



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El Balanced Scorecard y su influencia en la planificación
estratégica en la empresa Corsaa SAC

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Perez Chambi, Renato (Orcid.org/0000-0001-5982-5478)
Quiñones Mariños, Sthefanny Mireya (Orcid.org/0000-0002-0723-8017)

ASESOR:

Dr. Espinoza Agurto, Carlos Aurelio (Orcid.org/0000-0003-4246-1991)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedicamos la presente investigación a Dios, a nuestros padres por su apoyo incondicional desde el primer día que asumimos este reto profesional, a nuestros familiares quienes son motor y motivo para culminar cada meta que hemos podido plantearnos.

Agradecimiento

A nuestro Dios por darnos salud y sabiduría en cada momento de nuestra vida, a nuestra casa de estudio la Universidad César Vallejo por brindarnos docentes de alta calidad y experiencia profesional.

A nuestros asesores por toda la paciencia y dedicación en esta etapa de investigación.

A la empresa Corsaa S.A.C., por el apoyo con la información solicitada.

Índice

Caratula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de Tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCION	1
II. MARCO TEORICO.....	6
III. METODOLOGIA.....	18
3.1. Tipo de diseño de investigación	18
3.2. Variables y operalización.....	19
3.3. Población, muestra y muestreo	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.5. Procedimientos.....	23
3.6. Método de análisis de datos.....	23
3.7. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS	24
V. DISCUSIÓN	41
VI. CONCLUSIONES.....	45
VII. RECOMENDACIONES	47
REFERENCIAS	49
ANEXO	61

índice de Tabl a s

Tabl a 1. <i>Validación del instrumento nombres y apellidos de los expertos</i>	20
Tabl a 2. <i>Rango de fiabilidad</i>	21
Tabl a 3. <i>Fiabilidad de la variable balanced scorecard</i>	21
Tabl a 4. <i>Fiabilidad de la variable planificación estratégica</i>	22
Tabl a 5. <i>Tabla de frecuencias de la variable Balanced Scorecard</i>	24
Tabl a 6. <i>Tabla de frecuencias de la dimensión perspectiva financiera</i>	25
Tabl a 7. <i>Tabla de frecuencias de la perspectiva cliente</i>	26
Tabl a 8. <i>Tabla de frecuencias de la perspectiva de procesos internos</i>	27
Tabl a 9. <i>Tabla de frecuencias de la dimensión perspectiva de formación y crecimiento</i>	28
Tabl a 10. <i>Tabla de frecuencias de la dimensión Planificación estratégica</i>	29
Tabl a 11. <i>Prueba de distribución de datos de las variables balanced scorecard y planificación estratégica</i>	30
Tabl a 12. <i>Tabla niveles de correlación bilateral</i>	31
Tabl a 13. <i>Tabla cruzada para las variables balanced scorecard y planificación estratégica</i>	32
Tabl a 14. <i>Correlación e influencia entre las variables balanced scorecard y planificación estratégica</i>	32
Tabl a 15. <i>Correlación e influencia entre la dimensión perspectiva financiera en la variable de planificación estratégica</i>	34
Tabl a 16. <i>Correlación e influencia entre la dimensión perspectiva cliente y variable planificación estratégica</i>	35
Tabl a 17. <i>Correlación e influencia entre la dimensión perspectiva procesos internos y variable planificación estratégica</i>	37
Tabl a 18. <i>Correlación e influencia entre la dimensión perspectiva formación y crecimientos y variable planificación estratégica</i>	38
Tabl a 19 <i>Validez basada en el contenido de la V de Aiken</i>	76

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Histograma de frecuencias de la variable balanced scorecard</i>	24
Figura 2. <i>Histograma de frecuencias de la perspectiva financiera</i>	25
Figura 3. <i>Histograma de frecuencias de la perspectiva cliente</i>	26
Figura 4. <i>Histograma de frecuencias de la perspectiva de procesos internos</i>	27
Figura 5. <i>Histograma de frecuencias de la dimensión perspectiva de formación y crecimiento</i>	28
Figura 6. <i>Histograma de frecuencias de la variable Planificación estratégica</i>	29

RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación fue determinar la influencia del balanced scorecard en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, la metodología fue de tipo de investigación aplicada con un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental transversal. El instrumento fue el cuestionario realizado a los 60 colaboradores de la empresa, la escala de valoración fue de tipo Likert. Se concluye que existe una correlación de Spearman de ,855 se demostró una correlación positiva muy fuerte entre las variables, el nivel de significancia fue $0,000 < \alpha 0,05$, por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula se aceptó la hipótesis alterna. Respecto a la regresión logística ordinal, donde se obtuvo el R pseudo cuadrado de Nagelkerke fue .807 demostramos que el balanced scorecard influye en un 80.70% en la planificación estratégica.

Palabras Claves: Balanced scorecard, Planificación Estratégica y Objetivos.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the influence of the balanced scorecard on strategic planning in the company Corsaa SAC, the methodology was applied research with a quantitative approach, non-experimental cross-sectional design. The instrument was the questionnaire made to 60 employees of the company, the rating scale was Likert type. It is concluded that there is a Spearman correlation of .855, a perfect positive correlation between the variables was demonstrated, the level of significance was $0.000 < 0.05$, therefore, the null hypothesis was rejected and the alternative hypothesis was accepted. Regarding the ordinal logistic regression, where the pseudo Nagelkerke's R pseudo square was .807, we demonstrated that the balanced scorecard influences strategic planning by 80.70 %.

Keywords: Strategic Planning, Balanced scorecard and Objectives.

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día las empresas se enfrentan a retos todos los días, los mismos que las conducen a adaptar nuevos cambios organizacionales, optar por nuevas medidas de evaluación, implementar estrategias más innovadoras, las cuales estén enfocadas a su público objetivo. Asimismo, la capacidad de adaptación y la velocidad que requieren los cambios ha implicado en muchas empresas un alto nivel de flexibilidad, en donde los intereses locales, nacionales y mundiales han conllevado que estas se vuelvan más competitivas, brinden un servicio más eficiente y tomen decisiones que aporten a la organización (García y Goncalves, 2022).

En el contexto internacional, según la consultoría 2GC Active Management (2020) de Reino Unido. Realizo una encuesta sobre el uso del CMI, esto se desarrolló en empresas de 21 países, donde 71% eran del sector privado, 29% del sector público y ONG. El número de encuestados menciona que el Balanced Scorecard fue extremadamente o muy útil, esto incrementó su uso en un 93% (88% en 2019).

El Instituto de Desarrollo Directivo (IMD) (2021) de Suiza, desarrollo un ranking básico para medir la competitividad de 64 países y se basa en un análisis de cuatro pilares: indicadores económicos, eficiencia nacional, eficiencia empresarial e infraestructura. Así mismo, nos muestra los resultados generales, donde se evidencian los primeros puestos del ranking son están los países desarrollados que se detalla por orden a: Suiza, Suecia, Dinamarca, los Países Bajos y Singapur, cuyos buenos puntajes en el pilar de evaluación muestran progreso y subrayan la importancia de adoptar buenas prácticas. Por otro lado,

todos los países latinoamericanos han caído tanto en el ranking general como en sus posiciones. En 2021, Perú se posiciona en el sitio 58 de 64 países con una con un valor de 45,4 (de 0 a 100), lo que supone 6 puestos y 9,5 puntos menos que el año pasado.

Según la OIT (2021), la planificación estratégica sirve como estímulo para la interpretación reflexiva de los diferentes hechos, situaciones con dinámicas sociales y económicas cada vez más complejas y de gran incertidumbre, donde a través de la planificación se pueden establecer líneas de actividades que ayuden alcanzar los objetivos de una empresa. Así mismo, la OIT (2018), nos menciona en su taller de normas laborales en las cadenas globales de suministro en indonesia, que el Balance Scorecard funciona como herramienta de monitoreo para cualquier comercio o servicio que ayuda a mantener las políticas, negocios e intereses de la organización. Por otro lado, en su mayoría de las empresas de cualquier sector se han visto expuestas a constantes cambios, los mismos que han originado que muchas de estas se vean afectadas en cuanto a la ejecución de sus procesos y la implantación de acciones concretas. Asimismo, otros de los problemas que las empresas afrontan es que no están preparadas para incorporar estrategias nuevas, y hacer que estas aporten cambios significativos frente a cada uno de los servicios que ofrecen a los clientes (Carvajal y Cobos, 2021).

En el ambiente nacional, las empresas contratistas o de otro sector no son ajenas a los cambios, sin embargo, se ha visto que muchas de estas, no conocen de estas herramientas para hacer frente de manera eficiente a los efectos que pueden generar dichos cambios. Asimismo, según la INEI en su Estructura Empresarial (2018) nos informa que, en el Perú, el 99% constituyen las pymes y microempresas. No obstante, son pocas las que incluyen dentro de sus gestiones la herramienta del BSC, debido a que muchas de estas no están preparadas para llevar un control permanente de sus procesos o aplicar estrategias las cuales reflejan resultados óptimos para las organizaciones y además porten cambios significativos y rentables (Delgado, 2022).

Asimismo, son pocas las empresas peruanas que aplican una adecuada planificación estratégica dentro de sus procesos y actividades organizacionales que desempeñan, por ello, es que muchas de estas no han podido hacer frente a las variaciones que se han expuesto con el tiempo, los cuales han originado cambios significativos, directos respecto a las

acciones y toma de decisiones, que muchas de las empresas han venido desarrollando día a día (Soncco, 2020).

De igual forma, el Ministerio de Producción, nos indica que al año 2019, el 40.4% de las MYPES en Lima están formalizadas en la SUNAT. Por otro lado, el 59.6% son informales, uno de los principales factores por lo que quiebran las empresas en el Perú, se debe, Informal, poco o nulo conocimiento de la gestión empresarial, organización desorganizada, falta de información actualizada y para tomar decisiones acertadas.

Asimismo, en el ámbito institucional, se ha observado que la empresa contratista de la presente investigación, no cuenta con herramientas de gestión en su planificación estratégica, lo cual se ha visto reflejado en sus deficientes decisiones y en el incumplimiento de las metas, además, ello ha conllevado que la empresa no ejecuta de manera adecuada sus estrategias organizacionales, encontrándose limitada por la falta de la herramienta BSC (Balanced Scorecard), el cual puede generar no solo que los objetivos estratégicos no hayan sido congruentes con la realidad de estudio, sino que puede llegar a generar mermas en la empresa.

En base a lo señalado, se contará con la siguiente formulación de problema general ¿Cómo influye el balanced scorecard en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC? Así mismo, los problemas específicos fueron; ¿Cómo influye la perspectiva financiera en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC?, ¿Cómo influye la perspectiva cliente en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC?, ¿cómo influye la perspectiva procesos internos en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC?, ¿Cómo influye la perspectiva de formación y crecimiento en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC?

En lo que refiere a la justificación teórica, la investigación que se ejecutará, hará utilización de teorías relacionadas a las variables de estudio, a fin de establecer los conocimientos doctrinarios, admitiendo crear una discusión empresarial y una reflexión

acerca de los planes estratégicos que se usan actualmente las organizaciones, comparándolas con las teorías existentes, conllevando a obtener resultados, los mismo que nos permitan conocer las herramientas de gestión que usan las empresas en general, en base del el Balanced Scorecard y la planeación estratégica

Del mismo modo, muestra una justificación práctica, en cuanto podrá servir para futuras investigaciones como un antecedente, las mismas que quieran implementar la planeación estratégica en el desarrollo empresarial a través de la evaluación del Balanced Scorecard. De otro modo, servirá para que empresas amplíen sus conocimientos acerca de la importancia del el Balanced Scorecard y la planeación estratégica para establecer, definir y evaluar los resultados de las estrategias establecidas.

Respecto a la justificación metodológica, se empleará un instrumento el cual será validado y además reflejará la calidad de las preguntas expuestas para la obtención de información. El cual, certificará la confiabilidad de la base de datos.

Se contará con el siguiente objetivo general: determinar la influencia del balanced scorecard en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC. Mientras que, los objetivos específicos serán; determinar la influencia de la perspectiva financiera en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, determinar la influencia de la perspectiva cliente en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, determinar la influencia de la perspectiva procesos internos en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, determinar la influencia de la perspectiva de formación y crecimiento en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

Además, la hipótesis general que se planteará será la siguiente: existe influencia significativa del balanced scorecard en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC. Mientras que, las hipótesis específicas serán las mencionadas a continuación; existe influencia significativa de la perspectiva financiera en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, existe influencia significativa de la perspectiva cliente en la

planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, existe influencia significativa de la perspectiva procesos internos en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, existe influencia significativa de la perspectiva de formación y crecimiento en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

II. MARCO TEORICO

En los antecedentes internacionales, Oyewo, et Al. (2021), el objetivo fue evaluar los factores organizacionales que afectan la intensidad de uso del BSC. Su metodología de enfoque diseño de investigación, utiliza la encuesta, su muestra fue de 300 empresas de Nigeria. Sus resultados nos dan a conocer el impacto del uso de BSC en la efectividad organizacional siendo positivo, estadísticamente significativo ($b = .3955034$, $p \leq .01$).

Arias, (2022), el objetivo fue hallar la relación del desarrollo organizacional y los equipos de alto desempeño con el enfoque de bsc. La metodología fue cuantitativa, muestra de 177 miembros del personal de Grupo Once y el instrumento fue el cuestionario. Se evidencia un valor de 66.66% son direccionadas al cumplimiento de metas, un 33.33% se orientan al personal al desarrollo del campo. Concluyendo que, usando el enfoque de Cuadro de Mando Integral, el crecimiento del negocio aumenta significativamente los componentes de alto rendimiento.

Cagua, Et Al (2018), en su investigación su objetivo principal fue formular un instrumento de gestión para Maquinox JL S.A.S que facilite la optimización de toma de decisiones para cumplir la meta estratégica de la empresa. La metodología fue de tipo mixta es decir tanto cualitativa como cuantitativa, la muestra 10 empleados y se aplicó la encuesta. Se determinó que llevar a la practica el BSC como herramienta estratégica de gestión y medición en la compañía Maquinox permitieron un crecimiento económico. Concluyendo que se generó un aumento del 4.10 % en su utilidad neta.

En los antecedentes nacionales, Veintemilla (2021), su objetivo fue especificar la relación entre el balanced scorecard y la planificación estratégica, su metodología aplicada tuvo un enfoque cuantitativo, la muestra 39 estudiantes. El Rho 0,633, existe una correlación moderada positiva. Concluyendo la relación significativa entre sus variables.

Zapata (2019), el objetivo fue hallar la relación entre el diseño de un bsc como herramienta de la planeación estratégica y la gestión administrativa. Su metodología es tipo básica, descriptivo correlacional, muestra 23 trabajadores administrativos. La evaluación fue una correlación positiva ($r = 0.978$), concluyendo que a mayor aporte del BSC, se logra una eficiente gestión administrativa.

Quispe (2017), su objetivo fue definir la correlación entre el balance scorecard y la rentabilidad. La metodología fue no experimental aplicada a 40 colaboradores. Se muestran una relación directa ($r = 0,628$) entre las variables. En conclusión, se define una correlación positiva entre el BSC y la rentabilidad.

Cusihuamán (2018), su objetivo fue la aplicación de sistema de gestión a través del bsc para mejorar la competitividad de una empresa. Cuenta con una metodología de diseño experimental, los resultados son de sig. $\alpha = 0.05$, p-valor Chi cuadrado = $0.002 < 0.05$ rechazando H_0 . La conclusión es con la aplicación del sistema de gestión con ayuda del bsc mejora la competitividad.

Sanchez (2022), su objetivo es identificar que existe correlacion entre el sistema de gestión bsc y la perspectiva financiera. La metodología es tipo aplicado, muestra 25 empleados. Se concluye que (Rho de 0.762) afirma que existe una relacion entre ambas variables.

Corpus Real, N. D. R. (2019), su objetivo fue identificar la influencia del sistema de control interno en la gestión administrativa de la empresa Hidrandina. Su metodología fue aplicada, no experimental; muestra 35 colaboradores. El Rho fue 0.696 siendo una correlación positiva. La conclusión es que existe un efecto moderador entre sus variables, ya que existen indicios de falta de control sobre los recursos y procesos, lo que finalmente afecta la rentabilidad de la empresa.

Corcuera Zubizarreta, A., & Vera García, M. L. (2022), su objetivo fue implementar la herramienta balanced scorecard para acrecentar significativamente la gestión efectiva en la

gerencia. La metodología fue aplicada, diseño de nivel aplicativo y contrastación pre experimental, longitudinal, la encuesta $n = 13$ indicadores. Con sig. $\alpha = 5\%$. Acumulado del 95.00% se le sumará la mitad del sig. igual al 02.50% dando un resultado de 97.50% que es igual a la probabilidad, los Valores Críticos de Cola bilateral = +1.96 y -1.96 según las Tablas Estadísticas. Con esto se procesarán los datos según la fórmula de la prueba Z mostrada en la siguiente imagen obteniendo el Valor de Prueba $Z_p = 2.199$, con lo que se determina que la H_0 es desestimada, donde se llega a rechazar que la implementación del B.S.C. genera solo una mejora menor o igual al 25%, y se llega a afirmar la H_a , es decir que se valida que la implementación del B.S.C. genera una mejora mayor al 25%. Concluyendo que la empresa constructora mejora con el B.S.C.

Luna (2019), su objetivo fue elaborar una propuesta para uso del bsc en la medición de la gestión estratégica de una organización. Metodología no experimental, la técnica la muestra y el instrumento la entrevista. Los resultados determinaron que el diagnóstico de la empresa fue calificado como regular ya que existieron deficiencias dentro del control y monitoreo, además, se visualizó la falta de conocimientos respecto a la herramienta Balanced scorecard, el 73% de los colaboradores señalaron que no tenían conocimiento de esta herramienta, el 27% indicó que sí. Igualmente, se calificó el análisis interno como regular en cuanto existieron debilidades significativas como la deficiencia sobre capacitaciones en los colaboradores en un 14%. En la comunicación en un 11%, compromiso gerencial en un 7% y en la definición de estrategias un 11%. Concluyendo que, la propuesta del Balanced scorecard se implementó de forma exitosa, permitiendo analizar el control y monitoreo sobre las metas y que este alcance la rentabilidad esperada por la empresa.

Ureta (2021), el objetivo fue identificar la relación entre modelo del bsc y la competitividad. La metodología de nivel correlacional, tipo aplicada, descriptivo correlacional; muestra 21 colaboradores. El Rho dio una correlación positiva fuerte de 0,993. La conclusión es que la perspectiva del proceso interno en el modelo de bsc está significativamente relacionada con la competitividad.

Castañeda Aucahuasi, A. F. (2017). El objetivo fue hallar la correlación entre la planificación estratégica y la competitividad en el área de gestión. Metodología fue correccional, no experimental transversal y descriptiva. Muestra 36 trabajadores. El Pearson de 0.586. Concluye, la existencia de una relación directa positiva moderada entre ambas variables de estudio.

Garay (2020), el objetivo fue reconocer de que forma la planificación estratégica se relaciona con la competitividad de una empresa para efectos de su investigación, metodología fue no experimental relacional, tipo básica, muestra 28 colaboradores. Los resultados en cuanto a la percepción de la variable planificación estratégica fue de 53.57% se encontraban en un nivel regular, el 25.0% con un nivel adecuado y el 21.43% un nivel inadecuado. En lo referente a la formulación de la planeación estratégica, el 60.71% se encontraba regular, 25.0% en un adecuado nivel y el 24.29%, tenía un inadecuado nivel. Se concluye que existía una relación de sus variables con Rho 0.827 una relación alta.

Echevarría Pedraza, A. D. (2018), el objetivo fue identificar la relación entre planificación estratégica y satisfacción del cliente para la programación diaria en la distribución. Metodología descriptiva, correlacional transversal, no experimental. Muestra 52 colaboradores. El Rho que 0,761 indicando una correlación positiva muy fuerte. Se demostró que existe una correlación significativa.

Mallma (2018), el objetivo evaluar en qué medida el Balanced scorecard optimiza la planificación estratégica de una empresa. La metodología descriptiva y método deductivo explicativo, muestra 169 colaboradores. Los resultados el 57.40% de encuestados sostuvo que la comunicación de estrategias son determinantes para el lograr la visión, el 100% señaló que los procesos operativos deben estar orientados a satisfacer a los clientes y el 78.10% manifestó que la ejecución estratégica es cumplida mediante modificaciones internas. Concluyendo que el Balanced scorecard tuvo una influencia significativa sobre la planificación estratégica.

Cabe hacer mención que entre las definiciones conceptuales de la investigación quedaron expuestas del siguiente modo:

La variable *balanced scorecard*, hace referencia a aquella herramienta de gestión que ayuda a implementar la estrategia de la organización frente a un grupo de acciones, con esto contribuye a controlar varios factores de la empresa, vinculando sus objetivos con acciones concretas (Benková et al., 2020).

Cabe hacer mención que el enfoque de las compañías antes se veía limitada tan solo a una perspectiva financiera, sin embargo, con el uso del *balanced scorecard*, los diversos procesos, así como la atención al cliente y elementos de carácter intangible de las empresas empezaron a ser tomadas en cuenta como aspectos clave y ya no como factores secundarios (Tuan, 2020).

El BSC pretende subsanar las limitaciones de los modelos de control tradicionales, así como traducir estrategias competitivas en indicadores clave de rendimiento (KPI), para garantizar un equilibrio entre el rendimiento a corto plazo a corto plazo, medido a través de parámetros financieros, y los factores no financieros que deben llevar a la empresa a un rendimiento competitivo superior y a la sostenibilidad a lo largo del tiempo. (Hristov et al., 2019).

El *balanced scorecard* cuenta con un total de cuatro perspectivas, donde la primera corresponde a la perspectiva financiera, la cual está orientada a brindar respuesta a las expectativas de los accionistas de la organización, siendo su enfoque la creación de valor para estos a través de indicadores que exteriorizan el comportamiento operativo, así como el crecimiento y la sostenibilidad de la compañía (Dincer et al., 2020).

Respecto a la primera dimensión perspectiva financiera se ocupa de la vinculación final de varios objetivos a la estrategia de la organización, en otras palabras, su principal objetivo es generar utilidades para la empresa. De tal forma que, los objetivos estratégicos

asociados a la salud financiera, así como a la rentabilidad de la compañía son incluidos bajo esta perspectiva (Benková et al., 2020).

De igual manera, esta perspectiva es esencial para analizar el desempeño de una organización como generadora de ingresos, ya que incluye los objetivos estratégicos de aumentar las ganancias, mejorar las operaciones y aprovechar el capital y los recursos. Por ende, su importancia es brindar una información precisa y que esté actualizada respecto al desempeño financiero y que los accionistas evalúen si el negocio es rentable en base a las metas estratégicas planteadas (Mio et al., 2021).

Respecto a la segunda dimensión perspectiva del cliente, su propósito es determinar qué debe hacer la empresa para asegurar la retención de sus clientes, así como para asegurar clientes futuros, asegurando así una mayor rentabilidad para la empresa. En tal sentido, esta perspectiva otorga información de las percepciones de los clientes y a partir de ello son definidos los indicadores que contribuyan a responder sus expectativas (Tuan, 2020).

De modo que, estas métricas suman la satisfacción del cliente, la cuota de mercado, la percepción del valor de la marca, la tasa de recompra, los pedidos de devolución y el número de quejas recibidas. Se considera que la generación de los ingresos está sujeta a los indicadores, los mismos que influyen y se ven reflejados sobre la perspectiva financiera (Vega et al., 2020).

Además, bajo esta perspectiva, la organización enfoca sus actividades y estrategias en lograr la fidelización de los clientes y considera la provisión de valor como parte esencial de la estrategia institucional, ya que permite un enfoque en el cliente, lo que le permite a la organización lograr con éxito los objetivos y lo más importante, diferenciarse de los demás, sus competidores. (Iskandar et al., 2018).

Respecto a la tercera dimensión perspectiva de procesos internos, esta se relaciona a la identificación de objetivos estratégicos vinculados a los procesos de la empresa, de los mismo que dependerá el lograr cubrir los deseos de los usuarios, así como de los accionistas.

Los indicadores que corresponden a esta perspectiva son establecidos en base a situación financiera y la del cliente, buscando con ello la alineación de las funciones de los trabajadores con los procesos de la compañía (Dincer et al., 2020).

Del mismo modo, esta perspectiva es desarrollada en base al modelo de negocio de cada compañía, de tal forma que los indicadores para su evaluación son específicos y únicos para cada tipo de empresa. No obstante, entre los más comunes se encuentran el mejoramiento de un proceso específico, incremento de la capacidad de producción, optimización sobre la calidad, tiempo de respuesta para el cliente, entre otros (Ling et al., 2019).

Igualmente, se considera que para la eficiencia de esta perspectiva se deben identificar los objetivos que deben ser cumplidos por medio de procesos que le brindan vida a la compañía. Desde esta perspectiva, también es posible analizar y mejorar diversos procesos internos que forman parte de la cadena de valor, comenzando con los procedimientos de innovación, procesos operativos y finalizando con el servicio postventa. (Nazari et al., 2020).

Respecto a la cuarta dimensión perspectiva de formación y crecimiento, esta se encuentra vinculada al énfasis que pone la compañía para conseguir resultados en un largo plazo. Además, esta perspectiva se orienta en identificar lo que los colaboradores de la empresa deben llegar a aprender tanto para el incremento de la satisfacción y cumplimiento de necesidades del cliente, así como ser más eficientes sobre los procesos de la empresa y conseguir las metas financieras de la misma (Vega et al., 2020).

Además, esta perspectiva corresponde a una guía que ayuda a identificar las metas de la organización en conjunto con las capacitaciones o la preparación de los trabajadores, buscando con ello alinear los esfuerzos hacia los objetivos, con el propósito de que los procesos de la empresa sean efectuados de forma eficiente y efectiva (Mio et al., 2021).

Asimismo, esta perspectiva engloba aspectos vinculados al entrenamiento de los colaboradores y las actitudes de estos para alcanzar un mejor desempeño tanto individual como colectivo que se vea reflejado sobre el cumplimiento de las metas empresariales establecidas en las otras perspectivas del balanced scorecard. Cabe hacer mención que cuando las organizaciones cuentan con una orientación hacia la generación de conocimientos, este aprendizaje se transforma en un recurso determinante para que los miembros del equipo realicen de forma efectiva sus actividades, además de crear un ambiente en el que se fomenta la innovación (Dincer et al., 2020).

Asimismo, los indicadores tienen en cuenta las competencias de los empleados desde la perspectiva de la educación y el crecimiento, así como las competencias e incentivos y la descentralización de los sistemas de información de la empresa. Sobre la base de estos indicadores, esta perspectiva es fundamental para el éxito del BSC, ya que la mayoría de los modelos de gestión ahora consideran el capital humano como un activo integral que conduce al éxito de la empresa. (Hristov et al., 2019).

La teoría sobre el balanced scorecard, expuesta por los autores Kaplan y Norton, hace mención que el CMI corresponde a un sistema de medición operativo y a la vez táctico. Además, consideran que las compañías emplean el mismo como un sistema para la gestión estratégica, con el principal propósito de transformar su visión, vincular sus objetivos con la estrategia institucional, fomentar acciones que permitan alcanzar las metas e incrementar el feedback, de modo que, fortalezca la perspectiva financiera (Tuan, 2020).

La planificación estratégica hace referencia a aquella herramienta que es utilizada para la gestión de una empresa, determinando el camino que esta debe recorrer para obtener las metas establecidas, considerando al mismo tiempo los cambios, así como las demandas que pueden llegar a intervenir en su entorno. En otras palabras, es el mecanismo básico para la toma de decisiones acertadas en el ámbito interno de la empresa. (Glushchenko, 2021).

Asimismo, la importancia de la planificación estratégica se encuentra en el hecho que brinda un marco real para que todos los integrantes de la empresa alcancen un mejor entendimiento y analicen la situación de la misma. De tal forma que, contribuye en la alineación del equipo para que estos hagan uso de un lenguaje bajo la misma información, surgiendo con ello alternativas que beneficien a la empresa (Mohd et al., 2019).

De igual manera, la planificación estratégica conlleva a diversas ventajas, entre las cuales se puede destacar la dirección que se le otorga al equipo para que estos comprendan en qué medida sus labores repercuten sobre el cumplimiento de las metas, También aumenta la rentabilidad y la cuota de mercado al armonizar los entornos interno y externo. Igualmente, favorece el aumento de la satisfacción laboral, posibilita una mejor toma de decisiones centradas en la información, análisis e interrelación de los datos (Alqershi, 2021).

Por otro lado, se considera que la planificación estratégica acrecienta la eficiencia operacional permitiendo darle prioridad a las operaciones que son determinantes en el alcance de los objetivos. Igualmente, posibilita que las decisiones estén alineadas hacia las metas en todo momento, partiendo desde la operación, retroalimentación hasta el seguimiento y reestructuración. Además, asegura un alto grado de disciplina en la gestión de la empresa. (Barasa, 2019).

Respecto a la variable planificación estratégica sus dimensiones fueron; respecto a la primera dimensión formulación, esta representa el primer paso o etapa sobre el proceso de la planificación estratégica, por medio del cual se establecen o revisan la misión de la misma, así como su visión, valores u otros aspectos. De modo que, requiere de un examen profundo tanto de la historia de la compañía como de los usuarios de esta, sus productos, tecnología, puntos internos, una evaluación externa, entre otros (George et al., 2019).

Además, la formulación hace referencia a la manera de mirar, analizar y revisar la posición actual e identificar los problemas estratégicos que perjudican la empresa, en tal sentido, la adecuada formulación dirige a poseer del contenido suficiente para el posterior

desarrollo corporativo a través de la definición actual, posición competitiva y posición de mercado de esta (Bryson et al., 2018).

Del mismo modo, la formulación es relevante en cuanto es una etapa de gran utilidad para la evaluación de las diferentes opciones que tiene la compañía para crecer, identificar las áreas a mejorar. También puede trabajar sobre la base del razonamiento y la toma de decisiones a favor de la optimización y adecuada distribución de los recursos de la empresa. (Abdel et al., 2018).

Respecto a la segunda dimensión implementación, esta corresponde a la puesta en acción de lo que ha sido planificado previamente, su principal finalidad es poner en marcha las estrategias que debe seguir la organización durante el próximo periodo. Se considera que esta etapa es estructurada bajo tres fases, entre ellas la planificación, organización y el control estratégico (Ahmad y Bin, 2019).

De modo que, la fase de planificación ayuda a establecer las acciones concretas que se requieren realizar para efectuar la estrategia en forma de programas, planes o presupuestos. También puede trabajar sobre la base del razonamiento y la toma de decisiones a favor de la optimización y adecuada distribución de los recursos de la empresa. (Lo y Sugiarto, 2021).

Por último, se encuentra la fase del control estratégico que posibilita llevar a cabo una comprobación periódica de los resultados que van alcanzando en esta etapa, corroborando si estos coinciden o no con las metas formuladas. Se considera que tanto la etapa de implementación como la de formulación se encuentran estrechamente conectadas por medio del proceso de dirección (Hamuruc y Eren, 2020).

Respecto a la tercera dimensión evaluación, esta hace referencia a la tercera etapa de la planificación estratégica, es un proceso que comprende un examen sobre las bases de las estrategias de la compañía, además, otorga una comparación en cuanto a los resultados

frente a las metas deseadas y contribuye sobre la toma de acciones correctivas, de modo que, los resultados alcancen a coincidir con los planes (Bühning y Licdtka, 2018).

Asimismo, consiste en hacer uso de diversos instrumentos y metodologías que ayuden a optimizar las estrategias, mejorando la calidad, así como el control de estas. Igualmente, el principal propósito de la evaluación de las estrategias se encuentra sustentado en la retroalimentación oportuna y conveniente que se obtiene para seguidamente identificar las acciones correctivas a tomar. Además, la evaluación corresponde a una tarea con alta complejidad, sin embargo, es relevante para avalar el cumplimiento de los objetivos propuestos (Donkor et al., 2018).

Por consiguiente, la dimensión evaluación representa una fase en la cual la empresa analiza los resultados y diferentes alternativas estratégicas. para efectuar una adecuada evaluación resulta fundamental que la empresa recurra a las revisiones tanto externa como interna, así como a las auditorías, las cuales amplían el panorama de las acciones a realizar (Sara et al, 2021).

La teoría de la planificación expuesta por Chiavenato sostiene que es una técnica que contribuye a reducir la incertidumbre de las empresas y otorgarles una mayor consistencia sobre su desempeño. Asimismo, el autor expone que la planificación representa una función administrativa que establece de forma anticipada los objetivos y las acciones que deben desarrollarse para poder alcanzarlos (Moreira et al., 2020).

De igual forma, la teoría expuesta por George Steiner nos menciona que la planificación estratégica es la que ayuda a los líderes a dar forma a la dirección que quieren dar a la empresa, y cuando esta planificación se distribuye en toda la organización, creará sinergia entre todas las personas para lograr sus objetivos. Además, la planificación estratégica está diseñada para abordar la complejidad organizacional como una herramienta de soporte y gestión que ayuda a crear estrategias no tradicionales para resolver problemas comerciales. (Gutiérrez et al., 2021)

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo de diseño de investigación

Se contará con el tipo de estudio aplicada, sobre el cual se consignará a la generación de un nuevo conocimiento tomando como referencia a las variables de causa y efecto. Por lo tanto, nuestro proyecto de investigación contará con el nivel de diseño Explicativo causal. Donde Hernández et al. (2014), lo define como explicar o señalar cuales son las variables causa (variable independiente) y efecto (variable dependiente).

Este proyecto investigación será con un enfoque cuantitativo, donde Kankam (2019) afirma que el investigador que aplique este enfoque a la encuesta se verá en la necesidad de abandonar las percepciones y experiencias que pueda tener para asegurar la objetividad de la investigación en el desarrollo. El punto principal de la investigación cuantitativa es el uso de herramientas como la aplicación de encuestas y evidencia para recolectar datos, además, la teoría tiene la seguridad de probar la hipótesis estadística relacionada con la pregunta planteada en la investigación.

Dado que no manipularemos ninguna de las variables en estudio, ante lo que Hernández, et Al (2014); señala al no experimental transversal puede precisar como la realización del estudio sin necesidad de manipulación intencional de variables. Siendo así, se trata de estudios en los que no hacemos cambios para la obtención de resultados. Lo que hacemos en la investigación no experimental es una simple observación para su posterior análisis (p. 186).

3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: Balanced Scorecard

El BSC traduce la estrategia y la misión de una empresa en amplias medidas de desempeño que proporcionan la estructura necesaria para un sistema de medición y gestión estratégica. (Kaplan y Norton, 1996)

Definición operacional: La variable de indagación tomará como punto de referencia a la evidencia de perspectivas sobre las que se desarrolla una serie de objetivos en una organización, recolectando datos por medio del cuestionario.

Dimensiones: Perspectiva financiera, cliente, de procesos internos y de formación y crecimiento.

Variable dependiente: Planificación estratégica

Definición conceptual: Es la herramienta que tiende a ser empleada por las empresas con la finalidad de predecir el futuro, desarrollando un proceso sistemático direccionado a plantear estrategias innovadoras de alcance de metas (Garay, 2020).

Definición operacional: La variable investigación se refiere a la evaluación de la planificación estratégica a través de la formulación, implementación y evaluación de resultados u objetivos, y los datos se recolectan a través de cuestionarios.

Dimensiones: Formulación, implementación y evaluación Población, muestra y muestreo

3.3. Población muestra y muestreo

En esta investigación no se aplicará ninguna técnica estadística que ayude a conformar la muestra, ya que, nuestra población mínima es de 60 colaboradores de la empresa Corsaa contratista generales S.A.C. Hernández et al. (2018), define como un conjunto finito o infinito de recursos con características comunes, y las conclusiones del estudio serán amplias.

Para la investigación el muestreo censal, Hernández (2018) indica que la población incide directamente hacia la inspección de individuos que cuentan con el potencial de formar parte de un estudio. La muestra fue 60 colaboradores de Corsaa SAC, que cumplen funciones en las áreas administrativas.

Criterios de inclusión: Manzano y et. al (2016) nos mencionan que el criterio de inclusión nos ayuda a observar a la población que será participe en nuestra aplicación de resultados que apliquen ciertos criterios a tomar en cuenta por el investigador. Tomamos en cuenta:

- Colaboradores administrativos de la empresa Corsaa SAC.

Criterios de exclusión: Manzano y et. al (2016) nos mencionan que el criterio de exclusión es un paso fundamental que nos ayudara a respaldar nuestra investigación en la calidad académica, metodológica y que esta pueda servir la aplicación de nuestros resultados. Tomamos en cuenta:

- Colaboradores que desempeñan funciones de operarios (obreros).
- Colaboradores que hayan contado con licencia o permiso.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según Hernández et al. (2018), señala a la encuesta como la cantidad de preguntas representativa, sobre la cual se consigna la búsqueda del conocimiento sobre una realidad de estudio. Mientras que, el análisis documental es conceptualizado como aquella revisión de documentos mediante la cual se puede establecer la evidencia de la realidad de una organización de forma técnica.

Se contará con el empleo del instrumento cuestionario realizado a los 60 colaboradores de la empresa Corsaa contratista generales S.A.C, contando con la siguiente valoración por variables:

La variable *balanced scorecard*, el cual contara con un total de 15 preguntas, y sus dimensiones son perspectiva financiera, cliente, procesos internos, formación y crecimiento.

La variable *planificación estratégica*, el cual contará con un total de 15 preguntas, y sus dimensiones son formulación, implementación y evaluación.

La escala de valoración fue ordinal tipo Likert, en donde se contará con las siguientes alternativas: 1 totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Según Hernández et al. (2018), señala al cuestionario como aquella serie de preguntas que guarda la congruencia en cuanto a un orden sistemático, entendiéndose con ello que se podrá entender la perspectiva de un individuo, sobre un hecho determinado.

Según Hernández et al. (2018), indica a la validez como el medio de demostración de la calidad de los elementos sobre los cuales se evidencia o reconoce como un instrumento de recojo de datos. Se utilizará la ficha técnica de instrumento, con el propósito de poder demostrar la validez que puede tener el instrumento de recojo de datos, en base a un autor referencial.

Se realizó la validez a través de los profesores de la UCV. A su vez, las evaluaciones de los expertos se analizaron en la tabla de Aiken, cuyas fórmulas se dan en el Anexo 7.

Tabla 1.

Validación del instrumento nombres y apellidos de los expertos

1	Dr. Espinoza Agurto Carlos Aurelio
2	Dr. Suasnabar Ugarte Federico Alfredo
3	Dr. Cifuentes La Rosa Agliberto Cesar

Los docentes que analizaron el instrumento (anexo 05).

Hernández et al. (2018), Indica la confiabilidad como un proceso estadístico que comienza con la evaluación de la confiabilidad de varios instrumentos de recolección de los datos.

Tabla 2.

Rango de fiabilidad

Escalade valores para determinar la confiabilidad	
0-0.20	Muy baja
0.21-0.40	Baja
0.41-0.60	Media
0.61-0.80	Alta
0.81-1	Muy alta

Fuente: Tomado del libro Metodología de la investigación. p.100. Palella, S (2010)

Tabla 3.

Fiabilidad de la variable balanced scorecard

<i>Estadísticas de fiabilidad balanced scorecard</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,946	15

Interpretación: La fiabilidad reportada por IBM SPSS para esta variable balanced scorecard es de .946, la cual es muy alta que es la aplicación de las encuestas concentradas a 20 colaboradores de Corsaa SAC, demostrando la estabilidad de los 15 ítems expuestos.

Tabla 4.

Fiabilidad de la variable planificación estratégica

<i>Estadísticas de fiabilidad planificación estratégica</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,963	15

Interpretación: La fiabilidad reportada por IBM SPSS para esta variable planificación estratégica es de .963, la cual es muy alta que es la aplicación de las encuestas concentradas a 20 colaboradores de la empresa Corsaa SAC, demostrando la estabilidad de los 15 ítems expuestos.

3.5. Procedimientos

En cuanto al procedimiento de recolección de datos, se coordinará el uso de la herramienta de recolección de datos tipo cuestionario entre los empleados de la empresa Corsaa SAC.

3.6. Método de análisis de datos

Se procesará y cuantificará los datos en Excel, la información se exportará hacia el programa SPSS V 26.00, para calcular la estadística descriptiva, así como, la estadística inferencial para poder responder los objetivos en la investigación.

3.7. Aspectos éticos

Se considera los aspectos normativos determinados en el código de ética del vicerrectorado de investigación de la UCV, se utilizará el programa turnitin para evitar la similitud y plagio en el trabajo de investigación, siendo citados con el formato de la normativa APA 7ma edición, manteniendo el respeto y la legalidad de la totalidad de la información, desde su recolección, su procesamiento y hasta los resultados.

4. RESULTADOS

Estadística descriptiva

Tabla 5.

Tabla de frecuencias de la variable Balanced Scorecard

VARIABLE BALANCED SCORECARD					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	BAJO	53	88,3	88,3	88,3
	MEDIO	4	6,7	6,7	95,0
	ALTO	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Figura 1.

Histograma de frecuencias de la variable balanced scorecard

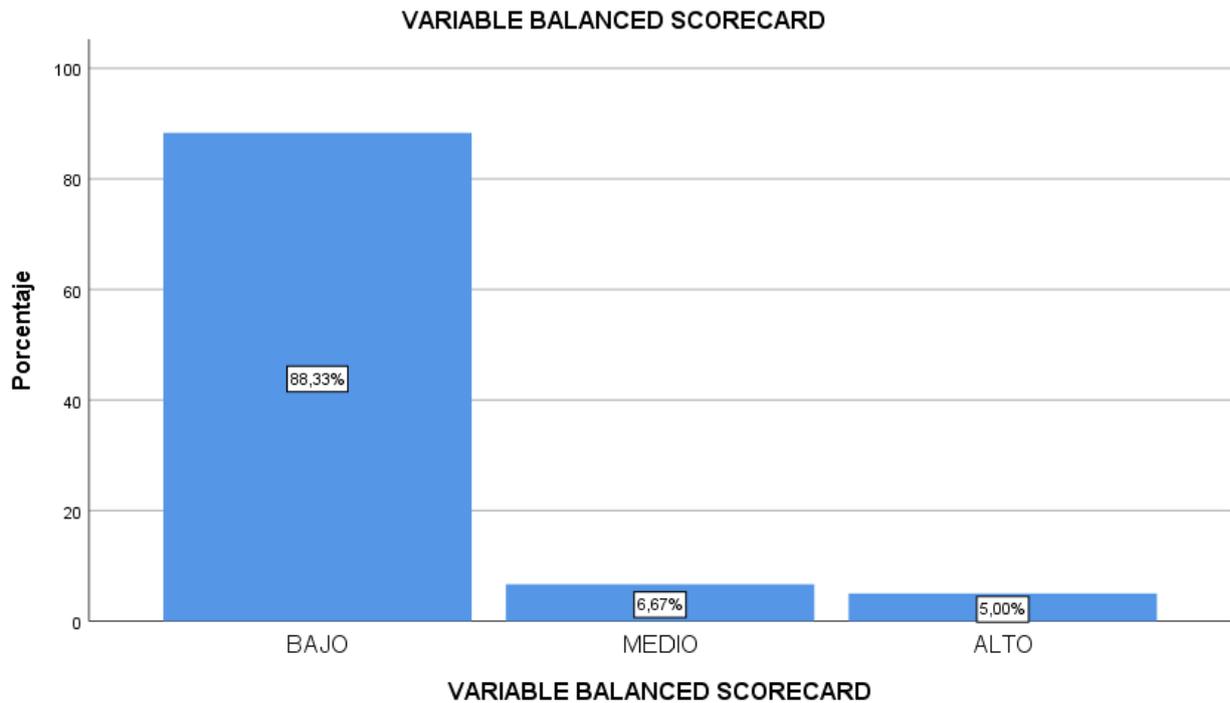


Tabla 05 y la figura 1, del 100% de la información: 88.33 % de los entrevistados afirmaron que el balanced scorecard de la organización es baja. A su vez, el 6.67% donde confirmaron que es medio. Sin embargo, el 5.00% confirmó que es alto. En consecuencia, con la información conseguida de la organización está aplicando el balanced scorecard bajo.

Tabla 6.

Tabla de frecuencias de la dimensión perspectiva financiera

<i>DIMENSION PERSPECTIVA FINANCIERA</i>					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	BAJO	51	85,0	85,0	85,0
	MEDIO	6	10,0	10,0	95,0
	ALTO	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Figura 2.

Histograma de frecuencias de la perspectiva financiera

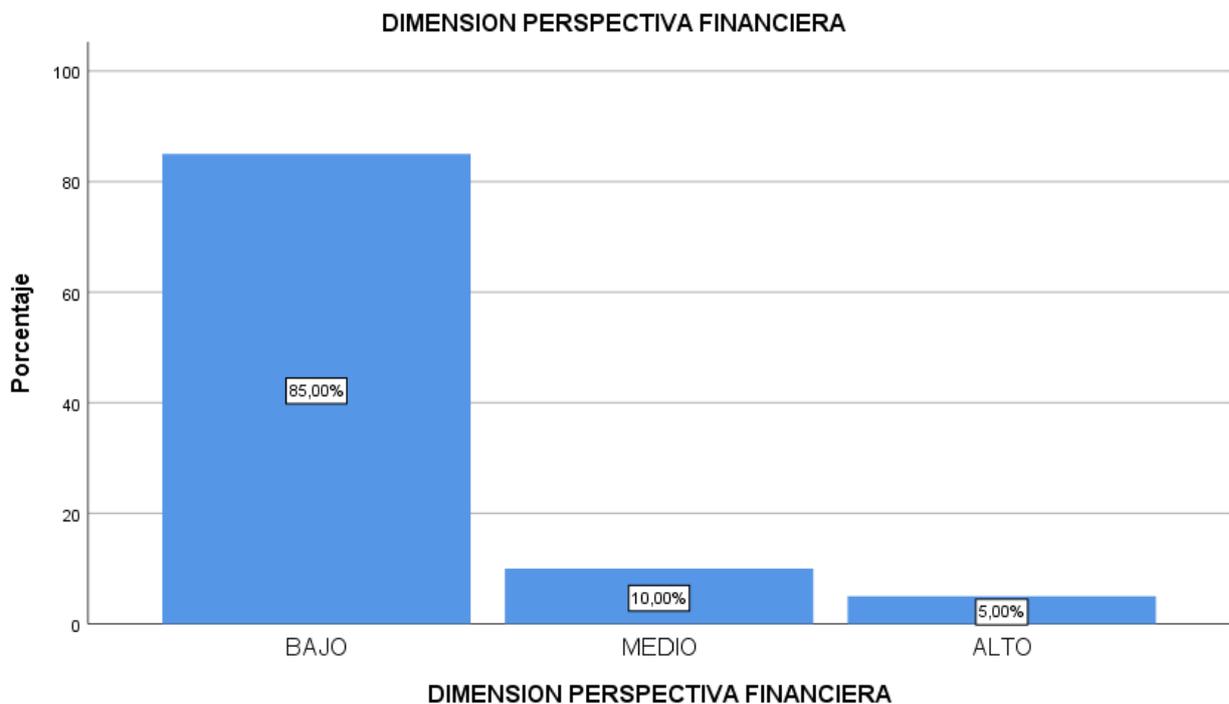


Tabla 06 y la figura 2, del 100% de la información: 85.00 % de los entrevistados afirmaron que el balanced scorecard de la organización es baja. A su vez, el 10.00% donde confirmaron que es medio. Sin embargo, el 5.00% confirmó que es alto. En consecuencia, con la información conseguida de la organización está aplicando la perspectiva financiera baja.

Tabla 7.

Tabla de frecuencias de la perspectiva cliente

<i>DIMENSION PERSPECTIVA CLIENTE</i>					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	BAJO	52	86,7	86,7	86,7
	MEDIO	4	6,7	6,7	93,3
	ALTO	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Figura 3.

Histograma de frecuencias de la perspectiva cliente

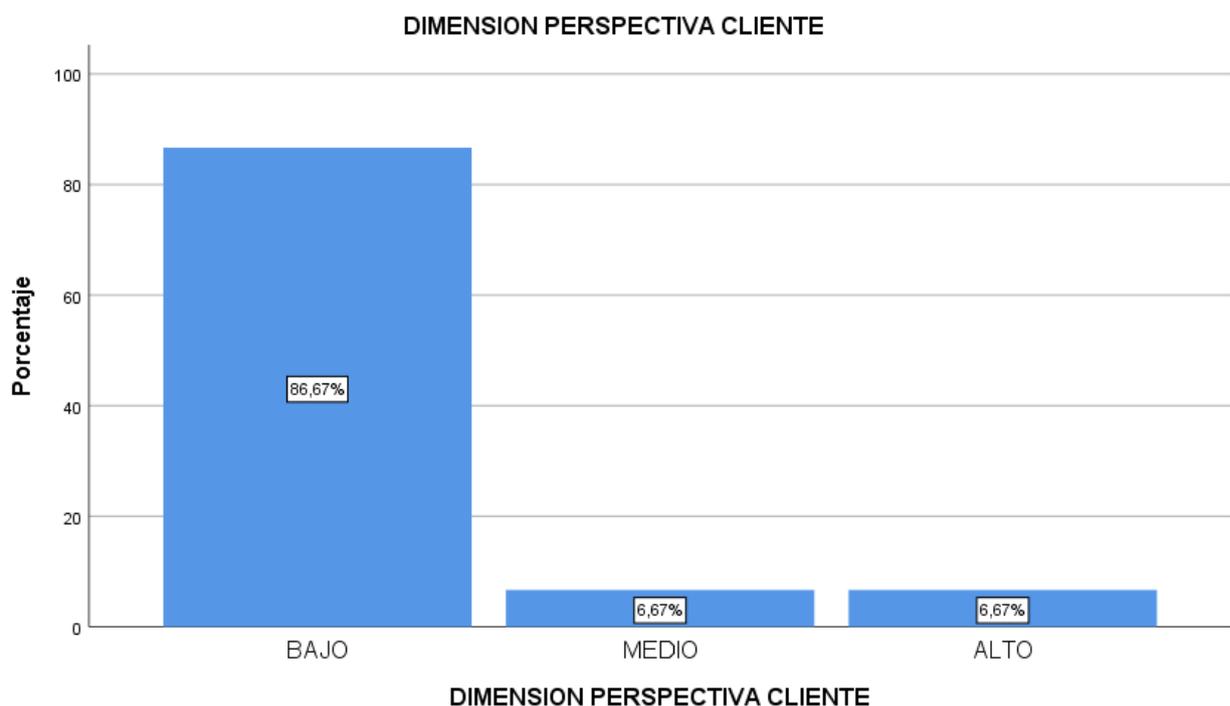


Tabla 07 y la figura 3, del 100% de la información: 86.67 % de los entrevistados afirmaron que el balanced scorecard de la organización es baja. A su vez, el 6.67% donde confirmaron que es medio. Sin embargo, el 6.67% confirmó que es alto. En consecuencia, con la información conseguida de la organización está aplicando la perspectiva cliente baja.

Tabla 8.

Tabla de frecuencias de la perspectiva de procesos internos

DIMENSION PERSPECTIVA PROCESOS INTERNOS

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	BAJO	52	86,7	86,7	86,7
	MEDIO	5	8,3	8,3	95,0
	ALTO	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Figura 4.

Histograma de frecuencias de la perspectiva de procesos internos

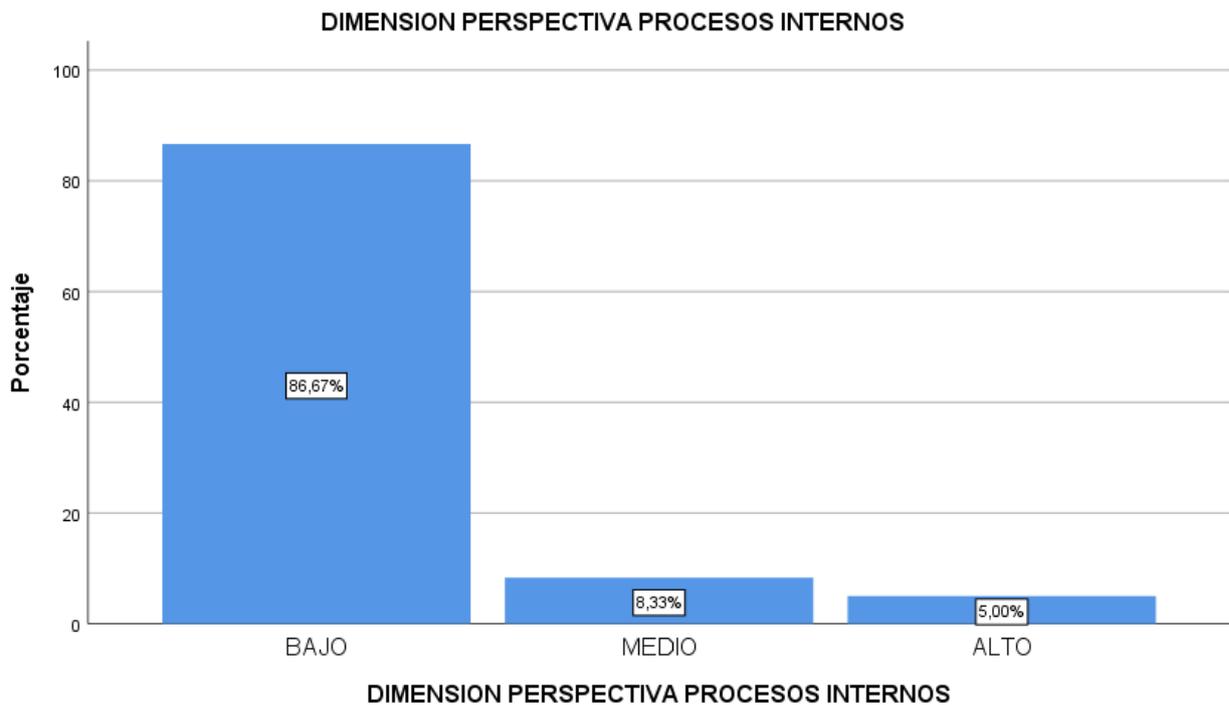


Tabla 08 y la figura 4, del 100% de la información: 86.67 % de los entrevistados afirmaron que el balanced scorecard de la organización es baja. A su vez, el 8.33% donde confirmaron que es medio. Sin embargo, el 5.00% confirmó que es alto. En consecuencia, con la información conseguida de la organización está aplicando la perspectiva procesos internos baja.

Tabla 9.

Tabla de frecuencias de la dimensión perspectiva de formación y crecimiento

<i>DIMENSION PERSPECTIVA FORMACION Y CRECIMIENTO</i>					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	BAJO	50	83,3	83,3	83,3
	MEDIO	7	11,7	11,7	95,0
	ALTO	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Figura 5.

Histograma de frecuencias de la dimensión perspectiva de formación y crecimiento

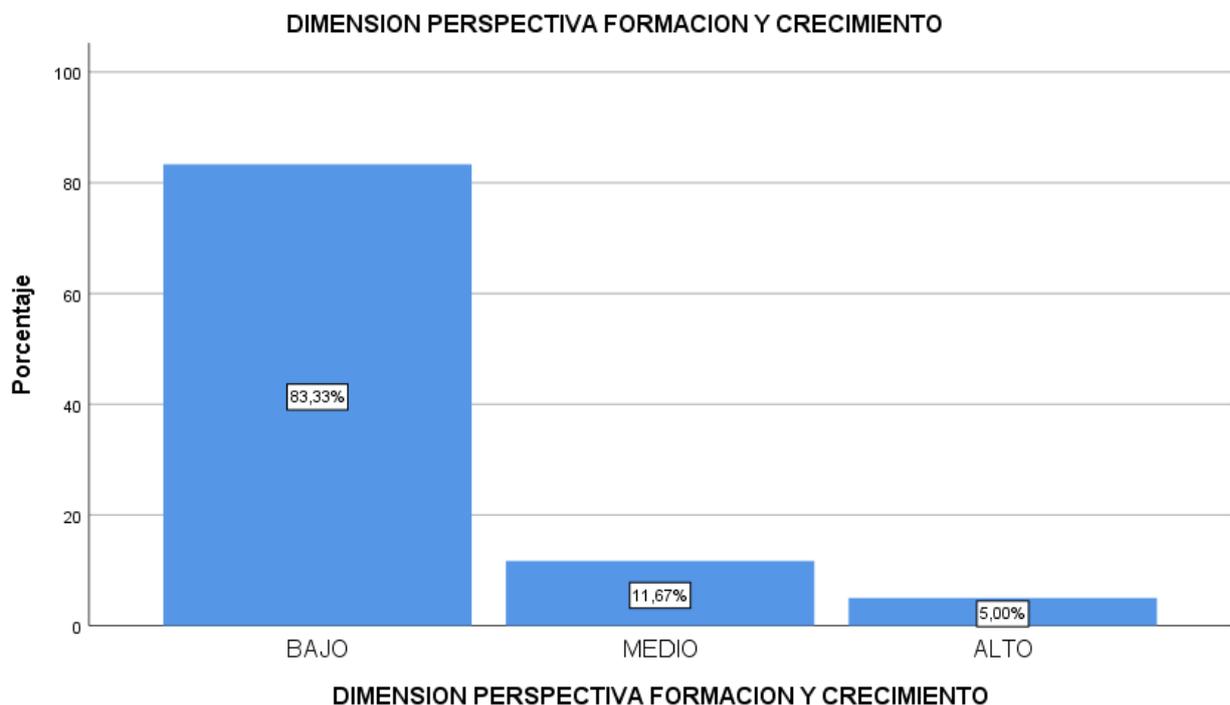


Tabla 09 y la figura 5, del 100% de la información: 83.33 % de los entrevistados afirmaron que el balanced scorecard de la organización es baja. A su vez, el 11.57% donde confirmaron que es medio. Sin embargo, el 5.00% confirmó que es alto. En consecuencia, con la información conseguida de la organización está aplicando la perspectiva formación y crecimiento es baja.

Tabla 10

Tabla de frecuencias de la dimensión Planificación estratégica

VARIABLE PLANIFICACION ESTRATEGICA

		%	%	% válido	% acumulado
Válido	BAJO	53	88,3	88,3	88,3
	MEDIO	4	6,7	6,7	95,0
	ALTO	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Figura 6.

Histograma de frecuencias de la variable Planificación estratégica

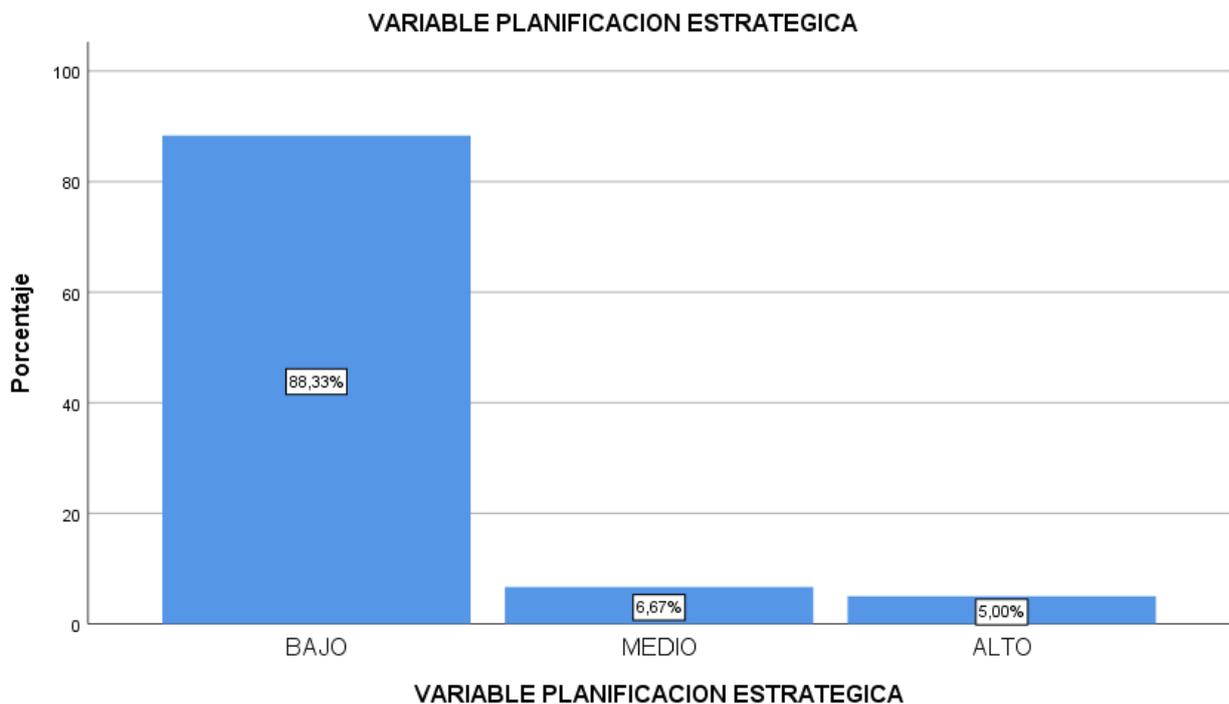


Tabla 10 y la figura 6, del 100% de la información: 83.33 % de los entrevistados afirmaron que el balanced scorecard de la organización es baja. A su vez, el 5.67% donde confirmaron que es medio. Sin embargo, el 5.00% confirmó que es alto. En consecuencia, con la información conseguida de la organización está aplicando la planificación estratégica es baja.

Resultados análisis inferencial

Prueba de normalidad

Ho: La orientación de los datos de las variables el balanced scorecard y la planificación estratégica y tienen una distribución normal.

Ha: La orientación de los datos de las variables el balanced scorecard y la planificación estratégica no tienen una distribución normal.

Tabla 1.

Prueba de distribución de datos de las variables balanced scorecard y planificación estratégica.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
VARIABLE BALANCED SCORECARD	,516	60	,000	,377	60	,000
VARIABLE PLANIFICACION ESTRATEGICA	,516	60	,000	,377	60	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Si valor $p > 0.05$ Los datos siguen una distribución normal

Si valor $p < 0.05$ Los datos no siguen una distribución normal

La prueba de Kolmogorov-Smirnova, los valores de las variables son de $p = ,000$ por lo tanto, se admite la H_a y se descarta la H_o . En consecuencia, se utilizó Rho de Spearman para evaluar muestras no paramétricas en las hipótesis planteadas y evaluar el nivel de correlación.

Prueba de hipótesis

Tabla 2.

Tabla niveles de correlación bilateral

Rango	Relación
0.91 a -1.00	Correlación (-) perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación (-) muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación (-) considerable
-0.11 a -0.50	Correlación (-) media
-0.01 a -0.10	Correlación (-) débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación (+) débil
+0.11 a +0.50	Correlación (+) media
+0.51 a +0.75	Correlación (+) considerable
+0.76 a + 0.90	Correlación (+) muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación (+) perfecta

Fuente. Tomado de la revista Movimiento científico, 8 (1), p. 100. Mondragón, M. (2014)

Prueba de hipótesis general

H_0 : No existe influencia significativa del balanced scorecard en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

H_a : Existe influencia significativa del balanced scorecard en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

Tabl a13.*Tabla cruzada para las variables balanced scorecard y planificación estratégica**Tabla cruzada VARIABLE BALANCED SCORECARD*VARIABLE PLANIFICACION ESTRATEGICA*

		VARIABLE PLANIFICACION ESTRATEGICA			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
VARIABLE BALANCED SCORECARD	BAJO	Recuento	52	1	0	53
		% del total	86,7%	1,7%	0,0%	88,3%
	MEDIO	Recuento	1	3	0	4
		% del total	1,7%	5,0%	0,0%	6,7%
	ALTO	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	5,0%	5,0%
Total	Recuento	53	4	3	60	
	% del total	88,3%	6,7%	5,0%	100,0%	

Tabl a 4.*Correlación e influencia entre las variables balanced scorecard y planificación estratégica*

		Variable balanced scorecard	
Rho de spearman	Variable planificación estratégica	Coeficiente de correlación	,855**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	60

En la Tabla 14, el valor sig. es ,000 < 0,05. Por ello, se afirma la aceptación de la Ha. Además, la correlación de Rho Spearman fue de ,855 que demuestra que existe una correlación positiva muy fuerte entre las variables.

Para explicar la influencia de la variable independiente sobre la dependiente se consideró la regresión logística ordinal, con una sig. del 5% y un nivel de confianza del 95%.

Información de ajuste de los modelos

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud	Chi- cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	-2 42,075			
Final	3,707	38,368	2	,000

Función de enlace: Logit.

Pseudo R cuadrado

Cox y Snell	,472
Nagelkerke	,807
McFadden	,727

Función de enlace:
Logit.

Se estableció un valor de chi cuadrado de la razón de verosimilitud $X^2=38,368$ con gl de 2 y un P-valor ,000 < 0.05 permite afirmar que el balanced scorecard influye significativamente en la planificación estratégica de la empresa. Demostrando un buen ajuste del modelo para evidenciar la influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente.

Examinando el R pseudo cuadrado, en las estimaciones de los coeficientes seleccionamos a Nagelkerke, siendo el mayor y demostramos que el balanced scorecard influye significativamente en un 80.70 % en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

Pruebas de hipótesis específicas

H0: No existe influencia significativa de la perspectiva financiera en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

Ha: Existe influencia significativa de la perspectiva financiera en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

Tabla 15.

Correlación e influencia entre la dimensión perspectiva financiera en la variable de planificación estratégica

		Variable planificación estratégica	
Rho de spearman	Dimensión Perspectiva financiera	Coefficiente de correlación	,880**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	60

Tabla 15, muestra que el valor sig. es ,000 < 0,05 valor establecido para la investigación que acepta la hipótesis alterna. Además, la correlación de Rho Spearman fue de ,880 que demuestra que existe una correlación positiva muy fuerte entre las variables.

Información de ajuste de los modelos

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud	Chi- cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	-2	47,372		
Final	2,222	45,150	2	,000

Función de enlace: Logit.

Pseudo R cuadrado

Cox y Snell	,529
Nagelkerke	,904
McFadden	,855

Función de enlace:
Logit.

Se determinó un valor de chi cuadrado de la razón de verosimilitud $X^2=45,150$ con gl de 2 y un P-valor,000 < 0.05 permite afirmar que la dimensión perspectiva financiera influye sig. en la planificación estratégica de la empresa.

Analizando el R pseudo cuadrado, en las estimaciones de los coeficientes seleccionamos a Nagelkerke, siendo el mayor y demostramos que la dimensión perspectiva financiera influye sig. en un 90.40% en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

H0: No existe influencia significativa de la perspectiva cliente en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

Ha: Existe influencia significativa de la perspectiva cliente en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

Tabla 16.

Correlación e influencia entre la dimensión perspectiva cliente y variable planificación estratégica

		Variable planificación estratégica	
Rho de spearman	Dimensión Perspectiva cliente	Coeficiente de correlación	,782**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	60

En la Tabla 16, muestra que el valor sig. es ,000 que es menor a 0,05 valor establecido para la investigación que acepta la hipótesis alterna. Además, la correlación de Rho Spearman fue de ,782 que significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre las variables.

Información de ajuste de los modelos

	Logaritmo de la verosimilitud	Chi- cuadrado	gl	Sig.	
<i>Pseudo R cuadrado</i>	-2				
Cox y Snell	,371	39,341			
Nagelkerke	,634	11,499	27,841	2	,000
McFadden	,527				

Función de enlace:

Logit.

Se determinó un valor de chi cuadrado de la razón de verosimilitud $X^2=27,841$ con gl de 2 y un P-valor ,000 < 0.05 permite afirmar que la dimensión perspectiva cliente influye sig. en la planificación estratégica de la empresa.

Analizando el R pseudo cuadrado, en las estimaciones de los coeficientes seleccionamos a Nagelkerke, siendo el mayor y demostramos que la dimensión perspectiva cliente influye sig. en un 63.40% en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

H0: No existe influencia significativa de la perspectiva procesos internos en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

Ha: Existe influencia significativa de la perspectiva procesos internos en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

Tabla 7.

Correlación e influencia entre la dimensión perspectiva procesos internos y variable planificación estratégica

		Variable planificación estratégica	
Rho de spearman	Dimensión perspectiva	Coeficiente de correlación	,797**
	procesos internos	Sig. (bilateral)	,000
		N	60

En la Tabla 17, muestra que el valor sig. es ,000 que es menor a 0,05 valor establecido para la investigación que acepta la hipótesis alterna, por consiguiente. Además, la correlación de Rho Spearman fue de ,797 que significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre la dimensión perspectiva procesos internos y la variable planificación estratégica.

Información de ajuste de los modelos

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	40,281			
Final	4,106	36,175	2	,000

Función de enlace: Logit.

Pseudo R cuadrado

Cox y Snell	,453
Nagelkerke	,774
McFadden	,685

Función de enlace:
Logit.

Se determinó un valor de chi cuadrado de la razón de verosimilitud $X^2=36,175$ con gl de 2 y un P-valor ,000 < 0.05 permite afirmar que la dimensión perspectiva procesos internos influye sig. en la planificación estratégica de la empresa.

Analizando el R pseudo cuadrado, en las estimaciones de los coeficientes seleccionamos a Nagelkerke, siendo el mayor y demostramos que la dimensión perspectiva procesos internos influye sig. en un 77.40 % en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

H0: No existe influencia significativa de la perspectiva formación y crecimiento en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

Ha: Existe influencia significativa de la perspectiva formación y crecimiento en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

Tabla 8.

Correlación e influencia entre la dimensión perspectiva formación y crecimientos y variable planificación estratégica

		Variable planificación estratégica
Rho de spearman	Dimensión perspectiva formación y crecimientos	Coeficiente de correlación
		Sig. (bilateral)
		N
		,834**
		,000
		60

En la Tabla 18, muestra que el valor sig. es ,000 que es menor a 0,05 valor establecido para la investigación que acepta la hipótesis alterna. Además, la correlación de Rho Spearman fue de ,834 que significa que existe una correlación positiva muy fuerte de la dimensión perspectiva formación y crecimientos y la variable planificación estratégica.

Información de ajuste de los modelos

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud	Chi- cuadrado	gl	Sig.
	-2			

Sólo intersección	45,678			
Final	2,450	43,228	2	,000

Función de enlace: Logit.

Pseudo R cuadrado

Cox y Snell	,513
Nagelkerke	,878
McFadden	,819

Función de enlace:

Logit.

Se determinó un valor de chi cuadrado de la razón de verosimilitud $X^2= 43,228$ con gl de 2 y un P-valor ,000 < 0.05 permite afirmar que la dimensión perspectiva formación y crecimientos influye sig. en la planificación estratégica de la empresa.

Analizando el R pseudo cuadrado, en las estimaciones de los coeficientes seleccionamos a Nagelkerke, siendo el mayor y demostramos que la dimensión perspectiva formación y crecimientos influye sig. en un 87.80 % en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.

5. DISCUSIÓN

El objetivo principal de la investigación tuvo como finalidad determinar la influencia del balanced scorecard en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC. distrito de SJL.

Respecto a la hipótesis general, la cual fue existe influencia significativa del balanced scorecard en la planificación estratégica en la empresa. El resultado obtenido fue una correlación positiva muy fuerte entre las variables. Este, fue sujeto al estadígrafo de Spearman obteniendo, un coeficiente de correlación positiva muy fuerte de ,855. Confirmando que existe una relación relevante entre el balanced scorecard y la planificación estratégica. El resultado tiene relación con el teórico principal. (Kaplan y Norton, 1996). Señalo que el balanced scorecard aporta favorablemente al desarrollo sostenido de la empresa. El cual, contribuye a la planificación estratégica como herramienta de gestión que permite establecer los objetivos en una empresa con ayuda de la formulación, implementación y evaluación de los procesos. Garay (2020).

Con relación con trabajos previos como: Oyewo, Et al. (2021) su objetivo principal fue evaluar el uso del BSC en la efectividad organizacional. Donde sus resultados nos dan a conocer el impacto del uso de BSC en la efectividad organizacional siendo positivo, estadísticamente significativo pero débil ($b = .3955034$, $p \leq .01$). Donde se concluye que el impacto del uso de BSC sobre la efectividad organizacional es positivo a través de una buena planificación. De igual forma, Zapata Chiroque, (2019). El objetivo fue de terminar la relación entre el diseño del bsc como una herramienta en la mejora de la gestión administrativa de la UAP, se demostró que el coeficiente fue 0.978, señalando una relación positiva entre el diseño del BSC y la gestión administrativa. Concluyendo que un ideoneo proceso de planificación, apoyado en el diseño del bsc, ayuda a mejorar el desempeño administrativo al asegurar el uso recomendado de los recursos y la toma de decisiones. Así mismo, Veintemilla (2021), el objetivo, especificar la relación entre el bsc y la planificación estratégica en una UPL, 2021, el resultado obtenido muestra Rho de

,633 es decir, existe una correlación moderada positiva. Concluyendo la relación significativa entre ambas variables.

El objetivo específico es determinar la influencia de la perspectiva financiera en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, referido a la hipótesis específica, existe influencia significativa de la perspectiva financiera en la planificación estratégica en la empresa. Se obtuvo un resultado ,880 que significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre la perspectiva financiera y la planificación estratégica. Confirmando la existencia de una relación relevante entre perspectiva financiera y planificación estratégica. El resultado tiene relación con el teórico de la primera dimensión, (Benková et al., 2020) donde nos menciona la relación del vínculo final de los distintos objetivos con la estrategia empresarial, es decir, que es generar utilidad para la empresa. De tal forma que, los objetivos estratégicos asociados a la perspectiva financiera, así como a la rentabilidad de la compañía.

El cual coincide con la investigación de; Sanchez (2022), en su tesis de investigación su objetivo principal es identificar la correlación que existe entre el Sistema de Gestión BSC y la perspectiva financiera de la empresa. Se concluye que (Rho de 0.762) donde señala que existe una relación positiva alta entre el BSC y la perspectiva financiera de la organización. De igual forma coincide con Quispe (2017), su objetivo principal fue definir la relación existente entre el balance scorecard y la rentabilidad de la empresa. Que obtuvo una relación directa o positiva de 0,628 entre sus variables. Concluyendo, se puede encontrar una relación positiva estadísticamente significativa entre el bsc y la rentabilidad.

El objetivo específico es determinar la influencia de la perspectiva cliente en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, referido a la hipótesis específica, existe influencia significativa de la perspectiva cliente en la planificación estratégica en la empresa. El resultado obtenido fue ,782 que significa que existe una correlación positiva

muy fuerte entre la perspectiva cliente y la planificación estratégica. Confirmando la existencia de una relación relevante entre la perspectiva cliente y la planificación estratégica. El resultado tiene relación con el teórico de la segunda dimensión Tuan, (2020). Esta se orienta a identificar lo que la compañía necesita realizar para avalar la retención y adquisición de futuros clientes, y así brindar mayor rentabilidad a la empresa. En tal sentido, se mide la percepción de los clientes que nos ayuda a establecer los indicadores que contribuyan a responder sus expectativas.

El cual coincide con la investigación de; Echevarría Pedraza, A. D. (2018), su objetivo general fue señalar la correlación entre planificación estratégica y satisfacción del cliente. Su estadígrafo fue de Rho de 0,761, tiene una correlación positiva muy fuerte. Concluyendo, una relación significativa entre ambas variables.

El objetivo específico es determinar la influencia de la perspectiva procesos internos en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, referido a la hipótesis específica, existe influencia significativa de la perspectiva procesos internos en la planificación estratégica en la empresa. Dio como resultado ,797 que significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre la perspectiva procesos internos y la planificación estratégica. Confirmando la existencia de una relación relevante entre perspectiva procesos internos y planificación estratégica. Dicho resultado tiene relación con el teórico principal de la tercera dimensión (Dincer et al., 2020). Donde se relaciona la identificación de objetivos estratégicos vinculados a los procesos de la empresa. El cual, dependerá de una eficiente planificación estratégica para alcanzar los intereses de clientes y accionistas.

El cual coincide con la investigación de Corpus Real, (2019), Su objetivo principal fue identificar la influencia del sistema de control interno en la gestión administrativa de la empresa. Se muestra un Rho de 0.696 dando una correlación positiva. Se concluye que, una influencia moderada entre sus variables, ya que se evidencia falta de control en sus recursos y proceso que afectan finalmente a la rentabilidad de la organización.

El objetivo específico es determinar la influencia de la perspectiva de formación y crecimiento en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, referido a la hipótesis específica, existe influencia significativa de la perspectiva de formación y crecimiento en la planificación estratégica en la empresa. El resultado fue ,834 que significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre la perspectiva de formación y crecimiento en la planificación estratégica. Confirmando la existencia de una relación relevante entre perspectiva de formación-crecimiento y planificación estratégica. El cual, tiene relación con el teórico principal de la cuarta dimensión (Mio et al., 2021). Señala a la perspectiva como guía para a identificar las metas de la organización. Esta se logra en conjunto con las capacitaciones de los trabajadores, buscando con ello, alinear los esfuerzos hacia los objetivos, con el propósito de que los procesos de la empresa sean efectuados de forma eficiente que se establecen a través de la planificación estratégica. El cual coincide con Castañeda Aucahuasi, A. F. (2017), el objetivo fue hallar la relación entre la planificación estratégica y la competitividad en el área de gestión de su empresa. Su metodología fue descriptiva, correccional diseño no experimental de corte transversal. Su muestra fue de 36 trabajadores. Su estadígrafo fue Pearson. Concluyendo, la relación directa es 0.586 positiva moderada entre sus variables, que este último se genera a través de un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del trabajador que se desarrolla a través de la formación y crecimiento que se da dentro de la empresa.

6. CONCLUSIONES

En la investigación realizada las conclusiones fueron las siguientes: según el objetivo general fue determinar la influencia del balanced scorecard en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, según los resultados obtenidos del análisis inferencial entre ambas variables balanced scorecard y planificación estratégica, se confirmó que existe una correlación positiva muy fuerte. Con un Rho Spearman de ,855 y un sig bilateral de ,000, evidenciando la relación entre las variables. Es decir, al potenciar una, lograra un efecto directo con la segunda variable. Así mismo se halló que un 88.30% de los entrevistados confirman que el balanced scorecard y la planificación estratégica es baja.

Referente al primer objetivo específico, el cual es determinar la influencia de la perspectiva financiera en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, los resultados evaluados a través el estadígrafo de rho spearman fue de ,880 con una sig bilateral de ,000. Se confirmó, que existe influencia estadístico descriptivo se encontró un 85% que resalta la baja aplicación de la perspectiva financiera en la empresa. No obstante, el 5% afirmo que es alto.

Referente al segundo objetivo específico, el cual, es determinar la influencia de la perspectiva cliente en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, los resultados evaluados a través el estadígrafo de rho spearman fue de ,782 con una sig bilateral de ,000. Se determinó que existe influencia significativa positiva muy fuerte entre la dimensión y la variable. Por ello, en el análisis descriptivo se encontró un 86.67% que resalta la baja aplicación de la perspectiva financiera en la empresa. No obstante, el 6.67% afirmo que es alto.

Referente al tercer objetivo específico, el cual, determinar la influencia de la perspectiva procesos internos en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, los

resultados evaluados a través el estadígrafo de rho spearman fue un valor de ,797 con una sig bilateral de ,000. Se determinó que existe influencia significativa positiva muy fuerte entre la dimensión y la variable. Por ello, en el análisis descriptivo se encontró un 86.67% que resalta la baja aplicación de la perspectiva financiera en la empresa. No obstante, el 5% afirmo que es alto.

Referente al cuarto objetivo específico, el cual, determinar la influencia de la perspectiva de formación y crecimiento en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, los resultados evaluados a través el estadígrafo de rho spearman fue de ,834 con una sig bilateral de ,000. Se confirmó, que existe influencia significativa positiva muy fuerte entre la dimensión y la variable. Por ello, en el análisis descriptivo se encontró un 83.33% que resalta la baja aplicación de la perspectiva de formación y crecimiento en la empresa. No obstante, el 5% afirmo que es alto.

7. RECOMENDACIONES

En la investigación realizada las recomendaciones fueron las siguientes

Sobre los resultados del objetivo general, quedo comprobada la relacion que tiene el balanced scorecard y la planificación estratégica, para el logro de los objetivos planteados por la organización, así obtener la utilidad deseada de la misma. Por ello, se sugiere a la empresa Corsaa SAC conocer y desarrollar la herramienta del balanced scorecard en sus cuatro dimensiones que influenciara de manera eficiente en su planificación estratégica con el fin de poder convertir las estrategias planteadas en acciones y resultados.

Referente al primer objetivo específico, el cual es determinar la influencia de la perspectiva financiera en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC. La empresa de estudio se dedica al rubro de construcción de proyectos privados y con el estado de vivienda. Por ello, se recomienda a la gerencia de Corsaa poder tener un cronograma de las construcciones que se van a realizar, para poder cumplir con los proyectos en las fechas establecidas. De esta manera la empresa podrá obtener liquidez en el tiempo promedio de 3 meses que permitirá cumplir con las obligaciones financieras y no generar intereses, sobre costos, moras, que perjudiquen la utilidad desea.

Referente al segundo objetivo específico el cual, es determinar la influencia de la perspectiva cliente en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC. Conocer la percepción del cliente sobre el servicio que brindamos es esencial para poder adaptarnos a las necesidades y plantear nuevas estrategias que estén enfocadas a nuestro público objetivo. Por lo tanto, se recomienda a la empresa gestionar una base de datos de clientes que se encuentren aptos para la adquisicion del programa techo propio, así mismo la visita en campo a los futuros clientes que consistirá en las reuniones con la directiva de las zonas de los proyectos para llegar a un acuerdo y hacer el seguimiento hasta la apertura de convocatorias realizada por el estado para dar inicio de los proyectos.

Referente al tercer objetivo específico el cual, determinar la influencia de la perspectiva procesos internos en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC, la empresa en estudio toma diferentes procesos por cada actividad o proyecto a desarrollar, esto no se encuentra estructurado o establecido por la empresa. Por ello, se recomienda a corto plazo establecer los procesos de desarrollo por cada proyecto que se ejecute, esto ayudara a gestionar, mejorar y controlar los tiempos de cada actividad según lo planificado. Esto nos ayudara a tomar acciones correctivas frente a situaciones complejas.

Referente al cuarto objetivo específico el cual, determinar la influencia de la perspectiva de formación y crecimiento en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC. Toda acción que la empresa desea implementar, adoptarse a nuevos cambios organizacionales e innovar en nuevas estrategias que estén enfocados en su público objetivo, debe contar con un equipo de colaboradores calificados, por ello, se recomienda gestionar capacitaciones a todos sus colaboradores sobre las nuevas herramientas de gestión (BSC) que implementara para el logro de sus objetivos, esto conlleva a un trabajo en conjunto con todas las áreas de la empresa.

REFERENCIAS

- Alban, G. P. G., Arguello, A. E. V., & Molina, N. E. C. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163-173. Disponible: <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>
- Abdel, M., Mohamed, M. y Smarandache, F. (2018). An Extension of Neutrosophic AHP–SWOT Analysis for Strategic Planning and Decision-Making. *Symmetry*, 10 (4), 1-18. <https://www.mdpi.com/2073-8994/10/4/116>
- Ahmad, I. y Bin, S. (2019). The Mediation Effect Of Strategic Planning On The Relationship Between Business Skills And Firm's Performance: Evidence From Medium Enterprises in Punjab, Pakistan. *Opción*, 35 (24), 746- 778. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8155778>
- Alqershi, N. (2021). Strategic thinking, strategic planning, strategic innovation and the performance of SMEs: The mediating role of human capital. *Management Science Letters*, 11 (1), 1003-1012. http://growingscience.com/msl/Vol11/msl_2020_345.pdf
- Anchundia, A. y Guamán, K. (2021). *Diseño de una propuesta para la planeación estratégica utilizando la herramienta balanced scorecard en la empresa pharmagricola S.A* (Informe pregrado). Universidad de Guayaquil: Ecuador. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54657>
- Arias, (2022). Desarrollo Organizacional Y Equipos De Alto Desempeño Con El Enfoque De Balanced Scorecard. Recuperado de: <http://ri-ng.uaq.mx/bitstream/123456789/3629/1/CAMAN-265706-0522-522-Erika%20Maria%20Alanis%20Arias%20%20%20-A.pdf>

- Barasa, M. (2019). Organizational strategic planning, implementation and evaluation with analysis of challenges and benefits. *International Journal of Applied Research*, 5 (6), 27-32. https://www.researchgate.net/profile/Moses-Kabeyi/publication/333641646_Organizational_strategic_planning_implementation_and_evaluation_with_analysis_of_challenges_and_benefits_for_profit_and_nonprofit_organizations/links/5cf8cd864585153c3db745b8/Organizational-strategic-planning-implementation-and-evaluation-with-analysis-of-challenges-and-benefits-for-profit-andmarc-nonprofit-organizations.pdf
- Benková, E., Gallo, P., Balogová, B. y Nemeč, J. (2020). Factors Affecting the Use of Balanced Scorecard in Measuring Company Performance. *Sustainability*, 12 (3), 1-18. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/3/1178>
- Bryson, J., Hamilton, L. y Van, D. (2018). Getting strategic about strategic planning research. *Public management review*, 20 (3), 317-339. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14719037.2017.1285111>
- Bühning, J. y Licdtka, J. (2018). Embracing systematic futures thinking at the intersection of Strategic Planning, Foresight and Design. *Journal of Innovation Management*, 6 (3), 134-152. https://journalengineering.fe.up.pt/index.php/jim/article/view/2183-0606_006-003_0006/320
- Cagua Moncada, E. J., Moreno Cortes, J. R., & Pulido Rojas, S. L. (2018). Balanced scorecard como herramienta de gestión para pyme del sector metal mecanico maquincox jlsas. Recuperado de: https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/bitstream/handle/compensar/4703/TESIS%20EGE_47%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Callupe, L. y Torre, C. (2020). Implementación del Balanced Scorecard y su efecto en los estados financieros de la empresa constructora e inmobiliaria Alva SAC. (Informe de Pregrado). Universidad Peruana Los Andes: Perú.

https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1872/T037_N%c2%b0%20DE%20DNI%2045418884_DNI%2046425854.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cantín, S., Hernández, M. y López N. (1973). Estudios de Encuestas. London: Praeger.

Carbajal, P. y Cobos, F. (2021). *Diseño de un modelo de mejora basado en la metodología Balanced Scorecard en la empresa Certicap S.A.S. en la ciudad de Guayaquil* (Informe de pregrado). Universidad de Guayaquil: Perú.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/57820>

Carrasco, J. y Huayapa, R. (2018). Planeación estratégica y la competitividad en la empresa Cool Systems SAC, en Ate, 2018. (Informe de Pregrado). Universidad César Vallejo: Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/64724/Carrasco_BJC_Huayapa_QR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castañeda Aucahuasi, A. F. (2017). Planificación Estratégica y Competitividad en el área gestión de rutas empresa de valores Prosegur Surco-Lima 2017.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16026/Casta%c3%b1eda_AAF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Corcuera Zubizarreta, A., & Vera García, M. L. (2022). Implementación de la herramienta Balanced Scorecard para acrecentar significativamente la gestión efectiva en la gerencia de la constructora Diagon SRL.
https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/9342/1/REP_ALDRIN.CORCUERA_MARTIN.VERA_HERRAMIENTA.BALANCED.SCORECARD.pdf

Corpus Real, N. D. R. (2019). Influencia del sistema de control interno en la gestión administrativa de la empresa hidrandina SA Unidad de negocios Chimbote, 2015-2016. <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/3598>

Cusihuamán, R. A. (2018). Sistema de gestión basado en el cuadro de mando integral para la mejora de la competitividad de una empresa del sector industrial ubicado en el distrito de Chorrillos. *Industrial data*, 21(2), 25-33.

<https://www.redalyc.org/journal/816/81658967004/81658967004.pdf>

2GC Active Management (2020). *Balanced Scorecard Usage Survey 2020*. Recuperado de https://2gc.eu/media/resource_files_survey_reports/2020_Survey_Report-compressed.pdf

Curbeira Hernández, D., Bravo Estévez, M. L., & Morales Díaz, Y. C. (2017). Diseño cuasi experimental para la formación de habilidades profesionales. *Universidad y Sociedad*, 9(5), 24-34. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

Delgado, Y. (2022). *Balanced Scorecard para la gestión empresarial de la empresa CACIDEP S.A.C., Cajamarca* (Informe de posgrado). Universidad cesar Vallejo: Perú. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78363/Delgado_RY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Diaz, E., Ortegón, A. y Alvarado, M. (2018). *Diseño de un modelo de planeación estratégica para la IPS Santandereana De Urología basado en la metodología Balanced Scorecard* (Informe de posgrado). Universidad DE Santander: Colombia: <https://repositorio.udes.edu.co/handle/001/681>

Dincer, H., Hacıoglu, U. y Yuksel, S. (2020). Balanced scorecard-based performance assessment of Turkish banking sector with the Analytic Network Process (ANP). *International journal of decision sciences & applications*, 1 (1), 1-12. <http://openaccess.ihu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12154/1635/Hacioglu-U.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Donkor, J., Agyekum, G. y Kankam, C. (2018). Strategic planning and performance of SMEs in Ghana The moderating effect of market dynamism. *Asia Pacific Journal of Innovation*

and *Entrepreneurship*, 12 (1), 62- 76.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/APJIE-10-2017-0035/full/html>

Echevarria Pedraza, A. D. (2018). Planificación estratégico y satisfacción del cliente para la programación diaria en la distribución de una Empresa Logística, Callao 2018.

file:///C:/Users/Ryzen%205/Downloads/Echevarria_PAD.pdf

Flores Tapia, C. E., & Flores Cevallos, K. L. (2021). Pruebas para comprobar la normalidad de datos en procesos productivos: Anderson-Darling, Ryan-Joiner, Shapiro-Wilk y Kolmogórov-Smirnov. *Societas*, 23(2), 83-106. Recuperado de:

<http://portal.amelica.org/ameli/journal/341/3412237018/3412237018.pdf>

Fernández Bedoya, V. H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espí-ritu Emprendedor TES*, 4(3), 65–76. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>

Garay, R. (2020). Planeamiento estratégico y competitividad de la empresa espinosa contratistas generales S.A. –Escogesa – Huancavelica, 2019 (Informe de posgrado). Universidad Peruana de Ciencias e Informática: Perú.

http://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/145/T-GARAY_DUENAS_ROBER.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García, E. (2020). *Desarrollo de una planeación estratégica para la empresa cabali S.A.S por medio de la metodología balanced scorecard* (Informe pregrado). Universidad Antonio Nariño: Colombia. <http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/2542>

García, E. y Goncalves, M. (2022). Plan estratégico para la gestión de la calidad basado en la metodología del Balanced Scorecard: Strategic plan for quality management based on the Balanced Scorecard methodology. *Tekhne*, 25(2), 19.

<https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/tekhne/article/view/5516>

- George, B., Walker, R. y Monster, J. (2019). Does Strategic Planning Improve Organizational Performance? A Meta-Analysis. *Public Administration Review*, 79 (6), 810-819. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/puar.13104>
- Glushchenko, V. (2021). Strategic planning of organizations ' transition to the sixth technological order in the national economy. *International Journal of Engineering Science Technologies*, 5 (1), 30-38. https://www.granthaalayahpublication.org/ojs-sys/index.php/ijolest/article/view/IJOEST_159 ma
- González-Marrero, Y. E., González-Marrero, L. A., Reytez-Velázquez, E., & Garcés-Pérez, Y. (2021). Planeación Estratégica de la Empresa Constructora de Obras de Ingeniería No. 17. Ciencias Holguín, 27(4), 1-12. <https://www.redalyc.org/jmrcournal/1815/181569023007/181569023007.pdf>
- Gutiérrez Silva, J, Romero, J, Hernández Fernández, L y Vega Jaramillo, F. (2021). Planificación estratégica situacional: un proceso metódico-práctico. Corporación Universidad de la Costa. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/8406/Planificaci%c3%b3n%20estrat%c3%a9gica%20situacional.%20Un%20proceso%20met%c3%b3dico-pr%c3%a1ctico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hamuruc, M. y Eren, T. (2020). Strategic Planning Based on Sustainability for Urban Transportation: An Application to Decision-Making. *Sustainability*, 12 (9), 1-24. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/9/3589>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). Metodología de la investigación. 6ta Edición Sampieri. Soriano, RR (1991). Guía para realizar investigaciones sociales. Plaza y Valdés. Recuperado en: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2018). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill: México. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hidalgo Vergara, S. M., & Xiao, J. (2022). Factores del estancamiento y mortalidad en las MYPES del sector consumo de Lima Metropolitana en el periodo 2020.

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/15636/Hidalgo_Xiao_Factores%20del%20estancamiento%20y%20mortalidad%20en%20las%20MYPES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hristov, I., Chirico, A. y Appolloni, A. (2019). Sustainability Value Creation, Survival, and Growth of the Company: A Critical Perspective in the Sustainability Balanced Scorecard (SBSC). *Sustainability*, 11 (7), 1-19. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/7/2119>

INEI, I. (2018). Perú: Estructura Empresarial, 2018. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf

Iskandar, M., Erlina, Yahya, I. y Arif, A. (2018). Performance audit and balanced scorecard perspective. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9 (5), 1321-1333. https://www.researchgate.net/profile/Iskandar-Muda/publication/336716168_Performance_Audit_and_Balanced_Scorecard_Perspective/links/5b4dc680a6fdcc8dae24d17c/Performance-Audit-and-Balanced-Scorecard-Perspective.pdf

Jaramillo, S. A., & Delgado, J. A. T. (2019). Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial. *Espíritu emprendedor TES*, 3(1), 64-73. <https://www.espirituemprededores.com/index.php/revista/article/view/127/91>

Kankam, P. K. (2019). Approaches in Information Research. *New Review of Academic Librarianship*, 1–19. <https://sci-hub.st/10.1080/13614533.2019.1632216>.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Strategic learning & the balanced scorecard. *Strategy & Leadership*. <https://connect.liblynx.com/go/emerald?sachoose=1>

- Ling, P., San, T., Abdullah, A. y Chong, W. (2019). Internationalization and innovation on balanced scorecard (BSC) among Malaysian small and medium enterprises (SMEs). *Management Science Letters*, 9 (1), 1-16.
http://www.m.growingscience.com/msl/Vol9/msl_2019_138.pdf
- Lo, P. y Sugiarto, S. (2021). Strategic Planning in SMEs: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8 (2), 1157- 1168.
<https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202104142280648.page>
- Luna, A. (2019). *Propuesta de implementación del Balanced Scorecard para medir la gestión estratégica de la empresa Qumir SAC del año 2018* (Informe posgrado). Universidad Nacional de Trujillo: Perú.
<https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/12883/Luna%20Guerrero%20Anthony%20Bryan.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mallma, J. (2018). *Balanced score card para optimizar el planeamiento estratégico para maccaferri de PERÚ S.A.C. periodo 2016-2017* (Informe pregrado). Universidad Ricardo Palma: Perú.
https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/1459/T030_10351657_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Manzano Nunez, R., & García Perdomo, H. A. (2016). Sobre los criterios de inclusión y exclusión. Más allá de la publicación. *Revista Chilena de Pediatría*, 87(6), 511–512.
doi:10.1016/j.rchipe.2016.05.003
- Marquina, P., Avolio Alecchi, B., Del Carpio, L., & Fajardo, V. (2018). Resultados del Ranking de Competitividad Mundial 2021.
<file:///C:/Users/Ryzen%205/Downloads/Descarga%20Resultados%20del%20%20Ranking%20de%20Competitividad%20Mundial%202021.pdf>

- Mio, C., Costantini, A. y Panfilo, S. (2021). Performance measurement tools for sustainable business: A systematic literature review on the sustainability balanced scorecard use. *Wiley*, 1 (1), 1-18. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/csr.2206>
- Mohd, M., Rushydi, M., Habibi, A. y Othman, R. (2019). Strategic management and strategic planning in school: is it worth for teachers. *Academy of Strategic Management Journal*, 18 (3), 1-6. https://www.researchgate.net/profile/Akhmad-Habibi/publication/333662860_STRATEGIC_MANAGEMENT_AND_STRATEGIC_PLANNING_IN_SCHOOL_IS_IT_WORTH_FOR_TEACHERS/links/5fc8bfc7299bf188d4edaf5e/STRATEGIC-MANAGEMENT-AND-STRATEGIC-PLANNING-IN-SCHOOL-IS-IT-WORTH-FOR-TEACHERS.pdf
- Moreira, L., Pommer, R., Simpson, A. y Pedro, F. (2020). Organizational Innovation Instrument to Industry: Focusing in the U Theory. *International Journal of Business Administration*, 11 (4), 1-15. https://www.researchgate.net/profile/Flavio-De-Sao-Pedro-Filho/publication/343074468_Organizational_Innovation_Instrument_to_Industry_Focusing_in_the_U_Theory/links/5f199cbba6fdcc9626aaacca/Organizational-Innovation-Instrument-to-Industry-Focusing-in-the-U-Theory.pdf
- Nazari, S., Mousakhani, S., Tavakoli, M., Dalvand, M., Saparauskas, J. y Antucheviciene, J. (2020). Importance-performance analysis based balanced scorecard for performance evaluation in higher education institutions: an integrated fuzzy approach. *Journal of Business Economics and Management*, 21 (3), 647-678. <https://journals.vilniustech.lt/index.php/JBEM/article/view/11940/9700>
- Nicaragua, E. (2018). Metodología de la investigación e investigación aplicada para Ciencias Económicas y Administrativas. *Revista de La Universidad Autónoma*, 1-89. Disponible en: <https://opomania.net/wp-content/uploads/2021/05/Metadologia-de-la-investigacion-basica-e-investigacion-aplicada.pdf>

- OIT Organización Internacional del Trabajo. (2021). Planificación Estratégica Participativa para el Turismo Sostenible e Inclusivo en Destinos Emergentes. Primera edición
Disponibile: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo_buenos_aires/documents/publication/wcms_839376.pdf
- OIT Organización Internacional del Trabajo. (2018). Taller de Clausura del Proyecto de Normas Laborales en las Cadenas Globales de Suministro en Indonesia.
Disponibile:
https://www.ilo.org/jakarta/whatwedo/eventsandmeetings/WCMS_655145/lang--en/index.htm
- Oyewo, B., Moses, O. y Erin, O. (2021). Uso del cuadro de mando integral y eficacia organizacional: evidencia del sector manufacturero. Medición de la excelencia empresarial.
https://eprints.soton.ac.uk/455600/1/BSC_AND_ORGANISATIONAL_EFFECTIVE_NESS_Accepted_Paper.pdf
- Pérez, K. (2019). *Mejora de la gestión estratégica en empresas de telecomunicaciones, socias comerciales de telefónica del Perú, utilizando balanced scorecard* (Informe posgrado). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa: Perú.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9805/UPpeapmc.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quispe Gonzales Zorrilla, M. E. (2017). Balanced Scorecard y su Relación con la Rentabilidad de las Empresas Inmobiliarias en el Distrito de San Miguel 2017.
<https://docplayer.es/96828308-Facultad-de-ciencias-empresariales-escuela-profesional-de-contabilidad.html>
- Rodríguez, E. J. G., & Rodriguez, M. J. G. (2022). Plan estratégico para la gestión de la calidad basado en la metodología del Balanced Scorecard. *Tekhné*, 25(2), 19-19.
[file:///C:/Users/Ryzen%205/Downloads/emgil,+Articulo+-+Balanced+Scorecard%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Ryzen%205/Downloads/emgil,+Articulo+-+Balanced+Scorecard%20(2).pdf)

- Salazar, M. Y. S., Salazar, N. C. S., Barrenechea, M. A. A., & Adán, M. L. (2020). Evaluación del sistema de gestión y propuesta de Balanced Scorecard en una institución educativa superior. *UCV Hacer*, 9(4), 33-45. <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/589/578>
- Sanchez Arellan, C. W. (2022). Sistemas de gestión BSC y perspectiva financiera de la empresa HCP del departamento de Lima-Perú en el año 2021. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30925/Sanchez%20Arellan%20c%20Cristhian%20Wilder.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sara, I., Saputra, K. y Utama, I. (2021). The Effects of Strategic Planning, Human Resource and Asset Management on Economic Productivity: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8 (4), 381-389. <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202109554061378.page>
- Soncco, R. (2020). *Gestión empresarial y planificación estratégica en la empresa contratista minera 2019* (Informe de posgrado). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa: Perú. <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/11413/UPsocarg.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tuan, T. (2020). The Impact of Balanced Scorecard on Performance: The Case of Vietnamese Commercial Banks. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7 (1), 71-79. <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202014862061728.page>
- Ureta Poma, R. A. (2021). Relación del modelo balanced scorecard y la competitividad de la municipalidad distrital de Huancán–Huancayo 2021. https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/8033/T010_41806118_M.pdf?sequence=1
- Vasquez, G. (2021). *Análisis del proceso de planificación estratégica y sistemas de control de gestión - Propuesta de un modelo de Balanced Scorecard en pyme de la ciudad de*

Piura (Informe pregrado). Universidad de Piura: Perú.
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5389/CyA_2103.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vega, V., Navarro, M., Cejas, M. y Mendoza, D. (2020). Balanced Scorecard: Key Tool for Strategic Learning and Strengthening in Business Organizations. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9 (3), 1.11.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3600637

Veintemilla, J. (2021). *El balanced scorecard y la planificación estratégica en una universidad privada de LIMA-2021* (Informe posgrado). Universidad Peruana de Las Américas: Perú.
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1659/TESIS%20FINAL%20JOSE%20VEINTEMILLA%20-%20MAESTRIA%20OK.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vera, A. y Duran, N. (2021). *Formulación de un plan estratégico para la empresa cg ingenieros y consultores S.A.S, mediante la metodología balanced scorecard* (Informe pregrado). Universidad Católica de Colombia: Colombia.
<https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/26198>

Zapata Chiroque, J. E. (2019). Diseño de un balanced scorecard como herramienta de planeación estratégica en la gestión administrativa de la Universidad Alas Peruanas,
https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/8636/Dise%C3%B1o_Balanced%20scorecard_Herramienta_Planeaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXO

Anexo 1 Cuadro de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Instrumento
Variable independiente: Balanced Scorecard	Conceptualiza al BSC como el cuadro de mando integral traduce la estrategia y la misión de una organización en un amplio conjunto de medidas de la actuación, que proporciona la estructura necesaria para un sistema de gestión y medición estratégica. (Kaplan y Norton, 1996)	La variable de indagación tomará como punto de referencia a la evidencia de perspectivas sobre las que se desarrolla una serie de objetivos en una organización, recolectando datos por medio del cuestionario.	Perspectiva financiera	Margen de ganancia Ventas totales	Ordinal	Cuestionario
			Perspectiva del cliente	Satisfacción del cliente Ampliación de cartera de clientes		
			Perspectiva de procesos internos	Cumplimiento plan de producción Calidad de producción		
			Perspectiva de formación y crecimiento	Personas Sistemas Clima organizacional		
Variable dependiente: Planificación estratégica	La planificación estratégica queda conceptualizada como aquella herramienta que tiende a ser empleada por las empresas con la finalidad de desarrollar un proceso sistemático de alcance de metas (Garay, 2020).	La variable de investigación tomará como referencia a la evaluación de la planificación estratégica en cuanto a la formulación, implementación y evaluación de resultados u objetivos, recolectando los datos por medio del cuestionario.	Formulación	Misión visión Código de ética Evaluación interna	Ordinal / Nominal	Cuestionario / Guía de análisis documental
			Implementación	Objetivos a corto plazo Políticas Estructura organizacional		
			Evaluación	Acciones correctivas Revisión interna Revisión externa		

Anexo 2 Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Metodología
¿Cómo influye el Balanced Scorecard en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC?	Determinar la influencia del Balanced Scorecard en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC.	Existe influencia significativa del Balanced Scorecard en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC	Balanced Scorecard	Perspectiva financiera	Margen de ganancia	i1-i2	Tipo: Investigación del tipo Aplicada
					Ventas totales	i3-i4	
				Perspectiva del cliente	Satisfacción del cliente	i5- i6	
					Ampliación de cartera de clientes	i7-i8	
				Perspectiva de procesos internos	Cumplimiento de plan de producción	i9-i10	
Calidad de producción	i11						
¿Cómo influye la Perspectiva Financiera en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC?,	Determinar la influencia de la Perspectiva Financiera en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC	Existe influencia significativa de la Perspectiva Financiera en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC	Balanced Scorecard	Perspectiva de formación y crecimiento	Personas	i12-i13	Tipo: Investigación del tipo Aplicada
					Sistemas	i14	
					Clima organizacional	i15	
¿Cómo influye la Perspectiva Cliente en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC?	Determinar la influencia de la Perspectiva Cliente en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC	Existe influencia significativa de la Perspectiva Cliente en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC	Planificación estratégica	Formulación	Misión y visión	i1-i2	Tipo: Investigación del tipo Aplicada
						Código de ética	
				Implementación	Evaluación interna	i4-i5	
					Objetivos a corto plazo	i6-i7	
					Políticas	i8-i9	
¿Cómo influye la Perspectiva Procesos internos en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC?	Determinar la influencia de la Perspectiva Procesos internos en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC	Existe influencia significativa de la Perspectiva Procesos internos en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC	Planificación estratégica	Evaluación	Estructura organizacional	i10	Tipo: Investigación del tipo Aplicada
					Acciones correctivas	i11-i12	
					Revisión interna	i13-i14	
¿Cómo influye la Perspectiva de Formación y crecimiento en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC?	Determinar la influencia de la Perspectiva de Formación y crecimiento en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC.	Existe influencia significativa de la Perspectiva de Formación y crecimiento en la Planificación Estratégica en la empresa Corsaa SAC.	Planificación estratégica	Evaluación	Revisión externa	i15	Tipo: Investigación del tipo Aplicada



El Balanced Scorecard y su influencia en la planificación estratégica de la empresa Corsaa SAC

El presente cuestionario es de carácter confidencial, sólo para fines académicos.

Responder qué tan de acuerdo está usted con las preguntas planteadas, con toda sinceridad.

Por favor, lea detenidamente y marque con una "X".

Objetivo: Determinar cómo influye la planificación estratégica y la evaluación con el Balanced Scorecard en una empresa

contratista

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

CUESTIONARIO			LIKERT				
Variable 1 (Independiente): BALANCED SCORECARD			1	2	3	4	5
Dimensiones	PERSPECTIVA FINANCIERA	i1	¿Es publica la información de las utilidades de la empresa?				
		i2	¿Se reconoce la gestión económica de la empresa?				

		i3	¿Se realizan valoraciones mensuales que sirven para plantear los objetivos estratégicos?						
		i4	¿Se cuenta con estrategias para mejorar la rentabilidad de la empresa?						
	PERSPECTIVA DEL CLIENTE	i5	¿Se llega a evaluar de forma continua la satisfacción del cliente?						
		i6	¿Se cuenta con la búsqueda de estrategias de venta que se basan en la cartera de clientes?						
		i7	¿Se busca ampliar la cartera de clientes continuamente?						
		i8	¿Se llega a concretar reuniones con los clientes potenciales?						
	PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS	i9	¿Existe proceso de producción en la empresa?						
		i10	¿La empresa busca mejorar la calidad de su producción?						
		i11	¿La empresa desarrolla capacitaciones a sus colaboradores para mejorar la calidad de su producción?						
	PERSPECTIVA DE FORMACIÓN Y CRECIMIENTO	i12	¿La empresa encuentra como mejorar su posicionamiento de marca?						
		i13	¿La empresa indaga como aumentar la fidelización de los clientes?						
		i14	¿La empresa centra esfuerzos para lograr la excelencia en el servicio que brinda?						
		i15	¿La empresa realiza mejoras en las competencias de su personal?						
	Variabl e 2 (Dependiente): PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA			1	2	3	4	5	

Dimensione	FORMULACIÓN	i1	¿Usted conoce la visión de la empresa?					
		i2	¿Usted conoce la misión de la empresa?					
		i3	¿La empresa fomenta sus valores éticos?					
		i4	¿La empresa evalúa los factores externos para establecer el planteamiento de los objetivos?					
		i5	¿La empresa evalúa los factores internos con la finalidad de planificar de forma eficiente?					
	IMPLEMENTACIÓN	i6	¿Tiene conocimiento de la implementación de los objetivos a largo plazo en el planeamiento estratégico de la Empresa?					
		i7	¿Se deciden y eligen las mejores estrategias para la Empresa de manera que estas impulsen el crecimiento organizacional?					
		i8	¿Se establecen de manera adecuada los objetivos de corto plazo dentro de la Empresa?					
		i9	¿Las políticas que tiene la Empresa son las adecuadas para el crecimiento empresarial?					
		i10	¿Se disponen de los recursos necesarios para implementar la estrategia planteada por la Empresa?					
	EVALUACIÓN	i11	¿El organigrama de la empresa contribuye en el desarrollo de las actividades del trabajador con eficiencia?					

		i12	¿La empresa cuenta con los recursos humanos capacitados con la finalidad de incidir en el crecimiento sostenido?					
		i13	¿La empresa realiza controles del cumplimiento de los objetivos planificados?					
		i14	¿Existe una evaluación de desempeño adecuada en la empresa?					
		i15	¿La empresa aplica acciones correctivas para poder alcanzar sus objetivos estratégicos?					

Declaratoria de Originalidad del Autor/ Autores

Yo (Nosotros), Perez Chambi, Renato y Quiñones Mariños, Sthefanny Mireya egresado de la Facultad / Escuela Profesional / Administracion Programa académico de la Universidad César Vallejo (Sede o campus), declaro (declaramos) bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación / Tesis titulado: “El balanced scorecard y su influencia en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC.”, es de mi (nuestra) autoría, por lo tanto, declaro (declaramos) que el Trabajo de Investigación / Tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He (Hemos) mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Lugar y fecha,

Apellidos y Nombres del Autor Paterno Materno, Nombre1 Nombre2	
DNI: 76188884	Firma 
ORCID:0000-0001-5982-5478	
Apellidos y Nombres del Autor Perez Chambi, Renato	
DNI: 72459336	Firma 
ORCID: 0000-0002-0723-8017	
Apellidos y Nombres del Autor Quiñones Mariños, Sthefanny Mireya	

Anexo 5

MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO “CUESTIONARIO”

Estimado/a participante,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ (X) NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo Determinar la relación entre la planificación estratégica y la evaluación con el Balanced Scorecard en una empresa contratista, Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: cristina_x10@hotmail.com

Anexo. 06

Documentos para validar los instrumentos de medición a través de juicio de expertos

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la planeación estratégica

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias	
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M D	D		A
	DIMENSION 1: Formulación											
	Indicador: Misión											
1	¿Usted conoce la visión de la empresa?			X				X			X	
2	¿La misión de la empresa se encuentra establecida de forma correcta?			X				X			X	
	Indicador: Código de ética											
3	¿Los valores de la empresa se aplican de forma correcta?			X				X			X	
	Indicador: Evaluación interna											
4	¿La empresa evalúa los factores externos con la finalidad de poder establecer el planteamiento de objetivos de forma correcta?			X				X			X	
5	¿La empresa evalúa los factores internos con la finalidad de planificar de forma correcta?			X				X			X	
	DIMENSION 2: Implementación											
	Indicador: objetivo a corto plazo											
6	¿ Tiene conocimiento de la implementación de los objetivos a largo plazo en el planeamiento estratégico de la Empresa?			X				X			X	
7	¿Se deciden y eligen las mejores estrategias para la Empresa de manera que estas impulsen el crecimiento organizacional?			X				X			X	
	Indicador: Políticas											
8	¿Se establecen de manera adecuada los objetivos de corto plazo dentro de la Empresa?			X				X			X	
9	¿Las políticas que tiene la Empresa son las adecuadas para el crecimiento empresarial?			X				X			X	
	Indicador: Estructura organizacional											
10	¿Se tienen los recursos necesarios para implementar la estrategia planteada por la Empresa?			X				X			X	
	DIMENSION 3: Evaluación											
	Indicador: Revisión interna											
11	¿El organigrama de la empresa es adecuado con la finalidad de orientar el trabajo diario?			X				X			X	
12	¿La empresa cuenta con los recursos humanos suficientes con la finalidad de incidir en el crecimiento sostenido?			X				X			X	
	Indicador: Revisión externa											
13	¿La empresa realiza revisiones periódicas mediante la cual se establecen los objetivos empresariales?			X				X			X	

Observaciones: Apl icabl e. _____

Opinión de aplicabilidad: Apl icabl e [X] Apl icabl e después de corregir [] No apl icabl e []

Apel l idos y nombres del juez val idad Dr. CARLOS AURELIO ESPINOZA AGURTO

DNI: 08283815



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Balanced Scorecard

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias	
		M D	D	A	M A	M D	D	A	MA	M D	D	A		MA
	DIMENSION 1: Perspectiva financiera													
	Indicador: Margen de ganancia			X				X					X	
1	¿Se cuenta con el conocimiento suficiente acerca del margen de ganancias?			X				X					X	
2	¿Se reconoce la gestión económica de la empresa?			X				X					X	
	Indicador: Ventas totales													
3	¿Se realizan valoraciones mensuales que sirven para plantear los objetivos estratégicos?			X				X					X	
4	¿Se cuenta con estrategias para mejorar la rentabilidad de la empresa?			X				X					X	
	DIMENSIÓN 2: PERSPECTIVA CLIENTE													
	Indicador: Satisfacción del cliente													
5	¿Se llega a evaluar de forma continua la satisfacción del cliente?			X				X					X	
6	¿Se cuenta con la búsqueda de estrategias de venta que se basan en la cartera de clientes?			X				X					X	
	Indicador: Ampliación de cartera de clientes													
7	¿Se busca ampliar la cartera de clientes continuamente?			X				X					X	
8	¿Se llega a concretar reuniones con los clientes potenciales?			X				X					X	
	DIMENSIÓN 3: PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS													
	Indicador: Cumplimiento de plan de producción													
9	¿Se cumple con el plan de producción dentro de las áreas de la empresa?			X				X					X	
	INDICADOR: CALIDAD DE PRODUCCIÓN													
10	¿La empresa busca mejorar la calidad de su producción?			X				X					X	
11	¿La empresa desarrolla capacitaciones a sus colaboradores para mejorar la calidad de su producción?			X				X					X	
	DIMENSIÓN 4: Perspectiva Formación y crecimiento													
	Indicador: Personas													
12	¿La empresa encuentra como mejorar su posicionamiento de marca?			X				X					X	
13	¿La empresa indaga como aumentar la fidelización de los clientes?			X				X					X	
	Indicador: Sistema													
14	¿La empresa centra esfuerzos para lograr la excelencia en el servicio que brinda?			X				X					X	
	Indicador: Clima organizacional													

Especialidad del validador: En Administración

Observaciones: Aplicables.

Opinión de aplicabilidad: Aplicables [X] Aplicables después de corregir [] No aplicables []

Apellidos y nombres del juez validador: CARLOS AURELIO ESPINOZA AGURTO

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la planeación estratégica

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias	
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A		M
	DIMENSIÓN 1: Formulación													
	Indicador: Misión													
1	¿Usted conoce la visión de la empresa?				X				X					X
2	¿La misión de la empresa se encuentra establecida de forma correcta?				X				X					X
	Indicador: Código de ética													
3	¿Los valores de la empresa se aplican de forma correcta?				X				X					X
	Indicador: Evaluación interna													
4	¿La empresa evalúa los factores externos con la finalidad de poder establecer el planteamiento de objetivos de forma correcta?				X				X					X
5	¿La empresa evalúa los factores internos con la finalidad de planificar de forma correcta?				X				X					X
	DIMENSIÓN 2: Implementación													
	Indicador: objetivo a corto plazo													
6	¿ Tiene conocimiento de la implementación de los objetivos a largo plazo en el planeamiento estratégico de la Empresa?				X				X					X
7	¿Se deciden y eligen las mejores estrategias para la Empresa de manera que estas impulsen el crecimiento organizacional?				X				X					X
	Indicador: Políticas													
8	¿Se establecen de manera adecuada los objetivos de corto plazo dentro de la Empresa?				X				X					X
9	¿Las políticas que tiene la Empresa son las adecuadas para el crecimiento empresarial?				X				X					X
	Indicador: Estructura organizacional													
10	¿Se tienen los recursos necesarios para implementar la estrategia planteada por la Empresa?				X				X					X
	DIMENSIÓN 3: Evaluación													
	Indicador: Revisión interna													
11	¿El organigrama de la empresa contribuye en el desarrollo de las actividades del trabajador con eficiencia?				X				X					X
12	¿La empresa cuenta con los recursos humanos suficientes con la finalidad de incidir en el crecimiento sostenido?				X				X					X
	Indicador: Revisión externa													
13	¿La empresa realiza revisiones periódicas mediante la cual se establecen los objetivos empresariales?				X				X					X
14	¿Existe una evaluación de desempeño adecuada en la empresa?				X				X					X
	Indicador: Acciones correctivas													
15	¿La empresa aplica acciones correctivas para poder alcanzar sus objetivos estratégicos?				X				X					X

DNI: 08283815
Especialidad del validador: En administración.

LIMA 18 de septiembre del 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Aplicable después de corregir []
SUASNABAR UGARTE FEDERICO ALFREDC
Especialidad del validador:

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Balanced Scorecard

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Perspectiva financiera													
	Indicador: Margen de ganancia													
1	¿Se cuenta con el conocimiento suficiente acerca del margen de ganancias?				X				X					X
2	¿Se reconoce la gestión económica de la empresa?				X				X					X
	Indicador: Ventas totales													
3	¿Se realizan valoraciones mensuales que sirven para plantear los objetivos estratégicos?				X				X					X
4	¿Se cuenta con estrategias para mejorar la rentabilidad de la empresa?				X				X					X
	DIMENSIÓN 2: PERSPECTIVA CLIENTE													
	Indicador: Satisfacción del cliente													
5	¿Se llega a evaluar de forma continua la satisfacción del cliente?				X				X					X
6	¿Se cuenta con la búsqueda de estrategias de venta que se basan en la cartera de clientes?				X				X					X
	Indicador: Ampliación de cartera de clientes													
7	¿Se busca ampliar la cartera de clientes continuamente?				X				X					X
8	¿Se llega a concretar reuniones con los clientes potenciales?				X				X					X
	DIMENSIÓN 3: PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS													
	Indicador: Cumplimiento de plan de producción													
9	¿Se cumple con el plan de producción dentro de las áreas de la empresa?				X				X					X
	INDICADOR: CALIDAD DE PRODUCCIÓN													
10	¿La empresa busca mejorar la calidad de su producción?				X				X					X
11	¿La empresa desarrolla capacitaciones a sus colaboradores para mejorar la calidad de su producción?				X				X					X
	DIMENSIÓN 4: Perspectiva Formación y crecimiento													
	Indicador: Personas													
12	¿La empresa encuentra como mejorar su posicionamiento de marca?				X				X					X
13	¿La empresa indaga como aumentar la fidelización de los clientes?				X				X					X
	Indicador: Sistema													
14	¿La empresa centra esfuerzos para lograr la excelencia en el servicio que brinda?				X				X					X
	Indicador: Clima organizacional													
15	¿La empresa realiza mejoras en las competencias de su personal?				X				X					X

1Per
2Rel
dime
3Clai
conc

Nota
sufici

LIMA 18 de SEPTIEMBRE 2022

Observaciones: _____



Opinión de aplicabilidad: Apl icabl e [X] Apl icabl e después de corregir []

Apel lidos y nombres del juez val idadorDr. SUASNABAR UGARTE FEDERICO ALFREDO DNI: 09078477

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Balanced Scorecard

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	U	A	MA	M	U	A	MA	M	U	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Perspectiva financiera													
	Indicador: Margen de ganancia													
1	¿Es publica la información de las utilidades de la empresa?			X				X				X		REFORMULAR DE ACUERDO A LAS PERSONAS A QUIEN VA DIRIGIDA LA ENCUESTA
2	¿Se reconoce la gestión económica de la empresa?				X				X				X	
	Indicador: Ventas totales													
3	¿Se realizan valoraciones mensuales que sirven para plantear los objetivos estratégicos?				X				X				X	
4	¿Se cuenta con estrategias para mejorar la rentabilidad de la empresa?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: PERSPECTIVA CLIENTE													
	Indicador: Satisfacción del cliente													
5	¿Se llega a evaluar de forma continua la satisfacción del cliente?				X				X				X	
6	¿Se cuenta con la búsqueda de estrategias de venta que se basan en la cartera de clientes?				X				X				X	
	Indicador: Ampliación de cartera de clientes													
7	¿Se busca ampliar la cartera de clientes continuamente?				X				X				X	
8	¿Se llega a concretar reuniones con los clientes potenciales?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS													
	Indicador: Cumplimiento de plan de producción													
9	¿Existe proceso de producción en la empresa?			X				X				X		REFORMULAR
	INDICADOR: CALIDAD DE PRODUCCION													
10	¿La empresa busca mejorar la calidad de su producción?				X				X				X	
11	¿La empresa desarrolla capacitaciones a sus colaboradores para mejorar la calidad de su producción?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 4: Perspectiva Formación y crecimiento													
	Indicador: Personas				X				X				X	
12	¿La empresa encuentra como mejorar su posicionamiento de marca?				X				X				X	
13	¿La empresa indaga como aumentar la fidelización de los clientes?				X				X				X	
	Indicador: Sistema													
14	¿La empresa centra esfuerzos para lograr la excelencia en el servicio que brinda?				X				X				X	
	Indicador: Clima organizacional													
15	¿La empresa realiza mejoras en las competencias de su personal?				X				X				X	

Especialidad del validado FINANZAS - PROYECTOS

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

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

able [] Apl icable después de corregir

IBERTO CESAR CIFUENTES LA ROSA

LIMA 18 de septiembre del 2022



DNI: 09534164

Especialidad del validador:

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

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la planeación estratégica

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	N A	M D	D	A	N A	M D	D	A	N A	
	DIMENSIÓN 1: Formulación													
	Indicador: Misión													
1	¿Usted conoce la visión de la empresa?				X				X					X
2	¿Usted conoce la misión de la empresa?			X				X				X		REFORMULAR, NO TODOS TIENEN PORQUE SABER SI LA FORMULACION DE LA MISION ES CORRECTA
	Indicador: Código de ética													
3	¿La empresa fomenta sus valores éticos?			X				X				X		REFORMULAR
	Indicador: Evaluación interna													
4	¿La empresa evalúa los factores externos con la finalidad de poder establecer el planteamiento de objetivos de forma correcta?				X				X					X
5	¿La empresa evalúa los factores internos con la finalidad de planificar de forma correcta?				X				X					X
	DIMENSIÓN 2: Implementación													
	Indicador: objetivo a corto plazo													
6	¿Tiene conocimiento de la implementación de los objetivos a largo plazo en el planeamiento estratégico de la Empresa?				X				X					X
7	¿Se deciden y eligen las mejores estrategias para la Empresa de manera que estas impulsen el crecimiento organizacional?				X				X					X
	Indicador: Políticas													
8	¿Se establecen de manera adecuada los objetivos de corto plazo dentro de la Empresa?				X				X					X
9	¿Las políticas que tiene la Empresa son las adecuadas para el crecimiento empresarial?				X				X					X
	Indicador: Estructura organizacional													
10	¿Se tienen los recursos necesarios para implementar la estrategia planteada por la Empresa?				X				X					X
	DIMENSIÓN 3: Evaluación													
	Indicador: Revisión interna													
11	¿El organigrama de la empresa contribuye en el desarrollo de las actividades del trabajador con eficiencia?			X					X				X	REFORMULAR
12	¿La empresa cuenta con los recursos humanos suficientes con la finalidad de incidir en el crecimiento sostenido?				X				X					X
	Indicador: Revisión externa													
13	¿La empresa realiza revisiones periódicas mediante la cual se establecen los objetivos empresariales?				X				X					X
14	¿Existe una evaluación de desempeño adecuada en la empresa?				X				X					X
	Indicador: Acciones correctivas													

LIMA 18 de septiembre del 2022



Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Apl icabl e [] Apl icabl e des de corregir [X] No apl icabl e []

Apel lidos y nombres del juez val idad Dr. AGLIBERTO CESAR CIFUENTES LA ROSA

DNI: 09534164

Especialidad del validador:

LIMA 18 de SEPTIEMBRE 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 07: Detalle de resultados de la V-Aiken

Tabla 19 Validez basada en el contenido de la V de Aiken

Nº Items	Descripción	V de Aiken
	Pertinencia	0.8
Item 1	Relevancia	0.8
	Claridad	0.8
	Pertinencia	0.9
Item 2	Relevancia	0.9
	Claridad	0.9
	Pertinencia	0.9
Item 4	Relevancia	0.9
	Claridad	0.9
	Pertinencia	0.9
Item 5	Relevancia	0.9
	Claridad	0.9
	Pertinencia	0.9
Item 6	Relevancia	0.9
	Claridad	0.9
	Pertinencia	0.9
Item 7	Relevancia	0.9
	Claridad	0.9
	Pertinencia	0.9
Item 8	Relevancia	0.9
	Claridad	0.9
	Pertinencia	0.9
Item 9	Relevancia	0.8
	Claridad	0.8
	Pertinencia	0.8
Item 10	Relevancia	0.9
	Claridad	0.9
	Pertinencia	0.9

Item 11	Relevancia	0.9		Claridad	1.0
	Claridad	0.9		Pertinencia	0.9
	Pertinencia	0.9	Item 9	Relevancia	1.0
Item 12	Relevancia	0.9		Claridad	1.0
	Claridad	0.9		Pertinencia	0.9
	Pertinencia	0.9	Item 10	Relevancia	1.0
Item 13	Relevancia	0.9		Claridad	1.0
	Claridad	0.9		Pertinencia	0.8
	Pertinencia	0.9	Item 11	Relevancia	0.9
Item 14	Relevancia	0.9		Claridad	0.9
	Claridad	0.9		Pertinencia	0.9
	Pertinencia	0.9	Item 12	Relevancia	1.0
Item 15	Relevancia	0.9		Claridad	1.0
	Pertinencia	0.9		Pertinencia	0.9
Item 1	Relevancia	1.0	Item 13	Relevancia	1.0
	Claridad	1.0		Claridad	1.0
	Pertinencia	0.8		Pertinencia	0.9
Item 2	Relevancia	0.9	Item 14	Relevancia	1.0
	Claridad	0.9		Claridad	1.0
	Pertinencia	0.8		Pertinencia	0.9
Item 3	Relevancia	0.9	Item 15	Relevancia	1.0
	Claridad	0.9		Claridad	1.0
	Pertinencia	0.9		Pertinencia	0.9
Item 4	Relevancia	1.0		Relevancia	1.0
	Claridad	1.0		Claridad	1.0
	Pertinencia	0.9		Pertinencia	0.9
Item 5	Relevancia	1.0		Relevancia	1.0
	Claridad	1.0		Claridad	1.0
	Pertinencia	0.9		Pertinencia	0.9
Item 6	Relevancia	1.0		Relevancia	1.0
	Claridad	1.0		Claridad	1.0
	Pertinencia	0.9		Pertinencia	0.9
Item 7	Relevancia	1.0		Relevancia	1.0
	Claridad	1.0		Claridad	1.0
	Pertinencia	0.9		Pertinencia	0.9
Item 8	Relevancia	1.0		Relevancia	1.0



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ESPINOZA AGURTO CARLOS AURELIO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "

El Balanced Scorecard y su influencia en la planificación estratégica en la empresa Corsaa SAC", cuyos autores son PEREZ CHAMBI RENATO, QUIÑONES MARIÑOS STHEFANNY MIREYA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 04 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ESPINOZA AGURTO CARLOS AURELIO DNI: 08283815 ORCID: 0000-0003-4246-1991	Firmado electrónicamente por: CAESPINOZAAGU el 15-12-2022 00:48:02

Código documento Trilce: TRI - 0471778