	N	42	42
		Coeficiente de correlación	,692**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	42	42

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

### Interpretación:

En la tabla mostrada Número 11 se aprecia que la prueba Rho de Spearman se observa que las variables en estudio tienen un grado de significancia (bilateral) inferior a 0.05, en otros términos " $0.000 < 0.05$ ", en consecuencia, se prescinde de la hipótesis nula. De igual manera, ambas variables tienen una relación de 0.692, por lo tanto, podemos inferir que se encuentra entre moderada y fuerte. Por consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación señalando que existe una relación entre moderada y fuerte entre la planificación estratégica y la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017

### Hipótesis Específico 1

Existe relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017

### Hipótesis Nula (H0):

No existe relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017

### Hipótesis de Investigación (H1):

Si existe relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017

TABLA N° 12

			Correlaciones	
			Planificación Estratégica (agrupado)	Rentabilidad financiera (agrupado)
Rho de Spearman	Planificación	Coefficiente de correlación	1,000	,732**
	Estratégica	Sig. (bilateral)	.	,000
	(agrupado)	N	42	42
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,732**	1,000
	financiera	Sig. (bilateral)	,000	.
	(agrupado)	N	42	42

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

### Interpretación:

En la tabla mostrada Número 12 se aprecia que la prueba Rho de Spearman se observa que las variables en estudio tienen un grado de significancia (bilateral) inferior a 0.05, en otros términos " $0.000 < 0.05$ ", en consecuencia, se prescinde de la hipótesis nula. De igual manera, ambas variables tienen una relación de 0.732, por lo tanto, podemos inferir que se encuentra entre moderada y fuerte. Por consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación señalando que existe una relación entre moderada y fuerte entre la planificación estratégica y la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.

### Hipótesis Específico 2

Existe relación entre las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.

### Hipótesis Nula (H0):

No existe relación entre las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.

### Hipótesis de Investigación (H1):

Si existe relación entre las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.

Tabla N° 13

		Correlaciones		
		Rentabilidad (agrupado)	Estrategias competitivas (agrupado)	
Rho de Spearman	Rentabilidad (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	,584**	
	Estrategias competitivas (agrupado)	N	.	,000
		Coeficiente de correlación	42	42
		Sig. (bilateral)	,584**	1,000
		N	,000	.

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

### Interpretación:

En la tabla mostrada número 13 se aprecia que la prueba Rho de Spearman se observa que las variables en estudio tienen un grado de significancia (bilateral) inferior a 0.05, en otros términos " $0.000 < 0.05$ ", en consecuencia, se prescinde de la hipótesis nula. De igual manera, ambas variables tienen una relación de 0.584, por lo tanto, podemos inferir que se encuentra entre moderada y fuerte. Por consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación señalando que existe una relación entre moderada y fuerte entre la rentabilidad y las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.

## V. DISCUSIÓN

Se tuvo como objetivo determinar el nivel de relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017. A través de la prueba Rho de Spearman se observa que las variables en estudio tienen un grado de significancia (bilateral) inferior a 0.05, en otros términos " $0.000 < 0.05$ ", en consecuencia, se prescinde de la hipótesis nula. De igual manera, ambas variables tienen una relación de 0.692, por lo tanto, podemos inferir que se encuentra entre moderada y fuerte. Por consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación señalando que existe una relación entre moderada y fuerte entre la planificación estratégica y la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017, por tanto, el objetivo general queda demostrado.

Así mismo existe también coherencia con la teoría de M. Porter (1996) La estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben de ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos.

De igual manera los resultados obtenidos tienen coherencia con la investigación realizada por Salazar (2014), quien muestra similitud en la investigación, ya que la planificación estratégica conlleva relación con la rentabilidad, coincide también con objetivo principal: puesto que quiere dar a conocer la relación de la planeación estratégica en el volumen de ventas.

De la misma forma se desea conocer un modelo de plan estratégico para la empresa mediante la relación de la planificación estratégica y la rentabilidad. Concluye que la rentabilidad o ventas de una empresa obedece a una amplia planificación estratégica soportada por una objetiva administración ya que del estudio se pudo constatar que las empresas que ejecutan planeación de estrategias se imponen en la participación de mercado sobre otras que trabajan sus proyectos de manera empírica, como se intenta sustentar a través de Serviparamo Perú. Así mismo coincidimos con el autor en cuanto indica que la planeación estratégica



guarda relación directa con las ventas ya que un buen plan enfocado a tus metas se verá reflejado en la rentabilidad.

De acuerdo con la teoría que sostiene Armijo al respecto que la planificación estratégica, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. (Armijo, 2011).

Se tuvo como objetivo específico primero establecer el nivel de relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017. Mediante la prueba Rho de Spearman se observa que las variables en estudio tienen un grado de significancia (bilateral) inferior a 0.05, en otros términos " $0.000 < 0.05$ ", en consecuencia, se prescinde de la hipótesis nula. De igual manera, ambas variables tienen una relación de 0.732, por lo tanto, podemos inferir que se encuentra entre moderada y fuerte. Por consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación señalando que existe una relación entre moderada y fuerte entre la planificación estratégica y la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017., por ende, el objetivo específico uno queda demostrado.

Según Flores (2015) teniendo como objetivo general determinar el grado de relación de la gestión financiera con la rentabilidad de las cajas de ahorro y crédito. Concluye que, la planeación estratégica de ventas se relaciona altamente con créditos colocados, es decir entre mayor es la escala de créditos colocados a los clientes mayor será la rentabilidad de la empresa, empero un incremento de crédito en el deudor no se considera la cartera de alto riesgo sino únicamente los créditos totales a manera general, por lo que fue estrictamente necesario complementar la evaluación con la cartera de alto riesgo para obtener una muestra que se acerque más a la realidad ya que incrementar el endeudamiento a los clientes no siempre genera obligaciones ejecutables a la empresa.

De la misma manera se llega a coincidir con la conclusión de Flores donde nos indica que, la gestión estratégica guarda relación con las utilidades. Puesto que para Serviparamo Perú tener un plan estratégico sobre las ventas se verá reflejado significativamente favorable en la rentabilidad financiera de la empresa.

Así mismo en coherencia con la definición de Sánchez (1994) la rentabilidad financiera se define como la relación porcentual que existe entre el beneficio neto y el capital que invierten los accionistas

Se tuvo como objetivo específico segundo establecer el nivel de relación entre las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017. Mediante la prueba Rho de Spearman se observa que las variables en estudio tienen un grado de significancia (bilateral) inferior a 0.05, en otros términos " $0.000 < 0.05$ ", en consecuencia, se prescinde de la hipótesis nula. De igual manera, ambas variables tienen una relación de 0.584, por lo tanto, podemos inferir que se encuentra entre moderada y fuerte. Por consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación señalando que existe una relación entre moderada y fuerte entre la rentabilidad y las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017., por ende, el objetivo específico 2 queda demostrado.

Alberca (2012) se establecen coincidencias con el presente trabajo de investigación en sus objetivos generales ya que se busca elaborar un plan estratégico para maximizar la rentabilidad de la empresa a través de sus procesos administrativos para poder determinar vuestra correlación. En cuanto a la metodología de la investigación, las técnicas son los procedimientos concretos que el investigador utiliza para lograr la información.

A modo de conclusión Alberca nos indica que uno de los puntos más fuertes de la empresa el carrete es su posición geográfica estratégica que resultado de ello hace más accesible a los clientes y de los cuales se ve reflejado en su rentabilidad;

es decir se relaciona ampliamente la estrategia de posicionamiento geográfico con el incremento en su rentabilidad. Ya sea por accesibilidad o disminución de costos de logística; El carrete, a través de sus estrategias consigue un mayor posicionamiento económico en la cual haciendo un símil en Serviparamo Perú ya que se encuentra en el corazón de Miraflores rodeado por la mayoría de empresas que hacen concursos de licitación para mega proyectos de aire acondicionado de tipo HVAC a nivel nacional se podría plantear también su estrategia de posicionamiento geográfico, en la cual en las conclusiones podremos inferir.

Se coincide con Alberca ya que Serviparamo Perú utiliza estrategias competitivas en sus procesos en la cual resalta la estrategia de enfoque en precios, al momento de concursar en las licitaciones. Y esto hace que pueda ostentar mayores proyectos a una rentabilidad muy baja y obtener aun así ganancias considerables.

Así mismo existe coherencia con lo sustentado por Porter (2000) estrategia competitiva consiste en tomar acciones defensivas u ofensivas para establecer una posición defendible en una industria, para afrontar eficazmente las cinco fuerzas competitivas y con ello conseguir un excelente rendimiento sobre la inversión para la compañía

## VI. CONCLUSIONES

Analizando los resultados de la presente investigación, los objetivos planteados y la contrastación de hipótesis se concluyó lo siguiente:

**Primera:** Se determinó que existe una correlación significativa de 0.692, que demuestra que es una relación entre moderada y fuerte, entre la planificación estratégica y la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017. A lo que podemos concluir que la planificación estratégica es moderadamente fuerte relacionada con la rentabilidad

**Segunda:** Se determinó que existe una correlación significativa de 0.732, que demuestra que es una relación entre moderada y fuerte, entre la planificación estratégica y la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017. A lo que podemos concluir que la planificación estratégica es moderadamente fuerte relacionada con la rentabilidad financiera.

**Tercera:** Se determinó que existe una correlación significativa de 0.584, que demuestra que es una relación entre moderada y fuerte, entre las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017. A lo que podemos concluir que las estrategias competitivas son moderadamente fuertes relacionadas con la rentabilidad.

## VII. RECOMENDACIONES

Luego del análisis detallado y profundo de los resultados de la investigación se proponen las siguientes recomendaciones para Serviparamo Perú S.A.C. para ver si alguna puede ser puesta en práctica y de esa forma logre posicionarse en el mercado de instalación del sistema de aire acondicionado de tipo HVAC.

Primera: Se recomienda invertir más en planeación estratégica en los proyectos y que las áreas involucradas en los proyectos tengan mayor coordinación, como desde que se presupuesta la obra. En conjunto con el área de compras quien dé un precio referencial muy cercano a la realidad actual para las cotizaciones hasta operaciones y temas administrativos. Para que en conjunto se cree un plan estratégico específico para cada proyecto de aire acondicionado.

Segunda: Se recomienda también que el plan operativo en los proyectos debe ir conjunto con el área administrativa, ya que es muy importante que estos vayan en la misma sintonía al momento de su ejecución, puesto que las improvisaciones en los proyectos pueden costar una gran fortuna de dinero si se cometen errores que daría como resultado penalidades económicas contractuales en los proyectos, retrasos y sobre todo una mala imagen hacia el cliente. Es por ello que se hace énfasis en el plan operativo el cual debe ir en conjunto con administración, al cual se recomienda establecer un reporte semanal de los trabajos a realizarse y que estos vayan cumpliéndose de acuerdo a un cronograma coordinado con operaciones como se establece al momento de hacer el presupuesto.

Tercera: Se recomienda también expandir su mercado y buscar nuevos horizontes en el rubro de construcción enfocados en el sistema de aire acondicionado HVAC. La logística de llevar materia prima y equipos entre otros a provincia incrementa el precio de transporte siendo inversamente proporcional en la rentabilidad, si bien es cierto Serviparamo Perú maneja la estrategia competitiva de Porter; el enfoque en precios bajos con una rentabilidad por debajo del mercado. Sería muy beneficioso mirar un sector de mercado muy grande y que es abarcado únicamente por microempresarios el cual genera ingresos muy pequeños empero es un mercado

muy grande, el cual no se ha atendido en su totalidad. Ya que Serviparamo solo compete en megaproyectos; en términos numéricos, mayor al medio millón de soles, dejando escapar un mercado muy grande como dijimos anteriormente; el rubro de instalación a tiendas o mantenimientos preventivos y correctivos.

## REFERENCIAS

- Alberca, J. (2012). *Incremento de rentabilidad en la empresa El Carrete* (Tesis para alcanzar la titulación en finanzas). Universidad central del Ecuador.
- Aching, C., Guzmán, J. y Dolor, L, y Samatelo. (5ta ed.). (2013). *Ratios Financieros Y Matemáticas de la Mercadotecnia*. Lima, Perú Prociencia y cultura.
- Álvarez, D. e Hidalgo, F. (2009). *Contabilidad de Gestión. Cálculo de costes*. Madrid, España: Ediciones pirámide
- Armijo, M. (2011). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. Santiago de Chile, Chile. Naciones unidas CEPAL
- Barnet, S, Arbones, M, Perez, S, y Guerra, S. (2017). Investigación descriptiva. *Revista de ciencias del ejercicio y la salud*. Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Coodstein, T., Timothy M., y Wittiam, I. (1998). *Planeación estratégica*. Santa Fe, Colombia, Editorial Willy Solano Arévalo
- Córdoba, M. (2014). *Análisis financiero*. Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones
- Eslava, J. (2da. ed.). (2010). *Las claves del análisis económico financiero de la empresa*. Madrid, España: ESIC Editorial
- Espinoza, M. (2013). *Planeamiento estratégico como instrumento de gestión para el desarrollo de las empresas de seguridad y vigilancia privada de Lima Metropolitana*. tesis Para optar el Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial.

- Feria, J. (2005). *Riesgo de mercado: Su medición y control*. Madrid, España: Delta publicaciones universitarias
- Flores, O. (2015). *la gestión financiera y la rentabilidad de las cajas de ahorro y crédito del distrito de la Victoria 2010 – 2015* (Tesis Para Optar El Título Profesional De Contador Público). Universidad San Martín de Porres.
- Gómez, D. López, J. (2002). *Riesgos financieros y operaciones internacionales*. Madrid, España: Escuela superior de gestión comercial y marketing
- Johnson y Scholes, (7ma ed.). (2001, p.154). *Dirección Estratégica*. Madrid, Pearson Prentice Hall
- Juan, G. (2008). *Contabilidad de costos* (3 ed.) México
- Haime, L. (2008). *Planeación financiera en la empresa moderna*. (8 ed.) España
- Hernández, Fernández, Baptista, (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico. Mc Graw Hill.
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2017) *Metodología de la investigación*. 6ta edición. México D.F. McGraw Hill Education.
- I.N.E.I. (noviembre 22, 2017). "Sector construcción alcanzó la tasa más alta del año al crecer 8,94% en setiembre de 2017". *INEI.gob.pe*. Recuperado 22 de noviembre de 2017, de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/sector-construccion-alcanzo-la-tasa-mas-alta-del-ano-al-crecer-894-en-setiembre-de-2017-10202/#:~:text=setiembre%20de%202017-,Sector%20Construcci%C3%B3n%20alcanz%C3%B3%20la%20tasa%20m%C3%A1s%20alta%20del%20a%C3%B1o%20al,94%25%20en%20setiembre%20de%202017>
- Lawrence J. (11 ed.). (2012). *Principios de la administración financiera*. México, México: Cámara de la industria editorial mexicana



Lira J. (octubre 6, 2016) "Serviparamo de Colombia planea extender su red de sucursales al interior del Perú. Gestión

MacLeod, P. León, P. y Esquivias, P. (2002). *Planificación estratégica y financiera integrada para organizaciones no gubernamentales*. Virgini, USA: The Nature Conservancy

Martinez O., R, Tuya P., L., Martinez O., M., Pérez A., A. y Cánovas, A. (abril, junio, 2009). El coeficiente de correlacion de los rangos de Spearman. Revista Habanera de Ciencias Médica, (v. 8 n. 2). Recuperado de:  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-519X2009000200017](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-519X2009000200017)

Medina, M. (agosto 8, 2017) "Industria del aire acondicionado mueve \$1 billón "El Espectador <https://www.elespectador.com/economia/industria-del-aire-acondicionado-mueve-1-billon-article-657897/>

Pilar, C., Prado, C., Crespo, Huerte, C. (2013). *Planificación financiera*. Madrid, España: Escuela superior de gestión comercial y marketing

Porter, M. (12ma ed.). (2012 p.54) *Competitive strategies*. Unite State, Ediciones Pirámide

Ramatsebe D. (2017).3 Key Factors Driving Momentum in the Global HVAC Industry. *Market Research*, 25 (152) p.32 - p34

Reyes, S. (2008). *El riesgo de crédito en el marco del acuerdo de Basilea II*. Madrid, España: Delta publicaciones universitarias

Rodeloy C. (2012). *Herramientas y acción del estratega*.

Rodríguez, D. (2020). *Investigación aplicada: características, definición, ejemplos*. Lifereder. Recuperado de <https://www.lifereder.com/investigacion-aplicada/>

Rodríguez R. Dirección de proyectos – PMBOK. (5 ed.) Recuperado de:  
[https://es.slideshare.net/RubenPrado1/05-gestion-de-costos?qid=f64ddd39-4cf6-408c-9170-338bf10861fa&v=&b=&from\\_search=1](https://es.slideshare.net/RubenPrado1/05-gestion-de-costos?qid=f64ddd39-4cf6-408c-9170-338bf10861fa&v=&b=&from_search=1)

Salazar, V. (2014). *La planeación estratégica y su incidencia en el bajo volumen de ventas en las microempresas artesanales en metalmecánica de la ciudad de Tulcán* (Tesis para obtener el título de licenciado Administración de Empresas y Marketing). UPEC

Videla, P., Pastor, A. y Rahnema A. (1997) Mercados financieros internacionales. Barcelona, España: Canon Editorial, S.L.

Meza, V. (2012). *La gestión estratégica de costos en la rentabilidad en las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en lima metropolitana, año 2012* (TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO). Universidad San Martín de Porres.

Zamora, N. (2013). *Planeación estratégica para disminuir los índices de rotación de personal de tiendas Oxxo*. (Tesis que para obtener el grado de maestro en administración). Instituto Tecnológico De La Paz División De Estudios De Posgrado E Investigación.

## ANEXOS

### Coeficiente de Alpha de Cronbach

Escala de valores del Alfa de Cronbach	
Escala de valores	Valoración
Menor a 0.6	Inaceptable
De 0.6 a 0.65	Indeseable
Entre 0.65 y 0.70	Mínimamente aceptable
De 0.70 a 0.80	Aceptable
De 0.80 a 0.90	Muy bueno

Fuente: Said (2015, p. 26)

### Escala rango relació

COEFICIENTE	RELACIÓN
0 – 0,25	Escasa o nula
0,26 - 0,50	Débil
0,51 - 0,75	Entre moderada y fuerte
0,76 - 1,00	Entre fuerte y perfecta

Fuente: Said (2015, p.27)

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES/INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>GENERAL:</b> ¿Cuál es la relación de la planificación estratégica con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Cuál es la relación de la planificación estratégica con la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017?</p> <p>¿Cuál es la relación de las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017?</p>	<p><b>GENERAL:</b> Conocer la relación de la planificación estratégica con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Determinar la relación de la planificación estratégica con la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017</p> <p>Determinar la relación de las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017</p>	<p><b>GENERAL</b> Existe una relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>Existe relación entre la planificación estratégica y la rentabilidad financiera para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017</p> <p>Existe relación entre las estrategias competitivas con la rentabilidad para los proyectos de aire acondicionado de Serviparamo Perú en Lima, 2017.</p>	<p>Planificación estratégica Variable 1</p>	<p><b>ESTRATEGIAS COMPETITIVAS</b></p> <p>Liderazgo en costos Diferenciación Enfoque</p> <p><b>GESTIÓN DE COSTOS</b></p> <p>Sistema de Costos Proceso estratégico Costo de capital</p> <p><b>PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y FINANCIERA INTEGRADA</b></p> <p>Planificación estratégica financiera Planificación financiera a largo plazo Plan financiero a corto plazo</p>	<p><b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:</b> No experimental transversal <b>TIPO DE LA INVESTIGACIÓN:</b> Aplicada <b>NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN:</b> Descriptivo-Correlacional. <b>POBLACIÓN:</b> 42 trabajadores de SERVIPARAMO PRÉ S.A.C. distrito de Miraflores <b>MUESTRA:</b> Toda la población (35 trabajadores) <b>TÉCNICA DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN:</b> Programa estadístico SPSS 20</p>
<p>Rentabilidad Variable 2</p>	<p><b>RENTABILIDAD FINANCIERA</b></p> <p>Sistema de análisis financiero; Dupont Margen neto de Utilidad Apalancamiento financiero</p> <p><b>TOMA DE DECISIONES</b></p> <p>Identificación del problema Alternativas para la toma de decisión Objetivo de la decisión</p> <p><b>RIESGO FINANCIERO</b></p> <p>Riesgo de mercado Riesgo de crédito Riesgo operacional</p>				

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES DE VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	TIPO	NATURALEZA	ESCALA	INDICADOR	FUENTE
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	<p>Para definir este concepto el autor sostiene al respecto:</p> <p>La Planificación Estratégica, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen.</p>	Estrategias competitivas	<p>Johnson y Scholes (2001) en su obra Dirección estratégica afirma lo siguiente:</p> <p>La estrategia es el sendero y la meta de una empresa a largo plazo; consigue beneficios para la organización a través de su estructura de los recursos en un entorno inestable, para hacer frente a las necesidades de los mercados y cumplir las expectativas de los accionistas. La estrategia nos habla sobre las decisiones acerca de en qué negocios se compete, enmarcan el entorno específico de la organización y marcan los límites de ella; la estrategia persigue adaptar la empresa a su entorno. La estrategia se considera como “el patrón de los principales objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para la consecución de dichas metas, establecidos de tal manera que definan en qué rubro de negocio la empresa está o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser. (p.154)</p>	Se refiere a la organización de los datos recogidos para ejecutarlos en un plan de acción que nos permitan dar un resultado esperado.	INDEPENDIENTE	CUALITATIVA	NOMINAL	<p>- Siempre</p> <p>- Casi siempre</p> <p>- Algunas veces</p> <p>- Casi nunca</p> <p>- Nunca</p>	Encuesta
	<p>La Planificación Estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción para alcanzar dichos objetivos. (Armijo, 2011).</p>	Gestión de costos	<p>Rodríguez (2001) en su obra Dirección de proyectos afirma lo siguiente:</p> <p>Es un proceso vinculado con planificar, estimar, financiar, ostentar financiamiento, gestionando y controlando los costos de manera que se complemente el proyecto dentro del presupuesto establecido (p. 5)</p>						Encuesta
		Planificación estratégica y financiera integrada	<p>Pilar Cibrán, Prado, Crespo, Huerte (2009) afirman lo siguiente:</p> <p>La planificación estratégica hace referencia a un conjunto de conceptos, procedimientos y herramientas para ayudar a una organización, a pensar y ejecutar de forma estratégica mediante un proceso de consenso. La planificación estratégica es propiamente la ejecución con disciplina para realizar decisiones y acciones fundamentales que adecúan lo que la organización es, guían lo que hace y grafica el por qué y cómo lo hace. (p.75)</p>						Encuesta

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES DE VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	TIPO	NATURALEZA	ESCALA	INDICADOR	FUENTE
RENTABILIDAD	[...]La rentabilidad es la relación entre ingresos y costos. El riesgo, en el contexto de las definiciones financieras a corto plazo, es la probabilidad de que una empresa llegue a ser técnicamente insolvente - incapaz de pagar sus facturas a vencimiento. Suponiendo un total de activos totales, cuanto mayor sea la mayor de activos circulantes sobre activos totales, menos rentable y riesgosa es la empresa. Lo contrario también es cierto. Con los activos totales constantes, cuanto mayor es la razón de pasivos circulantes sobre activos totales de una empresa, más rentable y más riesgoso es la empresa. (Lawrence, 2003, p.521)	Rentabilidad financiera	Eslava (2010) sostiene también que: Este ratio mide la facultad de la organización para generar ganancias a sus propietarios, representado para ellos, en última instancia, el costo de oportunidad de los fondos que mantiene invertidos en la organización y posibilita la comparación, por lo menos al principio, con otros rendimientos alternativos u otros ratios. (p.98)	Se refiere a la retribución económica que te otorga un proyecto después de una inversión a un determinado plazo y espacio	INDEPENDIENTE	CUALITATIVA	NOMINAL	- Siempre	Encuesta
		Toma de decisiones	Benavides (2004) sostiene también que: La toma de decisión constituye inherentemente cuando se tiene un abanico de opciones para resolver los problemas o para aprovechar las oportunidades que se presentan en una organización. (p.158)					- Casi siempre - Algunas veces - Casi nunca - Nunca	Encuesta
		Riesgo financiero	Los riesgos financieros, se refieren a la probabilidad y magnitud de la influencia de los cambios no previstos en el tipo de interés y el coste de diferentes fuentes de capital, sobre el flujo de fondos. De la misma manera, vemos también que el riesgo financiero y comercial aumenta como resultado de las fluctuaciones no previstas en los diversos tipos de cambios, tipos de interés, inflación y precios relativos. (Rahnema, 1997, p.158)						Encuesta