

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas



TESIS

**Balanced Scorecard y la Rentabilidad de Microempresas
Comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo, 2018**

Para Optar : El Título Profesional de Contador Público

Autoras : Bach. Yessica Angela CAMARO CISNEROS
Bach. Marisol PEREZ HUAMAN

Asesor : C.P.C. Alcocer Barrientos Carmen

**Línea de Investigación
institucional** : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

**Fecha de Inicio y
Culminación** : 27 de Agosto 2019 - 27 de agosto del 2020

Huancayo-Perú
2020

**HOJA DE APROBACIÓN DE
JURADOS TESIS**

“Balanced Scorecard y la Rentabilidad de Microempresas Comercializadoras
de Concreto Distrito de Huancayo, 2018”

PRESENTADO POR:

Bach. Yessica Ángela CAMARO

CISNEROS Bach. Marisol

PÉREZ HUAMÁN PARA

OPTAR EL TITULO DE:

CONTADOR PÚBLICO

Escuela Profesional De Contabilidad Y Finanzas

APROBADA POR LOS SIGUIENTES JURADOS:

PRESIDENTE : _____

PRIMER MIEMBRO : _____

SEGUNDO MIEMBRO : _____

TERCER MIEMBRO : _____

Huancayo,de..... del 2020

FALSA PORTADA

ASESOR

Mg. Carmen Alcocer Barrientos

DEDICATORIA:

A Dios por guiar mi camino, y mis padres, quienes me acompañaron y apoyaron en la realización del presente trabajo para la obtención de la licenciatura anhelada.

Yessica

A mis padres, quienes, con paciencia y esmero, supieron guiarme en la realización de la presente, y lograr con ello el anhelo de titularme.

Marisol

AGRADECIMIENTO:

De manera especial a la Universidad Peruana Los Andes quien nos albergó en sus aulas, y a los maestros de la Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas, quienes contribuyeron en nuestra formación académica.

Las autora

Contenido

HOJA DE APROBACIÓN	ii
FALSA PORTADA.....	iii
ASESOR.....	iv
DEDICATORIA:	v
AGRADECIMIENTO:.....	vi
CONTENIDO DE TABLAS	x
CONTENIDO DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRAC	xvi
INTRODUCCIÓN	xviii
CAPÍTULO I.....	19
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	19
1.2. Delimitación del problema	21
1.2.1. <i>Delimitación Espacial</i>	21
1.2.2. <i>Delimitación Temporal</i>	21
1.2.3. <i>Delimitación Conceptual o Temática</i>	21
1.3. Formulación del problema	22
1.3.1. <i>Problema general</i>	22
1.3.2. <i>Problema (s) específico (s)</i>	22
1.4. Justificación del problema.....	23
1.4.1. <i>Justificación social</i>	23
1.4.2. <i>Justificación teórica</i>	23
1.4.3. <i>Justificación Metodológica</i>	24
1.5. Objetivos de la Investigación	24

1.5.1.	<i>Objetivo general</i>	24
1.5.2.	<i>Objetivo (s) específico (s)</i>	25
CAPITULO II		26
2.1.	Antecedentes (nacionales e internacionales)	26
2.1.1.	A nivel internacional	26
2.1.2.	<i>A nivel nacional</i>	29
2.2.	Bases Teóricas o Científicas	31
2.2.1.	<i>Balanced Scorecard</i>	31
2.2.2.	<i>Rentabilidad</i>	43
2.3.	Marco conceptual (de las variable y dimensiones)	47
CAPÍTULO III		50
3.1.	Hipótesis general	50
3.2.	Hipótesis (s) Específica (s).....	50
3.3.	Variables (definición conceptual y operacionalización)	50
3.3.1.	<i>Definición conceptual:</i>	50
3.3.2.	<i>Operacionalización de las variables</i>	51
CAPITULO IV		53
4.1	Método de investigación	53
4.2.	Tipo de la Investigación	53
4.3.	Nivel de Investigación.....	54
4.4.	Diseño de Investigación	54
4.5.	Población y Muestra	55
4.5.1.	<i>Población</i>	55
4.5.2.	<i>Muestra</i>	56
4.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	56
4.6.1.	<i>Técnicas de recolección de datos</i>	56

4.6.2.	<i>Instrumentos de Recolección de Datos</i>	56
4.6.3.	<i>Validez y Confiabilidad.</i>	57
4.7.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	58
4.8.	Aspectos éticos de la investigación	58
CAPITULO V		60
5.1.	Descripción de los resultados Prueba de normalidad	60
5.1.1	<i>Técnicas de procesamiento y análisis de datos</i>	60
5.1.2	<i>Prueba de normalidad</i>	60
5.2.	Contrastación de las hipótesis	69
5.2.1.	<i>Hipótesis general</i>	70
5.2.2.	<i>Hipótesis Específicas Hipótesis Especifica 1</i>	71
ANÁLISIS DE DISCUSIÓN DE RESULTADOS		78
CONCLUSIONES		82
RECOMENDACIONES		84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		86
ANEXOS		91
Anexo N° 01: Matriz de Consistencia		92
Anexo N° 02 Matriz de operacionalización de variables		94
Anexo N° 03: Matriz de operacionalización del instrumento		97
Anexo N° 04: Instrumentos de investigación y constancia de su aplicación		102
Anexo N° 05: Confiabilidad y validez del instrumento		107
Anexo N° 06: Data de procesamiento de datos		108
Anexo N°07: Consentimiento informado		109
Anexo N° 08: Fotos de la aplicación		110

CONTENIDO DE TABLAS

<i>Tabla 1 Relación de la población de estudio.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 2 Estadístico de fiabilidad Balances Scorecard.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 3 Estadístico de fiabilidad rentabilidad.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 4 Escala de Vellis.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 5 Prueba de Normalidad.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 6 Distribución de frecuencias de la V1 Balanced Scorecard de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 7 Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva financiera de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 8 Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva de cliente de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 9 Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva de cliente de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 10 Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva de aprendizaje y conocimiento de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 11 Distribución de frecuencias de la V2 rentabilidad de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 12 Distribución de frecuencias de la dimensión rentabilidad económica de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 13: Distribución de frecuencias de la dimensión rentabilidad financiera de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 14 Distribución de frecuencias de la dimensión rentabilidad financiera de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 15 Escala de correlación</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 16 Balanced Scorecard y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo</i>	<i>72</i>

<i>Tabla 17 Perspectiva financiera y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo</i>	<i>74</i>
<i>Tabla 18 Perspectiva del cliente y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 19 Perspectiva de proceso y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 20 Perspectiva de aprendizaje y conocimiento y la Rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.</i>	<i>79</i>

CONTENIDO DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1: Cuadro de indicadores Clave y Medio.....</i>	<i>36</i>
<i>Gráfico 2: Cuadro de Perspectiva Financiera.....</i>	<i>39</i>
<i>Gráfico 3: Cuadro de Perspectiva del Cliente</i>	<i>41</i>
<i>Gráfico 4: Perspectiva de aprendizaje y Crecimiento.....</i>	<i>44</i>
<i>Gráfico 5: Distribución de frecuencias de la V1 Balanced Scorecard de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo</i>	<i>63</i>
<i>Gráfico 6: Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva financiera de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>64</i>
<i>Gráfico 7: Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva de cliente de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>65</i>
<i>Gráfico 8: Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva de aprendizaje y conocimiento de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>66</i>
<i>Gráfico 9: Distribución de frecuencia de la V2 rentabilidad de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>67</i>
<i>Gráfico 10: Distribución de frecuencias de la V2 rentabilidad de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>68</i>
<i>Gráfico 11: Distribución de frecuencias de la dimensión rentabilidad financiera de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>69</i>
<i>Gráfico 12: Distribución de frecuencias de la dimensión rentabilidad financiera de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>70</i>
<i>Gráfico 13: Balanced Scorecard y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>71</i>
<i>Gráfico 14: Perspectiva financiera y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>73</i>
<i>Gráfico 15: Perspectiva financiera y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>75</i>

<i>Grafico 16: Perspectiva del cliente y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>76</i>
<i>Grafico 17: Perspectiva de proceso y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>78</i>
<i>Grafico 18: Perspectiva de aprendizaje y conocimiento en la Rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.....</i>	<i>80</i>

RESUMEN

La presente investigación tiene como problema general de estudio: ¿Qué relación existe entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto del Distrito de Huancayo año 2018?, consecuentemente, nos formulamos el objetivo general: Establecer la relación que existe entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto del Distrito de Huancayo año 2018., en respuesta al problema planteado, nos formulamos la hipótesis siguiente: Existe relación directa entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto del Distrito de Huancayo año 2018. Por naturaleza de estudio se utilizó el enfoque cuantitativo, como método general el científico, de tipo aplicada, nivel correlacional y diseño descriptivo correlacional, nuestra población estuvo conformada por 05 microempresas comercializadoras de concreto, la muestra fue de tipo no probabilístico, por lo tanto, utilizamos al total de la población. Para la medición de las variables se utilizó el cuestionario, en escala ordinal de tipo Likert, los cuales fueron validados por juicio de expertos, y la confiabilidad sometido al estadístico Alfa de Cronbach, cuyo resultado fue de 0,966 para variable *Balanced Scorecard* y de 0,958 para la variable rentabilidad. Nuestra conclusión principal fue: Se ha establecido una correlación positiva alta con un “r” = 0,991 entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las microempresas comercializadoras de Concreto del Distrito de Huancayo año 2018, lo cual nos permite aseverar que, si elaboramos el *Balanced Scorecard*, mejoran la rentabilidad de las microempresas comercializadoras de Concreto del Distrito de Huancayo. Asimismo, la hipótesis fue corroborada con un p valor = 0,001 < 0,05.

Términos clave: *Balanced Scorecard* y rentabilidad

ABSTRAC

The present investigation has as a general study problem: What relationship exists between the Balanced Scorecard and the Profitability of the Concrete Commercializing Microenterprises of the District of Huancayo in 2018? Consequently, we formulate the general objective: Establish the relationship that exists between the Balanced Scorecard and Profitability of the Concrete Commercializing Microenterprises of the Huancayo District in 2018., in response to the problem raised, we formulate the following hypothesis: There is a direct relationship between the Balanced Scorecard and the Profitability of the Concrete Commercializing Microenterprises of the District of Huancayo year 2018. By the nature of the study, the quantitative approach was used, as a general scientific method, of an applied type, correlational level and correlational descriptive design, our population was made up of 05 micro-companies commercializing concrete, the sample was of a non-probabilistic type, therefore, we use the total population. To measure the variables, the questionnaire was used, on a Likert-type ordinal scale, which were validated by expert judgment, and the reliability was subjected to the Cronbach's Alpha statistic, whose result was 0.966 for the Balanced Scorecard variable and 0.958 for the profitability variable. Our main conclusion was: A high positive correlation with an “r” = 0.991 has been established between the Balanced Scorecard and the Profitability of the micro-commercializing companies of Concrete in the District of Huancayo in 2018, which allows us to assert that, if we elaborate the Balanced Scorecard, improve the profitability of the concrete commercialization microenterprises of the District of Huancayo. Likewise, the hypothesis was corroborated with a p value = 0.001 <0.05.

Keywords: Balanced Scorecard and profitability

INTRODUCCIÓN

A continuación, presentamos la tesis titulada: “Balanced Scorecard y la Rentabilidad de Microempresas Comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo, 2018”. Las microempresas comercializadoras de concreto en el distrito de Huancayo han experimentado dificultades económicas y predisposición a la baja que registra la rentabilidad de estas microempresas, las causas que generaron la baja rentabilidad son: la poca autogeneración de rentabilidad, la falta de documentos de gestión, poca planificación de operaciones, estados financieros poco confiables, la rentabilidad económica y financiera se vería mermada por la falta de instrumentos de gestión, falta de aplicación del Balanced Scorecard, mala toma de decisiones en la gerencia. Y como consecuencias de la poca rentabilidad que tuvieron las microempresas comercializadoras de concreto fueron: cierre o quiebre de la empresa, despido de sus trabajadores, venta de sus activos. Es por ello que para contrarrestar el problema de una rentabilidad económica y financiera mermada y autogenerar rentabilidad propia se pone en conocimiento a las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo implementar como instrumento de gestión al Balanced Scorecard que desarrolla estrategias y construye indicadores de desempeño para poder mejorar la productividad y eficiencia en sus procesos, aumentar el vínculo con el mercado, permitir a la innovación y tecnología, modernizar la gestión de sus recursos humanos y, como consecuencia en los Estados Financieros se lograra la rentabilidad deseada.

El método de investigación fue el método científico, el tipo de investigación aplicada y el nivel correlacional. La investigación se estructuro en cuatro capítulos, de la siguiente manera:

Capítulo I: En este capítulo describe la realidad problemática de la investigación, se plantea el problema general y específicos, respectivamente el objetivo general y específicos; se describe la justificación de la investigación teórica, práctica, metodológica, social y de conveniencia. Además, se realizó la delimitación espacial, temporal y temática.

Capítulo II: en este capítulo describe el marco Teórico, detallando los conceptos de las variables y respectivamente sus dimensiones. Primero detallaron los antecedentes, a nivel internacional y a nivel nacional; además que explica las bases teóricas, estudiando los conceptos de las variables sustentadas por diversos autores, lo cual la base de investigación nos ayuda a elaborar instrumento de medición para confirmar nuestra hipótesis planteada. Por último se plantea la hipótesis general que fue: Existe relación directa entre el Balanced Scorecard y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto del Distrito de Huancayo año 2018.

Capítulo III: En este capítulo se describe la metodología que se utilizó en la investigación, indicando el método, tipo, nivel, diseño de la investigación, además describe la población y la muestra y las técnicas e instrumento de recolección de datos, los instrumentos de recolección de datos, el procedimiento de recolección de los datos, las técnicas de procesamiento y el análisis de los datos.

Capítulo IV: En este capítulo se describe el análisis y discusión de los resultados obtenidos, el cual se realizó con la ayuda del software SPSS versión 25. Al respecto este software estadístico, corroboró la confiabilidad y la validez de nuestros instrumentos de investigación (cuestionarios). Para la primera variable, Balanced Scorecard la fiabilidad fue corroborada con el estadístico *Alfa de Cronbach* que arrojó un 0,966 (muy alto), de los 7 elementos analizados;

Asimismo, para la segunda variable rentabilidad se obtuvo un alfa de Cronbach de 0,9658 (muy alto) de los 10 elementos analizados; la validez, fue corroborada por el juicio de expertos. Por último, se contrasta la hipótesis de investigación..

Los Autores

CAPÍTULO I

PLANEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la realidad problemática

A nivel internacional el crecimiento de América Latina en la última década se hizo muy notorio el fuerte crecimiento macroeconómico de la región. ¿Pero cuáles son las empresas que a nivel microeconómico están impulsando ese crecimiento? Actualmente el Banco Mundial y otros organismos multilaterales están advirtiendo sobre un crecimiento más lento, ¿Dónde se pueden encontrar empresas que garanticen a los inversionistas un retorno sobre la inversión? (Trade, 2014). Las rentabilidades de estas empresas son de diversos sectores, entre ellos la educación, metales, construcción, alimentos, minería y productos químicos. Notándose un gran crecimiento en los últimos años, principalmente el sector construcción y entre ellas la comercialización de concreto pre mezclado convirtiéndose en verdadera estrella en el mundo de los negocios de América Latina.

A nivel nacional la desaceleración de la economía es uno de los principales factores que exponen la tendencia a la baja que reconoce la rentabilidad de las microempresas de los últimos años. Un estudio de la consultora (GERENS, 2016) evaluó que, a fines del año 2017, la rentabilidad patrimonial (ROE) promedio anualizada de dichas compañías fluctuó alrededor de 9%. Ese nivel no solo será menor al obtenido en diciembre del 2016 (11.6%), sino que además sería similar al alcanzado en el 2003. Con una tendencia a la baja ha descendido a 9.5% un punto de inflexión y que, en consecuencia, en los próximos trimestres observaríamos una clara reversión, señaló Rodrigo Prialé, gerente general de

GERENS. “Tras haber alcanzado un pico de 31% hacia fines del 2006, en el tercer trimestre del 2011 la tasa de rentabilidad promedio de las principales microempresas que operan en el país inició un camino descendente, que se acentuó desde el tercer trimestre del año pasado. Si la rentabilidad de las microempresas continúa descendiendo en los próximos trimestres es posible que estas empiecen a experimentar dificultades económicas, tal como ocurrió en el periodo 1998- 2002”, sostuvo. “De acuerdo al patrimonio de las microempresas de la investigación, solo cinco sectores (de 40) explican dos tercios de la tasa de rentabilidad promedio de las mismas. Se trata de los sectores minero metálico, bancos comerciales, eléctrico, procesamiento de alimentos y materiales de construcción (este último, conformado por las compañías cementeras)”. (GERENS, 2016).

Las microempresas comercializadoras de concreto en el distrito de Huancayo han experimentado dificultades económicas, las causas que generaron la baja rentabilidad son: la falta de documentos de gestión, poca planificación de operaciones, estados financieros poco confiables, la rentabilidad económica y financiera se vería mermada por la falta de instrumentos de gestión, falta de aplicación del *Balanced Scorecard*, mala toma de decisiones en la gerencia. Y como consecuencias de la poca rentabilidad que tuvieron las microempresas comercializadoras de concreto fueron: cierre o quiebre de la empresa, despido de sus trabajadores, venta de sus activos. Es por ello que para contrarrestar el problema de una rentabilidad económica y financiera mermada y autogenerar rentabilidad propia se pone en conocimiento a las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo implementar como instrumento de gestión al *Balanced Scorecard* que les accedan a desarrollar

estrategias y construir indicadores de desempeño para mejorar la productividad y eficiencia en sus procesos, mejorar sus vínculos con los mercados, acceder a la innovación y tecnología, actualizar la gestión de sus recursos humanos y, causando la rentabilidad deseada.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la herramienta de gestión planteando su relación en la generación de la rentabilidad sostenida, para ello se plantea estudiar el *Balanced Scorecard*, para que se pueda aplicar las microempresas para mejorar su gestión y orientar una visión compartida con sus trabajadores, estableciendo los factores que inciden en la generación sostenible de la rentabilidad en el corto, mediano y largo plazo que se refleje en los estado financieros, orientándose para conseguir su rentabilidad y continuidad en el mercado y por ende su sostenibilidad.

1.2. Delimitación del problema

1.2.1. Delimitación Espacial

El estudio se desarrolló en el Distrito de Huancayo provincia de Huancayo, departamento de Junín.

1.2.2. Delimitación Temporal

La presente investigación se realizó en el año 2018.

1.2.3. Delimitación Conceptual o Temática

Balanced Scorecard

Según (Kaplan & Norton, 2016, pág. 205): Es una “herramienta de gestión para las microempresas, que contiene información actualizada para la toma de decisiones adecuada, permitiendo conocer el cumplimiento de los objetivos, que

son determinados con anticipación mediante los indicadores de control y otros datos; asimismo, comunica las estrategias y alinea a los colaboradores a la realización de esta”.

Rentabilidad

(Álvarez & Castello Taliani, 2015, pág. 10):La rentabilidad es un concepto amplio que “admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diferentes perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término en relación con las microempresas; se puede hablar así de rentabilidad desde el punto de vista económico o financiero, o también se puede hablar de rentabilidad social, incluyendo en este caso aspectos muy variados como pueden ser los aspectos culturales, medioambientales, etc., que vienen a configurar los efectos positivos o negativos que una empresa puede originar en su entorno social o natural”.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Qué relación existe entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo año 2018?

1.3.2. Problema (s) específico (s)

- a. ¿Qué relación existe entre la perspectiva financiera y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018?
- b. ¿Qué relación existe la perspectiva del cliente y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año

2018?

- c. ¿Qué relación existe entre la perspectiva de procesos y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018?
- d. ¿Qué relación existe entre la perspectiva de aprendizaje y conocimiento y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018?

1.4. Justificación del problema

1.4.1. Justificación social

La presente investigación pretende resolver en gran medida el problema de quiebre y cierre de empresas debido a la baja rentabilidad y manejo de planeamiento estratégico inadecuado para su crecimiento y consolidación en el mercado; generando como consecuencia mayor desempleo y pobreza en la población de nuestra región y país en general. Por tal razón, se plantea el uso del Balanced Scorecard como herramienta de gestión para que las empresas y en forma específica las comercializadoras de concreto, incrementen su rentabilidad acorde a las exigencias de un mercado competitivo; garantizando su continuidad, crecimiento y contribución con la sociedad mediante la generación de puestos de trabajo, pago de los impuestos al Estado, entre otros.

1.4.2. Justificación teórica

Con nuestra investigación, queremos informar a las microempresas comercializadoras de concreto, la importancia que tiene la aplicación de la herramienta de gestión denominada Balanced Scorecard en el incremento de su

rentabilidad; ya que la gran mayoría de ellas tanto en nuestra región como el resto del Perú, no tienen conocimiento del *Balanced Scorecard* el cual les permitiría obtener mayores beneficios económicos, sociales, financieros y educativos; corroborado todo ello a través del estadístico “r” de Pearson.

1.4.3. Justificación Metodológica

Esta investigación permite la recolección de datos validados mediante la escala de Likert, generando con ello nueva información para la toma de decisiones en una empresa. Dichas decisiones, basadas en la herramienta de gestión *Balanced Scorecard*, hará más viable la generación de recursos económicos; asimismo, permite la operacionalización de las variables *Balanced Scorecard* y Rentabilidad, mostrando así a la comunidad científica contable, la matriz de operacionalización de las variables, lo cual ayudo a elaborar a los instrumentos de medición utilizados. Por tratarse de un enfoque cuantitativo nuestra investigación, utilizamos el cuestionario como instrumento. De modo que, estos instrumentos contribuirán en la mejora de la medición de las variables de estudio, ayudando a los futuros investigadores que persiguen nuestra línea de investigación. También se deja claro los conceptos de las variables y sus dimensiones. La población se trabajó con microempresas homogéneas para poder generalizar los resultados.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto Distrito de

Huancayo año 2018.

1.5.2. Objetivo (s) específico (s)

- a. Determinar la relación entre la perspectiva financiera y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.
- b. Determinar la relación entre la perspectiva del cliente y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.
- c. Determinar la relación entre la perspectiva de procesos y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.
- d. Determinar la relación que existe entre la perspectiva de aprendizaje y conocimiento y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes (nacionales e internacionales)

2.1.1. A nivel internacional

(Solorzano, 2015) en su tesis *“Implementación del Balanced Scorecard para medir la gestión de recursos financieros y humanos de la editorial Don Bosco, Cuenca Ecuador”*, tuvo como objetivo: “Proponer la implementación del Balanced Scorecard como herramienta de información sobre la gestión de la Editorial Don Bosco, con la finalidad de determinar el cumplimiento de objetivos y metas en el área financiera y de personal planteados por la empresa para su crecimiento, así como dotar información de manera oportuna en la toma de decisiones..”; llegando a concluir que: El “Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard permite visualizar de manera más íntegra los objetivos estratégicos que corroboran en el logro de la misión, visión y estrategias establecidas por la organización. Es necesario para poder emplear el desarrollo de esta herramienta, realizarlo por áreas o unidades, de manera que se lleve a cabo un mejor control y enfoque sobre el cumplimiento de la estrategia, procurando que exista un mayor nivel de comunicación entre todos los involucrados con el alcance de la meta”.

(I. C. Cortez, 2015), Para obtener el Título en Contabilidad Empresarial , sustentó en la Universidad Internacional del Ecuador, la tesis *“Estructuración de un Mecanismo que Viabilice la Aplicación de Balanced Scorecard en la Empresa PRIME INJECTION Ubicado en la Ciudad de Guayaquil”*, con el objetivo de “Estructurar un mecanismo que Garantice la Aplicación del *Balanced Scorecard* en PRIME INJECTION ubicada en la Av. José Rodríguez

Bonin y Santa Rita, sector norte de la ciudad de Guayaquil, para que sirva de guía en la toma de decisiones administrativas y financieras.”, llegando a concluir lo siguiente: “Primero, el estudio de los factores macro económicos fue indispensable para apreciar el entorno en el que se desenvuelve la empresa PRIME INJECTION ya que influye de manera importante en la conducción del crecimiento automotriz, y Segundo, que ha existido un crecimiento del PIB dentro de la actividad económica del sector automotor, con una tasa de variación del 2% para el año 2010, en comparación a otros años, en cuanto se refiere a la fabricación de vehículos, carrocerías, autopartes y comercialización de autos, obteniendo en el año 2011 un crecimiento apreciable del 4.10%, determinando viable la aplicación del *Balanced Scorecard* mediante estos indicadores”.

Montes y Lugo (2014) en su tesis titulada: “*Gestión financiera en la empresa inversora Magicmax*”, de carácter cuantitativo, no experimental y descriptivo, tuvieron como objetivo aumentar el nivel de la gestión financiera de dicha empresa; llegando a obtener datos a través de un cuestionario. Concluyeron que “no existe un correcto control en los procesos tanto de cobranzas como de financiamiento; por tal razón, sugieren la implementación de procesos y métodos que ayuden a evaluar el incremento de la parte financiera para que contribuya en la mejora de la estabilidad de la empresa”.

(Ivonnys, 2016) sustentó en la Universidad de Carabobo, para optar el título de magister en Economía de Empresas la tesis titulada “*Evaluación de la rentabilidad de los centros comerciales, en base a los metros cuadrados ofrecidos al mercado en la región central*”. El objetivo de esta investigación, fue evaluar la rentabilidad de los centros comerciales en base a los metros cuadrados ofertados al mercado en la región central, para proponer una estrategia

de comercialización y distribución de los espacios para maximizar su rentabilidad. Esta investigación se fundamenta en la teoría de rentabilidad económica el cual permite medir la rentabilidad de una empresa. La metodología de investigación fue el trabajo de campo, recolectando información de primera fuente, es decir de los centros comerciales en estudio, en donde se realizaron encuestas a los diferentes entes que integran los centros comerciales, obteniendo como resultado que cada vez los usuarios demandan más espacios para esparcimiento y ocio, lo cual son atributos indispensables que se deben tomar en cuenta para estructurar una evaluación de acuerdo a las necesidades de cada centro comercial.

(González, 2015) sustentó en la Universidad de Carabobo, para optar el título de magister en administración de empresas y finanzas la tesis titulada ***“Sistema gerencial basado en el balanced scorecard para la gestión financiera de las empresas del sector agrícola en el estado Aragua”***. El objetivo de esta investigación fue “analizar el Sistema Gerencial Basado en el Balanced Scorecard para la Gestión Financiera de las Empresas del Sector Agrícola en el Estado Aragua”. El trabajo de investigación se basa en las características de las variables en una investigación de “diseño no experimental con base descriptiva, apoyada en un estudio de campo. Asimismo, se enmarca en el tipo de investigación de proyecto factible ya que se evidencia la investigación, elaboración y desarrollo de la propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de las empresas”; refiriéndose a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos como el Balanced Scorecard como modelo de Gestión. “Se aplicó un instrumento con un tipo de respuesta escala de Likert mediante un cuestionario

aplicado a una población de veinticinco trabajadores que conforman la muestra de la investigación. Se hizo la validación por expertos en el área y con alta confiabilidad por el coeficiente de Alfa de Cronbach. Llegaron a la concluir que el Cuadro de Mando Integral ayuda a balancear de una forma integrada y estratégica el progreso actual y a suministrar la dirección futura de la Dirección de Finanzas por medio de un conjunto coherente de indicadores que permita tener una visión en función hacia el logro de sus metas a través de la adecuada combinación de las cuatro diferentes perspectivas que finalmente guían el destino de la organización hacia un éxito financiero”.

2.1.2. A nivel nacional

(Zorrilla, 2017), para optar el título profesional de contador público en la Universidad César Vallejo, en su tesis ***“Balanced Scorecard y su relación con la rentabilidad de las microempresas inmobiliarias en el distrito de San Miguel 2017”***, tuvo como objetivo “Determinar la relación existente entre el *balanced scorecard* y la rentabilidad de las microempresas inmobiliarias en el distrito de San Miguel, 2017.”, y concluyó que: “Respecto al objetivo general, se determinó que existe una relación estadísticamente significativa y positiva entre el *balanced scorecard* y la rentabilidad de las microempresas inmobiliarias en el distrito de San Miguel, 2017, ($r=0,628$, $\text{Sig.}=0,000$). BSC es una herramienta de gestión necesaria e importante pero no es utilizado de manera adecuada”.

(Calderón, 2017), para optar el título profesional de Ingeniero Industrial, sustentó en la Universidad Nacional de Trujillo; la Tesis: ***“Desarrollo de un Plan Estratégico y Balanced Scorecard para Mejorar la Rentabilidad de la Empresa GRUPO H.K.I SAC.”***, con el objetivo de elaborar un plan de estratégico para mejorar la rentabilidad de la empresa “Grupo H.K.I S.A.C.”;

llegando a una conclusión: “El rendimiento actual proyectado de la empresa es de 30.26% teniendo en cuenta el ratio entre las ventas anuales de la empresa entre el activo total de la empresa, este indicador es muy importante para la implementación de metas empresariales a mediano/ largo plazo (2 – 5 años)”.

(Mujica, 2016), para optar el título profesional de ingeniero industrial, sustentó en la Universidad César Vallejo, la tesis: ***“Implementación del Balanced Scorecard para Incrementar la Rentabilidad de la Empresa de Transportes y Servicios Soncco & Mujica S.R.L. El Agustino, 2016.”***, con el objetivo de “Determinar como la implementación del *Balanced Scorecard* incrementará la rentabilidad en la empresa Transportes Soncco & Mujica El Agustino 2016.”, en conclusión: “Con respecto al objetivo general, se logró determinar que la implementación del *Balanced Scorecard* incrementa la rentabilidad de la Empresa de Transportes y Servicios Soncco & Mujica S.R.L. El Agustino, 2016, con un nivel de significancia de 0,001, por lo cual se concluye con el rechazo de la hipótesis nula, aceptando la hipótesis alterna y se logró un incremento de la rentabilidad de 5,18%”.

(Rivas,2018), para optar el grado académico de Maestra en Administración de Negocios MBA , sustentó en la Universidad César Vallejo, la tesis: ***“Balanced Scorecard y su incidencia en la Rentabilidad de una Empresa del sector gráfico en el distrito de Breña”***, con el objetivo de “Determinar que existe incidencia del *Balanced Scorecard* en la rentabilidad de una empresa del sector grafico en el distrito de Breña, 2018”, en conclusión: “Con respecto al objetivo general, se logró determinar la incidencia del *Balanced Scorecard* en la rentabilidad de una empresa del sector grafico en el distrito de Breña,2018, donde según hipótesis el valor del X^2_c es mayor al X^2_t ($22,652 > 5,9915$) entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; concluyendo: Que efectivamente el Balance Scorecard incide significativamente en la rentabilidad”.

2.2.Bases Teóricas o Científicas

2.2.1. Balanced Scorecard

2.2.1.1. Definición

Según (Kaplan & Norton, 2016, pág. 205). Nos dice que es “una herramienta de gestión para las microempresas, que contiene información actualizada para la toma de decisiones adecuada con la alta gerencia, permitiendo conocer el cumplimiento de los objetivos, que son determinados con anticipación mediante los indicadores de control y otros datos; El *Balanced Scorecard* es un instrumento que comunica las estrategias y alinea a los colaboradores para llegar a un objetivo”.

Según (Meza, 2010, pág. 173). Afirma que es un “modelo que permite ayudar a las microempresas a convertir las estrategias en objetivos operativos, permitiendo a las organizaciones ser el camino para obtener los resultados de la organización y de actitudes estratégicas alineados de las personas que participa directamente en la empresa”.

En nuestra opinión el Balanced Scorecard un instrumento de gestión que almacena información significativa la cual permite la apropiada toma de decisiones de acuerdo en los objetivos que tiene la empresa, simultáneamente con el equipo de trabajo.

2.2.1.2. Características del Balanced Scorecard

Según (Kaplan & Norton, 2016, pág. 215) El desarrollo de un sistema integral de gerencia requiere un sistema balanceado de indicadores. “El sistema reconoce

la causa y efecto entre acciones y resultados. Reconoce que, para deleitar a un inversionista, la empresa tiene que ser rentable. Reconoce que para ser feliz al cliente necesita reducir o eliminar costos y mejorar la calidad del producto o servicio”. La ventaja competitiva a un tiempo de largo plazo, es necesario aprender a aprender y a innovar. El *Balanced Scorecard* tiene las siguientes características:

- Pronuncia los factores que promueven la estrategia de la organización.
- Elabora con fundamento la visión / misión.
- Da razón a la organización y sus metas.
- Define en concreto las metas críticas para alcanzar el éxito.
- Difunde a lo largo y ancho de la organización.
- Plantea los indicadores de desempeño para cada meta.
- Asegura que todos entiendan los indicadores de las áreas y de la empresa en general.
- Comunica como estos interrelacionados.
- Conecta cada medida a un sistema de retroalimentación formal.
- Integra la comunicación con regularidad.
- Facilita la revisión de metas y acciones correctivas que pueden ser necesarias.

2.2.1.3. Dimensiones del *Balanced Scorecard*

(Meza, 2010, pág. 189) Nos dice que el “*Balanced Scorecard* se caracteriza por las cuatro perspectivas: financiera, de clientes, interna y de aprendizaje y crecimiento”.

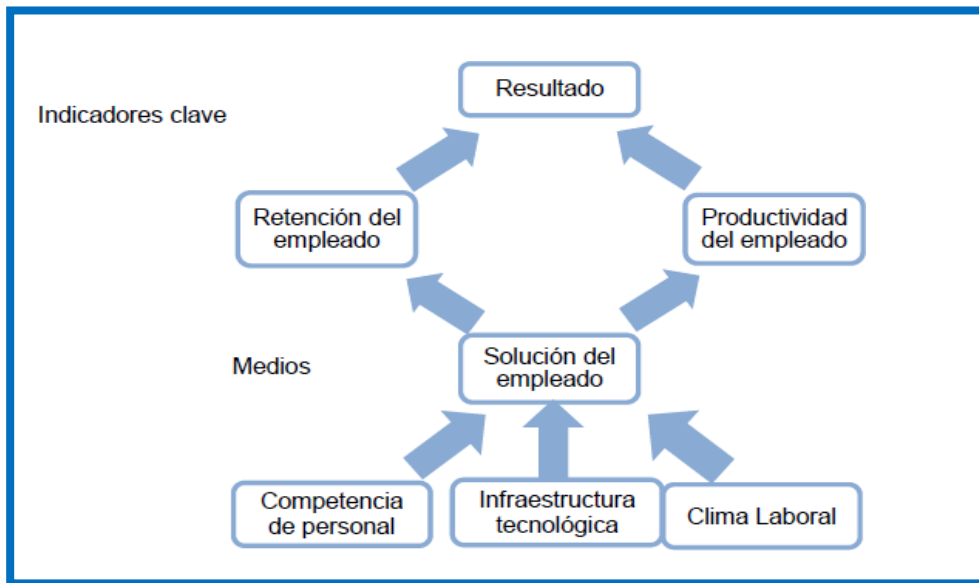
Perspectiva del Cliente	Perspectiva de Aprendizaje y conocimiento
Objetivos Indicadores Estándares	Objetivos Indicadores Estándares
Perspectiva Financiera	Perspectiva Procesos
Objetivos Indicadores Estándares	Objetivos Indicadores Estándares

La ausencia de las cuatro perspectivas, entonces no es un *Balanced Scorecard*. Estas perspectivas son las más comunes, ya que son aplicables en un gran número de microempresas que organizan el modelo de negocio y constituir los indicadores y la información, que además no constituyen la condición necesaria para mantener el control de mando integral.

En diferentes casos, muestran una perspectiva diferente de entorno competitivo lo que causa el seguimiento de la dinámica de los competidores.

Para integrar un buen *Balanced Scorecard*, diferentes empresas tienen su modelo de sector económico y estrategia individual. Las diferentes organizaciones favorecen “la comunicación, y las cuatro perspectivas tradicionales ofrecen una estructura intuitiva. Ejemplo del análisis causa – efecto: si mi personal se encuentra capacitado y motivado (perspectiva aprendizaje y crecimiento), entonces estará capacitado de elaborar productos y servicios de calidad (perspectiva de los procesos internos). Si diseñan productos de calidad”, el cliente se sentirá satisfecho. Lo que causará que compren y es probable que vuelvan a comprar una y otra vez (perspectiva del cliente). La compra constante de mis clientes permitirá que la rentabilidad de la organización aumente (perspectiva financiera).

Grafico 1: Cuadro de indicadores Clave y Medio



Fuente: (Meza, 2010, pág. 190)

Que el personal cuenta con competencia adecuada, infraestructura necesaria para su desarrollo, causa que el clima laboral mejore dando incentivos, entonces es posible (hipótesis) que ellos trabajen satisfechos, causando que aumente la productividad y que desarrollen la retención del personal a mi cargo, lo cual me permitirá lograr los resultados estratégicos a mi cargo.

(Kaplan & Norton, 2016, pág. 217) El Dr. Robert Kaplan, reconocido Profesor en *Harvard University*, conjuntamente con su socio David Norton, “revolucionó al mundo del *management* con su modelo BSC al mostrar cómo es posible trasladar la visión a la acción, a través del Tablero de Comando organizando los temas estratégicos a partir de cuatro perspectivas”.

2.2.1.3.1. Perspectiva Financiera

Según (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218). Esta perspectiva “debe mostrar los resultados de las decisiones estratégicas tomadas en las otras perspectivas al

tiempo que establece varias de las metas a largo plazo y, por tanto, una gran parte de las reglas y premisas de procedimiento generales para las demás perspectivas”. Aquí encontramos una descripción de lo que los propietarios esperan con respecto al crecimiento y la rentabilidad: “también es una perspectiva apta para describir los riesgos financieros que son aceptables, como por ejemplo en flujo de caja negativa. Otros aspectos que puede incluir son las estrategias de costos e inversiones, la cantidad máxima permisible de cuentas por cobrar, etc. En otras palabras, en esta perspectiva se encuentran muchos de los instrumentos tradicionales del control de gestión en forma de indicadores e indicadores financieros. Kaplan y Norton se refieren a los tres temas estratégicos relacionados principalmente con la tasa de crecimiento y la relación entre productos y producción; reducción de costos y productividad aumentada; y las reglas básicas de utilización de la capacidad de producción y la estrategia de inversión”. Hemos visto que a veces es útil denominar a esta perspectiva como “la perspectiva financiera y del accionista, algo que tiene dos propósitos. Los propietarios pueden tener una perspectiva más concreta que las habituales de obtener máximos rendimientos, y en algunos casos, pueden tener demandas específicas relacionados con efectos ambientales o sociales. Al considerar una empresa dentro de un grupo corporativo, la empresa madre también puede incluir otras metas estratégicas dentro de su perspectiva financiera, como por ejemplo la expansión en un mercado concreto”. Quienes invierten su dinero esperan, en forma legítima un rendimiento adecuado.

Si esto no se complace, es probable que inviertan su dinero en una empresa diferente. (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218)

Vincula los objetivos de cada unidad del negocio con la estrategia de la empresa. “Sirve de enfoque para todos los objetivos e indicadores de todas las demás perspectivas. Las perspectivas financieras tienen como objetivo responder a las expectativas de los accionistas. Esta particularmente centrada en la creación de valor para el accionista con altos índices de rendimiento y garantía de crecimiento y mantenimiento del negocio”. (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218).

Según nos comenta el autor la perspectiva financiera es muy fundamental porque nos permite mostrar resultados de las decisiones para el logro de las metas de acuerdo al crecimiento financiero y también estar pendientes de los riesgos que no son aceptables.

Solicitará concretar “objetivos e indicadores que accedan a responder a las expectativas del accionista en cuanto a los parámetros financieros de crecimiento, utilidades, retorno de capital, uso de capital”. Algunos indicadores típicos de esta perspectiva son:

- Valor Económico agregado (EVA)
- Retorno sobre Capital Empleado (ROCE)
- Margen de Operación
- Ingresos
- Rotación de Activos
- Retorno de la Inversión (ROI)
- Relación Pasiva – Patrimonio
- Inversión como porcentaje de las ventas

Ejemplo:*Grafico 2: Cuadro de Perspectiva Financiera*

Fuente: (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218)

2.2.1.3.2. Perspectiva del Cliente

Según (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218). Esta perspectiva “describe como se crea valor para los clientes, como se satisface esta demanda y por qué el cliente acepta pagar por ello. Esto quiere decir, que los procesos internos y los esfuerzos de desarrollo de la empresa deben ir guiados en esta perspectiva. Se podría decir que esta parte del proceso es el centro del Cuadro de Mando. Si la organización no logra la entrega de productos y servicios adecuados satisfechos por costo-efectividad las necesidades de los clientes, tanto a corto como a largo plazo, no se generarán ingresos y el negocio se marchitará hasta morir”.

El buen servicio del cliente es muy importante y es la base para poder permanecer en un trabajo competitivo. “Es probable que la misión destaque sobre este particular. Los clientes esperan productos de óptima calidad, con un costo adecuado, que se entregue a tiempo y que su rendimiento sea el convenido”. (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218).

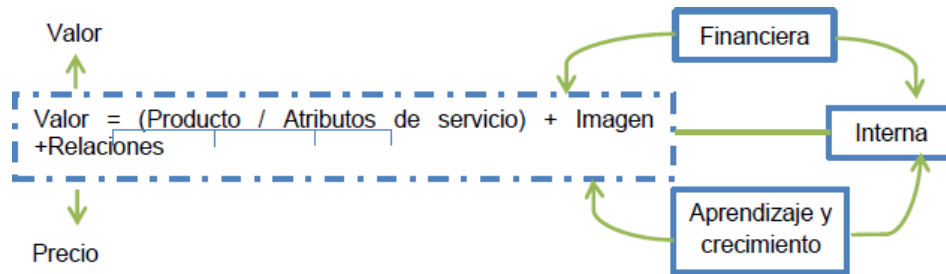
Gran parte del esfuerzo se dirige a determinar la forma de aumentar y asegurar la fidelidad de los clientes. “Para entender lo que se debe hacer, tenemos que llegar a conocer todos los aspectos del proceso de compra que siguen los clientes. Debemos desarrollar una idea exacta de lo que significa para ellos el producto o servicio”. (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218).

La información actual que se necesita es, preferentemente, la siguiente:

- Cuotas de mercado.
- Fidelidad de los clientes indicador, por ejemplo: por la frecuencia de sus compras.
- Entrada de nuevos clientes.
- Satisfacción de los clientes con el producto/servicio.
- Rentabilidad por cliente.

Identifica los segmentos de cliente y mercado donde se va a competir. “Mide las propuestas de valor que se orientan a los clientes y mercados. Evalúa las necesidades de los clientes, como su satisfacción, lealtad, adquisición y rentabilidad, con el fin de alinear los productos y servicios con sus preferencias. Traduce la estrategia y visión en objetivos sobre clientes y segmentos; y son estos los que definen los procesos de marketing, operaciones, logística, productos y servicios”. (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218)

Grafico 3: Cuadro de Perspectiva del Cliente



Fuente: (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218)

2.2.1.3.3. Perspectiva de Proceso

Según (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218). “¿Qué hacer dentro de las Microempresas para cumplir con las expectativas de los clientes? Los procesos de la Empresa deben estudiarse y evaluarse para conseguir la satisfacción de los consumidores. ¿Cuáles son los procesos que generan las formas adecuadas de valor para los clientes y lograr satisfacer también las expectativas de los accionistas? Las respuestas surgen de esta perspectiva”. “Primero se tiene que identificar los procesos de la Empresa en un nivel general. El modelo llamado cadena de valor de Porter es útil para este propósito. El modelo describe todos los procesos de una Empresa, desde el análisis de las necesidades del cliente hasta la entrega del producto o servicio. Los resultados obtenidos nos proporcionarían una base para elegir la forma de medir estos procesos”. (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218)

Esta perspectiva es principalmente un “análisis de los procesos internos de la Empresa. Este análisis incluye frecuentemente la identificación de recursos y capacidades que la propia Empresa necesita mejorar. Las conexiones entre los

procesos internos de una empresa y los de otras que colaboran son cada vez las estrechas”. ¿Qué tenemos que incluir en las perspectivas del cliente y del proceso interno? (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218). A continuación, presentamos dos opciones:

- Podemos considerar que las perspectivas del cliente se “centran completamente en la idea de que es un receptor de los bienes y servicios de la empresa, en cuyo caso debemos ampliar la perspectiva del proceso interno para aquellos socios con los que colaboramos: proveedores con los que mantenemos una larga relación y con los que incluso podemos compartir sistemas informatizados, socios que contratamos fuera, y otros”. (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218)
- Podemos considerar la perspectiva del cliente “desde un punto de vista externo y describir nuestras estrategias para todas estas relaciones externas, manteniendo un punto de vista puramente interior para la perspectiva del proceso interno”. (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218).

Según el autor es que el reconocimiento de los procesos y competencias son necesarias para generar un vínculo para optimizar la relación consumidor-entidad de trabajo y todo ello es posible ya que se espera como consecuencia la fidelización del cliente y el crecimiento de la empresa.

2.2.1.3.4. Perspectiva de Aprendizaje y Conocimiento

Según (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218) La perspectiva de formación o aprendizaje y conocimiento permite “que la empresa asegure su capacidad de renovación a largo plazo, un requisito previo para una existencia duradera. En esta perspectiva, la empresa debe considerar no solo lo que tiene que hacer para mantener y desarrollar el *knowhow* necesario para comprender y satisfacer las

necesidades de los clientes, sino también de qué modo puede apoyar la eficacia necesaria y productividad de los procesos que en estos momentos están creando valor para ellos”. Siendo así que el conocimiento es breve, la organización establece la forma de obtener conocimientos iguales de áreas que no son de competencias básicas.

Siendo el conocimiento más breve, la empresa también tendrá que determinar la forma de obtener ese conocimiento que igualmente necesitará áreas sobre las que ya ha decidido que no serán competencias básicas.

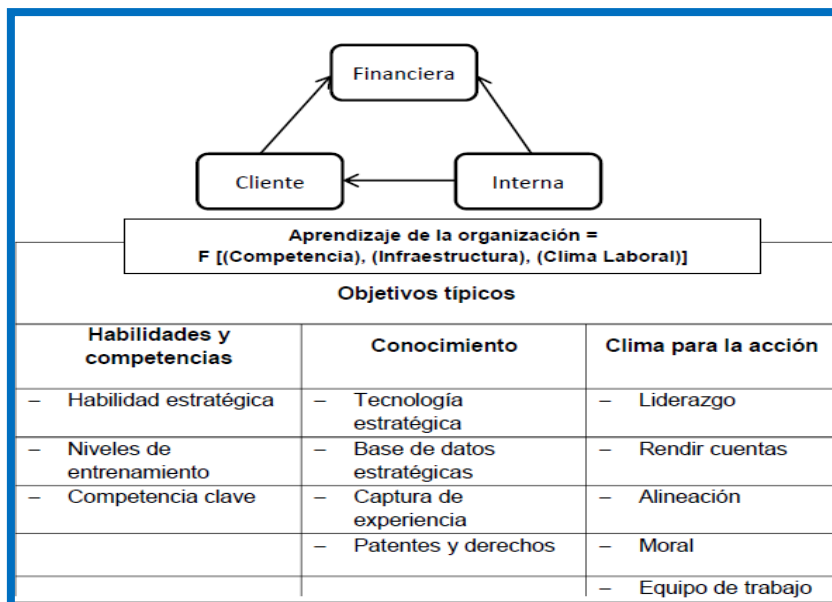
Este análisis se centra principalmente en “el tamaño del capital de los accionistas, que después de diversos ajustes se acepta en principio como el valor de la empresa. También está presente la relación entre el capital de los accionistas y el total del activo, relación que mide el apalancamiento financiero de la empresa. Si esta está muy apalancada, se considera que no tiene suficiente protección contra el riesgo de las fluctuaciones del mercado. Pero el apalancamiento tampoco debe ser muy bajo. Si la empresa se autofinancia bien, tendrá que obtener beneficios por encima de lo normal, requisito que puede evitar que se expanda tan rápidamente como su mercado”. En consecuencia, rara vez encontramos una empresa que se autofinancie completamente. (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218).

Según el autor detalla que las habilidades de rivalidad serán respaldadas perfeccionando una clara organización que cuente con un equipo adecuado de trabajo compenetrado con la empresa, No solo emocionalmente capacitado y ducho, físicamente respaldado con una infraestructura adecuada, que cuente con tecnología práctica, documentos en regla; respaldando el posicionamiento de mercado.

Activo	Pasivo
Ventas	Competencias Usadas
Servicios	Temporalmente
Producción	Competencias en red
Desarrollo del Producto	Socios
Administración	Competencias

Además de desarrollar estrategias de competencias como ya hemos visto, también debemos de escribir la infraestructura interna para “la transmisión de información y el proceso de toma de decisiones en términos generales o, dicho de otro modo, la estructura y las condiciones existentes para desarrollar la organización del aprendizaje indispensable para la férrea defensa de la posición en el mercado. Se trata de una estructura que lleva a desarrollar y mantener un alto grado de motivación y un enfoque apropiado en la misión común”. (Kaplan & Norton, 2016)

Grafico 4: Perspectiva de aprendizaje y Conocimiento



Fuente: (Kaplan & Norton, 2016, pág. 218)

2.2.2. Rentabilidad

2.2.2.1. Definición

Es un elemento que se emplea a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, “aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori”. (Sanchez, 2002, pág. 2).

Por otra parte para (Álvarez & Castello Taliani, 2015, pág. 10). La

rentabilidad es un concepto amplio que “admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diferentes perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término en relación con las microempresas; se puede hablar así de rentabilidad desde el punto de vista económico o financiero, o también se puede hablar de rentabilidad social, incluyendo en este caso aspectos muy variados como pueden ser los aspectos culturales, medioambientales, etc., que vienen a configurar los efectos positivos o negativos que una empresa puede originar en su entorno social o natural”.

2.2.2.2. Dimensiones de la rentabilidad

2.2.2.2.1. Rentabilidad Económica

La inversión “es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre microempresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad”. (Sanchez, 2002, pág. 5)

La rentabilidad económica se “erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos”. Además,

el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación. (Sanchez, 2002, pág. 5).

Cálculo de la rentabilidad económica: A la hora de definir un indicador de rentabilidad económica “nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre sí. Sin embargo, sin entrar en demasiados detalles analíticos, de forma genérica suele considerarse como concepto de resultado el Resultado antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el Activo total a su estado medio”. (Sanchez, 2002, pág. 5).

2.2.2.2. Rentabilidad Financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona *return on equity* (ROE), “es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios”. Primero, porque ese bajo nivel de rentabilidad financiera es indicativo de los fondos generados internamente por la empresa; y segundo, porque puede restringir la financiación externa (Sanchez, 2002, pág. 10)

2.2.2.2.3. Rentabilidad autogenerada

La rentabilidad autogenerada trata de mostrar la “capacidad de generación de recursos financieros internos por parte de la empresa. Como fruto de las actividades del período la empresa habrá obtenido, por una parte, un resultado, y por otra, habrá podido dotar unas amortizaciones en relación con el inmovilizado material y/o inmaterial. Tanto una como otra, estas magnitudes representan unos flujos financieros de los que la empresa podrá en buena medida disponer libremente, al menos en el corto plazo”. Según (Álvarez & Castello Taliani, 2015, pág. 21)

En lo que se refiere al resultado, “cabe señalar la conveniencia de la utilización del resultado bruto, esto es, el resultado antes de impuestos, en lugar del resultado neto, puesto que la primera magnitud es más representativa de los recursos que ha generado la empresa, independientemente de su casuística o circunstancias fiscales en el periodo en cuestión, que pueden distorsionar, o alterar al menos, la cifra anteriormente generada como resultado bruto del periodo”. Según (Álvarez & Castello Taliani, 2015, pág. 22)

Por otra parte, las “amortizaciones suponen la retención de unos beneficios contabilizados como gasto, que además de recoger la depreciación de los activos fijos, vienen a suponer unos fondos que necesitará la empresa para reponer los inmovilizados que está utilizando, lo cual supone igualmente una cifra de recursos de la que podrá disponer hasta que supuestamente se lleve a cabo la reposición de los citados bienes”. La integración de ambas magnitudes supone, por tanto, la captación bruta de recursos financieros por parte de la empresa, lo cual si se relativiza o se relaciona con la cifra del output, esto es, el volumen total

de ingresos, vendrá a suponer una proporción o porcentaje de tales ingresos, que reflejará la capacidad de autogeneración de recursos por parte de la empresa, lo cual viene a suponer una perspectiva algo distinta de la rentabilidad, más que propiamente económica, realmente económico- financiera, esto es, una magnitud que podría calificarse como híbrida o mezcla de las dos rentabilidades analizadas en los anteriores apartados, esto es, la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera. (Álvarez & Castello Taliani, 2015, pág. 23)

2.3. Marco conceptual (de las variable y dimensiones)

Balanced Scorecard

Es una “herramienta de gestión para las microempresas, que contiene información actualizada para la toma de decisiones adecuada, permitiendo conocer el cumplimiento de los objetivos, que son determinados con anticipación mediante los indicadores de control y otros datos”.

Perspectiva Financiera

Esta perspectiva debe mostrar “los resultados de las decisiones estratégicas tomadas en las otras perspectivas al tiempo que establece varias de las metas a largo plazo y, por tanto, una gran parte de las reglas y premisas de procedimiento generales para las demás perspectivas”.

Perspectiva de Cliente

Esta perspectiva “describe como se crea valora para los clientes, como se satisface esta demanda y por qué el cliente acepta pagar por ello. Esto quiere

decir, que los procesos internos y los esfuerzos de desarrollo de la empresa deben ir guiados en esta perspectiva”.

Perspectiva de Proceso

Los procesos de la Empresa deben “estudiarse y evaluarse para conseguir la satisfacción de los consumidores”.

Perspectiva de Aprendizaje y Conocimiento

La perspectiva de formación o aprendizaje y crecimiento permite “que la empresa asegure su capacidad de renovación a largo plazo, un requisito previo para una existencia duradera”.

Rentabilidad

(Álvarez & Castello Taliani, 2015, pág. 10): La rentabilidad es un concepto amplio que “admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diferentes perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término en relación con las microempresas; se puede hablar así de rentabilidad desde el punto de vista económico o financiero, o también se puede hablar de rentabilidad social, incluyendo en este caso aspectos muy variados como pueden ser los aspectos culturales, medioambientales, etc., que vienen a configurar los efectos positivos o negativos que una empresa puede originar en su entorno social o natural”.

Rentabilidad Económica

Es una “medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos”. (Sánchez, 2002, pág. 5).

Rentabilidad Financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la “literatura anglosajona *return on equity* (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado” (Sánchez, 2002, pág. 10).

Rentabilidad Social

La rentabilidad social o autogenerada trata de mostrar la “capacidad de generación de recursos financieros internos por parte de la empresa. Como fruto de las actividades del período la empresa habrá obtenido, por una parte, un resultado, y por otra, habrá podido dotar unas amortizaciones en relación con el inmovilizado material y/o inmaterial”. (Álvarez & Castello Taliani, 2015, pág. 21)

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis general

Existe relación directa entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo año 2018.

3.2. Hipótesis (s) Específica (s)

- a. Existe relación directa entre la perspectiva financiera y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.
- b. Existe relación directa entre la perspectiva del cliente y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.
- c. Existe relación directa entre la perspectiva de procesos y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.
- d. Existe relación directa entre la perspectiva de aprendizaje y conocimiento y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

3.3. Variables (definición conceptual y operacionalización)

3.3.1. Definición conceptual:

Balanced Scorecard

Es una herramienta de gestión para las microempresas.

Rentabilidad

Es una noción que se aplica a toda acción económica.

3.3.2. Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
V1: Balanced Scorecard	Según (Kaplan & Norton, 2016, p. 205): “Es una herramienta de gestión para las microempresas, que contiene información actualizada para la toma de decisiones adecuada, permitiendo conocer el cumplimiento de los objetivos, que son determinados con anticipación mediante los indicadores de control y otros datos; El <i>Balanced Scorecard</i> es un instrumento que comunica las estrategias y alinea a los colaboradores a realización de esta”.	D1 Perspectiva Financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de Rentabilidad • Toma de decisiones • Comunicación de estrategias • Logro de objetivos • Prevención de riesgos 	Ordinal
		D2 Perspectiva de cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Perspectiva del cliente • Demanda de los clientes 	
		D3 Perspectiva de Proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de expectativas • Evaluación de procesos • Evaluación de mecanismos 	
		D4 Perspectiva de Aprendizaje y Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de conocimientos • Implementación de objetivos 	

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
V2: Rentabilidad	(Sánchez, 2002, pág. 2). “Es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori”.	D1 Rentabilidad Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Utilidad • Medición de activos • Capacidad para generar rentabilidad • Generar rentabilidad 	Ordinal
		D2 Rentabilidad Financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento • Utilidad • Importancia • Restringir financiación 	
		D3 Rentabilidad Autogenerada	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento • Recursos propios • Flujos Financieros 	

CAPITULO IV METODOLOGÍA

4.1 Método de investigación

(Ñaupas, Palacios y Romero, 2016, pág. 131), definen el método científico como: “el camino general, de carácter cognitivo, que debe recorrer el investigador desde el punto de partida hasta alcanzar la meta o fin y por tanto orienta el proceso global de la investigación científica, desde el descubrimiento del problema científico hasta la presentación del informe científico”.

Por su parte, (Carlessi, 2009, pág. 23), en relación al método científico sostiene que: “es el camino a seguir mediante una serie de operaciones y reglas prefijadas que nos permiten alcanzar un resultado o un objetivo. En otras palabras, es el camino para llegar a un a fin o una meta”.

Según (Bravo, 1996, pág. 29), refiere en relación al método científico: “es una forma de realizar una actividad; el camino o proceso que la actividad en cuestión ha de seguir para alcanzar su objetivo”.

Tomando en cuenta lo mencionado por los autores citados, el método general utilizada en la presente investigación es el científico, mientras que como método específico se hace uso del método inferencial, que de acuerdo a Ñaupas, es el máximo exponente lógico en la inducción y deducción de datos.

4.2. Tipo de la Investigación

(Ñaupas, Palacios y Romero, 2016, pág. 133), en relación a la investigación científica, sostienen que: “la mayoría de los estudiosos en investigación científica distinguen dos tipos: La investigación básica, pura o fundamental; y, la investigación aplicada o tecnológica”

En tal sentido, el presente trabajo de investigación es de tipo básica porque servirá de cimiento a la investigación aplicada o tecnológica para resolver

problemas sociales

4.3. Nivel de Investigación

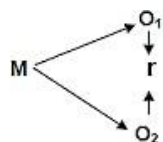
El nivel de investigación es básica a la descriptiva, ya que según (Ñaupas, Palacios y Romero, 2016, pág. 134) “es una investigación que tiene como objetivo principal el recopilar datos correlacionales e informaciones sobre las características, aspectos o dimensiones para probar hipótesis o responder a preguntas concernientes a la situación corriente de los sujetos en estudio”.

4.4. Diseño de Investigación

De acuerdo a Sánchez – Reyes, citados por (Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero, 2018, pág. 349), mencionan en relación al diseño de investigación: “[...] es una estructura u organización esquematizada, que adopta el investigador, para relacionar y controlar las variables de estudio. El objetivo de cualquier diseño es imponer restricciones controladas a la observación de los fenómenos”.

Tomando en cuenta lo mencionado por los autores citados, el presente trabajo de tesis corresponde al diseño de investigación no experimental de tipo correlacional, que según (Carlessi, 2009, pág. 105): “orienta a la determinación del grado de relación existente entre dos o más variables de interés en una misma muestra de sujetos o el grado de relación existente entre dos fenómenos o eventos observados”.

El esquema del presente diseño será el siguiente, según (Carlessi, 2009, pág. 105):



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la V.1.

O₂ = Observación de la V.2.

r = Correlación entre dichas variables.

4.5. Población y Muestra

4.5.1. Población

La población para (Carrasco Diaz, 2016, pág. 236). Es el “conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación”. Para la aplicación del instrumento de investigación, nuestras unidades de observación serán las microempresas comercializadoras de concreto del Distrito de Huancayo.

La población estará constituida en base a 5 Microempresas Comercializadoras de Concreto del Distrito de Huancayo, Provincia de Huancayo, Departamento de Junín, las cuales son las siguientes

Tabla 1
Relación de la población de estudio

1	Govil S.A.C
2	Concreto Premezclado PROCIL
3	UNICON S.A.
4	Oslo S.A
5	Concreto Pre Mezclado PISAC S.

Fuente: Elaboración propia

4.5.2. Muestra

Tipo no probabilística, muestreo por conveniencia o juicio del investigador, por lo tanto, nuestra muestra será el total de la población, es decir los 3 directivos de Alta Gerencia de las 5 empresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.6.1. Técnicas de recolección de datos

La investigación utiliza como técnica de recolección de datos son “los medios por los cuales el investigador procede a recoger información requerida de una realidad o fenómeno en función a los objetivos del estudio. Las técnicas varían y se seleccionan considerando el método de investigación que se emplee” (Carlessi, 2009, pág. 149).

El instrumento que utiliza la investigación es la encuesta, según (Carrasco Diaz, 2016, pág. 314), que refiere es una “técnica de investigación social para la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio investigado”.

4.6.2. Instrumentos de Recolección de Datos

Se utilizó como instrumento, dos cuestionarios el primero para medir la variable Balances Scorecard el cual estuvo compuesto por 12 preguntas, medidos con la escala ordinal de tipo *Likerth*; el segundo cuestionario se desarrolló para la medición de la variable rentabilidad, el cual estuvo conformado por 11 preguntas, medidos en la escala ordinal de tipo *Likerth*.

Asimismo, el cuestionario se le dio validez y confiabilidad.

4.6.3. Validez y Confiabilidad.

4.6.3.1. Validación

La validez de instrumentos se dio por la evaluación de analizar la validez de contenido, por lo cual se entregó a tres expertos un formato de validación, en el cual se requirió la opinión de docentes de la Universidad Peruana los Andes.

4.6.3.2. Confiabilidad

La confiabilidad se realizó, a través del estadístico Alfa de Cronbach para cada variable de estudio. A continuación, presentamos los valores obtenidos en las tablas siguientes:

Tabla 2

Estadístico de fiabilidad Balances Scorecard

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,966	<u>12</u>

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Tabla 3

Estadístico de fiabilidad rentabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,958	<u>11</u>

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Tabla 4
Escala de Vellis

Por debajo de .60	Es inaceptable
De .60 a .65	Es indeseable
Entre .65 y .70	Es mínimamente aceptable
De .70 a .80	Es respetable
De .80 a .90	Es muy buena

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo al programa SPSS versión 25, se calculó el nivel de confiabilidad de nuestro Primer instrumento Balances Scorecard, compuesto por 12 preguntas cuyo *Alfa de Cronbach* de 0,966 y de acuerdo a la escala de Vellis, es muy buena; asimismo para el segundo instrumento rentabilidad se obtuvo un *Alfa de Cronbach* de 0,958 de los 11 elementos, el cual según la escala de Vellis, es muy buena.

4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se utilizaron:

En la estadística descriptiva

Se empleó la distribución de frecuencias, explicadas en tablas y gráficos, con sus respectivas interpretaciones.

En la estadística inferencial

Para establecer normalidad de las variables de grupos se utilizó la prueba de Shapiro

– Wilk. Para la correlación y prueba de hipótesis el estadístico *r de Pearson*.

4.8. Aspectos éticos de la investigación

Nos sometemos a los principios de ética en el inicio y conclusión, de la investigación, en cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la facultad de

Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes.

Por lo tanto, nos sometemos a las pruebas respectivas de validación del contenido del presente proyecto.

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1.Descripción de los resultados Prueba de normalidad

5.1.1 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se utilizaron:

En la estadística descriptiva

Se empleó la distribución de frecuencias, en tablas y gráficos, con sus respectivas interpretaciones.

En la estadística inferencial

Para establecer normalidad de las variables de grupos se utilizó la prueba de Shapiro – Wilk.

Para la correlación y prueba de hipótesis el estadístico r de Pearson.

5.1.2 Prueba de normalidad

Si $N < 50$ entonces usamos Shapiro-Wilk

HO: La distribución es normal

H1: La distribución no es normal

Tabla 1
Prueba de Normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Balanced Scorecard	,325	15	,000	,714	15	,000
Rentabilidad	,298	15	,001	,749	15	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Con una muestra de quince encuestados en la correlación de las dos variables, acorde con la Prueba de Shapiro – Wilk, nos muestra un nivel de significancia menor a 0.05, Sig E 0,000 > 0.05 Sig T, es decir rechazamos la H₀ (hipótesis nula)

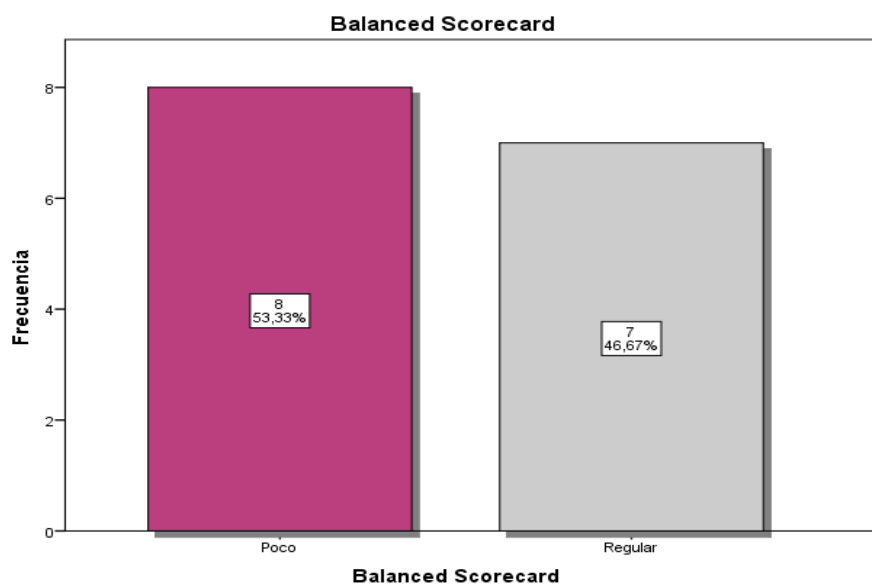
, luego aceptamos la H_1 (hipótesis alterna), por lo tanto, las distribuciones de los datos de la muestra son normales, y aplicaremos la prueba de hipótesis el estadístico Rho de Spearman.

Tabla 2
Distribución de frecuencias de la V1 Balanced Scorecard de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo

Balanced Scorecard					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	8	53,3	53,3	53,3
	Regular	7	46,7	46,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Grafico 5
Distribución de frecuencias de la V1 Balanced Scorecard de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo



Fuente: Tabla 12

Interpretación: De acuerdo a los 15 encuestados, el 53,3% (08) manifestaron conocer poco; el 46,7% (07) manifestaron conocer regular. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los encuestados cuentan con poco conocimiento sobre la rentabilidad, por lo

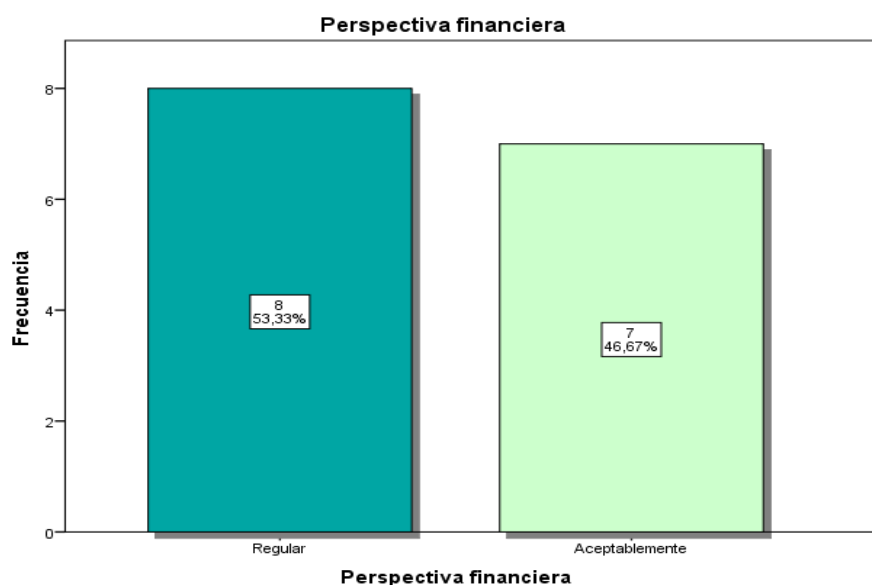
que podemos deducir que las empresas fabricantes de concreto no están aplicando *el Balanced Scorecard* como herramienta de gestión para el logro de su objetivo; asimismo se observa su poca preparación en el análisis de los estados financieros y su importancia para la toma de decisiones.

Tabla 3
Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva financiera de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

		Perspectiva financiera			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	8	53,3	53,3	53,3
	Aceptablemente	7	46,7	46,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Grafico 6
Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva financiera de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.



Fuente: Tabla 13

Interpretación: De acuerdo a los 15 encuestados, el 53,3%(08) manifestaron conocer regular; el 46,7%(07) manifestaron conocer aceptablemente. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que existe un conocimiento regular en referencia a la dimensión

perspectiva financiera, algo contradictorio, a las respuestas sobre la variable V1, de todos modos, podemos inferir que los encuestados empíricamente conocen las perspectivas financieras de la empresa, puesto que utilizan un archivo de Excel, donde realizan sus análisis financieros.

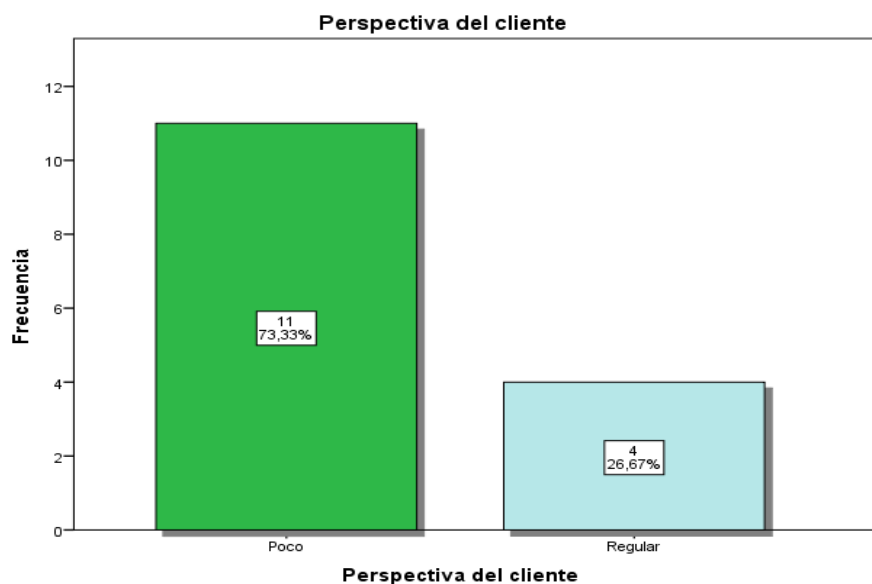
Tabla 4
Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva de cliente de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

		Perspectiva del cliente			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	11	73,3	73,3	73,3
	Regular	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Grafico7

Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva de cliente de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.



Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: De acuerdo a los 15 encuestados, el 73,3%(11) manifestaron conocer poco; el 26,7%(04) manifestaron conocer regular. De esta manera, podemos concluir que los encuestados no tienen conocimiento en referencia a las perspectivas del cliente, es decir

están laborando, en función de los resultados obtenidos con anterioridad, sin considerar que en la actualidad la competencia y los cambios tecnológicos, hacen que existan nuevos productos, el cual podría devenir en la baja de sus ventas y por lo tanto de su rentabilidad. No olvidemos que el cliente es la razón de existir de las empresas, también es necesario que las empresas, puedan invertir en investigación que monitoree los requerimientos de los clientes.

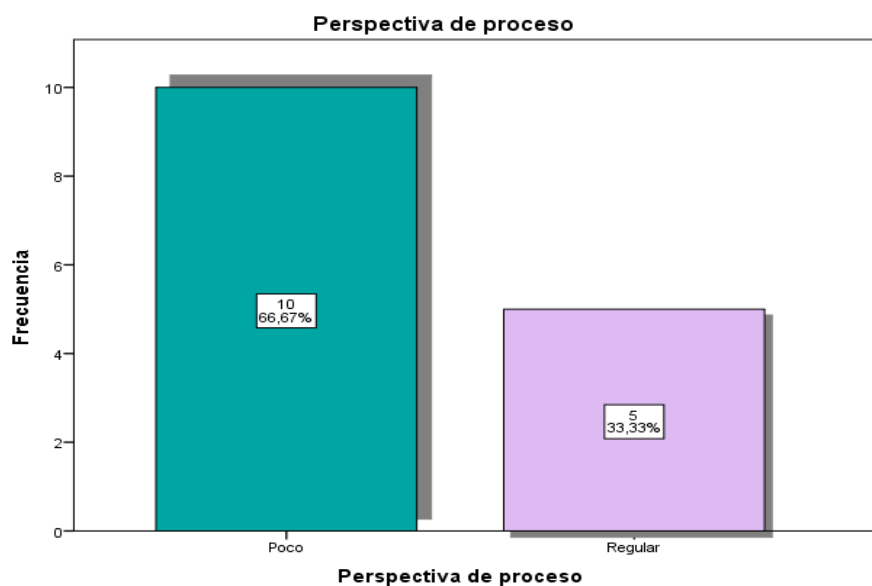
Tabla 5
Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva de procesos de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

Perspectiva de proceso					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	10	66,7	66,7	66,7
	Regular	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Grafico8

Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva de cliente de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.



Fuente: Tabla 09

Interpretación: De acuerdo a los 15 encuestados, el 66,7%(10) manifestaron conocer poco; el 33,3%(05) manifestaron conocer regular. Por lo tanto, podemos concluir que los encuestados, cuentan con poco conocimiento en referencia a las perspectivas de procesos, no olvidemos que esta dimensión, es un factor determinante en la eficacia al momento de calcular los costos. Si bien cuentan con un sistema costos, pero no mencionaron cual era.

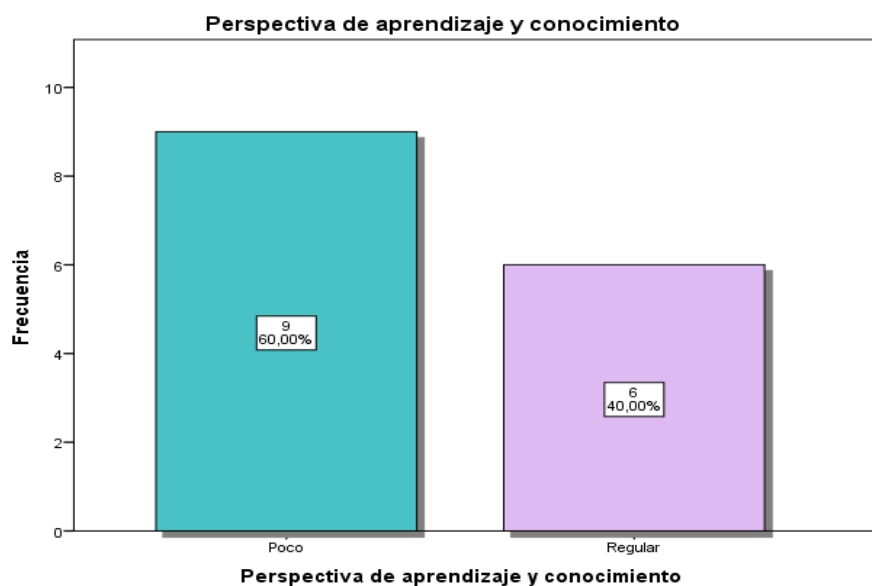
Tabla 6
Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva de aprendizaje y conocimiento de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

Perspectiva de aprendizaje y conocimiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	9	60,0	60,0	60,0
	Regular	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Grafico9

Distribución de frecuencias de la dimensión perspectiva de aprendizaje y conocimiento de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.



Fuente: Tabla N° 10

Interpretación: De acuerdo a los 15 encuestados, el 60,00%(09) manifestó conocer poco;

el 40,00%(06) manifestaron regular. Por lo tanto, podemos concluir que los encuestados, tienen un poco conocimiento en referencia a las perspectivas de aprendizaje y conocimiento de las empresas constructoras del distrito de Huancayo.

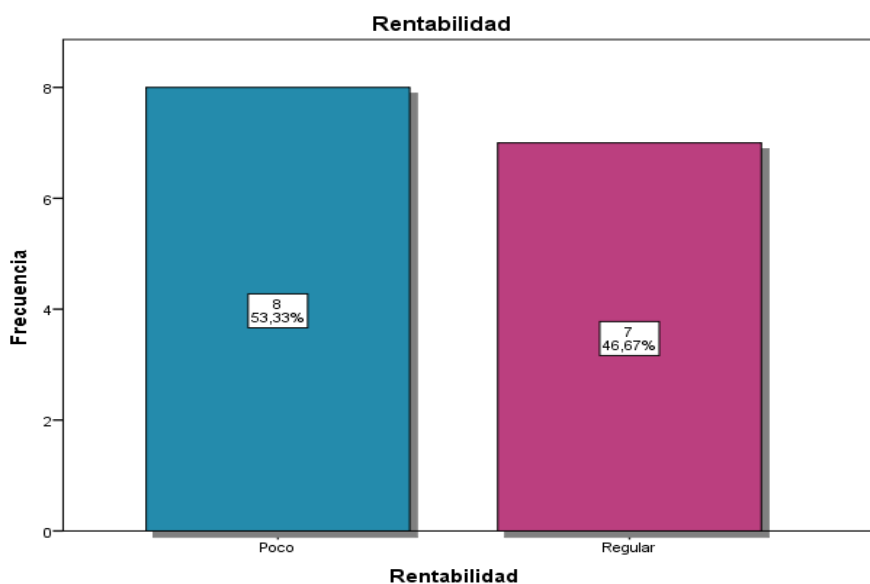
Tabla 7
Distribución de frecuencias de la V2 rentabilidad de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

		Rentabilidad		
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Poco	8	53,3	53,3
	Regular	7	46,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Grafico10

Distribución de frecuencias de la V2 rentabilidad de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo..



Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: De acuerdo a los 15 encuestados, el 53,3%(08) manifestó conocer poco; el 46,7%(07) manifestaron conocer regular, es decir se pudo percibir que, si existe un conocimiento sobre la rentabilidad, pero, asimismo, se pudo apreciar que no es un conocimiento adecuado para gerencia una empresa de este nivel como son nuestros sujetos

de estudio. Por lo tanto, recomendamos realiza capacitación a la gerencia, asimismo, al momento de contrata personal para esta área verificar el perfil y la experiencia del profesional.

Tabla 8

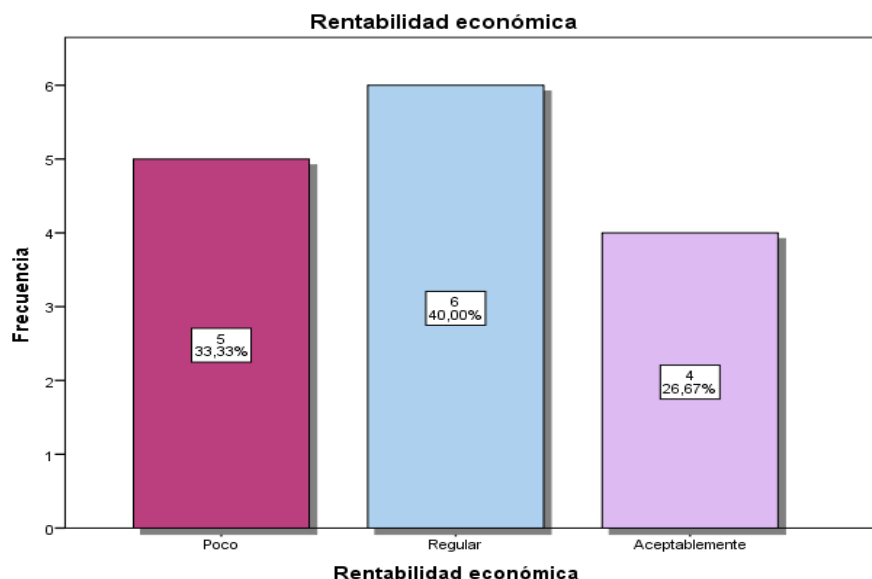
Distribución de frecuencias de la dimensión rentabilidad económica de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

		Rentabilidad económica			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	5	33,3	33,3	33,3
	Regular	6	40,0	40,0	73,3
	Aceptablement e	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Grafico11

Distribución de frecuencias de la V2 rentabilidad de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo..



Fuente: tabla 12

Interpretación: De acuerdo a los 15 encuestados, el 33,3%(05) manifestó conocer poco; el 40,0%(06) manifestaron conocer regular, el 26,7%(04) manifestaron conocer aceptablemente, en referencia a la dimensión rentabilidad económica, es así que podemos concluir que los encuestados tienen un poco conocimiento en referencia a dicha dimensión.

Tabla 9

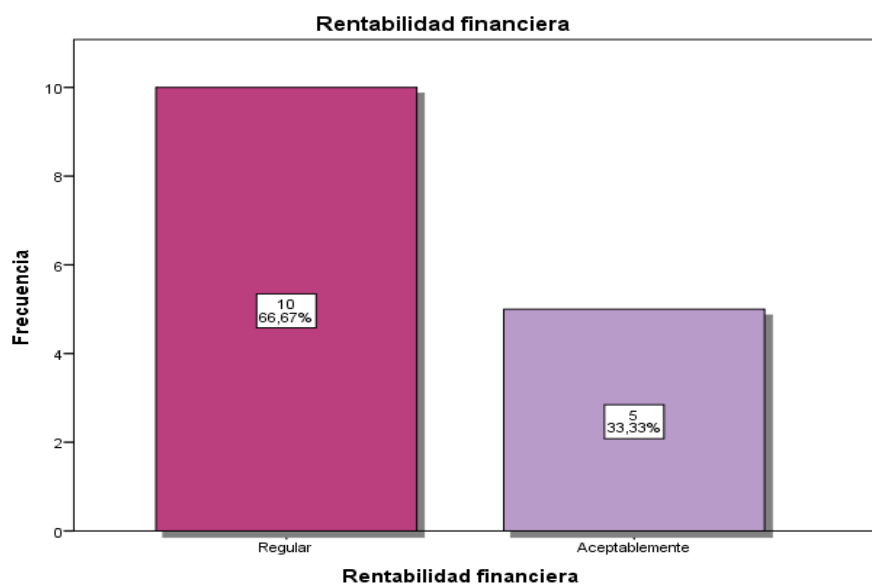
Distribución de frecuencias de la dimensión rentabilidad financiera de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

		Rentabilidad financiera			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	10	66,7	66,7	66,7
	Aceptablemente	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Grafico12

Distribución de frecuencias de la dimensión rentabilidad financiera de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.



Fuente: Tabla N° 13

Interpretación: De acuerdo a los 15 encuestados, el 66,7% (10) manifestó conocer regular; el 33,3% (05) manifestaron conocer aceptablemente, con respecto a la dimensión rentabilidad financiera. Es así que podemos inferir que existe un conocimiento regular de los administradores de las empresas de concreto, sobre la rentabilidad financiera de sus beneficios que traen su cálculo y aplicación a la empresa.

Tabla 10

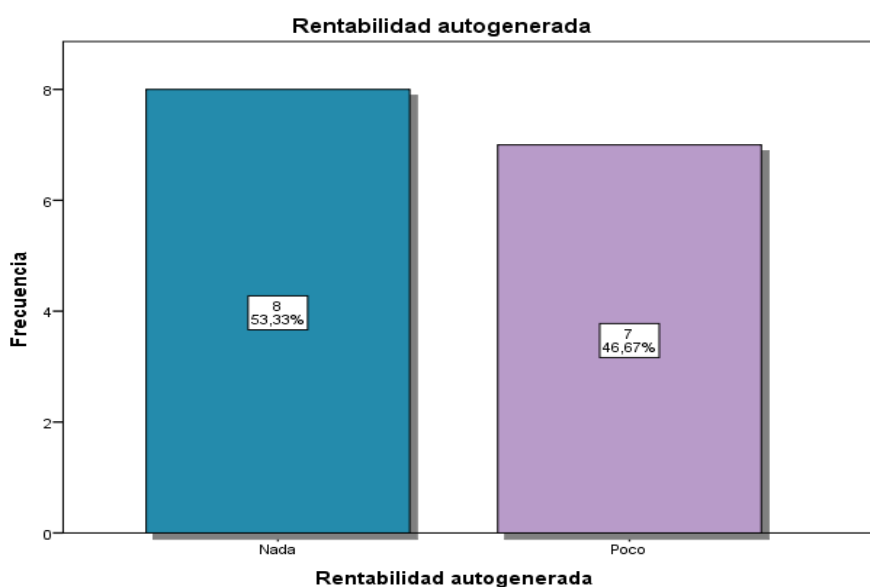
Distribución de frecuencias de la dimensión rentabilidad autogenerada de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

Rentabilidad autogenerada					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	8	53,3	53,3	53,3
	Poco	7	46,7	46,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Grafico13

Distribución de frecuencias de la dimensión rentabilidad autogenerada de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.



Fuente: Tabla N° 14

Interpretación: De acuerdo a los 15 encuestados, el 53,3%(08) manifestó conocer nada; el 46,7%(07) manifestaron conocer poco, con respecto a la dimensión rentabilidad autogenerada, lo que nos hace concluir que los administrativos encuestados no tienen conocimiento en lo que se refiere a la rentabilidad autogenerada, es decir la rentabilidad que genera las utilidades de la empresa al ser reinvertidas o capitalizarlas.

5.2. Contrastación de las hipótesis

Tabla 11
Escala de correlación

-1	Correlación negativa grande y perfecta
(-0,9 a -0,99)	Correlación negativa muy alta
(-0,7 a -0,89)	Correlación negativa alta

(-0,4 a -0,69)	Correlación negativa moderada
(-0,2 a -0,39)	Correlación negativa baja
(-0,01 a -0,19)	Correlación negativa muy baja
0	Nula
(0,0 a 0,19)	Correlación positiva muy baja
(0,2 a 0,39)	Correlación positiva baja
(0,4 a 0,69)	Correlación positiva moderada
(0,7 a 0,89)	Correlación positiva alta
(0,9 a 0,99)	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Escala de Correlación (Martínez, 2002).

5.2.1. Hipótesis general

H_G: Existe relación directa entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo año 2018.

H₀: No Existe relación directa entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo año 2018.

H₀: $\rho=0$

H₁: Existe relación directa entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo año 2018.

H₀: $\rho \neq 0$

Nivel de

significación 0.05

Tabla 12

Balanced Scorecard y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo

		Correlaciones	
		Balanced Scorecard	Rentabilidad
Rho de Spearman	Balanced Scorecard	1,000	,935**
		.	,000
		15	15

Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,935**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	15	15

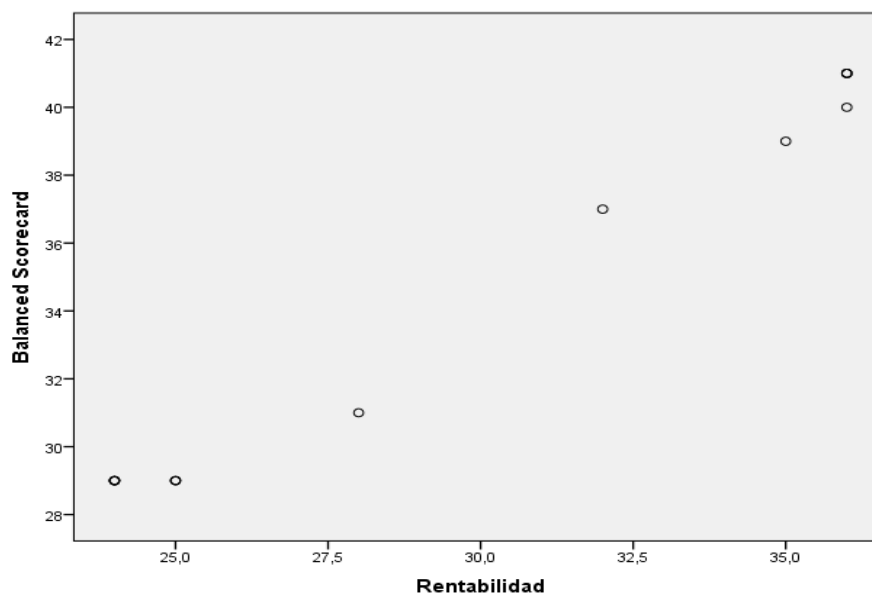
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $\rho = 0.000 < 0,05$ rechazar H_0 y se acepta la H_1 : Existe relación directa entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las microempresas comercializadoras de Concreto del Distrito de Huancayo año 2018. Consecuentemente se observa una correlación positiva alta con un “ r ” = 0,935, lo cual nos permite aseverar que, si elaboramos el *Balanced Scorecard*, mejoran la rentabilidad de las microempresas comercializadoras de Concreto del Distrito de Huancayo.

Grafico 14

Balanced Scorecard y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.



Fuente: Elaboración propia SPSS25

5.2.2. Hipótesis Específicas Hipótesis Especifica 1

Existe relación directa entre la perspectiva financiera y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo año 2018.

H₀: No Existe relación directa entre la perspectiva financiera y la rentabilidad en las

microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

H₀: $\rho=0$

H₁: Existe relación directa entre la perspectiva financiera y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

H₀: $\rho\neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 13

Perspectiva financiera y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

		Correlaciones		
			Perspectiva financiera	Rentabilidad
Rho de Spearman	Perspectiva financiera	Coefficiente de correlación	1,000	,916**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,916**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		15	15	

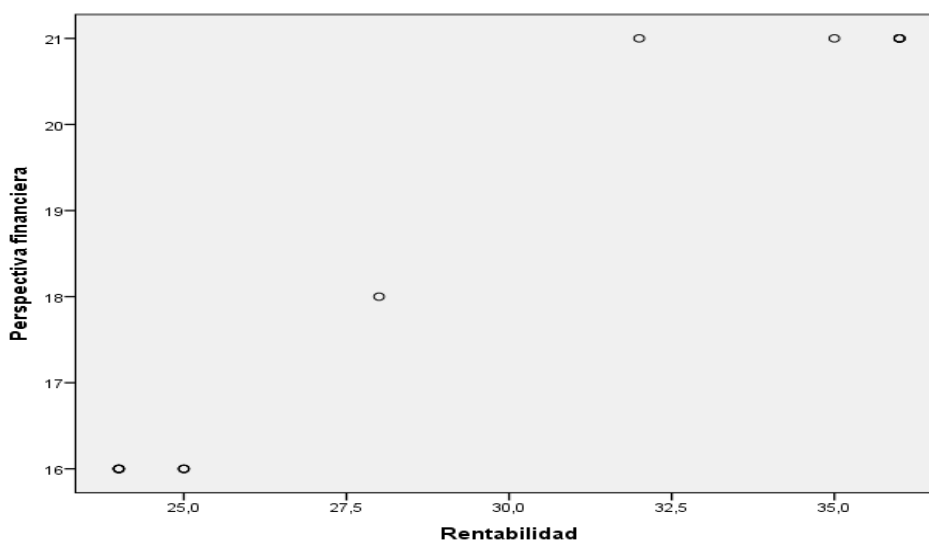
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $\rho = 0.000 < 0,05$ rechazar H_0 ; y aceptar H_{E1} : Existe relación directa entre la perspectiva financiera y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo año 2018. En ese sentido, se puede observar una correlación alta con un “r” = 0,916, por lo tanto, podemos concluir que mayor perspectiva financiera por parte de la gerencia de las empresas constructoras, mayor será la rentabilidad.

Grafico 15

Perspectiva financiera y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.



Fuente: Elaboración propia SPSS25

Hipótesis Especifica 2

Existe relación directa entre la perspectiva del cliente y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

Ho: No Existe relación directa entre la perspectiva del cliente y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

Ho: $\rho=0$

H1: Existe relación directa entre la perspectiva del cliente y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

Ho: $\rho \neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 14

Perspectiva del cliente y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

Correlaciones			Perspectiva del cliente	Rentabilidad
Rho de Spearman	Perspectiva del cliente	Coefficiente de correlación	1,000	,903**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15

Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,903**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	15	15

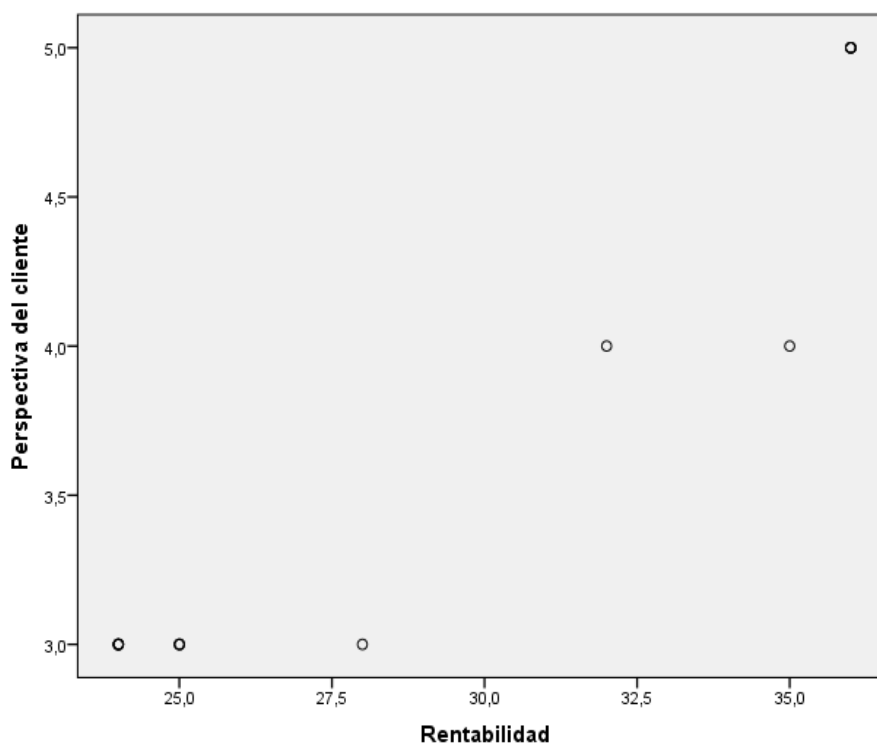
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $\rho = 0.000 < 0,05$ rechazar H_0 ; y aceptar HE_2 : Existe relación directa entre la perspectiva del cliente y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo año 2018. En ese sentido, se puede observar una correlación alta con un “r” = 0,903 por lo tanto, podemos concluir que, a mayor análisis de la perspectiva del cliente, mayor rentabilidad se obtendrá en las microempresas comercializadoras de concreto.

Grafico 16

Perspectiva del cliente y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo



Fuente: Elaboración propia SPSS25

Hipótesis Específica 3

Existe relación directa entre la perspectiva de procesos y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo año 2018.

H₀: No Existe relación directa entre la perspectiva de procesos y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

H₀: $\rho=0$

H₁: Existe relación directa entre la perspectiva de procesos y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

H₀: $\rho \neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 15

Perspectiva de proceso y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

		Correlaciones		
			Perspectiva de proceso	Rentabilidad
Rho de Spearman	Perspectiva de proceso	Coefficiente de correlación	1,000	,894**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,894**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		15	15	

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

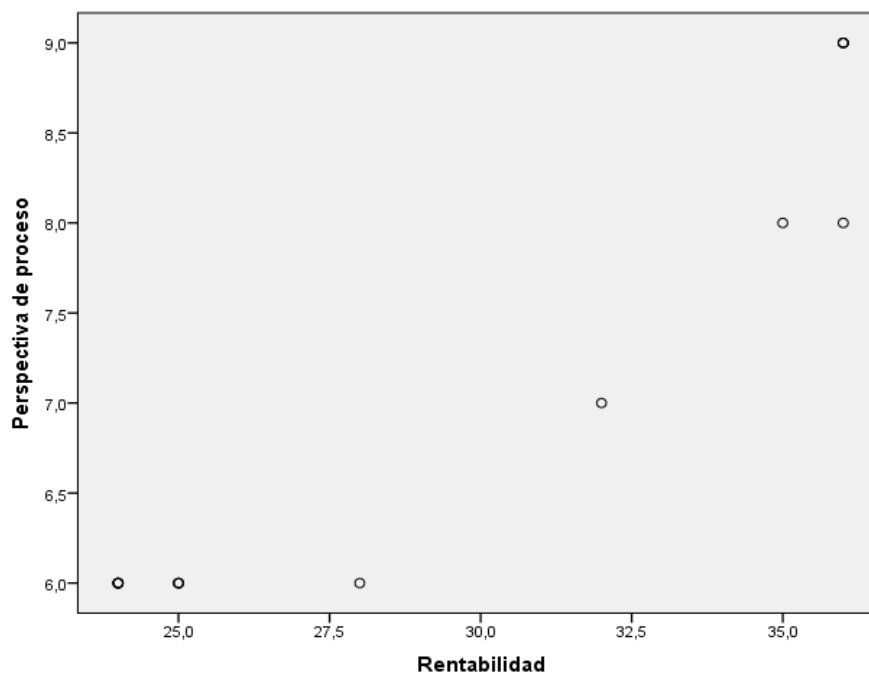
Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $\rho = 0.000 < 0,05$ rechazar H_0 ; y aceptar H_{E2} : Existe relación directa entre la perspectiva de procesos y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo año 2018. En ese sentido, se puede observar una correlación alta con un “r” = 0,894 por lo tanto, podemos concluir que, a mayor perspectiva de procesos, mayor será la rentabilidad de las microempresas

comercializadoras de concreto.

Grafico17

Perspectiva de proceso y Rentabilidad de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.



Fuente: Elaboración propia SPSS25

Hipótesis Especifica 4

Existe relación directa entre la perspectiva de aprendizaje y conocimiento y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo año 2018.

H₀: No Existe relación directa entre la perspectiva de aprendizaje y conocimiento y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

H₀: $\rho=0$

H₁: Existe relación directa entre la perspectiva de aprendizaje y conocimiento y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

H₀: $\rho \neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 16
Perspectiva de aprendizaje y conocimiento y la Rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo.

Correlaciones			Perspectiva de aprendizaje y conocimient o	Rentabilida d
Rho de Spearman	Perspectiva de aprendizaje y conocimiento	Coeficiente de correlación	1,000	,894**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,894**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		15	15	

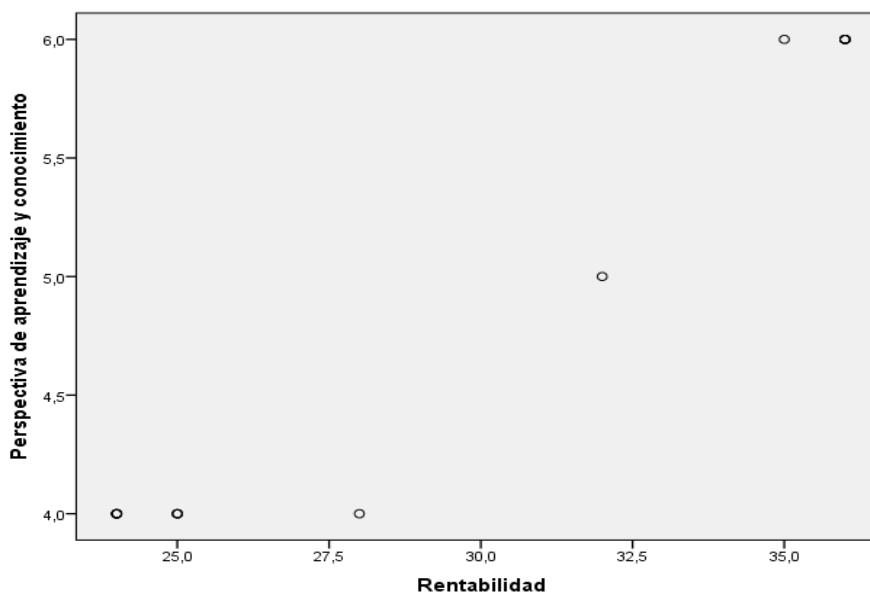
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $\rho = 0.000 < 0,05$ rechazar H_0 ; y aceptar HE_2 : Existe relación directa entre la perspectiva de aprendizaje y conocimiento en la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo año 2018. En ese sentido, se puede observar una correlación alta con un “r” = 0,894 por lo tanto, podemos concluir que, a mayor perspectiva de aprendizaje y conocimiento, mayor será la rentabilidad que se obtendrá en las microempresas comercializadoras de concreto.

Grafico18

Perspectiva de aprendizaje y conocimiento en la Rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo



Fuente: Tabla N° 20

ANÁLISIS DE DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A quedado demostrado con nuestra investigación denominada “Balanced Scorecard y la rentabilidad de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo,2018 en el que se planteo el objetivo determinar la relación que existe entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo año 2018,no solo para la mejora de la rentabilidad si no también para la adecuada toma de decisiones por parte de la alta gerencia.

Luego de haber analizado los resultados, se ha evidenciado que los encuestados, no tienen un conocimiento adecuado de la importancia del *Balanced Scorecard*, para poder incrementar la rentabilidad de las de microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.

Nuestro problema general fue: ¿Qué relación existe entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018?

Dentro de los antecedentes relacionados con nuestro objeto de estudio, podemos citar la investigación de (Solorzano,2015) en su tesis “Implementación del *Balanced Scorecard* para medir la gestión de recursos financieros y humanos del editorial Don Bosco, Cuenca Ecuador” Como se ha podido analizar, el “Cuadro de Mando Integral o *Balanced Scorecard* permite visualizar de manera más íntegra los objetivos estratégicos que corroboran en el logro de la misión, visión y estrategias establecidas por la organización. Es necesario para poder emplear el desarrollo de ésta herramienta, realizarlo por áreas o unidades, de manera que se lleve a cabo un mejor control y enfoque sobre el cumplimiento de la estrategia, procurando que exista un mayor nivel de comunicación entre todos los involucrados con el alcance de la meta”. Asimismo, concordamos con Montes y Lugo (2014) en su tesis titulada: “*Gestión financiera en la empresa inversora Magicmax*”, de carácter cuantitativo, no experimental y descriptivo, tuvieron como objetivo aumentar el nivel de la gestión financiera de dicha empresa; llegando a obtener datos a través de un cuestionario. Concluyeron que no existe un correcto control en los procesos tanto de cobranzas como de financiamiento; por tal razón, sugieren la implementación de procesos y métodos que ayuden a evaluar el incremento de la parte financiera para que contribuya en la mejora de la estabilidad de la empresa.

A nivel nacional tenemos lo planteado por (Zorrilla, 2017), en su tesis “*Balanced Scorecard* y su relación con la rentabilidad de las microempresas inmobiliarias en el

distrito de San Miguel 2017”. Su conclusión fue que “existe una relación estadísticamente significativa y positiva entre el *Balanced Scorecard* y la rentabilidad de las microempresas inmobiliarias en el distrito de San Miguel, 2017, ($r=0,628$, $\text{Sig.}=0,000$), el cual se encuentra enmarcada con los resultados de nuestra investigación”. Consecuentemente también concordamos con lo planteado por (Rivas,2018), en su tesis: “*Balanced Scorecard y su incidencia en la Rentabilidad de una Empresa del sector gráfico en el distrito de Breña*” su conclusión: “Con respecto al objetivo general, se logró determinar la incidencia del *Balanced Scorecard* en la rentabilidad de una empresa del sector grafico, donde según hipótesis el valor del X^2_c es mayor al X^2_t ($22,652 > 5,9915$) entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; concluyendo: Que efectivamente el *Balance Scorecard* incide significativamente en la rentabilidad”.

Nuestros resultados de nuestra investigación nos demuestran la existencia de una correlación positiva alta demostrado a través con un “r” de 0,991, entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las microempresas comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo año 2018, lo cual nos permite aseverar que, si elaboramos el *Balanced Scorecard*, en las empresas, se mejorara de manera significativa la rentabilidad de las mismas.

En concordancia con la V1 *Balanced Scorecard*, los resultados obtenidos según la Tabla N° 12, de acuerdo a los 15 encuestados, el 40,00%(02) manifestaron conocer poco; el 40,00%(02) manifestaron conocer regular y el 20%(01) manifestaron conocer aceptablemente. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los encuestados cuentan con poco conocimiento sobre la rentabilidad, por lo que podemos deducir que las empresas fabricantes de concreto no están aplicado el *Balanced Scorecard* como herramienta de gestión para el logro de sus objetivos; asimismo se observa su poca preparación en el análisis de los estados financieros y su importancia para la toma de decisiones.

En relación a la V2 rentabilidad, de acuerdo con la Tabla N° 17, de acuerdo a los 15 encuestados, el 20,00%(01) manifestó conocer nada; el 20,00%(01) manifestaron conocer poco, el 40%(02) manifestaron conocer regular; el 20%(01) manifestaron conocer regularmente en referencia a la variable rentabilidad, es decir se pudo percibir que, si existe un conocimiento sobre la rentabilidad, pero, asimismo, se pudo apreciar que no es un conocimiento adecuado para gerencia una empresa de este nivel como son nuestros sujetos de estudio. Por lo tanto, recomendamos realiza capacitación a la gerencia, asimismo, al momento de contrata personal para esta área verificar el perfil y la experiencia del profesional.

Cabe señalar que los resultados obtenidos en nuestra investigación nos permiten afirmar con criterio objetivo que el *Balanced Scorecard*, tiene una relación directamente con la rentabilidad ya que ayuda a tener un incremento en las empresas concreteras estudiadas, quedando de esta manera logrado los objetivos planteados en la investigación así como la demostración de nuestra hipótesis de estudio.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos planteados y la contrastación de hipótesis, se concluye lo siguientes:

1. Se ha establecido una relación positiva alta con un “ r ” = 0,935 entre el *Balanced Scorecard* y la Rentabilidad de las microempresas comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo año 2018, Asimismo, la hipótesis fue corroborada con un p valor = 0,000 < 0,05
2. Se ha podido establecer relación directa alta con un “ r ” = 0,916 entre la perspectiva financiera del balanced scorecard y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año. Asimismo, la hipótesis fue corroborada con un p valor = 0,000 < 0,05
3. Se ha establecido relación directa alta con un “ r ” de 0,903 entre la perspectiva del cliente y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018. Asimismo, la hipótesis fue corroborada con un p valor = 0,000 < 0,05
4. Se ha establecido relación directa con un “ r ” de 0,893 entre la perspectiva de procesos y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018 por lo tanto podemos concluir a mayor perspectiva de procesos, mayor será la rentabilidad de las microempresas comercializadoras de concreto. Asimismo, la hipótesis fue corroborada con un p valor = 0,000 < 0,05
5. Se ha establecido relación directa alta con un “ r ” de 0,894 entre la perspectiva

de aprendizaje y conocimiento en la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018. Asimismo, la hipótesis fue corroborada con un p valor = $0,000 < 0,05$

..

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados de la investigación, se recomienda para las empresas las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo quienes fueron nuestros sujetos de estudio.

1. A los directivos de las empresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo, se recomienda utilizar el *Balanced Scorecard*, puesto que ha quedado demostrado que este instrumento de gestión necesaria e importante pero que no son utilizados de manera adecuada, logrando que la información recolectada se utilice en las organizaciones el diagnostico preliminar obtenido sobre el *balanced scorecard* y la rentabilidad.
2. A la administración de las microempresas comercializadoras de concreto, se recomienda tomar en consideración la perspectiva financiera, el cual es realizado por el gerente general, con la ayuda de especialistas, cabe indicar que las perspectivas financieras están incluidas en el *Balanced Scorecard*. Consecuentemente se verá incrementada la rentabilidad.
3. A la administración de las empresas comercializadoras de concreto, se recomienda analizar la perspectiva de los clientes, considerando lo que busca el cliente y no lo que quieren los directivos. Si realizan estas acciones, verán incrementadas su rentabilidad.

4. A la dirección de las empresas comercializadoras de concreto, implementen un departamento de costos, constituido por profesionales contables especializado en esta materia. Es así que, si realiza esta acción, veremos incrementadas las perspectivas de procesos y por lo tanto incrementada la rentabilidad.

5. A la gerencia general de las empresas comercializadoras de concreto, se recomienda realizar capacitaciones que puedan enseñar a los trabajadores aprender a desaprender, es decir a planificar las ventas, así como los costos. De realizar dichas acciones, se verán incrementadas la perspectiva de aprendizaje y consecuentemente se incrementará la rentabilidad.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez, J. L., & Castello Taliani, E. (2004). *Rentabilidad Empresarial. Propuesta Práctica de Análisis y Evaluación*. España: Cámaras de Comercio, Servicio de Estudios, 2004.
- Bautista, D. A. (2015). “Análisis de Rentabilidad de una Empresa”. *Actualidad Empresarial*, 341.
- Bravo, R. S. (1996). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Paraninfo.
- Carlessi, H. S. (2009). “*METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*”. Lima.
- GERENS, N. (4 de Enero de 2016). *GERENS*. Obtenido de <https://gerens.pe/blog/rentabilidad-de-las-empresas-en-el-2015/>: <https://gerens.pe/blog/rentabilidad-de-las-empresas-en-el-2015/>
- González, (2015). “*Sistema gerencial basado en el balanced scorecard para la gestión financiera de las empresas del sector agrícola en el estado Aragua*. Tesis para optar el grado académico de magister en administración de empresas y finanzas”. Universidad de Carabobo.
- Hirsh Carrillo, N. (2005). *la gestión de la SUNAT en los últimos cinco años principales logros y avances*. LIMA- PERU: SUNAT.
- Ivennys. (2016). *Evaluación de la rentabilidad de los centros comerciales, en base a los metros cuadrados ofrecidos al mercado en la región central*. Tesis para optar el grado académico de Magister en Economía. Universidad de Carabobo.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. (1996). “*The Balanced Scorecard: Translating Strategy Into Action*”. New York: Harvard Business Press.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. (2016). *El Cuadro De Mando Integral*. España: EDICIONES GESTION 2000.
- Meza, M. A. (2010). *Balanced Scorecard Gerencia Estratégica y del Valor*. Lima:

Pacífico Editores .

Mujica, M. (2016). *“Implementación del Balanced Scorecard para Incrementar la Rentabilidad de la Empresa de Transportes y Servicios Sonco & Mujica S.R.L” El Agustino, 2016.* Lima.

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., Romero, H. (2018). *“Metodología de la de la investigación”*. Bogotá México: Ediciones de la U.

Rivas. (2016). *Balanced Scorecard y su incidencia en la Rentabilidad de una Empresa del sector gráfico en el distrito de Breña.* Tesis para optar el grado académico de Maestra MBA. Universidad César Vallejo facultad de Administración de Negocios Internacionales.

Solorzano. (2015). *“Implementación del balanced scorecard para medir la gestión de recursos financieros y humanos del editorial Don Bosco, Cuenca Ecuador”*

S., C. D. (2016). *Metodología de la Investigacion Cientifica.* Lima : San Marcos.

Sampieri, R. H., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodologia de la Investigación.* Venezuela: Mc Graw Hill Education .

Sanchez, F. E. (2002). *ANALISIS CONTABLE DE LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL.* Madrid: MADRID 1998.

Trade, L. (28 de Mayo de 2014). *LBC.* Obtenido de

<https://latintrade.com/2014/05/29/las-10-empresas-mas-rentables-de-america-latina/?lang=es&v=3acf83834396>:

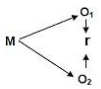
<https://latintrade.com/2014/05/29/las-10-empresas-mas-rentables-de-america-latina/?lang=es&v=3acf83834396>

Zorrilla, Q. G. (2017). *“Balanced Scorecard y su relación con la rentabilidad de las empresas inmobiliarias en el distrito de San Miguel 2017”*. Lima.

ANEXOS

- Anexo N° 01: Matriz de consistencia.
- Anexo N° 02: Matriz de operacionalización de variables
- Anexo N° 03 Matriz de operacionalización del instrumento
- Anexo N° 04: Instrumentos de investigación y constancia de su aplicación
- Anexo N° 05: Confiabilidad y validez del instrumento
- Anexo N° 06 Data de procesamiento de datos
- Anexo N° 07 Consentimiento informado
- Anexo N° 08 Fotos de la aplicación

Anexo N° 01: Matriz de Consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología
¿Qué relación existe entre el Balanced Scorecard y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo año 2018?	Determinar la relación que existe entre el Balanced Scorecard y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo año 2018.	Existe relación directa entre el Balanced Scorecard y la Rentabilidad de las Microempresas Comercializadoras de Concreto Distrito de Huancayo año 2018.	V1: <i>Balanced Scorecard</i> D1: Perspectiva financiera D2: Perspectiva del cliente D3: Perspectiva de proceso D4: Perspectiva de aprendizaje	<p>Enfoque: Cuantitativo Método: Científico Tipo: Básica Nivel: Básica descriptivo Diseño: general: no experimental específico: correlacional esquema:</p>  <p>Donde: M = Muestra O₁ = Observación de la V.1. O₂ = Observación de la V.2. r = Correlación entre dichas variables.</p> <p>Población: la población se da en base a 5 Microempresas Comercializadoras de Concreto del Distrito de Huancayo. Muestra: tipo no probabilística, muestreo por conveniencia o juicio del investigador, por lo tanto, nuestra muestra será 3 directivos de alta gerencia de las 5 empresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo.</p>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
¿Qué relación existe entre la perspectiva financiera y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018?	Determinar la relación entre la perspectiva financiera y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.	Existe relación directa entre la perspectiva financiera y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo año 2018.	V2: Rentabilidad D1: Rentabilidad Económica D2: Rentabilidad Financiera D3: Perspectiva autogenerada	
¿Qué relación existe entre la perspectiva del cliente y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018?	Determinar la relación entre la perspectiva del cliente y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.	Existe relación directa entre la perspectiva del cliente y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.		

<p>¿Qué relación existe entre la perspectiva de procesos y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018?</p>	<p>Determinar la relación entre la perspectiva de procesos y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.</p>	<p>Existe relación directa entre la perspectiva de procesos y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.</p>		<p>Técnicas: La encuesta. Instrumentos: El cuestionario. técnicas de procesamiento y análisis de datos: Estadística descriptiva: Distribución de frecuencias en tablas y gráficos Estadística descriptiva: Para la prueba de la normalidad el estadístico Shapiro Wilk, y para la correlación y prueba de hipótesis el estadístico r de Pearson</p>
<p>¿ Qué relación existe entre la perspectiva de Aprendizaje y conocimiento y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018?</p>	<p>Determinar la relación entre la perspectiva de aprendizaje y conocimiento y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.</p>	<p>Existe relación directa entre la perspectiva de aprendizaje y conocimiento y la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto distrito de Huancayo año 2018.</p>		

Anexo N° 02 Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Balanced Scorecard	Según (Kaplan & Norton, 2016, p. 205): “Es una herramienta de gestión para las microempresas, que contiene información actualizada para la toma de decisiones adecuada, permitiendo conocer el cumplimiento de los objetivos, que son determinados con anticipación mediante los indicadores de control y otros datos; El <i>Balanced Scorecard</i> es un instrumento que comunica las estrategias y alinea a los colaboradores a realización de esta”.	<p style="text-align: center;">Perspectiva Financiera</p> <p>Esta perspectiva debe “mostrar los resultados de las decisiones estratégicas tomadas en las otras perspectivas al tiempo que establece varias de las metas a largo plazo y, por tanto, una gran parte de las reglas y premisas de procedimiento generales para las demás perspectivas”.</p>	Incremento de Rentabilidad	Ordinal
		Toma de decisiones		
		Comunicación de estrategias		
		Logro de objetivos		
		Prevención de riesgos		
		<p style="text-align: center;">Perspectiva de Cliente</p> <p>Esta perspectiva describe como se “crea valor para los clientes, como se satisface esta demanda y por qué el cliente acepta pagar por ello”</p>	Perspectiva del cliente	
		Demanda de los clientes		
		<p style="text-align: center;">Perspectiva de Proceso</p>	Cumplimiento de expectativas	

		Esta perspectiva es principalmente un “análisis de los procesos internos de la Empresa. Este análisis incluye frecuentemente la identificación de recursos y capacidades que la propia Empresa necesita mejorar”	Evaluación de procesos	
			Evaluación de mecanismos	
		Perspectiva de Aprendizaje y Conocimiento	Identificación de conocimientos	
		La perspectiva de “formación o aprendizaje y conocimiento permite que la empresa asegure su capacidad de renovación a largo plazo, un requisito previo para una existencia duradera”.	Implementación de objetivos	

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad	(Sanchez, 2002, pág. 2). “Es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura	Rentabilidad Económica La rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo	Utilidad Medición de activos	Ordinal

<p>económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori”.</p>	que permite la comparación de la rentabilidad entre microempresas	Capacidad para generar rentabilidad
		Generar rentabilidad
	<p>Rentabilidad Financiera Es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado</p>	Conocimiento
		Utilidad
		Importancia
		Restringir financiación
	<p>Rentabilidad Autogenerada La rentabilidad autogenerada trata de mostrar la “capacidad de generación de recursos financieros internos por parte de la empresa” La rentabilidad autogenerada trata de mostrar la capacidad de generación de recursos financieros internos por parte de la empresa</p>	Conocimiento
		Recursos propios
		Flujos Financieros

Anexo N° 03: Matriz de operacionalización del instrumento

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Ítem	Escala de Medición	N° de Ítem
Balanced Scorecard	Según (Kaplan & Norton, 2016, p. 205): “Es una herramienta de gestión para las microempresas, que contiene información actualizada para la toma de decisiones adecuada, permitiendo conocer el cumplimiento de los objetivos, que son determinados con anticipación mediante los indicadores de control y otros datos; El <i>Balanced Scorecard</i> es un instrumento que comunica las estrategias y alinea a	Perspectiva Financiera Aquí encontramos una descripción de lo que los propietarios esperan con respecto al crecimiento y la rentabilidad: también es una perspectiva apta para describir los riesgos financieros que son aceptables, como por ejemplo en flujo de caja negativa	Incremento de rentabilidad	¿Cree Ud. que el <i>Balanced Scorecard</i> , contribuiría a incrementar su rentabilidad en su empresa?	Ordinal	1
			Toma de decisiones	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , es una herramienta que contribuirá en tomar decisiones más acertadas en el logro de los objetivos de la empresa?		2
			Comunicación de estrategias	Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , es un instrumento que comunica las estrategias que necesita la empresa para alcanzar sus objetivos a los directivos?		3
			Logro de objetivos	Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , es un instrumento que comunica las estrategias que necesita la empresa para		4

los colaboradores a realización de esta”.			alcanzar sus objetivos a los directivos?	
		Prevención de riesgos	Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , le ayuda a prevenir riesgos financieros mediante la realización del flujo de caja negativa?	5
	Perspectiva de Cliente Esta perspectiva describe como se crea valor para los clientes, como se satisface esta demanda y por qué el cliente acepta pagar por ello	Perspectiva del cliente	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , analiza la perspectiva del cliente para genera mayor valor y de esta manera incrementar la rentabilidad de la empresa?	6
		Demanda de los clientes	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , analiza la demanda de los clientes y los objetivisa?	7
	Perspectiva de Proceso “¿Qué hacer dentro de las Microempresas para cumplir con las expectativas de los clientes? Los procesos de la Empresa deben estudiarse y evaluarse	Cumplimiento de expectativas	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , Determina que hacer dentro de las Mypes para cumplir con sus expectativas?	8
		Evaluación de procesos	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , Se evalúan los procesos de la empresa para conseguir la satisfacción de los clientes?	9

		para conseguir la satisfacción de los consumidores”. “¿Cuáles son los procesos que generan las formas adecuadas de valor para los clientes y lograr satisfacer también las expectativas de los accionistas?	Evaluación de mecanismos	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , Se evalúan los mecanismo que la empresa tiene para generar valor y por lo tanto la satisfacción de los accionistas?		10
		Perspectiva de Aprendizaje y Conocimiento La perspectiva de formación o aprendizaje y crecimiento permite que la empresa asegure su capacidad de renovación a largo plazo, un requisito previo para una existencia duradera	Identificación de conocimientos	Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , Identifica los conocimientos de los colaboradores para que la empresa pueda renovar sus productos ?		11
			Implementación de objetivos	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , Implementa objetivos a largo plazo que asegure la permanencia duradera de la empresa en el mercado?		12

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Ítem	Escala de medición	N° de Ítem
Rentabilidad	(Lizcano & Castelló, 2017, p. 10): “La rentabilidad es un concepto amplio que admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diferentes perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término en relación con las microempresas; se puede hablar así de rentabilidad desde el punto de vista económico o financiero” o también se puede hablar de rentabilidad social, incluyendo en este caso aspectos muy variados como	Rentabilidad Económica es una medida, referida a un determinado “periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos”.	Utilidad	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad económica y para qué sirve?	Ordinal	1
			Medición de activos	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica mide si los activos de la empresa, nos dan la rentabilidad esperada?		2
			Capacidad para generar rentabilidad	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad en la empresa?		3
			Generar rentabilidad	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad en la empresa?		4
		Conocimiento	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad financiera?	5		
		Utilidad	¿Sabe Ud. la utilidad que tiene la rentabilidad financiera en las decisiones económicas de la empresa?	6		

<p>pueden ser los “aspectos culturales, medioambientales, etc., que vienen a configurar los efectos positivos o negativos que una empresa puede originar en su entorno social o natural”.</p>	<p>financiera puede restringir la financiación externa</p>	<p>Importancia</p>	<p>¿Sabe Ud. que la rentabilidad financiera es más importante para los accionistas que la rentabilidad económica?</p>		7
		<p>Restringir financiación</p>	<p>¿Sabe Ud. que una baja rentabilidad financiera puede restringir la financiación externa?</p>		8
	<p>Rentabilidad autogenerada</p> <p>Trata de mostrar la “capacidad de generación de recursos financieros internos. Como fruto de las actividades del período la empresa estas magnitudes representan unos flujos financieros de los que la empresa podrá en buena medida disponer libremente, en el corto plazo”.</p>	<p>Conocimiento</p>	<p>¿Sabe Ud. que es la rentabilidad autogenerada?</p>		9
		<p>Recursos propios</p>	<p>¿Sabe Ud. que la rentabilidad autogenerada es la capacidad que tiene la empresa de generar sus propios recursos, es decir sin recurrir a financiación externa ?</p>		10
		<p>Flujos financieros</p>	<p>¿Sabe Ud. que la rentabilidad autogenerada representa a las magnitudes de los flujos financieros en el corto plazo?</p>		11

Anexo N° 04: Instrumentos de investigación y constancia de su aplicación

CUESTIONARIO SOBRE BALANCED SCORECARD

ESTIMADO SR(A):

El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información para la elaboración de mi trabajo de investigación para poder graduarme como contador público. La variable a estudiar es el Balanced Scorecard en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo: Tenga en cuenta que su valiosa información servirá y permitirá hacer propuestas de mejora al respecto.

I. INFORMACIÓN GENERAL

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Es importante responder de manera franca y honesta.
- Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente.
- Llenar el cuestionario con un lapicero.
- Tener en cuenta que se tienen una sola opción para marcar por cada una de las preguntas.
- Asegúrese de responder todas las preguntas.
- Responder en alguna de las opciones que se presentan, marcando con una equis (X) en el enunciado que indique lo que usted percibe del tema.

DATOS GENERALES

Empresa.....

Dirección.....

N°	Preguntas	Completamente (mucho)	Aceptablemente	Regular	Poco	Nada
Perspectiva financiera						
01	¿Cree Ud. que el <i>Balanced Scorecard</i> , contribuiría a incrementar su rentabilidad en su empresa?					
02	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , es una herramienta que contribuirá en tomar decisiones más acertadas en el logro de los objetivos de la empresa?					
03	Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , es un instrumento que comunica las estrategias que necesita la empresa para alcanzar sus objetivos a los directivos?					
04	Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , es un instrumento que comunica las estrategias que necesita la empresa para alcanzar sus objetivos a los directivos?					
05	Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , le ayuda a prevenir riesgos financieros mediante la realización del flujo de caja negativa?					
Perspectiva de cliente						
06	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , analiza la perspectiva del cliente para genera mayor valor y de esta manera incrementar la rentabilidad de la empresa?					
07	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , analiza la demanda de los clientes y los objetivisa?					
Perspectiva de proceso						
08	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , Determina que hacer dentro de las Mypes para cumplir con sus expectativas?					
09	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , Se evalúan los procesos de la empresa para conseguir la satisfacción de los clientes?					

10	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , Se evalúan los mecanismo que la empresa tiene para generar valor y por lo tanto la satisfacción de los accionistas?					
Perspectivas de aprendizaje y conocimiento						
11	Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , Identifica los conocimientos de los colaboradores para que la empresa pueda renovar sus productos ?					
12	¿Sabe Ud, que <i>el Balanced Socorecard</i> , Implementa objetivos a largo plazo que asegure la permanencia duradera de la empresa en el mercado?					

CUESTIONARIO SOBRE

RENTABILIDAD ESTIMADO SR(A):

El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información para la elaboración de mi trabajo de investigación para poder graduarme como contador público. La variable a estudiar es la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo: Tenga en cuenta que su valiosa información servirá y permitirá hacer propuestas de mejora al respecto.

I. INFORMACIÓN GENERAL

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Es importante responder de manera franca y honesta.
- Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente.
- Llenar el cuestionario con un lapicero.
- Tener en cuenta que se tienen una sola opción para marcar por cada una de las preguntas.
- Asegúrese de responder todas las preguntas.
- Responder en alguna de las opciones que se presentan, marcando con una equis (X) en el enunciado que indique lo que usted percibe del tema.

DATOS GENERALES

Empresa.....

Dirección.....

N°	Preguntas	Completamente (mucho)	Aceptablemente	Regular	Poco	Nada
Rentabilidad económica						
01	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad económica y para qué sirve?					
02	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica mide si los activos de la empresa, nos dan la rentabilidad esperada?					
03	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad en la empresa?					
04	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad en la empresa?					
Rentabilidad financiera						
05	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad financiera?					
06	¿Sabe Ud. la utilidad que tiene la rentabilidad financiera en las decisiones económicas de la empresa?					
07	¿Sabe Ud. que la rentabilidad financiera es más importante para los accionistas que la rentabilidad económica?					
08	¿Sabe Ud. que una baja rentabilidad financiera puede restringir la financiación externa?					
Rentabilidad autogenerada						
09	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad autogenerada?					
10	¿Sabe Ud. que la rentabilidad autogenerada es la capacidad que tiene la empresa de generar sus propios recursos, es decir sin recurrir a financiación externa ?					
11	¿Sabe Ud. que la rentabilidad autogenerada representa a las magnitudes de los flujos financieros en el corto plazo?					

Anexo N° 05: Confiabilidad y validez del instrumento

Confiabilidad: Se realizó, a través del estadístico Alfa de Cronbach para cada variable de estudio. A continuación, presentamos los valores obtenidos en las tablas siguientes: Estadístico de fiabilidad Balances Scorecard

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de Elementos
<u>.966</u>	<u>12</u>

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Estadístico de fiabilidad rentabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
<u>.958</u>	<u>11</u>

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Validez: En la presente investigación la validez de instrumentos, se realizó por medio de una evaluación para analizar la validez de contenido, para lo cual se entregó a cada uno de los expertos un formato de validación, en el cual se requirió la opinión de docentes de la Universidad Peruana los Andes.

Anexo N° 06: Data de procesamiento de datos

Muestra	Balanced Scorecard												SUMA Total
	D1 Perspectiva financiera					D2 Perspectiva del cliente		D3 Perspectiva de proceso			D4 Perspectiva de aprendizaje y conocimiento		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	4	2	4	2	1	2	2	2	2	1	3	29
2	4	4	2	4	2	1	2	2	2	2	1	3	29
3	4	4	2	4	2	1	2	2	2	2	1	3	29
4	4	4	2	4	2	1	2	2	2	2	1	3	29
5	4	4	2	4	2	1	2	2	2	2	1	3	29
6	4	4	2	4	2	1	2	2	2	2	1	3	29
7	4	4	2	4	2	1	2	2	2	2	1	3	29
8	4	4	2	4	2	1	2	2	2	2	1	3	29
9	4	5	2	5	2	1	2	2	2	2	1	3	31
10	5	5	3	5	3	2	2	2	2	3	2	3	37
11	5	5	3	5	3	2	2	3	2	3	2	4	39
12	5	5	3	5	3	2	3	3	2	3	2	4	40
13	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	2	4	41
14	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	2	4	41
15	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	2	4	41

Muestra	Rentabilidad											SUMA Total
	D1 Rentabilidad económica				D2 Rentabilidad financiera				D3 Rentabilidad autogenerada			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	3	2	3	1	4	4	1	2	1	2	1	24
2	3	2	3	1	4	4	1	2	1	2	1	24
3	3	2	3	1	4	4	1	2	1	2	1	24
4	3	2	3	1	4	4	1	2	1	2	1	24
5	3	2	3	1	4	4	1	2	1	2	1	24
6	3	2	3	2	4	4	1	2	1	2	1	25
7	3	2	3	2	4	4	1	2	1	2	1	25
8	3	2	3	2	4	4	1	2	1	2	1	25
9	3	2	4	2	4	4	1	2	2	2	2	28
10	3	3	4	2	4	5	2	2	2	3	2	32
11	4	3	4	2	5	5	2	3	2	3	2	35
12	4	3	4	3	5	5	2	3	2	3	2	36
13	4	3	4	3	5	5	2	3	2	3	2	36
14	4	3	4	3	5	5	2	3	2	3	2	36
15	4	3	4	3	5	5	2	3	2	3	2	36

Anexo N° 07: Consentimiento informado

La presente investigación fue realizada, respetando lo sugerido por la metodología científica, por lo que las encuestas y los encuestados fueron anónimos.

Anexo N° 08: Fotos de la aplicación

Grafico 13: Encuesta área de contabilidad Empresa GOVIL SAC



Fuente: Propia

Grafico 14: Encuesta al área de finanzas de la empresa GOVIL SAC



Fuente: Propia

Grafico 15: Encuesta Gerente General empresa GOVIL SAC



Fuente: Propia

Grafico 16: Foto de entrada en la empresa GOVIL SAC



Grafico 17: Encuesta al Gerente General de la empresa Concreto Premezclado PROCIL.



Fuente: Propia

Grafico 18: Encuesta al Gerente General de la empresa PISAC



Fuente: Propia



Anexo N° 03: Instrumento de Medición del Balanced Scorecard

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas

Fecha: 29./08 ./2020

Códigos: G07225A
G00138B

CUESTIONARIO SOBRE BALANCED SCORECARD

ESTIMADO SR(A):

El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información para la elaboración de mi trabajo de investigación para poder graduarme como contador público. La variable a estudiar es el Balanced Scorecard en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo: Tenga en cuenta que su valiosa información servirá y permitirá hacer propuestas de mejora al respecto.

I. INFORMACIÓN GENERAL

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Es importante responder de manera franca y honesta.
- Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente.
- Llenar el cuestionario con un lapicero.
- Tener en cuenta que se tienen una sola opción para marcar por cada una de las preguntas.
- Asegúrese de responder todas las preguntas.
- Responder en alguna de las opciones que se presentan, marcando con una equis (X) en el enunciado que indique lo que usted percibe del tema.

DATOS GENERALES

Empresa.....

Dirección.....



	Preguntas	Completamente (mucho)	Aceptablemente	Regular	Poco	Nada
Perspectiva financiera						
01	¿Cree Ud. que el <i>Balanced Scorecard</i> , contribuiría a incrementar su rentabilidad en su empresa?					
02	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , es una herramienta que contribuirá en tomar decisiones más acertadas en el logro de los objetivos de la empresa?					
03	Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , es un instrumento que comunica las estrategias que necesita la empresa para alcanzar sus objetivos a los directivos?					
04	Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , es un instrumento que comunica las estrategias que necesita la empresa para alcanzar sus objetivos a los directivos?					
05	Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , le ayuda a prevenir riesgos financieros mediante la realización del flujo de caja negativa?					
Perspectiva de cliente						
06	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , analiza la perspectiva del cliente para genera mayor valor y de esta manera incrementar la rentabilidad de la empresa?					
07	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , analiza la demanda de los clientes y los objetivisa?					
Perspectiva de proceso						
08	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , Determina que hacer dentro de las Mypes para cumplir con sus expectativas?					
09	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , Se evalúan los procesos de la empresa para conseguir la satisfacción de los clientes?					



10	¿Sabe Ud., que <i>el Balanced Scorecard</i> , Se evalúan los mecanismos que la empresa tiene para generar valor y por lo tanto la satisfacción de los accionistas?					
Perspectivas de aprendizaje y conocimiento						
11	Sabe Ud., que <i>el Balanced Scorecard</i> , Identifica los conocimientos de los colaboradores para que la empresa pueda renovar sus productos ?					
12	¿Sabe Ud., que <i>el Balanced Scorecard</i> , Implementa objetivos a largo plazo que asegure la permanencia duradera de la empresa en el mercado?					

OBSERVACIONES:.....

Indicar el Nombre de la Empresa

La Dirección

Hay un índice para valoriza cada variable y sus ítems

VALIDEZ DEL EXPERTO

APLICABLE

NO APLICABLE

APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES

VALIDADO POR: Mg. María del Pilar Marticorena
Córdova

FORMACION ACADEMICA: Contador Público
Colegiado


AREA DE EXPERIENCIA LABORAL: Gestión y
Política Tributaria

TIEMPO: 14 Años

CARGO: Docente Responsable de Área de
Talleres Técnicos

INSTITUCION: Universidad Peruana Los
Andes

FIRMA:



 Mg. CPC. Maria del Pilar
 Marticorena Córdova
 Docente Revisor

Nº DE COLEGIATURA: 29871



EMAIL:

Anexo N° 04: Instrumento de Medición de la Rentabilidad

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas

Fecha: 29/08/2020

Códigos: G07225A
G00138B

CUESTIONARIO SOBRE RENTABILIDAD

ESTIMADO SR(A):

El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información para la elaboración de mi trabajo de investigación para poder graduarme como contador público. La variable a estudiar es la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo: Tenga en cuenta que su valiosa información servirá y permitirá hacer propuestas de mejora al respecto.

II. INFORMACIÓN GENERAL

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Es importante responder de manera franca y honesta.
- Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente.
- Llenar el cuestionario con un lapicero.
- Tener en cuenta que se tienen una sola opción para marcar por cada una de las preguntas.
- Asegúrese de responder todas las preguntas.
- Responder en alguna de las opciones que se presentan, marcando con una equis (X) en el enunciado que indique lo que usted percibe del tema.

DATOS GENERALES



Empresa.....

Dirección.....

Nº	Preguntas	Completamente (mucho)	Aceptablemente	Regular	Poco	Nada
Rentabilidad económica						
01	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad económica y para qué sirve?					
02	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica mide si los activos de la empresa, nos dan la rentabilidad esperada?					
03	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad en la empresa?					
04	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad en la empresa?					
Rentabilidad financiera						
05	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad financiera?					
06	¿Sabe Ud. la utilidad que tiene la rentabilidad financiera en las decisiones económicas de la empresa?					
07	¿Sabe Ud. que la rentabilidad financiera es más importante para los accionistas que la rentabilidad económica?					
08	¿Sabe Ud. que una baja rentabilidad financiera puede restringir la financiación externa?					
Rentabilidad autogenerada						
09	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad autogenerada?					
10	¿Sabe Ud. que la rentabilidad autogenerada es la capacidad que tiene la empresa de generar sus propios recursos, es decir sin recurrir a financiación externa?					



11	¿Sabe Ud. que la rentabilidad autogenerada representa a las magnitudes de los flujos financieros en el corto plazo?					
----	---	--	--	--	--	--



OBSERVACIONES:.....

Indicar el Nombre de la Empresa

La Dirección

Hay un índice para valoriza cada variable y sus ítems

VALIDEZ DEL EXPERTO

APLICABLE	<input checked="" type="checkbox"/>
-----------	-------------------------------------

NO APLICABLE	<input type="checkbox"/>
--------------	--------------------------

APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES

VALIDADO POR: Mg. María del Pilar Marticorena
Córdova

FORMACION ACADEMICA: Contador Público
Colegiado


AREA DE EXPERIENCIA LABORAL: Gestión y
Política Tributaria

TIEMPO: 14 Años

CARGO: Docente Responsable de Área de
Talleres Técnicos

INSTITUCION: Universidad Peruana Los
Andes

FIRMA:


Mg. CPC. María del Pilar
Marticorena Córdova
Docente Revisor

Nº DE COLEGIATURA: 29871

EMAIL: d.mmarticorena@upla.edu.pe



Anexo N° 03: Instrumento de Medición del Balanced Scorecard

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas

Fecha: 05 / 02 / 2020

Códigos: G07225A
G00138B

CUESTIONARIO SOBRE BALANCED SCORECARD

ESTIMADO SR(A):

El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información para la elaboración de mi trabajo de investigación para poder graduarme como contador público. La variable a estudiar es el Balanced Scorecard en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo. Tenga en cuenta que su valiosa información servirá y permitirá hacer propuestas de mejora al respecto.

I. INFORMACIÓN GENERAL

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Es importante responder de manera franca y honesta.
- Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente.
- Llenar el cuestionario con un lapicero.
- Tener en cuenta que se tienen una sola opción para marcar por cada una de las preguntas.
- Asegúrese de responder todas las preguntas.
- Responder en alguna de las opciones que se presentan, marcando con una equis (X) en el enunciado que indique lo que usted percibe del tema.

DATOS GENERALES

Empresa.....

Dirección.....



	Preguntas	Completamente (mucho)	Aceptablemente	Regular	Poco	Nada
Perspectiva financiera						
01	¿Cree Ud. que el <i>Balanced Scorecard</i> , contribuiría a incrementar su rentabilidad en su empresa?					
02	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , es una herramienta que contribuirá en tomar decisiones más acertadas en el logro de los objetivos de la empresa?					
03	Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , es un instrumento que comunica las estrategias que necesita la empresa para alcanzar sus objetivos a los directivos?					
04	Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , es un instrumento que comunica las estrategias que necesita la empresa para alcanzar sus objetivos a los directivos?					
05	Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , le ayuda a prevenir riesgos financieros mediante la realización del flujo de caja negativa?					
Perspectiva de cliente						
06	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , analiza la perspectiva del cliente para genera mayor valor y de esta manera incrementar la rentabilidad de la empresa?					
07	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , analiza la demanda de los clientes y los objetivisa?					
Perspectiva de proceso						
08	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , Determina que hacer dentro de las Mypes para cumplir con sus expectativas?					
09	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , Se evalúan los procesos de la empresa para conseguir la satisfacción de los clientes?					



10	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , Se evalúan los mecanismos que la empresa tiene para generar valor y por lo tanto la satisfacción de los accionistas?					
Perspectivas de aprendizaje y conocimiento						
11	Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , Identifica los conocimientos de los colaboradores para que la empresa pueda renovar sus productos?					
12	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , Implementa objetivos a largo plazo que asegure la permanencia duradera de la empresa en el mercado?					

OBSERVACIONES:.....

VALIDEZ DEL EXPERTO

APLICABLE	<input checked="" type="checkbox"/>
-----------	-------------------------------------

NO APLICABLE	<input type="checkbox"/>
--------------	--------------------------

APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES

VALIDADO POR: <i>FIDEL SICUA QUSPE.</i>

FORMACION ACADEMICA: <i>CONTADOR PUBLICO.</i>

AREA DE EXPERIENCIA LABORAL: <i>DO COMPTA.</i>
--

TIEMPO: <i>10 AÑOS</i>

CARGO: <i>DO COMPTA</i>

INSTITUCION: <i>UPLA.</i>

FIRMA: <i>[Firma manuscrita]</i>

N° DE COLEGIATURA: <i>1481</i>

EMAIL: <i>Fidel Sicho 1 @ Hotmail.com</i>



Anexo N° 04: Instrumento de Medición de la Rentabilidad

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas

Fecha: 05 / 02 / 2020

Códigos: G07225A
G00138B

CUESTIONARIO SOBRE RENTABILIDAD

ESTIMADO SR(A):

El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información para la elaboración de mi trabajo de investigación para poder graduarme como contador público. La variable a estudiar es la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo. Tenga en cuenta que su valiosa información servirá y permitirá hacer propuestas de mejora al respecto.

II. INFORMACIÓN GENERAL

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Es importante responder de manera franca y honesta.
- Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente.
- Llenar el cuestionario con un lapicero.
- Tener en cuenta que se tienen una sola opción para marcar por cada una de las preguntas.
- Asegúrese de responder todas las preguntas.
- Responder en alguna de las opciones que se presentan, marcando con una equis (X) en el enunciado que indique lo que usted percibe del tema.

DATOS GENERALES

Empresa.....

Dirección.....



Nº	Preguntas	Completamente (mucho)	Aceptablemente	Regular	Poco	Nada
Rentabilidad económica						
01	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad económica y para qué sirve?					
02	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica mide si los activos de la empresa, nos dan la rentabilidad esperada?					
03	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad en la empresa?					
04	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad en la empresa?					
Rentabilidad financiera						
05	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad financiera?					
06	¿Sabe Ud. la utilidad que tiene la rentabilidad financiera en las decisiones económicas de la empresa?					
07	¿Sabe Ud. que la rentabilidad financiera es más importante para los accionistas que la rentabilidad económica?					
08	¿Sabe Ud. que una baja rentabilidad financiera puede restringir la financiación externa?					
Rentabilidad autogenerada						
09	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad autogenerada?					
10	¿Sabe Ud. que la rentabilidad autogenerada es la capacidad que tiene la empresa de generar sus propios recursos, es decir sin recurrir a financiación externa?					
11	¿Sabe Ud. que la rentabilidad autogenerada representa a las magnitudes de los flujos financieros en el corto plazo?					



OBSERVACIONES:.....

VALIDEZ DEL EXPERTO

APLICABLE

NO APLICABLE

APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES

VALIDADO POR: *Fidel Sicba Quispe*

FORMACION ACADÉMICA:
CONTADOR PÚBLICO.

AREA DE EXPERIENCIA LABORAL:
DOCENTE -

TIEMPO:
10 años

CARGO:
DOCENTE

INSTITUCION:
UPLA

FIRMA: *[Handwritten Signature]*

Nº DE COLEGIATURA:
1481

EMAIL: *Fidel Sicba 1 @ Hotmail.com*



Anexo N° 04: Instrumento de Medición de la Rentabilidad

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas

Fecha: 10.10.2020

Códigos: G07225A
G00138B

CUESTIONARIO SOBRE RENTABILIDAD

ESTIMADO SR(A):

El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información para la elaboración de mi trabajo de investigación para poder graduarme como contador público. La variable a estudiar es la rentabilidad en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo. Tenga en cuenta que su valiosa información servirá y permitirá hacer propuestas de mejora al respecto.

II. INFORMACIÓN GENERAL

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Es importante responder de manera franca y honesta.
- Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente.
- Llenar el cuestionario con un lapicero.
- Tener en cuenta que se tienen una sola opción para marcar por cada una de las preguntas.
- Asegúrese de responder todas las preguntas.
- Responder en alguna de las opciones que se presentan, marcando con una equis (X) en el enunciado que indique lo que usted percibe del tema.

DATOS GENERALES

Empresa.....

Dirección.....



Nº	Preguntas	Completamente (mucho)	Aceptablemente	Regular	Poco	Nada
Rentabilidad económica						
01	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad económica y para qué sirve?					
02	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica mide si los activos de la empresa, nos dan la rentabilidad esperada?					
03	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad en la empresa?					
04	¿Sabe Ud. que la rentabilidad económica es la medida que determina la capacidad para generar rentabilidad en la empresa?					
Rentabilidad financiera						
05	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad financiera?					
06	¿Sabe Ud. la utilidad que tiene la rentabilidad financiera en las decisiones económicas de la empresa?					
07	¿Sabe Ud. que la rentabilidad financiera es más importante para los accionistas que la rentabilidad económica?					
08	¿Sabe Ud. que una baja rentabilidad financiera puede restringir la financiación externa?					
Rentabilidad autogenerada						
09	¿Sabe Ud. que es la rentabilidad autogenerada?					
10	¿Sabe Ud. que la rentabilidad autogenerada es la capacidad que tiene la empresa de generar sus propios recursos, es decir sin recurrir a financiación externa?					
11	¿Sabe Ud. que la rentabilidad autogenerada representa a las magnitudes de los flujos financieros en el corto plazo?					




OBSERVACIONES:.....

VALIDEZ DEL EXPERTO

APLICABLE	X	NO APLICABLE	
-----------	---	--------------	--

APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES

VALIDADO POR: <i>Milagros Amparo Astete Montalvo</i>	FORMACION ACADEMICA: <i>C. P. C</i>
AREA DE EXPERIENCIA LABORAL: <i>Coordinadora del Area Semipresencial</i>	TIEMPO: <i>9 años</i>
CARGO: <i>Jefe de Area</i>	INSTITUCION: <i>CIRA</i>
FIRMA:  Mg. Milagros A. Astete Montalvo CONTADOR PUBLICO C.R.C. N° 16497	N° DE COLEGIATURA: <i>16 497</i>
EMAIL:	



Anexo N° 03: Instrumento de Medición del Balanced Scorecard

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas

Fecha: 10.1.02.2020

Códigos: G07225A
G00138B

CUESTIONARIO SOBRE BALANCED SCORECARD

ESTIMADO SR(A):

El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información para la elaboración de mi trabajo de investigación para poder graduarme como contador público. La variable a estudiar es el Balanced Scorecard en las microempresas comercializadoras de concreto del distrito de Huancayo. Tenga en cuenta que su valiosa información servirá y permitirá hacer propuestas de mejora al respecto.

I. INFORMACIÓN GENERAL.

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Es importante responder de manera franca y honesta.
- Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente.
- Llenar el cuestionario con un lapicero.
- Tener en cuenta que se tienen una sola opción para marcar por cada una de las preguntas.
- Asegúrese de responder todas las preguntas.
- Responder en alguna de las opciones que se presentan, marcando con una equis (X) en el enunciado que indique lo que usted percibe del tema.

DATOS GENERALES

Empresa.....

Dirección.....



	Preguntas	Completamente (mucho)	Aceptablemente	Regular	Poco	Nada
Perspectiva financiera						
01	¿Cree Ud. que el <i>Balanced Scorecard</i> , contribuiría a incrementar su rentabilidad en su empresa?					
02	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , es una herramienta que contribuirá en tomar decisiones más acertadas en el logro de los objetivos de la empresa?					
03	Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , es un instrumento que comunica las estrategias que necesita la empresa para alcanzar sus objetivos a los directivos?					
04	Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , es un instrumento que comunica las estrategias que necesita la empresa para alcanzar sus objetivos a los directivos?					
05	Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , le ayuda a prevenir riesgos financieros mediante la realización del flujo de caja negativa?					
Perspectiva de cliente						
06	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , analiza la perspectiva del cliente para genera mayor valor y de esta manera incrementar la rentabilidad de la empresa?					
07	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , analiza la demanda de los clientes y los objetivisa?					
Perspectiva de proceso						
08	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , Determina que hacer dentro de las Mypes para cumplir con sus expectativas?					
09	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , Se evalúan los procesos de la empresa para conseguir la satisfacción de los clientes?					



10	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> . Se evalúan los mecanismos que la empresa tiene para generar valor y por lo tanto la satisfacción de los accionistas?					
Perspectivas de aprendizaje y conocimiento						
11	Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , Identifica los conocimientos de los colaboradores para que la empresa pueda renovar sus productos?					
12	¿Sabe Ud., que el <i>Balanced Scorecard</i> , Implementa objetivos a largo plazo que asegure la permanencia duradera de la empresa en el mercado?					

OBSERVACIONES:.....

VALIDEZ DEL EXPERTO

APLICABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	NO APLICABLE	<input type="checkbox"/>
-----------	-------------------------------------	--------------	--------------------------

APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES

VALIDADO POR: <i>Milagros Amparo Astete Montalvo</i>	FORMACION ACADEMICA: <i>C. P. C</i>
AREA DE EXPERIENCIA LABORAL: <i>Coordinadora del Area semipresencial</i>	TIEMPO: <i>9 años</i>
CARGO: <i>Jefe de Area</i>	INSTITUCION: <i>U. A. L. A</i>
FIRMA: <i>Milagros A. Astete Montalvo</i> CONTADOR PUBLICO CPC N° 16497	N° DE COLEGIATURA: <i>16497</i>
EMAIL:	