



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA Y RENTABILIDAD EN LA
EMPRESA ZICSA CONTRATISTAS GENERALES SOCIEDAD
ANONIMA AYACUCHO, 2021”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR

Bach. YHENSON HUAMÁN DIAZ
<https://orcid.org/0000-0002-1905-0759>

ASESOR

Mg. SIMEON CARHUAVILCA ADOLFO ANTONIO
<https://orcid.org/0000-0003-2991-5389>

LIMA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este. Me formaron con reglas y algunas libertades, pero al final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

AGRADECIMIENTO

Sus palabras fueron sabias, sus conocimientos rigurosos y precisos, a ustedes mis profesores queridos, les debo mis conocimientos. Donde quiera que vaya, los llevaré conmigo en mí transitar profesional. Su semilla de conocimientos, germinó en el alma y el espíritu. Gracias por su paciencia, por compartir sus conocimientos de manera profesional e invaluable, por su dedicación perseverancia y tolerancia

RECONOCIMIENTO

La realización de este trabajo de investigación fue posible, en primer lugar, a la universidad al peruanas por permitirme realizar esta tesis a los docentes y asesores quien en su desempeño como guía procuró ser un trabajo estricto y fundamentado. De igual modo se agradece a los compañeros de trabajo por su disposición y confianza, que sin ellos no se hubiera podido recoger los datos necesarios en este estudio.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RECONOCIMIENTO.....	iv
ÍNDICE.....	v
INDICE DE TABLAS.....	vii
INDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN.....	xi
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	12
1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.2.1. Delimitación Espacial.....	14
1.2.2. Delimitación Social.....	14
1.2.3. Delimitación Temporal.....	14
1.2.4. Delimitación Conceptual.....	14
1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	15
1.3.1. Problema Principal.....	15
1.3.2. Problemas Secundarios.....	15
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.4.1. Objetivo General.....	15
1.4.2. Objetivos Específicos.....	16
1.5. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.5.1. Hipótesis General.....	16
1.5.2. Hipótesis Secundarias.....	16
1.5.3. Operacionalización de la variable.....	17
1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.6.1. Tipo y Nivel de la Investigación.....	19
1.6.2. Método y Diseño de la Investigación.....	20
1.6.3. Población y Muestra de la Investigación.....	21
1.6.4. Técnica e Instrumentos de Recolección de datos.....	23
1.6.5. Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación.....	24
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	27
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
2.2. BASES TEÓRICAS.....	32

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	43
2.4 BASES HISTÓRICAS.....	44
2.3. BASE LEGAL	45
CAPITULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	47
4.1. Análisis de Tablas y Gráficos	47
4.2 Discusión de Resultados	71
CONCLUSIONES.....	75
RECOMENDACIONES	76
FUENTES DE INFORMACION	77
ANEXOS.....	80
Anexo 1. Matriz de Consistencia.....	81
Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos.....	82
Anexo 3. Validado por expertos	84

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Muestra	22
Tabla 2 <i>Satisfacción de clientes</i>	47
Tabla 3 <i>Cambios organizacionales</i>	49
Tabla 4 <i>Entrega oportuna</i>	50
Tabla 5 <i>Preferencias a la empresa</i>	52
Tabla 6 <i>Es fuerza en el trabajo</i>	53
Tabla 7 <i>Innovación empresarial</i>	54
Tabla 8 <i>Percepción de rentabilidad</i>	56
Tabla 9 <i>Rentabilidad económica</i>	58
Tabla 10 <i>Comparación entre la rentabilidades</i>	59
Tabla 11 <i>Restricciones externas</i>	60
Tabla 12 <i>Utilidad de la organización</i>	62
Tabla 13 <i>Rentabilidad basado en beneficio</i>	63
Tabla 14 <i>Correlaciones administración estratégica y rentabilidad</i>	65
Tabla 17 Correlaciones	66
Tabla 16 <i>Correlaciones entre estrategias de corporativas y rentabilidad</i>	67
Tabla 17 <i>Correlaciones entre estrategias de negocios y rentabilidad.</i>	68
Tabla 18 <i>Correlaciones entre estrategias funcionales y rentabilidad</i>	70

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Organigrama Zicsa Contratistas Generales S.A.</i>	22
Figura 2 <i>Rol satisfacción de clientes</i>	48
Figura 3 <i>Realización de cambio organizacionales</i>	49
Figura 4 <i>Entrega de productos oportunamente</i>	51
Figura 5 <i>Preferencia a la empresa</i>	52
Figura 6 <i>Esmero en el trabajo</i>	53
Figura 7 <i>Innovación de la empresa</i>	55
Figura 8 <i>Percepción de rentabilidad</i>	57
Figura 9 <i>Rentabilidad económica</i>	58
Figura 10 <i>Comparación entre rentabilidades</i>	59
Figura 11 <i>Restricciones externas</i>	61
Figura 12 <i>Utilidades de la organización</i>	63
Figura 13 <i>Rentabilidad a beneficio</i>	64

RESUMEN

La presente investigación denominada “Administración estratégica y rentabilidad en la empresa zicsa contratistas generales sociedad anónima Ayacucho, 2021” el cual tuvo como objetivo general determinar la relación entre la administración estratégica y la rentabilidad.

El trabajo investigativo se tomó en cuenta dos cuestionarios uno sobre administración estratégica y la otra la rentabilidad los cuales permitieron recopilar información en la cual se tomó una muestra de 75 trabajadores de la empresa la cual se tomó de forma censal; la investigación metodológicamente se encuentra en el tercer nivel denominado correlacional así mismo de un diseño no experimental de forma transversal.

El desarrollo de la investigación tomo en cuenta los datos se obtuvo como conclusión general: la administración estratégica y la rentabilidad se relacionan de manera directa según el estadístico Rho Spearman es de 0.707; lo que se observa que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables., del mismo modo en la investigación también se llegó a los resultados en cuanto al planteamiento de los objetivos específicos planteados como las estrategias corporativas y la rentabilidad con un indicador de 0.419 lo que determina correlación positiva débil; así mismo se identificó dentro de los objetivos específicos las estrategias de negocios y la rentabilidad con un indicador de 0.399 lo que demuestra una correlación positiva débil y como último objetivo específico planteado como las estrategias funcionales y la rentabilidad con un indicador de 0.419 lo que demuestra una correlación positiva débil.

Palabras clave: Administración estratégica y la rentabilidad

ABSTRACT

The present investigation called "Strategic administration and profitability in the company zicsa general contractors, Ayacucho, 2021" which had as general objective to determine the relationship between strategic administration and profitability.

The investigative work took into account two questionnaires, one on strategic management and the other on profitability, which allowed information to be collected in which a sample of 75 workers of the company was taken, which was taken in a census form; Methodologically, the research is at the third level called correlational, as well as a non-experimental design in a transversal way.

The development of the investigation I take into account the data was obtained as a general conclusion: strategic management and profitability are directly related according to the Rho Spearman statistic is 0.707; What is observed is that there is a very strong positive correlation between both variables. In the same way, in the investigation, the results were also reached in terms of the approach of the specific objectives proposed, such as corporate strategies and profitability, with an indicator of 0.419. which determines weak positive correlation; likewise, business strategies and profitability were identified within the specific objectives with an indicator of 0.399, which shows a weak positive correlation and as the last specific objective raised as functional strategies and profitability with an indicator of 0.419, which demonstrates a weak positive correlation.

Keywords: Strategic management and profitability

INTRODUCCIÓN

La investigación titulada “Administración estratégica y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales sociedad anónima Ayacucho, 2021” tiene como propósito la consecución de los objetivos y metas en las cuales busca determinar la importancia para el futuro de toda empresa del mismo modo esto ayuda a que las rentabilidades de las empresas puedan incrementarse ya que al tener los planes claros y más metas definidas se podrá tener mayor visión hacia el futuro de la empresa.

La rentabilidad es un indicador financiero que ayuda a tomar decisiones a la alta gerencia motivo por el cual si una empresa se encuentra financieramente estable esto le llevara a mejores metas y de ese modo alcanzar los objetivos deseados.

La presente investigación está dividida en cinco capítulos.

En el Capítulo I, se desarrolló el planteamiento de la investigación, trabajándose subtemas como el planteamiento del problema, la formulación del problema, los objetivos de la investigación, la justificación del estudio, las delimitaciones de la investigación y las limitaciones de la investigación.

En el capítulo II, se desarrolla el marco teórico donde se establecieron los antecedentes del estudio, las bases teóricas relacionadas con el tema de investigación, la definición de términos usados, hipótesis y variables de investigación.

En el capítulo III, se desarrolló todo el aspecto metodológico de la investigación donde se describió el tipo y nivel de investigación, los métodos y diseños de investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos, la validez y confiabilidad del instrumento y el plan de recolección de datos.

El autor.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

A finales del siglo XX, en los países de América Latina, no era considerado la aplicación de estrategias empresariales, por lo que, para las empresas mineras, el problema radicaba en el hecho que la mayoría de administradores desconocían las estrategias administrativas, lo que permite una mejora en la rentabilidad tanto de tipo económico, financiera y social.

En el Perú las organizaciones pueden en un ámbito globalizado pueden crecer o decaer de acuerdo a las transformaciones internas las cuales necesitan ser conducidas con efectividad.

La problemática que presenta la presente investigación es la baja rentabilidad en la empresa ZICSA Contratistas Generales S.A. ya que en los balances e indicadores financieros en la empresas en los últimos tres años se observó una reducción rentabilidad menor del 15% la cual esta afectando a la empresa, estos motivos pueden ser por el contexto de pandemia y otros factores situacionales en el contexto actual , según Sánchez, (2002) quien refiere que la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener buenos resultados. Por lo que en la empresa ya mencionada se pudo evidenciar que el principal problema en la baja rentabilidad que es ocasionada por la mala administración demostrando con ello deficiencia en el cambio de equipos de protección personal, el cual perjudica a los trabajadores ya que ellos trabajan en una unidad altamente mecanizada de extracción y exploración subterránea por concentración de equipos Diesel, también existen inconvenientes con las unidades mineras que son

encargados de los cambios de guardias y de los traslados del personal, ya que ellos trabajan en una jornada de 14 x 7 y que este horario no le es cumplido. También se puede mencionar que, según el Diario Gestión, el problema de disminución de rentabilidad en las empresas mineras, es la falta de personal capacitado, también, el clima laboral al que se enfrentan cada día los trabajadores.

Asimismo, la causa principal para la baja rentabilidad es la mala administración dentro de la empresa el cual no ayuda a que la empresa mejore su rentabilidad, sino que por el contrario este generando que la rentabilidad sea deficiente y dentro de ello se puede mencionar al fracaso empresarial que es ocasionado debido a no tener un plan estratégico bien fundamentado, pues si una empresa o negocio tienen poca idea de hacia dónde dirigirse es seguro que vagará sin rumbo y estará destinada al fracaso.

Por lo tanto, las consecuencias que pueden conllevar a la deserción empresarial, y a la disminución de la rentabilidad económica, financiera y social, lo cual perjudica la eficiencia y eficacia de los trabajadores, generando así a las pérdidas económicas, es decir a la disminución de la rentabilidad, lo cual perjudica a la empresa, en gran manera que pueden conducirlo al quiebre y al cierre de la empresa.

Por lo tanto, la principal razón que nos lleva a realizar la investigación es ayudar a la empresa ZICSA Contratistas Generales Sociedad Anónima Ayacucho, mejorar su rentabilidad, con la adecuada administración estratégica, por lo cual determinaremos el nivel de relación que existe entre administración estratégica y la rentabilidad y así ver cómo es que influye la administración estratégica en la generación de la rentabilidad.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Delimitación Espacial

La investigación se realizó teniendo como sujetos de observación, a los trabajadores de la empresa Zicsa Contratistas Generales S.A, ubicado en la región Ayacucho

1.2.2. Delimitación Social

El objeto de estudio son los trabajadores empresa Zicsa Contratistas Generales S. A, en los cuales encontremos sus opiniones, así como las situaciones que se involucran en cuanto a la gestión.

1.2.3. Delimitación Temporal

El objeto de estudio se llevó a cabo periodo 2021 en este tiempo se recogerá información de los trabajadores empresa Zicsa Contratistas Generales S. A, en los cuales encontremos sus opiniones, así como las situaciones que se involucran en cuanto a la gestión.

1.2.4. Delimitación Conceptual

Se toma en cuenta dentro de lo conceptual las siguientes definiciones de las dos variables en estudio, administración estratégica “La administración estratégica es un proceso de evaluación sistemática de un negocio y define los objetivos a largo plazo, identifica metas y objetivos, desarrolla estrategias para alcanzar estos y localiza recursos para realizarlos” (Correa, 2012, p.15). para la variable rentabilidad se tomó en cuenta el concepto de “Cuando hablamos de rentabilidad, podemos hablar de multitud de tipos de rentabilidad, dependiendo de la información que queramos obtener. Aunque las rentabilidades económicas

y financieras son las más habituales, no son las únicas que existen” “Raisin, 2022, p.6)

1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. Problema Principal

¿Qué relación existe entre la administración estratégica y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021?

1.3.2. Problemas Secundarios

- ¿Qué relación existe entre las estrategias corporativas y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021?
- ¿Qué relación existe entre las estrategias de negocios y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021?
- ¿Qué relación existe entre las estrategias funcionales y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Establecer la relación que existe entre la administración estratégica y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Establecer la relación que existe entre las estrategias corporativas estratégica y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.
- Establecer la relación que existe entre las estrategias de negocio y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.
- Establecer la relación que existe entre las estrategias funcionales y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

1.5. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Hipótesis General

Existe relación directa entre la administración estratégica y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

1.5.2. Hipótesis Secundarias

- Existe relación directa entre las estrategias corporativas y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.
- Existe relación directa entre las estrategias de negocio y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.
- Existe relación directa entre las estrategias funcionales y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

1.5.3. Operacionalización de la variable

Definición conceptual

Variable 1

Administración estratégica:

Arranz (1995), la planeación estratégica es la ruta para alcanzar la visión de conjunto que la alta dirección tiene de los resultados esperados a largo, mediano y corto plazo, de su personal, su organización y de la comunidad en que se desarrolla

Variable 2

Rentabilidad:

Sánchez, (2002), refiere que “El cual una actividad económica deberá proveer más beneficios que pérdidas a la población local en donde se ejecuta su proyecto de inversión; para lo cual, se requiere, no sólo la participación activa” (p. 5).

Definición operacional

Variable 1

Administración estratégica: la planificación estratégica va ser medido con las siguientes dimensiones: estrategias corporativas, estrategias de negocio y estrategias funcionales.

Variable 2

Rentabilidad: La rentabilidad va ser medida mediante sus tres dimensiones, los cuales son: rentabilidad económica, rentabilidad financiera y rentabilidad social.

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador
V1 Administración estratégica	Correa, (2012), nos dice que “La administración estratégica es un proceso de evaluación sistemática de un negocio y define los objetivos a largo plazo, identifica metas y objetivos, desarrolla estrategias para alcanzar estos y localiza recursos para realizarlos.” (p. 15).	Se elaboro un cuestionario de escalamiento tipo Likert con 12 ítems para medir las siguientes dimensiones: estrategias corporativas, estrategias de negocio y estrategias funcionales.	Estrategias corporativas Estrategias de negocio Estrategias funcionales	Determinación de características relevantes Objetivos Asesoramiento Recursos Habilidades
V2 Rentabilidad	Zamora, (2017), refiere que “El concepto de rentabilidad ha ido cambiando con el tiempo y ha sido usado de distintas formas, siendo este uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un sector, subsector o incluso un negocio, ya que una rentabilidad sostenida con una política de dividendos, conlleva al fortalecimiento de	Se elaboro un cuestionario de escalamiento tipo Likert con 12 ítems para medir las siguientes dimensiones: rentabilidad económica, rentabilidad financiera y rentabilidad social.	Rentabilidad económica Rentabilidad financiera Rentabilidad social	Eficiencia Eficacia Fondos propios Capital Beneficios

las unidades
económicas”

Perdidas

1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. Tipo y Nivel de la Investigación

a) Tipo de Investigación

Baena (2014), la investigación pura “es el estudio de un problema, destinado exclusivamente a la búsqueda de conocimiento” (p. 11). La investigación es de tipo básico ya que se buscará mediante los cuestionarios de aplicación dar una explicación a un problema.

b) Nivel de Investigación

Según Cancela y otros (2010), los estudios correlacionales comprenden aquellos estudios en los que estamos interesados en describir o aclarar las relaciones existentes entre las variables más significativas, mediante el uso de los coeficientes de correlación. Estos coeficientes de correlación son indicadores matemáticos que aportan información sobre el grado, intensidad y dirección de la relación entre variables.

1.6.2. Método y Diseño de la Investigación

a) Método de Investigación

Métodos generales

El método general de la investigación fue el método científico

“Es el camino que seguir mediante una serie de operaciones y reglas prefijadas que nos permiten alcanzar un resultado o un objetivo. En otras palabras, es el camino para llegar a un a fin o una meta” (Sánchez & Reyes, 2009, p. 23).

El método científico es utilizado porque se obtiene conocimientos fiables que refuerzan la validez de los resultados y por ende el conocimiento obtenido.

Método específico

Método inductivo

Valderrama, (2017), menciona que, “Con estos métodos se analizan los casos particulares a partir de los cuales se extraen conclusiones de carácter general” (p.62).

La investigación desarrollo la recolección de datos de aquellas partes del problema que tiene la empresa, para luego plantear una solución.

Método deductivo

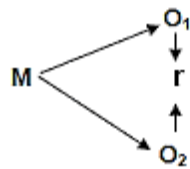
Valderrama, (2017), menciona que, “Se parte de una premisa general, para sacar conclusiones de un caso particular” (p.61).

Se utiliza este método desde el momento del análisis de variables, y así ver cuales aplica la empresa, para ver el origen del problema.

b) Diseño de Investigación

Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018), el diseño general es el no experimental, ya que podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. (p.174)

El esquema del diseño:



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la V.1.

O₂ = Observación de la V.2.

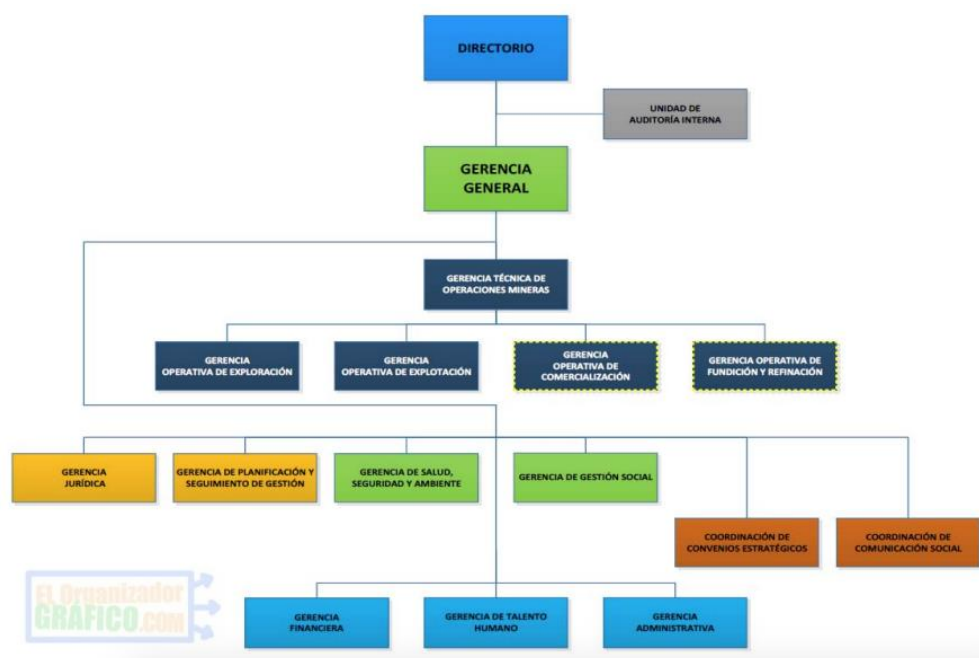
r = Correlación entre dichas variables.

1.6.3. Población y Muestra de la Investigación

a) Población

Es el conjunto total de sujetos con las mismas características según Carrasco, (2016). En nuestra investigación la composición de la población se dará en base al organigrama de la empresa Zicsa Contratistas Generales S.A. Tal como se detalla en el siguiente gráfico:

Figura 1
Organigrama Zicsa Contratistas Generales S.A.



Nota: Zicsa Contratistas Generales S.A.

b) Muestra

Tabla 1
Muestra

EMPRESA	N.º	AREAS	SUJETO DE ANALISIS
Zicsa Contratistas Generales S.A.	01	Gerente general	1
	02	Gerencia técnica de operaciones mineras	5
	03	Gerencia operativa de explotación	6
	04	Gerencia operativa de comercialización	10
	05	Gerencia operativa de fundición y refinación	10
	06	Gerencia jurídica	3
	07	Gerencia de planificación y seguimiento de gestión	4
	08	Gerencia de salud, seguridad y ambiente	10
	09	Gerencia de gestión social	12
	10	Gerencia financiera	5
	11	Gerencia de talento humano	4
	12	Gerencia administrativa	5
Total,			75

“La técnica de muestreo empleada en nuestra investigación, será de muestreo no probabilístico, es decir muestreo por conveniencia o muestreo a juicio del investigador. Por ello nuestra muestra estará conformada por los trabajadores de las diferentes gerencias de la empresa Zicsa Contratistas Generales S.A, tal como se muestra en la tabla 3”

1.6.4. Técnica e Instrumentos de Recolección de datos

a) Técnica

En la presente investigación se utilizó la Encuesta como técnica.

“Es una técnica de investigación social para la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio investigado” (Carrasco, 2016, p.314).

b) Instrumentos

Entonces al tener cada uno de esos valores y su respectivo significado, se procedió a realizar el cálculo del coeficiente de confiabilidad de los instrumentos aplicados, para ello se utilizó los datos de la prueba piloto realizada a 20 sujetos.

Instrumento	Confiabilidad
Cuestionario Administración estratégica	0,9400
Cuestionario sobre rentabilidad	0,9100

De acuerdo a lo observado, se tiene un coeficiente de confiabilidad de 0,9400 para el cuestionario de la variable administración estratégica y un coeficiente de

confiabilidad de 0,9100 para el cuestionario de rentabilidad, lo cual significa que los instrumentos tienen una confiabilidad muy fuerte según la escala presentada.

1.6.5. Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación

- **Justificación**

Teóricamente nuestra investigación presenta bases teóricas científicas sobre la administración estratégica y la rentabilidad, lo cual ayudara a incrementar el conocimiento de las ciencias administrativas, llenando el vacío de los conocimientos para futuras investigaciones.

Una vez que se obtengan los resultados en la presente investigación se podrá proponer la mejora de la administración estratégica, con la finalidad de incrementar la rentabilidad en dicha empresa.

- **Justificación Social**

Los principales beneficiarios con la investigación son todos los trabajadores de la empresa Zicsa Contratistas Generales S.A. Así como también los futuros profesionales y la población en general. Ya que nuestra investigación permitirá adoptar medidas necesarias que ayuden a los trabajadores, de tal forma que se conozcan los aspectos principales de la empresa.

- **Justificación Metodológica**

Metodológicamente nuestra investigación formula dos instrumentos de investigación para medir las variables, del cual con el alfa de combrach se medirá su confiabilidad y con el uso del software SPSS versión 25 se determinará su nivel de relación que existe entre variables y dimensiones, siendo este un método útil para la investigación del cual los nuevos investigadores podrán emplearlo y mejorarlo creando nuevos métodos de investigación.

- **Justificación conveniencia**

La conveniencia de la investigación es que amplía los conocimientos sobre la administración estratégica y la rentabilidad, lo cual ayudara a evitar riesgos futuros, implementando estrategias o alternativas de administración, que ayudaran a mejorar la rentabilidad en la empresa Zicsa Contratistas Generales Sociedad Anónima en Ayacucho.

- **Importancia**

La investigación es importante ya que permitió identificar la problemática sobre la baja rentabilidad de la empresa investigada, considerando que no existe una adecuada administración estratégica, por lo tanto, la importancia de la investigación abarcara de manera principal en demostrar el nivel de relación que existe entre la administración estratégica y la rentabilidad, demostrando como es que la falta de la administración estratégica, afecta a la rentabilidad de la empresa ZICSA Contratistas Generales Sociedad Anónima Ayacucho.

- **Limitaciones**

Se conto con pocos equipos actualizados par la rápida realización de la investigación, asimismo el acceso limitado al servicio de internet, debido a que en la actualidad las señales de internet son muy lentas.

No se cuenta con la economía suficiente al momento, debido que se tiene que esperar al final de cada mes para cubrir los gastos, que implican la elaboración de proyecto, lo resulta un perjuicio por la demora que eso implica.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. A nivel internacional

Gómez, (2019) sustento la tesis titulada *“Diseño Del Plan Estratégico En La Empresa Mazars Colombia SAS Para Mejorar El Proceso Administrativo”*, “el objetivo general de la investigación fue, diseñar un plan estratégico para la empresa de servicios de contabilidad y auditoría Mazars Colombia SAS en el año 2019, la metodología empleada fue de método científico, de tipo básico, Como resultado del análisis realizado a Mazars Colombia SAS, se identificaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la compañía, determinando que la empresa Mazars requiere del desarrollo de un plan estratégico que permita mejorar sus procesos internos de planeación, organización y control; además se identificó una alta rotación de personal, lo que perjudica directamente los procesos y por consiguiente la atención a los clientes, pues se presentan reprocesos en capacitación y conocimiento del negocio de cada cliente, así como aumenta el riesgo de cometer errores al perderse la continuidad en las” actividades.

Brume et al., (2019) presentaron la revista científica titulada en la ciudad de Colombia *“Gestión estratégica como catalizadora de la competitividad en las PyMEs logísticas del departamento del Atlántico – Colombia”*, “teniendo como objetivo general determinar la correlación de la gestión estratégica como agente catalizador de la competitividad en las PyMEs del sector logístico en el departamento de Atlántico – Colombia, la metodología empleada en la investigación fue, de método cuantitativo y descriptivo, obtuvo como resultado que se reveló la existencia de la correlación entre la gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad en las organizaciones (Domínguez et al., 2004), teniendo en cuenta los criterios de calidad en

la toma de decisiones, tanto estratégicas como tácticas, la eficiencia y eficacia organizativa. Concluye que, existe una correlación directa y positiva entre las variables analizadas en las compañías objeto del estudio. Por ello, se diseñó un instrumento con 28 ítems, cuya fiabilidad fue validada mediante el Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de ,957 considerado” excelente.

Pacheco, (2018) Sustento la tesis: “*Modelo de gestión estratégica para la industria de energías renovables bajo el escenario de cambio de la matriz energética del Ecuador*” tuvo como objetivo proponer un modelo de gestión estratégica para la industria de energías renovables no convencionales de las pequeñas y medianas empresas bajo el escenario de cambio de la matriz energética del Ecuador. Posteriormente se determinó el modelo de gestión a utilizar en la industria en análisis, definiéndose como la mejor opción utilizar el enfoque de planificación estratégica más el Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard (BSC). El resultado obtenido de la investigación fue que un modelo de gestión estratégica para PYMES del sector de energías renovables, no está definido ni implementado en otras economías. Concluyo que el sector en el que se encuentran es un sector competitivo, a pesar de tratarse de un mercado relativamente nuevo en el país, debido a que existen condiciones que dificultan la operación de las empresas que se dedican a comercializar productos importados; así se tiene que, las condiciones de tasas arancelarias, acceso a financiamiento e incentivos gubernamentales no están orientados a fines netamente comerciales sino al desarrollo de proyectos integrales con fines de desarrollo” social.

Reyes, (2015) sustento la tesis “*Baja rentabilidad de la microempresa asesoría ortega & vizueta*” “su objetivo principal fue: Identificar los factores que causan la disminución de la rentabilidad de la microempresa Ortega & Vizueta, se utilizó el muestreo no probabilístico, el diseño de investigación correlacional. Como resultado concluye que:

Ortega & Vizqueta no efectúa un control interno del manejo financiero ya que no cuenta con el personal encargado para dicho efecto, además de no contar con las herramientas primordiales como el manual de normas y procedimientos, en los cuales las actividades son efectuadas en función de disposiciones de la gerente general, por experiencia y conocimientos del personal, lo que no permite medir con exactitud el desempeño laboral y si se da el cumplimiento de las políticas y procedimientos de” la microempresa.

Rodríguez, (2015) Sustento la tesis titulada “*Factores determinantes de la rentabilidad de los bancos en los países del Mercosur. Un enfoque contable*” “para optar el grado de maestro en ciencias empresariales. La siguiente investigación tuvo como objetivo principal: evaluar si los estados contables de las instituciones bancarias que actúan en los países del Mercosur producen información que posibilite a los usuarios conocer los factores que determinan la rentabilidad de estas instituciones. La muestra está compuesta por 243 bancos de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, en el período que va del año 2000 al 2012. Tuvo como conclusión principal: Los resultados indican que la rentabilidad de los bancos del Mercosur se determina con significación estadística por el nivel de actividad bancaria, el nivel de concentración bancaria del país, las tasas de interés de captación de fondos y de las inversiones, la carga tributaria, el nivel de capitalización de los bancos y los requisitos mínimos de reservas del” Banco Central.

2.1.2. A nivel nacional

Meléndez, (2018) sustento la tesis titulada “*La Gestión Estratégica Y Su Relación Con La Competitividad En Las Mypes Del Centro Comercial E Industrial Gamarra*”, “el objetivo de la investigación fue, determinar la relación entre la gestión estratégica con la competitividad en las MYPES del centro comercial e industrial Gamarra, la metodología empelada en al siguiente investigación fue, de método científico, de tipo

aplicada, de diseño no experimental, como principal resultado se concluyó que las MYPES del Emporio Comercial Gamarra que comercializan telas, basado en la percepción de sus trabajadores deberían implementar estrategias para así mejorar los procesos, tal como se ha verificado en el presente estudio que la gestión estratégica presenta una relación significativa con la competitividad en las MYPES del centro comercial e industrial Gamarra..

Valdez, (2018) Sustento la tesis titulada “*El marketing digital y su influencia en la rentabilidad de la licorería Las Viñas, Los Olivos, 2018*” “El presente proyecto asumió como objetivo general determinar como el marketing digital influye en la rentabilidad de la licorería Las Viñas. La investigación tuvo nivel explicativo causal, el diseño fue no experimental de corte transversal, la población de estudio fue a 36 clientes, dicha población es limitada, censal. Se obtuvieron los datos con 32 preguntas establecidas. Para el análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva e inferencial y fue analizado en el sistema idóneo SPSS, donde se halló la fiabilidad del instrumento por medio del coeficiente A.C, de los cuales emitió un resultado confiable de .951, un nivel considerado como excelente, fiable y para contrastar las hipótesis se utilizó Chi cuadrado de Pearson, por otro lado, el contraste de las hipótesis se concluyó que marketing influye en la rentabilidad con un coeficiente de determinación ajustado ($R^2 = .451$). Lo que se muestra en la tabla N°06, comparada a la tabla N°05 de los niveles de correlación significa correlación positiva” débil.

Salvador, (2017) Sustento la tesis titulada: “*Administración estratégica y rentabilidad en la empresa Inca Traylers del distrito de Ate Vitarte – Lima, 2017*” “Tuvo como objetivo determinar la relación entre la administración estratégica y la rentabilidad en la empresa Inca Traylers del distrito de Ate Vitarte – Lima, 2017. El tipo de investigación corresponde al no experimental debido a que no se manipuló de manera intencional las

variables de estudio. Su nivel es básico, porque busca incrementar el nivel de información científica sobre la administración estratégica y la rentabilidad. Su diseño es correlacional, tomándonos como población y muestra de estudio a 60 colaboradores de la empresa Inca Tráylers del distrito de Ate, Lima. Se obtuvo como resultado que al aplicar la prueba de Tau-b de Kendall, la cual señala la existencia de relación entre las dos variables con un valor de correlación igual a 0,703, aceptándose la hipótesis de investigación e identificando una relación de nivel alto y una significancia” de $p= 0,026$, asimismo se concluyendo que: Se logró determinar que existe relación significativa entre la administración estratégica y la rentabilidad en la empresa “Inca Traylers” del distrito de Ate Vitarte – Lima, 2017;

Bahamonde, (2017) sustento la tesis “*La capacitación y rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa para niños -Huánuco, 2017*”. “El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar en qué medida la capacitación influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa para niños – Huánuco, 2017. El estudio fue de tipo cuantitativo con un diseño de investigación correlacional - descriptivo. Se trabajó con una población muestral de 30 MYPES del sector comercio rubro venta de ropa para niños, para determinar el muestreo se utilizó el muestreo no probabilístico intencional, ya que fue por la necesidad de la investigadora. Para la prueba de hipótesis y determinar el grado de influencia se aplicó la correlación de Pearson. Los resultados demostraron que entre la variable la capacitación y la variable rentabilidad de las MYPES su influencia o relación es positiva baja tras los resultados analizados, además con los resultados obtenidos se concluye no aceptando la hipótesis de” investigación.

Rojas, (2017) sustento la tesis titulada: “*La gestión de ventas y la rentabilidad de las empresas del sector comercial del distrito de La Victoria - Lima, 2016*”. “En el presente

estudio tuvo como objetivo general: Determinar si la gestión de ventas influye en la rentabilidad de las empresas del sector comercial del distrito de La Victoria - Lima, 2016. La metodología utilizada es de tipo aplicada que se centra en el nivel descriptivo, tuvo como población objeto de estudio estuvo conformado por aproximadamente 78 personas, vinculadas a las empresas del sector comercial de las empresas ubicadas en el distrito de La Victoria - Lima. y muestra estuvo conformada por 65 personas vinculadas al sector comercial de las empresas ubicadas en el distrito de La Victoria – Lima, su instrumento de recolección de datos fue el cuestionario de encuestas para cada variable el principal resultado obtenido fue que, el 61.5% de las personas vinculadas a las empresas del sector comercial del distrito de La Victoria, señalaron que siempre cuentan con un plan de ventas, mientras que solo un 3.1% de estas personas nunca han realizado un plan de venta y su conclusión principal fue: Los datos obtenidos durante el trabajo de campo permiten establecer que el plan de ventas influye positivamente en el nivel de riesgos identificados por la” empresa.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Variable 1: Administración estratégica

Se sabe que la digitalización tiene un efecto cada vez mayor en los minoristas, los consumidores, los empleados y la sociedad, lo que ha creado una necesidad significativa de una comprensión integral del fenómeno (Hagberg et al., 2016). Según Chen y Murphy (2019),

Para que las empresas generen ingresos, deben centrarse en crear relaciones con los clientes y mantenerlas, ya que sin clientes las empresas no pueden operar con éxito (Inkinen, 2014)

Gestiopolis, (2022) refiere que “La administración estratégica es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio que: define los objetivos a largo plazo, identifica metas y objetivos cuantitativos, desarrolla estrategias para alcanzar dichos objetivos y localiza recursos para llevar a cabo dichas estrategias.”

(Valdez & Leyva, 2021) menciona que “el proceso de administración estratégica, dinámico por naturaleza, está formado por el conjunto de compromisos, decisiones y actos que la empresa necesita llevar a cabo para alcanzar la competitividad estratégica y obtener utilidades superiores al promedio”

2.2.1.1. Importancia de la gestión estratégica

Valdez & Leyva, (2021) menciona que “Sin planes, los administradores no pueden saber cómo organizar a la gente y los recursos de una empresa, puede que no tengan ni siquiera la idea clara de que es lo que se necesita organizar. También es importante por la naturaleza de las organizaciones, que están compuestas por divisiones, funciones y actividades de trabajo, las cuales hay que coordinar y enfocar para conseguir las metas de la empresa. Una de las razones más significativas es que puede marcar la diferencia en el desempeño de la organización”

UNILA, (2021) refiere que la administración estratégica se trata de una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis y toma de decisiones, que permite a las organizaciones afrontar los desafíos del entorno y adecuarse a los cambios con un esfuerzo sistemático orientado a lograr mayor eficiencia y calidad. En otras palabras, es un proceso de evaluación constante de un negocio y ayudará a definir objetivos a largo plazo, identificar metas, desarrollar estrategias para alcanzar estos y localizar recursos para realizarlos.

Euroinnova, (2021) refiere que la administración estratégica es conocida como una potentísima herramienta de diagnóstico, análisis y toma de decisiones, la cual permite a las empresas afrontar desafíos del entorno a través de un modelo integral y adaptarse a los nuevos cambios. Todo esto siguiendo un esfuerzo sistemático orientado en mejorar la eficacia y calidad.

Hernández, (2020) menciona que está vinculado con las funciones en materia de la administración clásica, como es la planeación y dirección, por lo que se considera una asignatura complementaria, la cual, de manera paralela, amplía los horizontes de conocimiento en este campo de estudio. La administración estratégica no sólo coincide con las etapas mencionadas de la administración clásica, sino que incluye organización, integración (personas y cosas), dirección–liderazgo, las cuales se conciben en términos como implantación y ejecución.

2.2.1.2. Dimensiones

“Busca administrar centrándose en determinar las características o aspectos que son relevantes para las empresas, pero partiendo de los aspectos ya logrados, por ello, responde al interrogante: ¿En qué empresa estamos? ¿Qué empresa tenemos?” Torres, 2013, p.62).

Santander, (2021) refiere que la estrategia corporativa de una empresa permite diseñar un plan específico en el que se definen las acciones que se deben ejecutar para crecer de manera satisfactoria a lo largo del tiempo. Dicho de otra forma, es la ruta o guía que se debe seguir para alcanzar los objetivos propuestos.

- **Tipos de estrategias corporativas**
 - Santander, (2021) menciona que existen diferentes tipos de estrategias.

- **Estrategia de estabilidad:** si una empresa está satisfecha con su nivel de ventas y volumen de mercado actual, deberá aplicar una estrategia de estabilidad. Esta permite mantener la situación de la empresa, así como su rendimiento y rentabilidad.
 - **Estrategia de crecimiento:** las acciones de una empresa están enfocadas en seguir aumentando su presencia en el mercado. El objetivo será aumentar las ventas, los beneficios y el valor de su marca. Para ello, se crean nuevos productos o la empresa se introduce en nuevos mercados.
 - **Estrategia de contracción:** también existe la opción de generar una estrategia que permita reducir el volumen de operaciones en torno a una empresa, como reducir el número de referencias o seleccionar los segmentos más rentables.
 - “Una estrategia corporativa es un conjunto de acciones planeadas por una empresa para el largo plazo, con el objetivo de desarrollarse satisfactoriamente en el mercado interno y global” (Quiroa, 2020).

2.2.1.3. Dimensiones Estrategias de negocio

Torres, (2013), refiere que “Dimensión centrada en encontrar la respuesta a la interrogante: ¿cómo competimos?, involucra la formulación e implementación de los principales objetivos e iniciativas por los directivos de las compañías, con base en la consideración de los recursos y un asesoramiento sobre los mercados en los que compiten las” empresas. (p.62)

Branward, (2020) menciona que la estrategia de negocio se ha centrado primordialmente en conseguir el beneficio económico. Generalmente incluye: la idea de negocio, la organización y estructura necesaria para conseguirlo, los recursos económicos adecuados, los productos o servicios, conocimiento del mercado y competencia. (p.4)

➤ **Objetivos de la estrategia de negocio**

Frumento, (2020) refiere que diseñar estrategias de negocio enfocadas en resultados permite trazar un recorrido claro de qué pasos se debe seguir para mantener un crecimiento, entre los cuales se encuentran los siguientes objetivos:

- Penetración al mercado
- Crecimiento de marca
- Liderazgo en el sector
- Solidez financiera

➤ **Importancia de la estrategia de negocio**

Trenza (2021) menciona que tener una estrategia de negocio es imprescindible para poder guiar tu negocio a tu meta, para poder cumplir con los objetivos

Sin estrategia el negocio se queda a la deriva y su camino lo decidirán los factores externos, asimismo tener estrategia de negocio ayuda a:

- Cumplir tus objetivos
- Planificar tu negocio
- Mejorar las debilidades
- Crear ventaja competitiva
- Tener un negocio eficiente
- Tener el control del negocio.

2.2.1.4. dimensión Estrategias funcionales

Torres, (2013), nos dice que es la característica de la administración estratégica que se orienta a descubrir ¿Cómo damos soporte a las estrategias de negocio? Se centra en cómo utilizar y aplicar los recursos y habilidades dentro de cada área funcional de cada negocio o unidad estratégica, con el fin de maximizar la productividad de dichos recursos, entre las cuales están la producción, comercialización, financiación, RH, tecnología y compras. (p.62)

Riquelme, (2021) es aquella que precisa el ¿CÓMO? Hacer, operar, funcionar, es decir, después de delimitar la estrategia corporativa que concreta el ¿qué hacer?, la estrategia funcional, viene a indicar el cómo se deben aplicar y utilizar los recursos para lograr lo que se quiere lograr.

Características de las estrategias funcionales

- Son más minuciosas que las estrategias corporativas, organizacionales y de negocio
- Son planeadas a corto y mediano plazo.
- Su principal propósito es la descripción de todas las acciones ineludibles para conseguir cumplir los objetivos a corto y mediano plazo.
- Generan un ambiente favorable a la consecución de logros y metas.
- Implica la participación de los administradores de todos los niveles que participen en el desarrollo de los objetivos empresariales.
- Tienen que coordinarse para que funcionen coherentemente con la estrategia corporativa y la estrategia de negocios.
-

2.2.2. Variable 2. Rentabilidad

➤ **Definición**

Sánchez, (2002) refiere que es la noción que se aplica a toda acción económica, en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros, con el fin de obtener unos resultados, asimismo en la literatura económica, aunque el termino rentabilidad se utiliza de una forma, muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra fecha de la misma, lo cual es la rentabilidad a la medida del rendimiento que un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo, con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea priori o posteriori. (p.2)

Zamora, (2017), menciona que el concepto de rentabilidad ha ido cambiando con el tiempo y ha sido usado de distintas formas, siendo este uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un sector, subsector o incluso un negocio, ya que una rentabilidad sostenida con una política de dividendos, conlleva al fortalecimiento de las unidades económicas. Las utilidades reinvertidas adecuadamente significan expansión en capacidad instalada, actualización de la tecnología existente, nuevos esfuerzos en la búsqueda de mercados, o una mezcla de todos estos puntos.

➤ **Tipos de rentabilidad**

“Cuando hablamos de rentabilidad, podemos hablar de multitud de tipos de rentabilidad, dependiendo de la información que queramos obtener. Aunque

las rentabilidades económicas y financieras son las más habituales, no son las únicas que existen” “Raisin, 2022, p.6)

- Rentabilidad Absoluta:
- Rentabilidad Acumulada
- Rentabilidad anualizada
- Rentabilidad económica
- Rentabilidad financiera
- Rentabilidad comercial o rentabilidad sobre ventas
- Rentabilidad bruta
- Rentabilidad Social
- Rentabilidad neta

“La rentabilidad de una empresa es la capacidad que tiene una organización para obtener ganancias” (Torres, 2020, p.3)

➤ **Elementos de la rentabilidad empresarial**

1. **Ventas:** El índice de rendimiento de las ventas mide las ganancias. Si las cifras de ventas son altas, tu empresa puede estar preparada para enfrentar los desafíos que se le presenten por la volatilidad del mercado o las tendencias económicas a la baja.
2. **Precio:** Es importante que determines y compruebes cuáles son los precios que tus clientes estarían dispuestos a pagar por tu producto o servicio.

3. **Gastos:** Engloba todos los aspectos para que tu producto pueda comercializarse. Puedes determinar las ganancias por medio de un análisis en el que restes los gastos de los ingresos totales.
4. **Permanencia:** Si tu empresa tiene ganancias, pero su retorno sobre el patrimonio es bajo, es probable que aún tengas problemas de rentabilidad.
5. **Medición de rentabilidad:** Los índices de rentabilidad, los cuales analizan tu salud financiera, a través de la información de cómo se obtuvieron las ganancias en relación con las ventas, los activos totales y el patrimonio neto.

Gerencie (2020) menciona que la rentabilidad viene de renta, que se entiende como la utilidad o ganancia de algo, en que en nuestro contexto es la inversión. En consecuencia, la rentabilidad es la cualidad de una inversión de rentar, es la capacidad de una inversión de generar renta.

2.2.2.1. Dimensión Rentabilidad económica

Sánchez, (2002). menciona que la rentabilidad económica se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. (p.5)

Cámara, (2021) refiere que la Rentabilidad Económica, esta refiere a una relación entre el activo neto y el dato de beneficio obtenido, sin haber restado los intereses e impuestos, es decir, el beneficio bruto. Se trata de determinar la capacidad de generar beneficio en relación a la totalidad de activos netos de la entidad, sin diferenciar la forma en que se hayan financiado. Por activo neto se entiende los activos que están financiados

por deuda bancaria y recursos propios, es decir, sin contar con la financiación espontánea de proveedores de la empresa y otros.

¿Cómo aumentar la rentabilidad económica en una empresa?

MyTripleA, (2020) refiere que, para conseguir un aumento de la rentabilidad económica, una empresa tiene dos opciones:

- Realizar un aumento en el precio de venta de sus productos o si no se quiere aumentar el precio, intentar reducir los costes de producción, para así aumentar el margen de beneficio.
- Bajar el precio de venta de los productos que comercializa para que aumente la venta de unidades, lo que se denomina un aumento de la rotación.

Dependiendo del sector de actividad en el que se encuentre la empresa, deberá llevar a cabo una estrategia u otra para aumentar la rentabilidad económica.

Las empresas que cuentan con una competencia muy elevada y el margen de beneficio son bastante reducidos, la única opción que tienen para aumentar su rentabilidad económica es aumentar la rotación, es decir vender el número máximo de productos.

2.2.2.2. Dimensión Rentabilidad financiera

Sánchez, (2002), menciona que la rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. (p.5)

“La rentabilidad es una condición de aquello que es rentable: es decir, que genera renta (provecho, utilidad, ganancia o beneficio). Financiero, por su parte, es lo que se asocia a las finanzas (vinculadas a los caudales o el dinero)” (Cámara, 2021).

La rentabilidad financiera está relacionada a los beneficios que se obtienen mediante ciertos recursos en un periodo temporal determinado.

Leguía, (2020) refiere que la rentabilidad financiera, rentabilidad para el accionista o «ROE» (por sus iniciales en inglés, Return on equity) relaciona el beneficio económico con los recursos propios necesarios para obtener ese lucro. Para una empresa, el ROE indica la rentabilidad que obtienen los accionistas (únicos proveedores de capital que no tienen una rentabilidad asegurada) sobre el capital que han invertido, excluyendo recursos de terceros, como la deuda financiera.

2.2.2.3. Dimensión Rentabilidad Social

Sánchez, (2002), refiere que “El cual una actividad económica deberá proveer más beneficios que pérdidas a la población local en donde se ejecuta su proyecto de inversión; para lo cual, se requiere, no sólo la participación activa” (p. 5).

Leguía, (2020) refiere que hablar de rentabilidad social no es otra cosa que referirse a uno de los aspectos de la responsabilidad social, según el cual una actividad económica deberá proveer más beneficios que pérdidas a la población local en donde se ejecuta su proyecto de inversión; para lo cual, se requiere, no sólo la participación activa de la empresa privada, sino también del Estado, en todos sus niveles de gobierno, e incluso de la propia población local.

Vega, (2016) menciona que si un proyecto minero no tiene rentabilidad social simplemente no va”, dijo el presidente Pedro Castillo en su primer mensaje a la nación, aludiendo al nuevo modelo de promoción de inversión de proyectos de minería o hidrocarburos que pretende establecer en el Perú.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

1. Administración estratégica

Es un proceso de evolución sistemática de un negocio (Correa, 2012).

2. Estrategias corporativas

Determinar las características o aspectos que son relevantes para las empresas (Torres, 2013).

3. Estrategias de negocio

Involucra la formulación e implementación de los principales objetivos e iniciativas por los directivos de las compañías (Torres, 2013).

4. Estrategias funcionales

Es la orientación a descubrir las características de la administración (Torres, 2013).

5. Rentabilidad

Es uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de las empresas Zamora, (2017).

6. Rentabilidad económica

Es la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente de los activos (Sánchez, 2022)

7. Rentabilidad financiera

Es el rendimiento obtenido dentro de un periodo de tiempo. (Sánchez, 2002).

8. Rentabilidad social

Una actividad económica deberá proveer más beneficios que pérdidas a la población local (Sánchez, 2002).

2.4 BASES HISTÓRICAS

Desde los tiempos de Fayol, la administración se define como el proceso de planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. De acuerdo con Fernández y Berton (2005), la lista puede variar de autor a autor, pero de forma general, estos procesos inspiran a miles de escritores en esta área. Todavía existen autores que afirman que otra división clásica en el estudio de la administración es concebirla a partir de sus áreas funcionales, como el Marketing, las Operaciones, las Personas y las Finanzas. Olivera (2007) afirma que los beneficios que la administración estratégica puede proporcionar a las empresas – cuando ésta es adecuadamente desarrollada e implementada – son los más diversos y amplios posible, tales como: a) Modelos de gestión cada vez más simples, flexibles y sustentables; b) Identificación facilitada de las capacidades – e incapacidades – de los profesionales de las empresas, como consolidación del nuevo perfil de los ejecutivos; c) Consolidación de la postura de actuación empresarial dirigida a las necesidades y expectativas – actuales y futuras – del mercado; d) Mejora de los niveles de motivación, compromiso, productividad y calidad en las empresas; e) Incremento en la amplitud de actuación y en los resultados de las empresas. De acuerdo con Wright, Kroll y Parnell (2000), los

empleados, los supervisores y la gerencia media deben estar familiarizados con la administración estratégica. Una apreciación de la estrategia de su organización los ayuda a mantener las actividades de trabajo más próximas de la administración de la organización, aumentando de este modo el desempeño en el trabajo y las oportunidades de promoción y volviéndolas más eficaces. Como se analiza a continuación, la Administración Estratégica es un proceso continuo e interactivo empleado en el mantenimiento de la organización como un todo integrado con su ambiente. Este proceso involucra el análisis de los entornos interno y externo de la organización, el establecimiento de las directrices organizacionales (metas y objetivos), la formulación de la estrategia (empresarial, unidad de negocios, funcional), la implementación de la estrategia y el control estratégico.

2.3. BASE LEGAL

En el Perú podemos basar dentro de las bases legales en cuanto a la planificación estratégica más hacia la gestión pública ya que es la rama que más se apega a la normativa y podemos señalar las siguientes normativas.

Normado por el Decreto Legislativo 1088 crea el

- Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico (SINAPLAN),
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN).
- Foro del Acuerdo Nacional – AN, lo reconoce como instancia de concertación nacional. (D Leg 1088 Art. 3 Acápito 1.c)

En el Perú podemos basar dentro de las bases legales en cuanto a la rentabilidad motivo de la variable a investigar las que más apegado están en la gestión pública ya que es la rama que más se apega a la normativa y podemos señalar las siguientes normativas.

Así, mediante la Ley N° 27293, Ley del Sistema Nacional de Inversión Pública, se creó el Sistema Nacional de Inversión Pública (SNIP) con la finalidad de optimizar el uso de los recursos públicos destinados a la inversión, mediante el establecimiento de principios, procesos, metodologías y normas técnicas relacionados con las diversas fases de los proyectos de inversión. El artículo 4 de la Ley N° 27293, Ley del Sistema Nacional de Inversión Pública señala que todos los proyectos que se ejecutan en el marco del Sistema Nacional de Inversión Pública se rigen por las prioridades que establecen los planes estratégicos nacionales, sectoriales, regionales y locales.

CAPITULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de Tablas y Gráficos

Resultados descriptivos variable planificación estratégica

Estrategias corporativas

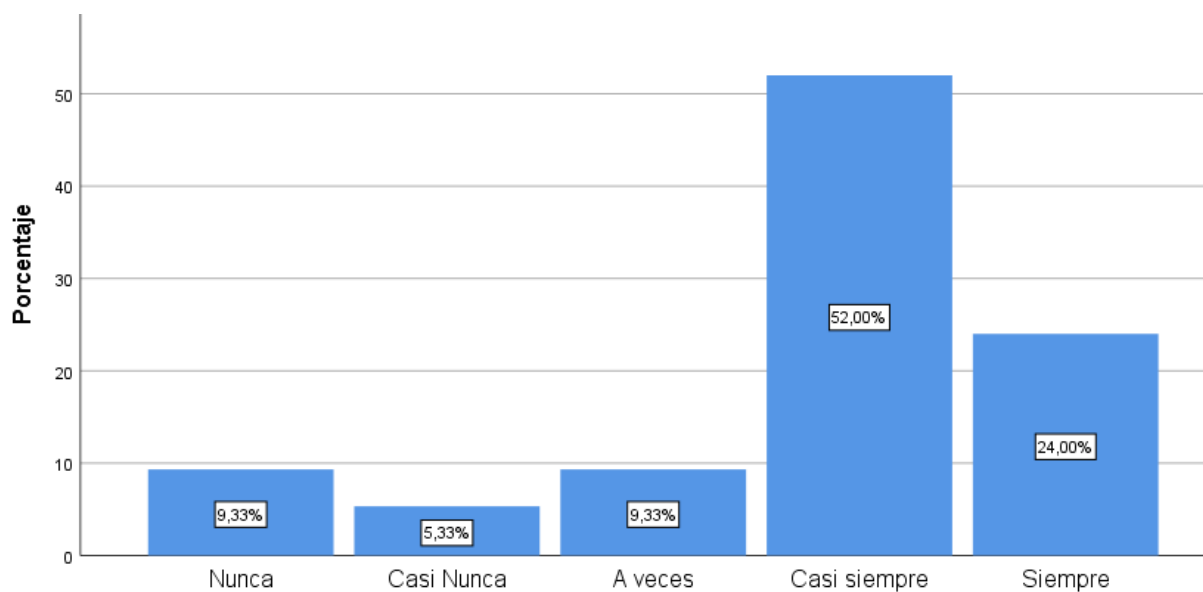
Como se muestra en la tabla 2 y figura 2, respecto a la pregunta, 1. ¿Considera que la empresa cumple con el rol de tener a sus clientes satisfechos?, del levantamiento de la información en el campo se presenta lo más resaltantes que a un 52.0% de los trabajadores percibe que los clientes se encuentran satisfechos con el servicio dado mientras que 9.3% y 5.3% percibe que nunca y casi nunca el cliente está satisfecho.

Tabla 2

Satisfacción de clientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	7	9.3	9.3	9.3
Casi Nunca	4	5.3	5.3	14.7
A veces	7	9.3	9.3	24.0
Casi siempre	39	52.0	52.0	76.0
Siempre	18	24.0	24.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

Figura 2*Rol satisfacción de clientes*

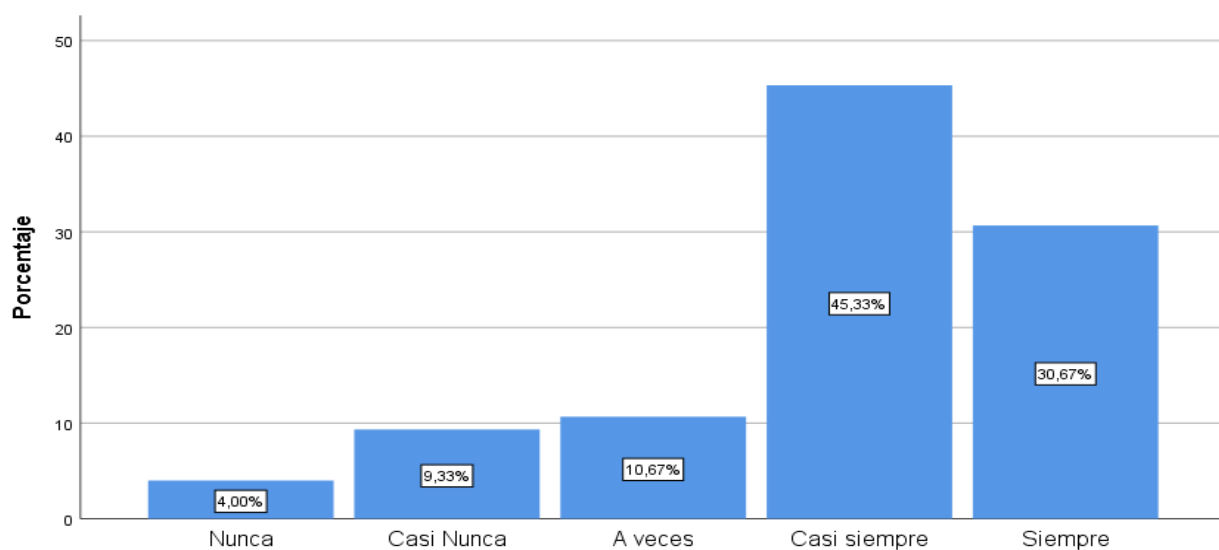
Nota: Elaboración propia

Como se muestra en la tabla 3 y figura 3, respecto a la pregunta, 2. Cree Ud. ¿Que en la empresa se proyectan a realizar cambios en un futuro? Los resultados más resaltantes que podemos denotar a dicha pregunta es que 45.3% de los encuestados perciben que la empresa se está proyectando a los cambios en un futuro del mismo el 4.00 % considera que la empresa nunca está preparada para los cambios y que el 9.3% de los encuestados considera que casi nunca la empresa no está preparada en los cambios del externo del ambiente.

Tabla 3*Cambios organizacionales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	4.0	4.0	4.0
Casi Nunca	7	9.3	9.3	13.3
A veces	8	10.7	10.7	24.0
Casi siempre	34	45.3	45.3	69.3
Siempre	23	30.7	30.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

Figura 3*Realización de cambio organizacionales*

Nota: Elaboración propia

Estrategias de negocio

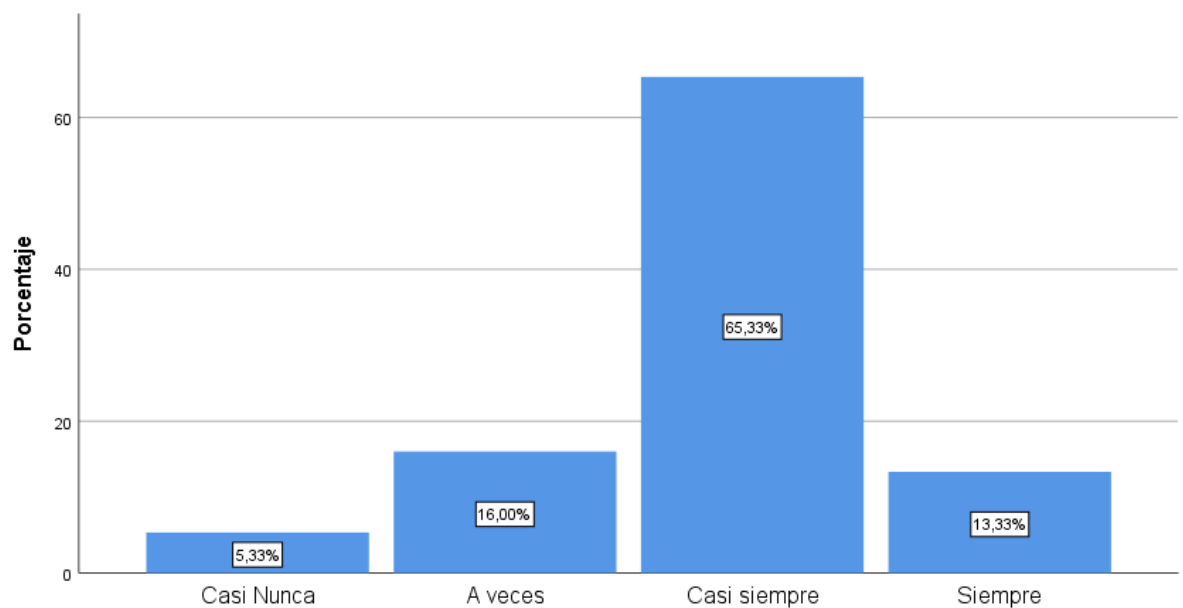
Como se muestra en la tabla 4 y figura 4, respecto a la pregunta, 3. ¿La empresa se caracteriza por entregar los servicios prestados de forma oportuna? De acuerdo al levantamiento de la información y consulta a los trabajadores se determinó los resultados más relevantes son que el 65.3% opina que la empresa entrega los servicios de una forma oportuna en el tiempo pactado, del mismo modo que el 5.3 y 16 % declara que casi nunca y a veces respectivamente la empresa entrega oportunamente sus servicios.

Tabla 4

Entrega oportuna

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	4	5.3	5.3	5.3
A veces	12	16.0	16.0	21.3
Casi siempre	49	65.3	65.3	86.7
Siempre	10	13.3	13.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

Figura 4*Entrega de productos oportunamente*

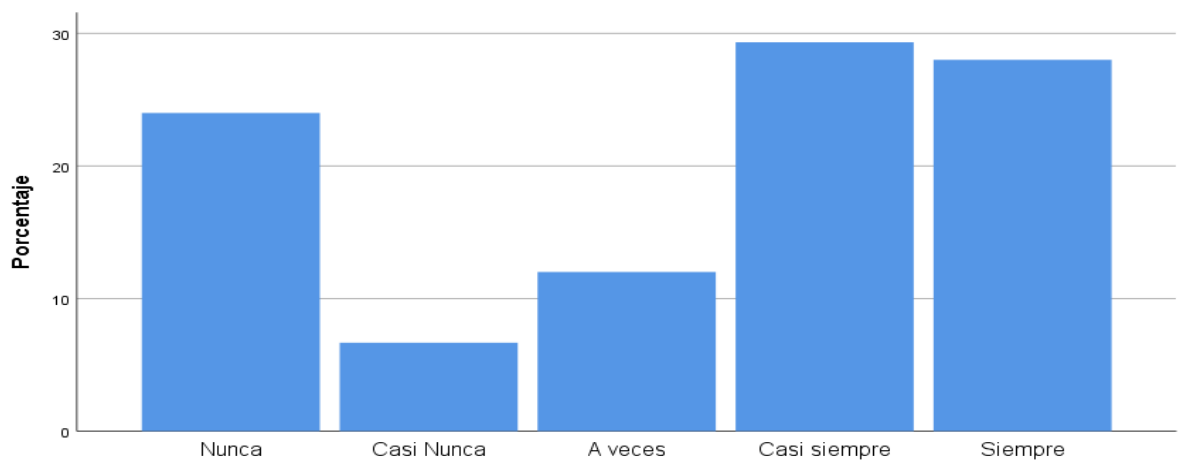
Nota: Elaboración Propia

Como se muestra en la tabla 5 y figura 5, respecto a la pregunta, 4. ¿Los servicios entregados por la empresa son de garantía y calidad?, Se obtuvo los siguientes resultados, entre los más relevantes tenemos el 29.3 % y 268% de los trabajadores considera que la empresa entrega los servicios en forma oportuna con garantía y calidad, del mismo modo podemos apreciar que un 24% y 6.7 % la empresa nunca y casi nunca entrega los servicios de forma oportuna y de calidad.

Tabla 5*Preferencias a la empresa*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	18	24.0	24.0	24.0
Casi Nunca	5	6.7	6.7	30.7
A veces	9	12.0	12.0	42.7
Casi siempre	22	29.3	29.3	72.0
Siempre	21	28.0	28.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Nota: Elaboración Propia

Figura 5*Preferencia a la empresa*

Nota: Elaboración Propia

Estrategias funcionales

Como se muestra en la tabla 6 y figura 6, respecto a la pregunta 5. ¿Ha notado que sus colegas se preocupan por hacer mejor su trabajo? Se obtuvo los siguientes resultados el 44.00% opina que sus colegas se preocupan por la calidad del trabajo que realizan del mismo modo un 24% que siempre están en una constante mejora del trabajo que realizan, mientras que un 5.3% opina que casi nunca sus compañeros de trabajo están de acuerdo con mejorar con lo que hacen.

Tabla 6

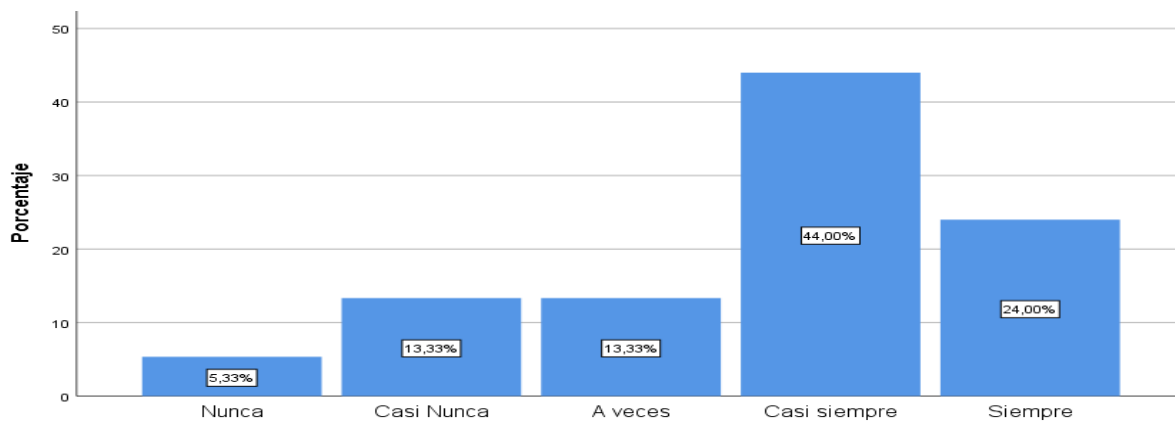
Es fuerza en el trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	5.3	5.3	5.3
Casi Nunca	10	13.3	13.3	18.7
A veces	10	13.3	13.3	32.0
Casi siempre	33	44.0	44.0	76.0
Siempre	18	24.0	24.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Nota: Elaboración Propia

Figura 6

Esmero en el trabajo



Nota: Elaboración Propia

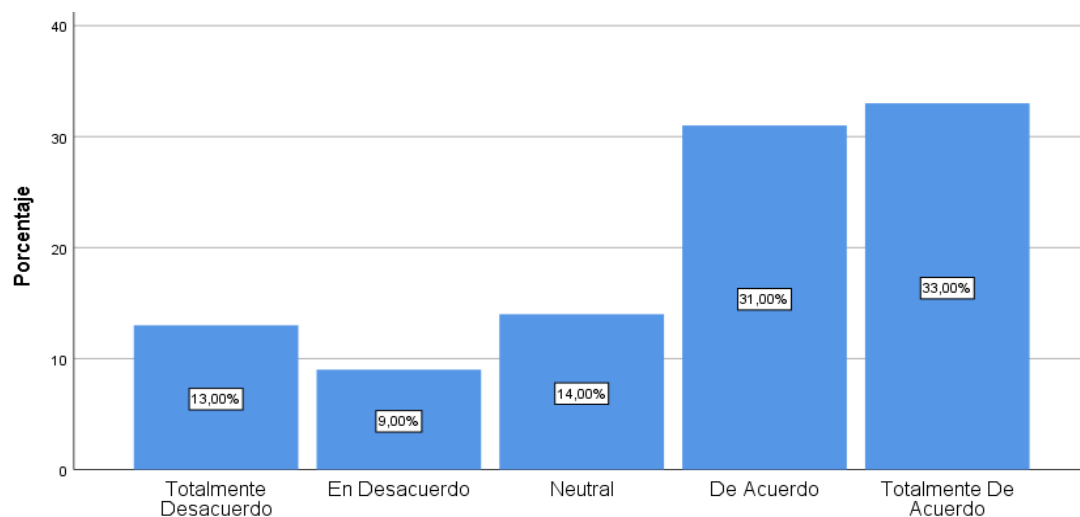
Como se muestra en la tabla 7 y figura 7, respecto a la pregunta 6. ¿El gerente motiva sus trabajadores que mejoren la calidad servicio entregado? Entre los resultados más relevantes se obtuvo que el 31% y 33% de los encuestados menciona que el gerente motiva a los trabajadores a mejorar la calidad del servicio prestado por la empresa, mientras que un 13 % y 9% opinan lo contrario.

Tabla 7

Innovación empresarial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente Desacuerdo	13	13.0	13.0	13.0
En Desacuerdo	9	9.0	9.0	22.0
Neutral	14	14.0	14.0	36.0
De Acuerdo	31	31.0	31.0	67.0
Totalmente De Acuerdo	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Nota: Elaboración Propia

Figura 7*Innovación de la empresa*

Nota: Elaboración Propia

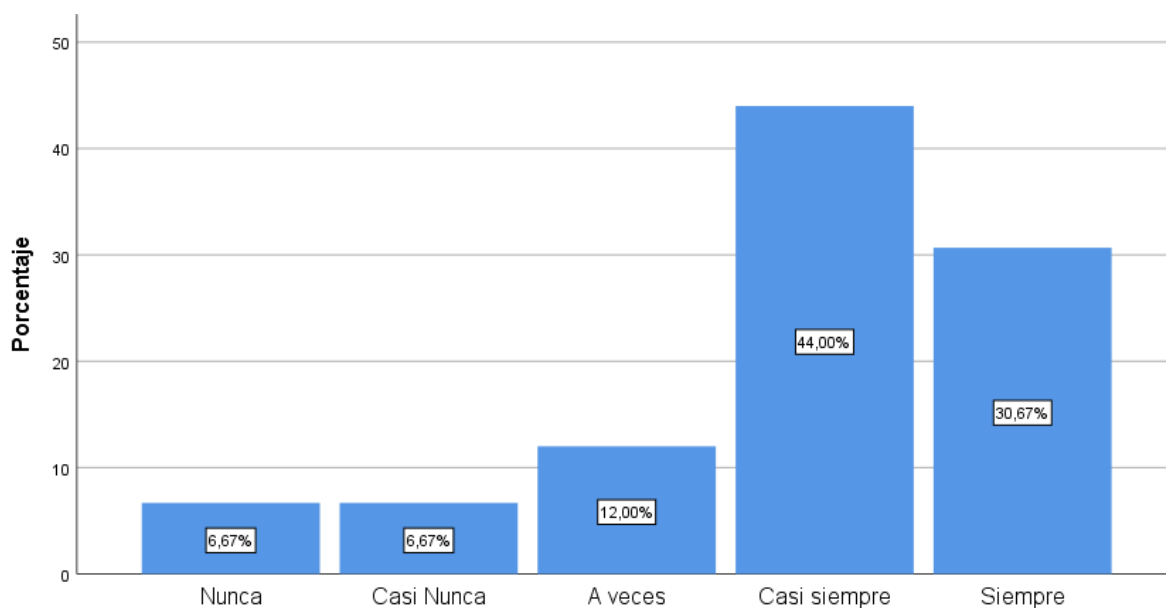
Descripción de resultados de la variable rentabilidad**Rentabilidad económica**

Como se muestra en la tabla 8 y figura 8, respecto a la pregunta 7. ¿Sabe Ud. que es la rentabilidad económica y para qué sirve? Se obtuvo los siguientes resultados, según los productores el 44% y 30% consideran que siempre y casi siempre conocen los conceptos de rentabilidad económica del mismo modo un 6.5% mencionan que nunca y casi nunca conocen los conceptos de rentabilidad.

Tabla 8*Percepción de rentabilidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	6.7	6.7	6.7
Casi Nunca	5	6.7	6.7	13.3
A veces	9	12.0	12.0	25.3
Casi siempre	33	44.0	44.0	69.3
Siempre	23	30.7	30.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Nota: Elaboración Propia

Figura 8*Percepción de rentabilidad*

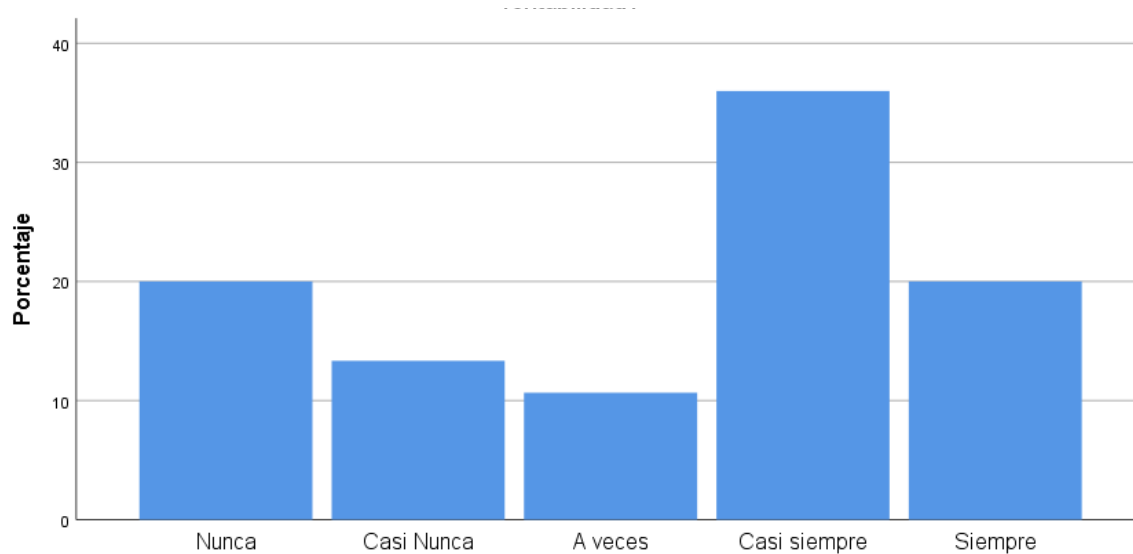
Nota: Elaboración Propia

Como se muestra en la tabla 9 y figura 9, 8. ¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad? En los resultados más relevantes el 36% y 20% de los trabajadores menciona casi siempre y siempre conocen el concepto de la importancia de la rentabilidad, mientras que el 20% y 13.3 % de los trabajadores consideran que nunca y casi nunca conocen sobre la rentabilidad económica.

Tabla 9*Rentabilidad económica*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	15	20.0	20.0	20.0
Casi Nunca	10	13.3	13.3	33.3
A veces	8	10.7	10.7	44.0
Casi siempre	27	36.0	36.0	80.0
Siempre	15	20.0	20.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Nota: Elaboración Propia

Figura 9*Rentabilidad económica*

Nota: Elaboración Propia

Rentabilidad financiera

Como se muestra en la tabla 10 y figura 10, respecto a la pregunta 9. ¿Sabe Ud. que la rentabilidad financiera es más importante para los accionistas que la rentabilidad económica? Se encontró un resultado que el 22.7% y 17.3 % comentan que casi siempre y siempre opinan que la rentabilidad financiera es importante para los accionistas del mismo modo el 24 % comenta que casi nunca y nunca que la rentabilidad económica es importante para los accionistas.

Tabla 10

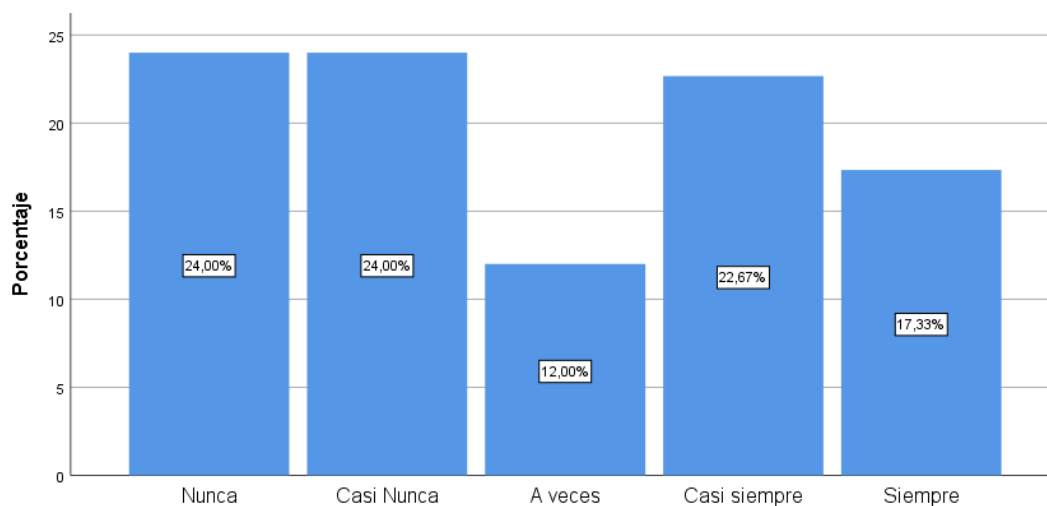
Comparación entre las rentabilidades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	18	24.0	24.0	24.0
Casi Nunca	18	24.0	24.0	48.0
A veces	9	12.0	12.0	60.0
Casi siempre	17	22.7	22.7	82.7
Siempre	13	17.3	17.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Nota: Elaboración Propia

Figura 10

Comparación entre rentabilidades



Nota: Elaboración Propia

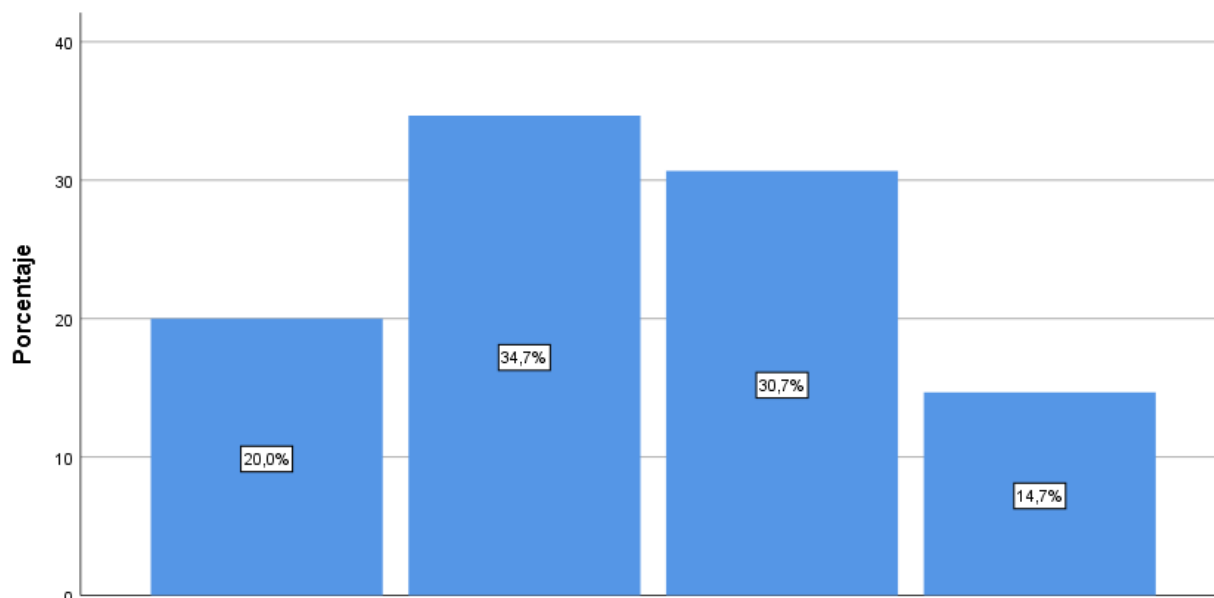
Como se muestra en la tabla 11 y figura 11, respecto a la pregunta 10. ¿Sabe Ud. que una baja rentabilidad financiera puede restringir la financiación externa? El 30 % y 19% menciona que la empresa si implementa nuevos servicios para mantenerse comunicado con ellos, mientras que un 10 % y 26 % menciona que la empresa no implementa nuevos servicios para resolver las dudas o problemas que se dan en el servicio.

Tabla 11

Restricciones externas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	15	20.0	20.0	20.0
A veces	26	34.7	34.7	54.7
Casi siempre	23	30.7	30.7	85.3
Siempre	11	14.7	14.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Nota: Elaboración Propia

Figura 11*Restricciones externas*

Nota: Elaboración Propia

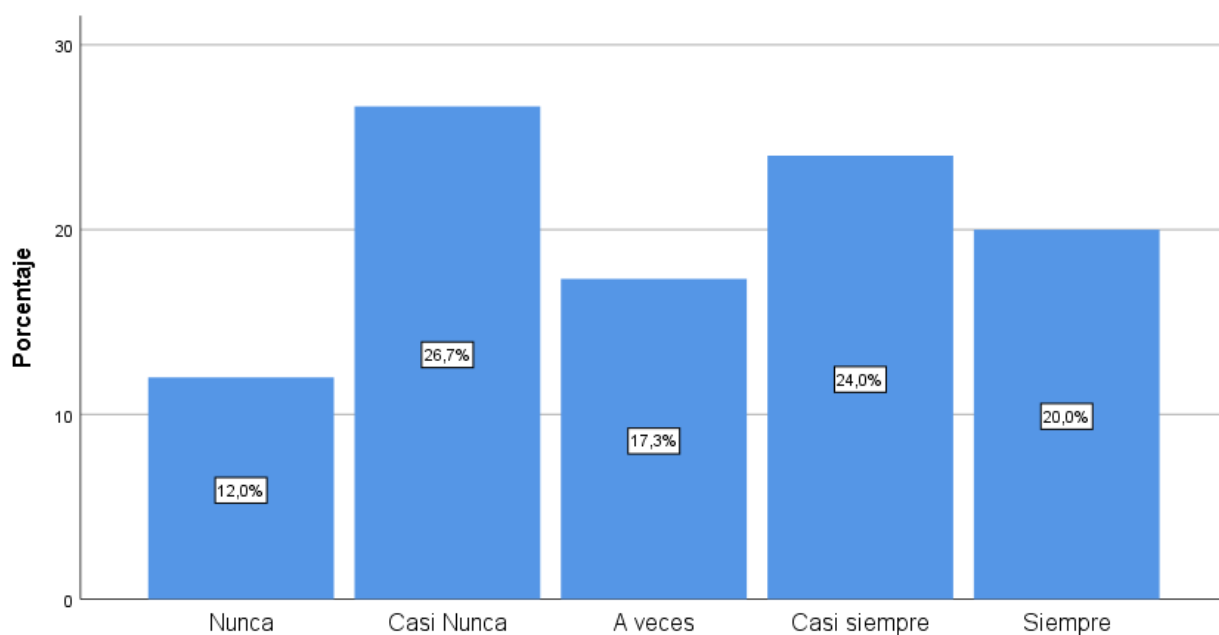
Rentabilidad social

Como se muestra en la tabla 12 y figura 12, respecto a la pregunta 11. ¿Cree Ud., que la utilidad de la organización es la adecuada? Se obtuvo los resultados que el 24 % y 20 % consideran que casi siempre y siempre los trabajadores opinan que la utilidad de la organización es la adecuada, mientras que el 12% y 26.7% nunca y casi nunca opinan que la utilidad no es la adecuada en la organización.

Tabla 12*Utilidad de la organización*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	12.0	12.0	12.0
Casi Nunca	20	26.7	26.7	38.7
A veces	13	17.3	17.3	56.0
Casi siempre	18	24.0	24.0	80.0
Siempre	15	20.0	20.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Nota: Elaboración Propia

Figura 12*Utilidades de la organización*

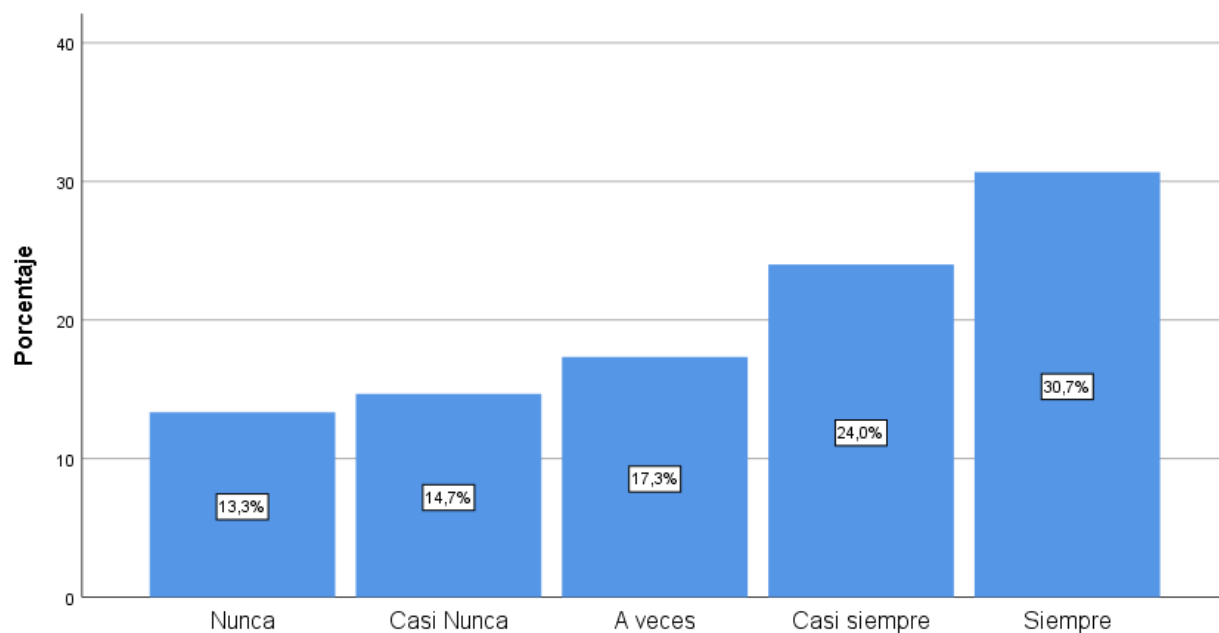
Nota: Elaboración Propia

Como se muestra en la tabla 13 y figura 13, respecto a la pregunta 12. ¿Ud., cree que la rentabilidad, basado en el beneficio económico, genera ingresos y beneficios? Se obtuvo los siguientes resultados: el 24% y 30.7% opina que casi siempre y siempre que la rentabilidad está basada en beneficios económicos para la empresa.

Tabla 13*Rentabilidad basada en beneficio*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	10	13.3	13.3	13.3
Casi Nunca	11	14.7	14.7	28.0
A veces	13	17.3	17.3	45.3
Casi siempre	18	24.0	24.0	69.3
Siempre	23	30.7	30.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Nota: Elaboración Propia

Figura 13*Rentabilidad a beneficio*

Nota: Elaboración Propia

PRUEBA DE HIPÓTESIS

Prueba de hipótesis general

Se detallan los resultados de la hipótesis que se planteó de la siguiente manera:

Existe relación directa entre la administración estratégica y rentabilidad en la empresa

Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

$$H_0: \rho_s \geq 0$$

$$H_1: \rho_s < 0$$

Dónde:

- H0: No existe una relación directa entre la administración estratégica y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.
- H1: Si existe una relación directa entre la administración estratégica y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

Tabla 14*Correlaciones administración estratégica y rentabilidad*

		ADMINISTRACION ESTRATEGICA	RENTABILIDAD
ADMINISTRACION ESTRATEGICA	Coefficiente de correlación	1.000	,707**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	75	75
RENTABILIDAD	Coefficiente de correlación	,707**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	75	75

***. La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).*

Nota: Elaboración Propia

Como se aprecia en la tabla 16, se observa que el p valor (sig. = 0.000) es menor que el nivel de significancia 0.05, por lo tanto, existe datos estadísticos que confirman la correlación entre ambas variables.

Siendo el valor de la correlación a nivel de la muestra, de 0.707 y como p es menor que Alfa ($p < \alpha$) como se puede observar (véase la tabla 16), en tal sentido se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1), lo que significa que existe suficiente evidencia para sustentar la afirmación de una correlación directa positiva fuerte entre la administración estratégica y la rentabilidad.

Tabla 15*Correlaciones*

Correlación positiva perfecta	+1
Correlación positiva muy fuerte	+0,90 a +0,99
Correlación positiva fuerte	+0,75 a +0,89
Correlación positiva media	+0,50 a +0,74
Correlación positiva débil	+0,25 a +0,49
Correlación positiva muy débil	+0,10 a +0,24
No existe correlación alguna	-0,09 a +0,09
Correlación negativa muy débil	-0,10 a -0,24
Correlación negativa débil	-0,25 a -0,49
Correlación negativa media	-0,50 a -0,74
Correlación negativa fuerte	-0,75 a -0,89
Correlación negativa muy fuerte	-0,90 a -0,99
Correlación negativa perfecta	-1

Nota: Elaboración Propia

Prueba de hipótesis específicas**A. Prueba de hipótesis específica N° 1**

Se presentan los resultados de la hipótesis específica N°1 que se formuló: Existe relación directa entre las estrategias corporativas y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

H₀: $\rho_s \geq 0$

H₁: $\rho_s < 0$

Dónde:

- H₀: No existe una relación directa entre las estrategias corporativas y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

- H1: Si existe una relación directa entre las estrategias corporativas y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

Tabla 16

Correlaciones entre estrategias de corporativas y rentabilidad

		ESTRATEGIAS	
		COORPORATIVAS	RENTABILIDAD
ESTRATEGIAS	Coefficiente de	1.000	,419**
COORPORATIVAS	correlación		
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	75	75
RENTABILIDAD	Coefficiente de	,419**	1.000
	correlación		
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	75	75

***.* La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Nota: Elaboración Propia

Como se aprecia en la tabla 18, se observa que el p valor (sig. = 0.000) es menor que el nivel de significancia 0.05, por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis que sostiene la relación (correlación).

Siendo el valor de la correlación a nivel de la muestra, de 0.419. (véase la tabla 18) se puede definir que existe una correlación positiva débil, y como p es menor que Alfa ($p < \alpha$) como se puede observar en tal sentido se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna, lo que significa que existe suficiente evidencia para sustentar la afirmación de una correlación positiva media entre la capacidad de estrategias corporativas y la rentabilidad.

B. Prueba de hipótesis específica N° 2

Se presentan los resultados de la hipótesis específica N°2 que se formuló: Existe relación directa entre las estrategias de negocio y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

Al respecto se plantearon las siguientes hipótesis estadísticas:

$$H_0: \rho_s \geq 0$$

$$H_1: \rho_s < 0$$

Dónde:

- H0: No existe una relación directa entre las estrategias de negocio y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.
- H1: Si existe relación directa entre las estrategias de negocio y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

Tabla 17

Correlaciones entre estrategias de negocios y rentabilidad.

		ESTRATEGIAS DE NEGOCIO		RENTABILIDAD	
ESTRATEGIAS DE NEGOCIO	Coefficiente de correlación	1.000		,399**	
	Sig. (bilateral)			0.000	
	N	75		75	
RENTABILIDAD	Coefficiente de correlación	,399**		1.000	
	Sig. (bilateral)	0.000			
	N	75		75	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Nota: Elaboración Propia

Como se aprecia en la tabla 19, se observa que el p valor (sig. = 0.000) es menor que el nivel de significancia 0.05, por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis que sostiene la relación (correlación).

Siendo el valor de la correlación a nivel de la muestra, de 0.399 (véase la tabla 18) se pudo definir que existe una correlación positiva débil, y como p es menor que Alfa ($p < \alpha$) como se puede observar en tal sentido se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna, lo que significa que existe suficiente evidencia para sustentar la afirmación de una correlación positiva media entre las estrategias de negocio y la rentabilidad.

Prueba de hipótesis específica N° 3

Se presentan los resultados de la hipótesis específica N° 3 que se formuló: Existe relación directa entre las estrategias funcionales y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

Al respecto se plantearon las siguientes hipótesis estadísticas:

$$H_0: \rho_s \geq 0$$

$$H_1: \rho_s < 0$$

Dónde:

- H_0 : No existe una relación directa entre las estrategias funcionales y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.
- H_1 : Si existe una relación directa entre las estrategias funcionales y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

Tabla 18*Correlaciones entre estrategias funcionales y rentabilidad*

		ESTRATEGIAS	
		FUNCIONALES	RENTABILIDAD
ESTRATEGIAS FUNCIONALES	Coeficiente de correlación	1.000	,491**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	75	75
RENTABILIDAD	Coeficiente de correlación	,491**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	75	75

** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Nota: Elaboración Propia

Como se aprecia en la tabla 20, se observa que el p valor (sig. = 0.000) es menor que el nivel de significancia 0.05, por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis que sostiene la relación (correlación).

Siendo el valor de la correlación a nivel de la muestra, de 0.491 (véase la tabla 19) se puede definir que existe una correlación positiva media y como p es menor que Alfa ($p < \alpha$) como se puede observar en tal sentido se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna, lo que significa que existe suficiente evidencia para sustentar la afirmación de una correlación entre estrategias funcionales y la rentabilidad.

4.2 Discusión de Resultados

En cuanto al objetivo general, se utilizó el estadígrafo de Rho de Spearman, lo cual logró una correlación bilateral entre las variables administración estratégica y la rentabilidad de 0.707, considerando que existe un grado de correlación positiva fuerte, con lo cual se afirma la relación directamente proporcional entre ambas variables. Para aceptar o rechazar la hipótesis general, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman, donde el resultado de su Sig. Bilateral es 0.000 y por medio de la regla (Sig. $0.000 \leq 0.05$), se puede comparar los resultados con la investigación planteado por Brume et al., (2019) presentaron la revista científica titulada en la ciudad de Colombia “*Gestión estratégica como catalizadora de la competitividad en las PyMEs logísticas del departamento del Atlántico – Colombia*”, “teniendo como objetivo general determinar la correlación de la gestión estratégica como agente catalizador de la competitividad en las PyMEs del sector logístico en el departamento de Atlántico – Colombia, la metodología empleada en la investigación fue, de método cuantitativo y descriptivo, obtuvo como resultado que se reveló la existencia de la correlación entre la gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad en las organizaciones (Domínguez et al., 2004), teniendo en cuenta los criterios de calidad en la toma de decisiones, tanto estratégicas como tácticas, la eficiencia y eficacia organizativa. Concluye que, existe una correlación directa y positiva entre las variables analizadas en las compañías objeto del estudio. Por ello, se diseñó un instrumento con 28 ítems, cuya fiabilidad fue validada mediante el Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de ,957 considerado” excelente.

Que en comparación de ambas investigaciones se demostró una correlación positiva lo cual se podría definir que la administración estratégica tiene un grado de correlación alto con la rentabilidad si una de la variable crece la otra tiene el mismo comportamiento.

En referencia al objetivo específico 1, se utilizó el estadígrafo de Rho de Spearman, lo cual alcanzó una correlación bilateral entre estrategias de corporativas y rentabilidad en la cual se encontró un indicador de 0.419, permitiendo inducir esta afirmación que existe un grado de correlación positiva débil, con lo cual se consolida la relación directamente proporcional entre ambas variables. Para aceptar o rechazar la hipótesis general, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman, donde el resultado de su Sig. Bilateral es 0.00 y por medio de la regla ($\text{Sig. } 0.000 \leq 0.05$) dichos resultados se asemejan a la investigación López y Campos (2019), Valdez, (2018) Sustento la tesis titulada “*El marketing digital y su influencia en la rentabilidad de la licorería Las Viñas, Los Olivos, 2018*” “El presente proyecto asumió como objetivo general determinar como el marketing digital influye en la rentabilidad de la licorería Las Viñas. La investigación tuvo nivel explicativo causal, el diseño fue no experimental de corte transversal, la población de estudio fue a 36 clientes, dicha población es limitada, censal. Se obtuvieron los datos con 32 preguntas establecidas. Para el análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva e inferencial y fue analizado en el sistema idóneo SPSS, donde se halló la fiabilidad del instrumento por medio del coeficiente A.C, de los cuales emitió un resultado confiable de .951, un nivel considerado como excelente, fiable y para contrastar las hipótesis se utilizó Chi cuadrado de Pearson, por otro lado, el contraste de las hipótesis se concluyó que marketing influye en la rentabilidad con un coeficiente de determinación ajustado ($R^2 = .451$). Lo que se muestra en la tabla N°06, comparada a la tabla N°05 de los niveles de correlación significa correlación positiva” débil.

En referencia al objetivo específico 2, se utilizó el estadígrafo de Rho de Spearman, lo cual alcanzó una correlación bilateral entre estrategias de negocios y rentabilidad en la cual se encontró un indicador de 0.399, permitiendo inducir esta afirmación que existe

un grado de correlación positiva débil, con lo cual se consolida la relación directamente proporcional entre ambas variables. Para aceptar o rechazar la hipótesis general, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman, donde el resultado de su Sig. Bilateral es 0.00 y por medio de la regla (Sig. $0.000 \leq 0.05$), los resultados se asemejan a la investigación Salvador, (2017) Sustento la tesis titulada: *“Administración estratégica y rentabilidad en la empresa Inca Traylers del distrito de Ate Vitarte – Lima, 2017”* “Tuvo como objetivo determinar la relación entre la administración estratégica y la rentabilidad en la empresa Inca Traylers del distrito de Ate Vitarte – Lima, 2017. El tipo de investigación corresponde al no experimental debido a que no se manipuló de manera intencional las variables de estudio. Su nivel es básico, porque busca incrementar el nivel de información científica sobre la administración estratégica y la rentabilidad. Su diseño es correlacional, tomándonos como población y muestra de estudio a 60 colaboradores de la empresa Inca Tráylers del distrito de Ate, Lima. Se obtuvo como resultado que al aplicar la prueba de Tau-b de Kendall, la cual señala la existencia de relación entre las dos variables con un valor de correlación igual a 0,703, aceptándose la hipótesis de investigación e identificando una relación de nivel alto y una significancia” de $p= 0,026$, asimismo se concluyendo que: Se logró determinar que existe relación significativa entre la administración estratégica y la rentabilidad en la empresa “Inca Traylers” del distrito de Ate Vitarte – Lima, 2017.

En referencia al objetivo específico 3, se utilizó el estadígrafo de Rho de Spearman, lo cual alcanzó una correlación bilateral entre la dimensión estrategias funcionales y rentabilidad en la cual se encontró un indicador de 0.491, permitiendo inducir esta afirmación que existe un grado de correlación positiva débil, con lo cual se consolida la relación directamente proporcional entre ambas variables. Para aceptar o rechazar la hipótesis general, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman, donde el resultado de su

Sig. Bilateral es 0.00 y por medio de la regla (Sig. $0.000 \leq 0.05$), se asemejan a la investigación de Rojas, (2017) sustentó la tesis titulada: *“La gestión de ventas y la rentabilidad de las empresas del sector comercial del distrito de La Victoria - Lima, 2016”*. “En el presente estudio tuvo como objetivo general: Determinar si la gestión de ventas influye en la rentabilidad de las empresas del sector comercial del distrito de La Victoria - Lima, 2016. La metodología utilizada es de tipo aplicada que se centra en el nivel descriptivo, tuvo como población objeto de estudio estuvo conformado por aproximadamente 78 personas, vinculadas a las empresas del sector comercial de las empresas ubicadas en el distrito de La Victoria - Lima. y muestra estuvo conformada por 65 personas vinculadas al sector comercial de las empresas ubicadas en el distrito de La Victoria – Lima, su instrumento de recolección de datos fue el cuestionario de encuestas para cada variable el principal resultado obtenido fue que, el 61.5% de las personas vinculadas a las empresas del sector comercial del distrito de La Victoria, señalaron que siempre cuentan con un plan de ventas, mientras que solo un 3.1% de estas personas nunca han realizado un plan de venta y su conclusión principal fue: Los datos obtenidos durante el trabajo de campo permiten establecer que el plan de ventas influye positivamente en el nivel de riesgos identificados por la” empresa.

CONCLUSIONES

1. Los resultados a los cuales se ha llegado según el análisis encontramos una correlación positiva fuerte entre la administración estratégica y la rentabilidad del cliente con un indicador de 0.707 en el estadístico de spearman en la muestra estudiada los trabajadores de la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.
2. Los resultados a los cuales se ha llegado según el análisis encontramos una correlación positiva media entre las estrategias corporativas y la rentabilidad de la empresa con un indicador de 0.419 en el estadístico de spearman en la muestra estudiada en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.
3. Los resultados a los cuales se ha llegado según el análisis encontramos una correlación positiva débil entre las estrategias de negocios y la rentabilidad del cliente con un indicador de 0.399 en el estadístico de spearman en la muestra estudiada en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.
4. Los resultados a los cuales se ha llegado según el análisis encontramos una correlación positiva débil entre las estrategias funcionales y la rentabilidad del cliente con un indicador de 0.491 en el estadístico de spearman en la muestra estudiada en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.

RECOMENDACIONES

1. Los directivos de la organización deberían desarrollar los planes estratégicos en función del análisis del entorno financiero del mismo modo implementar estrategias que mejoren la rentabilidad de la organización.
2. Los directivos deberían desarrollar un plan de alianzas corporativas a largo plazo con las empresas terceristas que vienen trabajando, con la finalidad de reducir costos lo cual se traducirá en una mejor rentabilidad a lo largo.
3. Desarrollar un plan operativo de negocios con la finalidad de incrementar los ingresos en los flujos económico de tal manera la organización desarrollaría un apalancamiento financiero que se traducirá en beneficios a la organización.
4. La organización debería desarrollar un plan estratégico de nivel funcional con la finalidad de reducir los costos improductivos que conlleva a la generación de altos costos administrativos lo cual a la larga se traduce en una baja rentabilidad, de tal modo evitar costos innecesarios la organización vera un ahorro financiero.

FUENTES DE INFORMACION

- Bateman, Thomas S. y Snell, Scott A., *Administración. Un nuevo panorama competitivo*, 6ª Edición, 2005, McGraw Hill.
- Fred R., David, *Conceptos de Administración Estratégicas*. 5ª Edición, 1997, Pearson Educación, México.
- Johnson, Gerry; Scholes, Kevan y Whittington, Richard, *Dirección Estratégica*, 7ª Edición, 2006, Pearson Educación, Madrid.
- Hernández, A., Mariana S. (2020). *Te explicamos qué es la administración estratégica*.
- Hellriegel, Don; Jackson, Susan y Slocum, John, *Administración un enfoque basado en competencias*, 9a Edición, 2004, Thomson,
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6°). MacGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. MCGRAW-HILL.
- Leguía, N., Rubio. (2020). *Rentabilidad Social: ¿Un nuevo enfoque para la ejecución de los proyectos de inversión?*
- MyTripleA. (2020). RENTABILIDAD ECONOMICA. <https://mytriplea.com/diccionario-financiero/rentabilidad-economica/>
- Pacheco, C., Franklin E. (2018). *Modelo de gestión estratégica para la industria de energías renovables bajo el escenario de cambio de la matriz energética del Ecuador*. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Riquelme, M. (2021). *Estrategia Funcional* (definición y tipos).

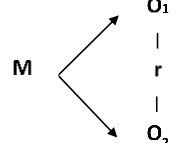
- Rodríguez, P., Uverlan. (2015). *Factores determinantes de la rentabilidad de los bancos en los países del Mercosur*. Un enfoque contable [Universidad Nacional de Córdoba].
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar, *Metodología de La Investigación*, 3a Edición, 2003, McGraw Hill.
- Robbins, Stephen P. y Coulter, Mary, *Administración*, 8ª Edición, 2005, Prentice Hall.
- Salvador, P., Karen S. (2017). *Administración estratégica y rentabilidad en la empresa “Inca Trailers” del distrito de Ate Vitarte – Lima, 2017*. Universidad Cesar Vallejo.
- Sánchez, B. J. P. (2002). *Análisis de la rentabilidad de la empresa*. Universidad de Murcia.
- Santander, U. (2021). Todo lo que debes saber sobre estrategia corporati.
- Sánchez, C. H., & Reyes, M. C. (2009). *Metodología y Diseño en la Investigación Científica* (Cuarta). Visión Universitaria.
- Serna Gómez, Humberto, *Gerencia Estratégica. Planeación y Gestión – Teoría y Metodología*, 1ª Edición, 2001, 3R, Colombia
- Serna Gómez, Humberto, *Índices de Gestión*, 7ª Edición, 2000, 3R.
- Stanton, William J., Etzel, Michael j. y Walker, Bruce J., *Fundamentos de Marketing*, 13a Edición, 2003, McGraw Hill.
- Steiner, George A., *Planeación Estratégica. Lo que todo director debe saber*, 32ª Edición, 2005, CECSA, 163
- Stoner, James; Freeman, Edward y Gilbert, Daniel, *Administración*, 6a Edición, 2005, Prentice Hall.
- Torres, D. (2020). *Rentabilidad de una empresa: Qué es, cómo calcularla y ejemplos*.
<https://blog.hubspot.es/sales/rentabilidad-empresa>
- Torres, Z. (2013). *Administración estratégica*. Patria.

- Trenza, A. (2021). *Estrategia De Negocio: Que Es Y Como Diseñarla*.
<https://anatrenza.com/estrategia-de-negocio/>
- UNILA. (2021). *Administración estratégica. Una herramienta necesaria en empresas*.
<https://www.unila.edu.mx/administracion-estrategica/>
- Valderrama, M. S. (2017). *Metodología del trabajo universitario (2°)*. Editorial San Marcos EIR.
- Valderrama, M. S., & Jaimes, V. C. (2019). *El desarrollo de la tesis (1°)*. San Marcos E.I.R.L.
- Valdez, D., María, & Leyva, R., María. (2021). *Concepto e importancia de la gestión estratégica*.
- Valdez, F. M. (2018). *“El marketing digital y su influencia en la rentabilidad de la licorería Las Viñas, Los Olivos, 2018”*
- Vega, E. (2016). Gestión. <https://gestion.pe/economia/que-es-la-rentabilidad-social-nn-noticia/>
- Zamora, T. A. (2017). *Rentabilidad y ventaja comparativa*. Enciclopedia virtual.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

“Administración Estratégica Y Rentabilidad En La Empresa Zicsa Contratistas Generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021”

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
<p>General: ¿Qué relación existe entre la administración estratégica y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021?</p>	<p>General: Establecer la relación que existe entre la administración estratégica y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.</p>	<p>General: Existe relación directa entre la administración estratégica y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE X1: Planificación estratégica</p>	<p>X1: Estrategias corporativas X2: Estrategias de negocio X3: Estrategias funcionales</p>	<p>X1.1. Alianzas estratégicas X1.2. Cooperativismo X2.1. Visión estratégica X2.2. Definición de objetivos X3.1. Seguimiento de resultados X3.2. Retroalimentación de resultados</p>	<p>Métodos: Universal: Científico Generales: Inductivo-Deductivo Específicos: Descriptivo. Tipo de investigación: Básica o pura Nivel de investigación: Correlacional Diseño de investigación: No experimental, de corte transversal correlacional</p>  <p>Población – Muestra: Población: • 75 trabajadores Muestra: Censo Técnicas e Instrumentos: Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario planificación estratégica y Rentabilidad. Técnicas de procesamiento de datos: Estadística descriptiva y correlación de rangos de Spearman.</p>
<p>Específicos: ¿Qué relación existe entre las estrategias corporativas y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021? ¿Qué relación existe entre las estrategias de negocios y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021? ¿Qué relación existe entre las estrategias funcionales y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021?</p>	<p>Específicos: Establecer la relación que existe entre las estrategias corporativas y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021. Establecer la relación que existe entre las estrategias de negocio y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021. Establecer la relación que existe entre las estrategias funcionales y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.</p>	<p>Específicas: Existe relación directa entre las estrategias corporativas y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021. Existe relación directa entre las estrategias de negocio y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021. Exista relación directa entre las estrategias funcionales y rentabilidad en la empresa Zicsa contratistas generales Sociedad Anónima Ayacucho, 2021.</p>				

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA

Información general:

Marque con una (x) la respuesta que usted crea conveniente.

Cuestionario

N°	Preguntas	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Estrategias corporativas						
01	¿Considera que la empresa cumple con el rol de tener a sus clientes satisfechos?					
02	“Cree Ud. ¿Que en la empresa se proyectan a realizar cambios en un futuro?”					
03	“¿La empresa se preocupa por que sus clientes no busquen servicios de la competencia?”					
04	“¿Cree que los clientes de esta empresa se informaron de los servicios que ofrece a través de campañas publicitarias?”					
Estrategias de negocio						
05	“¿La empresa se caracteriza por entregar los servicios prestados de forma oportuna?”					
06	“¿Reconoce que todos los clientes que buscan mismo servicios, con la empresa están satisfechos ?”					
07	“¿En la empresa se puede encontrar clientes que son de otros distritos pero que buscan el servicio de la empresa?”					
08	“¿Los servicios entregados por la empresa son de garantía y calidad?”					
Estrategias funcionales						
09	“¿El servicio ofertado son acorde a las necesidades de la mayoría de los clientes?”					
10	“¿Se percibe que en la atención al cliente la empresa siempre busca mejorar?”					
11	“¿Ha notado que sus colegas se preocupan por hacer mejor su trabajo?”					
12	¿El gerente motiva sus trabajadores que para que mejoren la calidad servicio entregado?					

Nota: Elaboración propia

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE RENTABILIDAD

Información general

Marque con una (x) lo que usted crea conveniente

Cuestionario

N°	Preguntas	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Rentabilidad económica						
01	“¿El gerente solicita que sus trabajadores innoven, creen nuevos productos o que propongan nuevos tipos de servicio?”					
02	“¿Sabe Ud. que es la rentabilidad económica y para qué sirve?”					
03	“¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica mide si los activos de la empresa, nos dan la rentabilidad esperada?”					
04	“¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad?”					
05	“¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad?”					
Rentabilidad financiera						
06	“¿Sabe Ud. la utilidad que tiene la rentabilidad financiera en las decisiones económicas de la entidad?”					
07	“¿Sabe Ud. que la rentabilidad financiera es más importante para los accionistas que la rentabilidad económica?”					
08	“¿Sabe Ud. que una baja rentabilidad financiera puede restringir la financiación externa?”					
09	“¿Ud., cree que el departamento de marketing ha permitido posicionar a la entidad?”					
Rentabilidad social						
10	¿Ud., considera que el gerente en análisis de la cadena de valor para mejorar su capacidad?					
11	¿Cree Ud., que la utilidad de la organización es la adecuada?					
12	¿Ud., cree que la rentabilidad, basado en el beneficio económico, genera ingresos y beneficios?					

Nota: Elaboración propia

Anexo 3. Validado por expertos

Ficha de aprobación de la validación del instrumento

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Castro Ortega Russ Fidel
 1.2 Grado académico: Magister
 1.3 Cargo e institución donde labora: Asistente de Auditor - Universidad Peruana los Andes
 1.4 Título de la Investigación: Administración estratégica y rentabilidad en la empresa ZICSA contratistas generales sociedad anónima Avacucho. 2021
 1.5 Autor del instrumento: Yhenson Huamán Diaz
 1.6 Licenciatura/Maestría/Doctorado: Bachiller
 1.7 Nombre del instrumento: Administración estratégica

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
SUB TOTAL						10
TOTAL (PROMEDIO)		100%				

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20): 10

VALORACION CUALITATIVA: 100%

OPINION DE APLICABILIDAD: Excelente

Lugar y fecha: Huancayo 26 de abril del 2022

Posfirma
DNI: 45265579

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

II. DATOS GENERALES

- 2.1 Apellidos y nombres del experto: Castro Ortega Russ Fidel
 2.2 Grado académico: Magister
 2.3 Cargo e institución donde labora: Asistente de Auditor - Universidad Peruana los Andes
 2.4 Título de la Investigación: Administración estratégica y rentabilidad en la empresa ZICSA contratistas generales sociedad anónima Avacucho. 2021
- 2.5 Autor del instrumento: Yhenson Huamán Diaz
 2.6 Licenciatura/Maestría/Doctorado: Bachiller
 2.7 Nombre del instrumento: Rentabilidad

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
11. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
12. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
13. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
14. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
17. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
18. COHERENCIA	Entre los indios, indicadores, dimensiones y variables.					X
19. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
20. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
SUB TOTAL						10
TOTAL (PROMEDIO)		100%				

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20): 10

VALORACION CUALITATIVA: 100%

OPINION DE APLICABILIDAD: Excelente

Lugar y fecha: Huancayo 26 de abril del 2022

Posfirma
DNI: 45265579

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

III. DATOS GENERALES

- 3.1 Apellidos y nombres del experto: Cabezas Limaco Gladys Elba
 3.2 Grado académico: Magister
 3.3 Cargo e institución donde labora: Magister - Universidad Peruana los Andes
 3.4 Título de la Investigación: Administración estratégica y rentabilidad en la empresa ZICSA contratistas generales sociedad anónima Avacucho. 2021
- 3.5 Autor del instrumento: Yhenson Huamán Diaz
 3.6 Licenciatura/Maestría/Doctorado: Bachiller
 3.7 Nombre del instrumento: Administración estratégica


INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
21. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
22. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
23. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
24. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
25. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
26. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
27. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
28. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
29. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
30. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
SUB TOTAL						10
TOTAL (PROMEDIO)		100%				

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20): 10

VALORACION CUALITATIVA: 100%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Excelente

Lugar y fecha: Huancayo 27 de abril del 2022


 Mg. CPC/Gladys Elba
 Cabezas Limaco
 MAT: 419
 Posfirma
 DNI: 19928586

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

IV. DATOS GENERALES

- 4.1 Apellidos y nombres del experto: Cabezas Limaco Gladys Elba
 4.2 Grado académico: Magister
 4.3 Cargo e institución donde labora: Magister - Universidad Peruana los Andes
 4.4 Título de la Investigación: Administración estratégica y rentabilidad en la empresa ZICSA contratistas generales sociedad anónima Avacucho. 2021
- 4.5 Autor del instrumento: Yhenson Huamán Diaz
 4.6 Licenciatura/Maestría/Doctorado: Bachiller
 4.7 Nombre del instrumento: Rentabilidad




INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buono 41-60%	Muy Buono 81-80%	Excelente 81-100%
31. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
32. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
33. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
34. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
35. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
36. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
37. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
38. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
39. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
40. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
SUB TOTAL						10
TOTAL (PROMEDIO)		100%				

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20): 10

VALORACION CUALITATIVA: 100%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Excelente

Lugar y fecha: Huancayo 27 de abril del 2022


 Mg. CPC/Gladys Elba
 Cabezas Limaco
 MAT. 419

Posfirma
DNI: 19928586

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

V. DATOS GENERALES

- 5.1 Apellidos y nombres del experto: Fernández Jaime Rafael Jesús
 5.2 Grado académico: Doctor
 5.3 Cargo e institución donde labora: Magister – UPLA -UNCP
 5.4 Título de la Investigación: Administración estratégica y rentabilidad en la empresa ZICSA contratistas generales sociedad anónima Avacucho. 2021
 5.5 Autor del instrumento: Yhenson Huamán Diaz
 5.6 Licenciatura/Maestría/Doctorado: Bachiller
 5.7 Nombre del instrumento: Administración estratégica


INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
41. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
42. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
43. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
44. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
45. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
46. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
47. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
48. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
49. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
50. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
SUB TOTAL						10
TOTAL (PROMEDIO)		100%				

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20): 10

VALORACION CUALITATIVA: 100%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Excelente

Lugar y fecha: Huancayo 28 de abril del 2022


 Dr. Rafael J. Fernández Jaime
 CPCC. N° 091-1898-CCP-J
 AUDITOR INDEPENDIENTE
 REGISTRO N° 08-0355-A1
 Posfirma
 DNI: 19943876

Anexo 4. Base de datos

| Visible: 24 de 24 variables

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022
1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00
2	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	1,00	4,00	4,00	4,00
3	4,00	4,00	5,00	2,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	2,00	4,00	4,00	5,00	4,00
4	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00	2,00	3,00	2,00	3,00	3,00	4,00	4,00	1,00	4,00	5,00	4,00	4,00	5,00	1,00	5,00	4,00	4,00
5	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00	5,00	4,00	4,00	4,00	3,00	2,00	4,00	4,00
6	4,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	2,00	3,00	2,00	3,00	4,00	1,00	2,00	4,00	3,00	3,00	5,00	1,00	2,00	3,00	5,00	5,00
7	3,00	3,00	3,00	1,00	4,00	4,00	1,00	2,00	1,00	2,00	4,00	2,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	5,00	3,00	4,00	5,00	4,00
8	4,00	3,00	3,00	5,00	4,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	4,00	1,00	2,00	4,00	5,00	5,00	5,00	2,00	2,00	4,00	1,00	2,00
9	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	4,00	3,00	3,00	4,00	2,00	2,00	3,00	4,00	1,00
10	5,00	5,00	5,00	3,00	4,00	2,00	1,00	3,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	2,00	4,00	3,00	3,00
11	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	2,00	4,00	2,00	4,00	3,00	2,00	1,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	5,00	5,00
12	5,00	5,00	5,00	2,00	4,00	4,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	4,00	2,00	5,00	3,00	3,00	3,00	4,00	2,00	3,00	4,00	4,00
13	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	1,00	2,00	5,00	4,00	5,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00
14	5,00	5,00	4,00	1,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	2,00	5,00	4,00	4,00	4,00
15	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00	3,00	2,00	3,00
16	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00	3,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00
17	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00	2,00
18	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00	5,00	4,00	5,00	4,00	1,00
19	5,00	5,00	5,00	2,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00	3,00	3,00	2,00	1,00
20	5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	1,00	4,00	2,00	3,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00	2,00	1,00
21	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	5,00	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	1,00	4,00	2,00	3,00	2,00	1,00
22	3,00	3,00	5,00	1,00	4,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	1,00	4,00	2,00	4,00	2,00	3,00	2,00	5,00	1,00	3,00	2,00	4,00
23	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	2,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	1,00	2,00	5,00	4,00	1,00	2,00	4,00	1,00	3,00	4,00	1,00
24	5,00	5,00	5,00	2,00	4,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	2,00	2,00	3,00	4,00	4,00	2,00	3,00	3,00	1,00	3,00	5,00	5,00
25	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	2,00	5,00	5,00	4,00	4,00	1,00	2,00	4,00	1,00	3,00	5,00	4,00
26	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	4,00	2,00	1,00	2,00	4,00	4,00	2,00	4,00	5,00
27	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00	5,00	2,00	1,00	2,00	5,00	1,00	3,00	5,00	5,00
28	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	1,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	5,00	2,00	1,00	3,00	4,00	5,00	3,00	2,00	3,00
29	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	5,00	4,00	3,00	5,00	5,00
30	5,00	5,00	5,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	1,00	2,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00
31	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	1,00	4,00
32	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	1,00
33	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	5,00	4,00	3,00	5,00	4,00	2,00	2,00
34	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	3,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	5,00
35	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	5,00	4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00
36	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00	5,00	5,00	4,00	3,00	3,00	4,00	2,00	4,00	4,00	3,00	1,00	4,00	4,00	4,00	4,00
37	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00

Vista de datos Vista de variables

