

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO

“BENEDICTO XVI”

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN



**GESTIÓN DE CALIDAD Y EL BENCHMARKING COMPETITIVO
EN MYPES DEL SECTOR COMERCIO-HUARAZ, 2025**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

Br. Angulo Ángeles, Erika Julia

<https://orcid.org/0000-0001-6284-0660>

ASESORA

Ms. Ramírez Arrascue, Catherine Ivette

<https://orcid.org/0000-0001-6552-0494>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento, innovación y sostenibilidad

TRUJILLO – PERÚ

2026

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas:

Yo, Catherine Ivette Ramírez Arrascue con DNI N° 72653205, como asesora del trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad y el benchmarking competitivo en Mypes del sector comercio-Huaraz, 2025”, desarrollado por la egresada Erika Julia Angulo Angeles con DNI N° 45259700 del Programa de estudios de Administración; considero que dicho trabajo reúne las condiciones técnicas y científicas, las cuales están alineadas a las normas establecidas en el Reglamento de Estudiantes y de Grados y Títulos de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por los jurados designados por la mencionada facultad.



Ms. Catherine Ivette Ramírez Arrascue
Asesora

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

EXCMO. MONS. GILBERTO ALFREDO VIZCARRA MORI, SJ

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Gran Canciller

Universidad Católica de Trujillo “Benedicto XVI”

DR. MARCOANTONIO PACHERRES TORREJÓN

Rector de la Universidad Católica de Trujillo “Benedicto XVI”

DRA. SILVIA ANA VALVERDE ZAVALA

Vicerrectora Académica

DRA. GINA GENARA ZAVALA ESPEJO

Vicerrectora de Investigación

MG. VÍCTOR MANUEL JIMÉNEZ UBILLUS

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

DRA. TERESA SOFÍA REÁTEGUI MARÍN

Secretaria General

DEDICATORIA

Eres el amor más bonito que tengo, eres la motivación más grande para concluir con éxito mi tesis, lo dedico con todo mi corazón a mi amada hija Alessia Mical.

La Autora.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por haberme dado una maravillosa madre Fidela Julia Angeles Mendoza, este logro es gran parte gracias a ti, por apoyarme en cada decisión y proyecto; por brindarme tu amor incondicional y saber guiarme ante las adversidades de la vida, gracias por creer en mí.

A la asesora Ms. Ramírez Arrascue Catherine Ivette, por su orientación y guía pedagógica en el desarrollo de mi tesis en base a su experiencia y sabiduría; quien ha sabido direccionar mis conocimientos.

La Autora.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

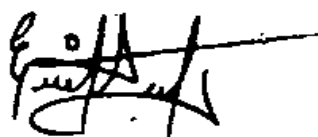
Yo, Erika Julia Angulo Angeles con DNI N°45259700, egresado (a) del **Programa de estudios** de Administración de la **Universidad Católica de Trujillo “Benedicto XVI”**, doy fe que he seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos establecidos por la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas** para la elaboración y sustentación del informe de tesis titulado: “Gestión de calidad y el benchmarking competitivo en Mypes del sector comercio-Huaraz, 2025”, el cual consta de un total de **88 páginas**, incluyendo tablas y figuras, y **29 páginas en anexos**.

Dejo constancia de la **originalidad y autenticidad** de la mencionada investigación y declaro, bajo juramento y en cumplimiento de los principios éticos, que el contenido del documento es **de mi exclusiva autoría** en cuanto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizo que los fundamentos teóricos están debidamente sustentados en fuentes bibliográficas, asumiendo la responsabilidad de cualquier omisión involuntaria en la citación de autores.

En este sentido, declaro que el uso de herramientas de inteligencia artificial en el presente trabajo se ha limitado exclusivamente a la mejora de la redacción y corrección de errores gramaticales y sintácticos, sin que ello haya influido en la generación del contenido, análisis o interpretación de los resultados de la investigación.

Del mismo modo, reconozco que cualquier vulneración a los derechos de autor derivada del presente trabajo será de mi exclusiva responsabilidad, asumiendo las consecuencias académicas y legales que pudieran derivarse conforme a la normativa vigente.

La Autora



Erika Julia Angulo Ángeles

DNI 45259700

ÍNDICE

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD	2
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS.....	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN.....	9
ABSTRACT	11
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. METODOLOGÍA	28
2.1. Enfoque y tipo de investigación	28
2.2. Diseño metodológico.....	28
2.3. Población y muestra	29
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	32
2.6. Aspectos éticos en la investigación	32
III. RESULTADOS.....	33
IV. DISCUSIÓN.....	41
V. CONCLUSIONES.....	47
VI. RECOMENDACIONES	49
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52
ANEXOS.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	33
Tabla 2	34
Tabla 3	35
Tabla 4	36
Tabla 5	37
Tabla 6	37
Tabla 7	38
Tabla 8	39
Tabla 9	39
Tabla 10	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	29
Figura 2.....	33
Figura 3.....	34
Figura 4.....	35
Figura 5.....	36

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025; bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básica, diseño no experimental, un alcance descriptivo-correlacional y un corte transeccional, considerando una muestra de 100 representantes de MYPES comerciales, empleando como instrumentos cuestionarios. Los principales hallazgos revelaron buen nivel de gestión de la calidad según el 53,0% y un nivel medio de benchmarking competitivo acorde con el 70,0%; por otro lado, se corroboró mediante un p-valor igual a 0,000 y un coeficiente Rho de 0,572 que las variables se asocian positiva y moderadamente. Concluyendo que, con la gestión de la calidad se relaciona positivamente con el benchmarking competitivo.

Palabras clave: Gestión de empresas, control de calidad, evaluación comparativa, comercio.

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine how quality management relates to competitive benchmarking in MSMEs in the commercial sector (Huaraz, 2025). The study used a quantitative, basic approach, a non-experimental design, a descriptive-correlational scope, and a cross-sectional approach. It considered a sample of 100 representatives of commercial MSMEs, using questionnaires as instruments. The main findings revealed a good level of quality management at 53.0% and a medium level of competitive benchmarking at 70.0%. Furthermore, a p-value of 0.000 and a Rho coefficient of 0.572 confirmed that the variables were positively and moderately associated. The conclusion was that quality management is positively related to competitive benchmarking.

Keywords: Business management, quality control, benchmarking, commerce.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, en Indonesia, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) juegan un rol esencial en la economía y la mano de obra, debido a la contribución positiva y duradera por su resistencia a las crisis financieras, destacando el sector empresarial de alimentos y bebidas por su alta demanda del público de diferentes edades y el carácter básico dentro de las necesidades habituales y la utilidad para los negocios de gastronomía, por lo cual, el gobierno se enfocó en emitir regulaciones y programas de incentivos para los negocios, los cuales incluyen desgravaciones tributarias, asistencia financiera y la capacitación al personal; aunque, tales iniciativas requieren del compromiso de los propietarios de las empresas y sus trabajadores; de igual manera en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de España e Italia se confirmó que la orientación a emprendedores incrementan las exportaciones, debido al refuerzo de los aprendizajes organizacionales enfocados en la gestión de calidad y la innovación para aumentar la competitividad (Sari et al., 2022).

En América Latina y el Caribe, las MIPYMES son responsables de asegurar el cuarenta y siete por ciento de empleo, representando un pilar relevante del desarrollo económico; mientras que, en Ecuador estas empresas son clasificadas considerando la cantidad de trabajadores, el valor de ventas anuales y los activos totales, además, la PYMES son reconocidas principalmente en el sector productivo y de prestación de servicio, representando la base del desarrollo nacional como agente generador de riquezas y empleabilidad; cabe destacar que, el atributo distintivo de las PYMES ecuatorianas radica en su origen familiar y su constitución esencial como medio de supervivencia, dado que, tras el tercer año generalmente solo perdura el cinco por ciento de negocios, a causa de deficiencias por la preparación de los colaboradores, una infraestructura inadecuada y la limitada capacidad para otorgar valor agregado a los productos (Pincay y Parra, 2020).

En México, las micro y pequeñas empresas (MYPES) representan más del noventa por ciento del total registrado, cuyo aporte al producto bruto interno (PBI) superan el cincuenta por ciento y generan más del setenta por ciento de empleo, aunque, los negocios suelen enfocarse en la búsqueda de nuevos clientes para asegurar su sostenibilidad, pese a la escasa conciencia en acciones estratégicas

(Mascarúa et al., 2024). En Colombia, las PYMES representan más del noventa por ciento del sector productivo o manufacturero, generando el treinta y cinco por ciento del PBI y brindando empleo al ochenta por ciento de ciudadanos, por tanto, la introducción adecuada de los sistemas de gestión de calidad incrementa la competitividad al permitir un mayor poder productivo (García, 2021).

En vista de tal problemática, corresponde el octavo Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS), centrado en el trabajo decente y crecimiento económico, debido que, busca mejorar la eficiencia, competitividad, productividad e innovación en las MYPES del rubro comercial, enmarcado en la línea de investigación Emprendimiento, innovación y sostenibilidad, contribuye a la comprensión de cómo las MYPES pueden incrementar la oferta de trabajo y estimular la economía local, mientras adoptan estrategias que fomenten un crecimiento inclusivo y sostenible. Así, tu labor no solo atiende la necesidad de robustecer la economía en países sudamericanos, sino que también aporta de manera directa al logro de los objetivos establecidos en el ODS número ocho. (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2022).

En Perú, acorde con el Ministerio de la Producción (2021) se incrementó en un cuatro por ciento la cantidad de empresas constituidas de manera formal anualmente, pues en 2020 un aproximado de más de ochocientos mil MIPYMES contaron con operaciones crediticias, sin embargo, hubo un retroceso del veinticinco por ciento por la pandemia de COVID-19, reduciendo en 2021 las MIPYMES a ciento setenta mil. En 2003 se implementó la Ley 28015 sobre la Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, cuya finalidad es la promoción de la colaboración entre empresas para optimizar la calidad de empleo y la regulación de MYPES para incrementar la productividad y rentabilidad, posteriormente, se modificó dicha ley con cambios esenciales para las pequeñas empresas, ampliando el tope de ventas y trabajadores, pero con limitaciones en los costos laborarles y un trámite simplificado para la formalización de negocios (Ley N° 32353, 2025).

En Pasco, se registraron más de once mil PYMES, las cuales representan menos del uno por ciento a nivel nacional pese a ser una región con bajo impacto económico, las cuales poseían potencial para el fortalecimiento de sus procedimientos, pero se detectaron limitantes gerenciales debido al desconocimiento

o escasa asesoría en estudios de mercado, la evaluación de satisfacción de la clientela y la implementación de tecnología, aunque, se destacó la alta participación de los trabajadores y la relación óptima con proveedores; de manera que, la integración de la gestión de calidad permitió superar limitaciones respecto a la estrategia organizacional y el logro de objetivos por área (Aguado et al., 2022). En Cañete, el cuarenta y cinco por ciento de negocios familiares y MYPES manufactureros presentan retrasos evolutivos a causa de deficiencias en la planificación estratégica, insuficiencia en la gestión de recursos y la desarticulación de operaciones comerciales, afectando el financiamiento, productividad y rentabilidad (Ancaya et al., 2023).

Por otro lado, las MYPES en Huaraz dedicadas al sector comercio se encuentran limitadas principalmente por la falta de estrategia empresarial, el manejo de recursos y proveedores, lo cual evidencia la falta de gestión de calidad, como consecuencia, se afecta la atención a clientes y se amplían las brechas entre oportunidades y debilidades principalmente por deficiencias financieras para adquirir préstamos para abastecer los negocios y demoras en el pago de cuentas a entidades bancarias y proveedores. Cabe destacar que, las MYPES peruanas ven perjudicado su crecimiento y formalización principalmente por procesos administrativos y la burocracia, mientras que, los factores exógenos incluyen personal no calificado e incremento de costos de los proveedores (Quispe et al., 2022).

En tal sentido, se propuso que el problema general fuera: ¿De qué manera la gestión de calidad se relaciona con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025?

La investigación se sustentó teóricamente bajo los principios de la gestión de la calidad total (TQM) y el benchmarking como herramienta de marketing estratégico, los cuales constituyen enfoques claves en la mejora continua de los procesos organizacionales; en adición a ello, la teoría de la mejora continua junto al modelo teórico de la excelencia conciben su rol esencial para garantizar la satisfacción de los clientes, la eficacia operativa y la sostenibilidad empresarial (Sahmi y Abbadi, 2024; Curpanaru, 2021); por su parte, el benchmarking competitivo permite realizar comparaciones de los estándares, procesos y resultados con los del propio sector empresarial, identificando brechas de desempeño y oportunidad de mejora (Rostamzadeh, 2021); así que, al aplicar dichos enfoques

teóricos en las MYPES del sector comercial de Huaraz, se pretendió fortalecer el conocimiento académico sobre cómo adaptar estas herramientas a entornos locales y empresas con recursos limitados.

En cuanto a la justificación práctica que amparó la investigación, pues se buscó ofrecer propuestas para mejorar la gestión de calidad en las MYPES comerciales en Huaraz, mediante la aplicación del benchmarking competitivo, con el propósito de brindar un modelo de referencia que permita a empresarios locales la identificación y adopción de buenas prácticas de otras organizaciones exitosas del mismo rubro; destacando que, esto fortalece los procesos internos, la optimización de recursos, incremento de la competitividad y la sostenibilidad económica de las MYPES en un entorno más exigente (Arias, 2022); de manera que, los hallazgos servirán como asiento para formular políticas de apoyo empresarial y programas de capacitación técnica que promuevan la innovación y mejora continua.

Respecto al objetivo general de investigación fue: Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025. Asimismo, los objetivos específicos fueron: a) Determinar el nivel de la gestión de calidad en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025. b) Determinar el nivel del benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025. c) Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con el planeamiento en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025. d) Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con la recolección de datos en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025. e) Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con la identificación de datos en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025. f) Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con la toma de decisiones en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025

Referente a la hipótesis general afirmativa, se planteó: H1: La gestión de calidad se relaciona significativamente con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025; la negativa, se planteó: H0: La gestión de calidad no se relaciona significativamente con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025. Por otro lado, las hipótesis específicas fueron: HE1(1): La gestión de calidad se relaciona significativamente con el planeamiento en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025; HE2(1): La gestión de calidad se relaciona significativamente con la recolección de datos en MYPES del sector comercio–

Huaraz, 2025; HE3₍₁₎: La gestión de calidad se relaciona significativamente con la identificación de datos en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025; HE4₍₁₎: La gestión de calidad se relaciona significativamente con la toma de decisiones en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

Entre los antecedentes internacionales que avalaron la investigación se consideraron los siguientes: Twaissi et al. (2025) se plantearon analizar cómo la cultura organizacional impacta en el desempeño organizacional de PYMES considerando la gestión de calidad total y el benchmarking. Tuvo un enfoque cuantitativo y explicativo, con un tamaño muestral de 710 propietarios y gerentes que respondieron cuestionarios. Entre los hallazgos se destacó que la gestión de calidad total se vincula positivamente con el rendimiento organizacional a través de un p-valor $< 0,001$ y un Rho = 0,056; a la vez, se vincula con el benchmarking a través de un p-valor $< 0,001$ y un Rho = 0,048; asimismo, la cultura organizacional tuvo efectos indirectos en el rendimiento organizacional mediante la gestión de calidad total mediante un p-valor $< 0,001$ y Rho = 0,235. Concluyeron que, la gestión de calidad total y el benchmarking mejora la eficiencia organizacional, así como la cultura corporativa.

Najat (2024) se planteó analizar de qué manera la gestión de la calidad total impacta en la ventaja competitiva de corporaciones lácteas en Bagdad. El enfoque fue cuantitativo, explicativo, contando con a 45 trabajadores como muestra y un cuestionario como instrumento. Los resultados evidenciaron mediante un coeficiente de determinación (R) igual a 0,634, que la gestión de calidad explica el 63,4% de los cambios en la ventaja competitiva; por otro lado, se encontró un coeficiente Pearson equivalente a 0,802 y un p-valor igual a 0,000 corroborando que la gestión de calidad se vincula con la ventaja competitiva. Concluyendo que, la gestión de calidad impacta considerablemente en la ventaja competitiva de empresas lácteas en Bagdad.

Rodríguez (2024) se planteó analizar el vínculo de la gestión de calidad con la competitividad en microempresas de Baja California. Bajo un enfoque cuantitativo y correlacional, fueron considerados como muestra 384 microempresas y cuestionarios. Los destacados hallazgos revelaron que, los sistemas de gestión de calidad se vinculan con la competitividad mediante un p-valor inferior a 0,001 junto a un coeficiente de Pearson igual a 0,13. Concluyó que, las variables presentadas se asocian positivamente.

Valdez (2022) se centró estudiar cómo la gestión de calidad impacta en la competitividad en una panadera ecuatoriana. Bajo un enfoque cuantitativo y correlacional, considerando un tamaño muestral de 30 personas, quienes respondieron encuestas. Entre los hallazgos se destacó que la gestión de calidad alcanzó un nivel medio según el 80% y la competitividad un nivel bajo acorde con el 50%; además, se encontró un chi cuadrado de Pearson cuyo p-valor fue igual a 0,035 (inferior a 0,05), lo cual corroboró la incidencia entre las variables. Concluyó con la incidencia positiva entre las variable, por lo que la gestión de calidad contribuye a incrementar clientela y generar ingresos mediante estrategias específicas.

Por otro lado, los antecedentes nacionales considerados fueron: Guizado (2024) se enfocó en el análisis de cómo el benchmarking se vincula la competitividad cafetalera de Junín. Bajo un enfoque cuantitativo, correlacional y transversal, contó con un tamaño muestral de 51 clientes y un cuestionarios. Entre los hallazgos se evidenció que el nivel de benchmarking fue bueno según el 74,5%, al igual que el nivel posicionamiento fue bueno según el 90,2%; además, las variables presentaron un p-valor equivalente a 0,000 junto a un $Rho = 0,691$. Concluyó que, el benchmarking se asocia de manera positiva con la competitividad de la empresa estudiada.

Gerónimo (2022) analizó la gestión de calidad y el vínculo con la competitividad en MYPES comercializadoras frutales en Huaral. Fue cuantitativo y correlacional, con un tamaño muestral de 75 gerentes y cuestionarios. Entre los resultados se destacó que el nivel de gestión de calidad se percibe casi siempre acorde con el 66,7% y el 80% considera que la competitividad se efectúa siempre; además, mediante un p-valor igual a 0,000 se corroboró que ambas variables se asocian estadísticamente. Concluyó que, las variables presentadas demostraron que se vinculan de forma positiva.

Apaza (2021) estudió el benchmarking y su impacto en la competitividad en una empresa de alimentos en Lurín. Bajo un enfoque cuantitativo, no experimental y correlacional, contó con 120 clientes como muestra y cuestionarios. Entre los resultados principales, se destacó un nivel de benchmarking medio según el 46,7% y el nivel de competitividad fue medio según el 49,2%; además, se corroboró a través de un p-valor igual a 0,000 junto a un Rho equivalente a 0,690 que las variables se

asocian positivamente. Concluyó que, el benchmarking se asocia de forma positiva con la competitividad de la empresa en cuestión.

Becerra (2021) tuvo como propósito estudiar cómo el benchmarking se vincula con la competitividad de un establecimiento de bebidas en Cajamarca. Fue cuantitativo y correlacional, considerando un tamaño muestral de 25 colaboradores y cuestionarios. Entre los principales hallazgos se destacó un p-valor igual a 0,001 y un Rho equivalente a 0,628 que las variables se asocian positivamente, al igual que el factor interno se vincula con la calidad ($p=0,001$) y benchmarking genérico con la ventaja competitiva ($p=0,004$). Concluyó que, las variables en estudio se encuentran asociadas positiva y moderadamente.

Retamozo (2020) se enfocó en la gestión de calidad y su asociación con la competitividad en MYPES comerciales automotrices de Satipo. Bajo un enfoque cuantitativo y correlacional, contempló una muestra de 30 MYPES y cuestionarios. Entre los principales resultados se detectó un p-valor menor a 0,05, indicando una incidencia positiva entre las variables principales, considerando un coeficiente Pearson igual a 0.95. Concluyó que, las variables presentadas se asocian de manera significativa y positiva.

Yupanqui (2020) se planteó vincular la gestión de calidad con la competitividad de las MYPES de Satipo. Bajo un enfoque cuantitativo y correlacional, contemplando una muestra de 14 MYPES y cuestionarios. Entre los principales resultados se destacó que tanto la gestión de calidad y la competitividad se encuentran en un nivel regular acorde al 57,1%; por otro lado, una significancia igual a 0,009 ($>0,05$) corroboró que ambas variables se vinculan estadísticamente junto a un Rho de Spearman equivalente a 0,663. Concluyó que, ambas variables se vinculan significativa y positivamente.

A continuación, se definen el marco conceptual de la investigación, destacando en primer lugar la variable, dimensiones e indicadores correspondientes a la variable gestión de calidad y benchmarking competitivo respectivamente:

La variable gestión de la calidad se define, según Knop (2021) agrupa políticas, procedimientos y recursos que son empleados para lograr metas organizacionales y resultados específicos, de manera que, la gestión de procesos interactúa conjuntamente con los recursos y partes vinculadas a la empresa para incrementar la satisfacción de clientes y mantener bajo control cada procedimiento

apuntando a una mejora continua. Para Gejdoš et al. (2023) es un método de gestión moderna empleado en organizaciones de alto nivel, enfocadas en estrategias para incrementar la calidad de productos y actividades organizacionales, las cuales procuran lograr la mayor satisfacción de los clientes con el menor coste, equilibrando la productividad, eficiencia y calidad.

También, en la norma ISO 9001:2015, alude a la gestión de calidad como la agrupación de elementos que interactúan para establecer políticas, metas y procesos vinculados a la calidad, por ello incorpora el ciclo de Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA), destinado a la organización y planificación de los procesos y las interacciones en organizaciones (Nápoles et al., 2023).

A continuación, se presentan las definiciones conceptuales de las dimensiones correspondientes a la variable gestión de calidad:

La dimensión planificar se trata de la fase inicial donde se define que hacer para mejorar el sistema de calidad, integrando normativas y modelos de excelencia centrados en priorizar y solucionar problemas acordes con las capacidades organizacionales, además de incluir técnicas y herramientas para conseguirlo (Nápoles et al., 2023). Además, se consideran las siguientes definiciones correspondientes a los indicadores de la dimensión planificar:

El indicador denominado: Identifica el proceso a mejorar alude al primer paso para reconocer los objetivos y determinar que procesos y recursos se requieren para el logro de resultados (Carrero et al., 2021).

El indicador denominado: Establece objetivos de mejora se trata de la gestión de procesos que interactúan entre sí, al igual que los recursos necesarios que confieren el valor ideal para conseguir resultados (Ramos, 2020).

La dimensión hacer alude a la acción directa de implementar metodologías de gestión de la calidad en determinada organización, en función a la normativa correspondiente, considerando que previamente se evaluaron los riesgos en cada proceso y se refuerza los puntos débiles detectados mediante una matriz de diferencias puntuales y estratégicas (Nápoles et al., 2023). Además, se consideran las siguientes definiciones correspondientes a los indicadores de la dimensión hacer:

El indicador denominado: Realiza lo planificado hace alusión a la ejecución de acciones, procesos o estrategias definidas durante la planificación, siguiendo los procedimientos establecidos para alcanzar los objetivos propuestos (Taufik, 2020).

El indicador denominado: Documentar acciones implica el registro sistemático de cada paso realizado en las fases del ciclo PHVA para asegurar la trazabilidad, el aprendizaje y mejora continua, de manera que, las acciones sean claras, comprensibles y accesibles para facilitar la evaluación de resultados e identificar las áreas de mejora (Gueorguiev, 2024).

La dimensión controlar se define como la acción de verificar mediante una evaluación de resultados tras la implementación de requisitos acorde con la normativa de gestión de calidad, de forma que se realice un monitoreo del accionar adecuadamente según lo estipulado en la planificación (Nápoles et al., 2023).

Además, se consideran las siguientes definiciones correspondientes a los indicadores de la dimensión controlar:

El indicador denominado: Realiza seguimiento del funcionamiento y procesos se trata de monitorear y evaluar de manera sistemática cada etapa con la finalidad de asegurar la mejora continua de los procesos y la eficiencia operativa, pues permite observar y analizar cómo se ejecutan las actividades planificadas y las acciones correctivas (Isniah et al., 2020).

El indicador denominado: Comprueba los cambios se refiere a la estimación de los efectos obtenidos tras la implementación del accionar planificado, para compararlas con los objetivo y estándares definidos en la fase de planificación, lo cual permite identificar si los cambios realizados producen mejoras o si existen desviaciones que requieren ajustes adicionales (Isniah et al., 2020).

La dimensión actuar se trata de la ejecución de lo planteado en la fase inicial de planeamiento, posterior a la aplicación y control de los procesos para completar los requisitos o necesidades para proveer productos y servicios de la organización (Nápoles et al., 2023). Además, se consideran las siguientes definiciones correspondientes a los indicadores de la dimensión actuar:

El indicador denominado: Modificar resultados se refiere a la implementación de cambios o ajustes basados en la evaluación de lo resultante durante la fase de verificación, de manera que, si los resultados no concuerdan con los objetivos o estándares establecidos, se modifican los procesos o acciones para corregir desviaciones y mejorar la calidad o el proceso evaluado (Taufik, 2020).

El indicador denominado: Estudia nuevas mejoras implica analizar cada fase para identificar oportunidades de optimización, implementar cambios, evaluar resultados y estandarizar las mejores prácticas (Dong y Li, 2025).

Respecto a las bases teóricas que sustentaron la investigación, se consideró para la variable gestión de calidad, la teoría de la calidad total (TQM) de Edward Deming en 1986 quien afirmó que es fundamental para la sostenibilidad empresarial, la satisfacción de la clientela y su fidelización, pues se trata del proceso continuo para identificar, reducir o eliminar defectos de producción, mejorar la cadena de suministros, optimizar la experiencia de los clientes y asegurar que el personal reciba formación adecuada para sus labores, así que, requiere de aplicar mejoras en las prácticas internas y distribuir responsabilidades de calidad entre todo el equipo para elevar los estándares de la empresa, logrando formalizar 14 principios principales (Ugwu, 2023).

Según Mayangsari et al. (2023), las etapas que corresponden a la teoría de la calidad total son cuatro: planificar, hacer, verificar y actuar, considerando que en la primera se desarrolla el plan de mejora procurando responder a preguntas claras que permitan formular objetivos; la segunda etapa, consiste en la ejecución del plan ajustando la distribución de tareas por cada miembro para ejecutarlo correctamente; en la tercera fase, se procede a verificar que los resultados de la implementación se ajusten a lo propuesto en el plan para que los próximos avances puedan ser supervisados acorde con los objetivos; finalmente, la fase de implementar, comercializar o promocionar los hallazgos como medida de prevención y se repliquen para mermar situaciones problemáticas alineadas con los objetivos.

Asimismo, se tomó en cuenta la teoría de la mejora continua Kaizen propuesta por Masaaki Imai en 1986 surge como respuesta ante estrategias ágiles en empresas manufactureras, destacando que se emplea para hallar oportunidades y eliminar desperdicios en tiempo, dinero o retrabajos, así agilizar los procesos para una reducción de costos y elevar los estándares de atención a clientes (Sahmi y Abbadi, 2024). Para Podlesny (2024) alude al proceso de identificación, evaluación y mejora constante de los sistemas, procesos, productos y servicios, con la finalidad de incrementar la productividad a la vez que se eleva la calidad, pero con una reducción de costos mediante la eliminación de desperdicios, ineficiencias o acciones redundantes basada en el principio de las cinco S: Seiri (clasificación), Seiton

(sistematización), Seiketsu (estandarización) y Shitsuke (mejora); lo cual, impacta en la moral de los empleados por fomentar el ideal de innovación y se promueve la receptividad al cambio, el compromiso y colaboración por un bien en común.

Finalmente, el modelo teórico de la excelencia presentado por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM), acorde con Curpanaru (2021) se trata de una herramienta para analizar sistemáticamente y de forma permanente las actividades en una empresa, a la vez permite comparar los resultados con el rendimiento mediante un modelo de autoevaluación, teniendo en cuenta que se procura la satisfacción del cliente y el personal, así como la integración en comunidad del equipo de trabajo a través del liderazgo, mejoras en las políticas internas y estrategias para gestionar el personal, recursos y procesos; de manera que, la excelencia organizacional se mide al comparar la capacidad para lograr resultados y mantenerlos de manera excepcional en simultáneo para todas las partes involucradas, así que la flexibilidad del modelo facilita su aplicación en empresas grandes, medianas y pequeñas.

Por otro lado, se procedió a definir la variable Benchmarking competitivo, con sus respectivas dimensiones e indicadores:

La variable benchmarking competitivo se define, según Vargas y Aguilar (2024) el benchmarking se trata de una práctica estratégica en el rubro empresarial, la cual compara y evalúa el rendimiento organizacional, así como los productos o procesos contrastándolos con los estándares más sobresalientes de la industria, el tipo competitivo se enfoca en la competencia o rivales directos, a partir de los cuales se identifican las oportunidades para mejorar y adoptar las mejoras prácticas y técnicas para conseguir incrementar el desempeño e impulsar la mejora continua. Para Ariele y Reis (2023), el benchmarking competitivo forma parte del tipo externo, el cual trata de la comparación de los propios estándares organizacionales con los utilizados por la competencia externa, con el fin de tomar las mejores estrategias, perfeccionar y superar a los rivales logrando un mayor crecimiento en la organización.

Además, es definido como la evaluación comparativa entre las ventajas y desventajas contrastando con la competencia directa empresarial partiendo de la planeación, recopilación de información, análisis e identificación de datos y la implementación o toma de decisiones para posicionar los servicios o bienes en el mercado (Ore et al., 2021).

La dimensión planeamiento se trata de la fase inicial donde se definen los objetivos, se determinan las herramientas y mecanismos para recabar y ejecutar el análisis de datos, con base a ello se identifican las áreas clave y se establece un plan de acción (Ore et al., 2021). Además, se consideran las siguientes definiciones correspondientes a los indicadores de la dimensión planeamiento:

El indicador denominado: Reconoce necesidades alude al proceso para identificar las áreas de mejora o carencias en una institución al contrastar los procedimientos, productos o resultados aquellos de los líderes del sector o competidores directos (Qizi, 2023).

El indicador denominado: Identifica procesos a mejorar implica el análisis y comparación de los procedimientos, productos o servicios de una institución con los de su competencia o referentes del sector, con la finalidad de detectar brechas en el desempeño y oportunidades de mejora (Abb et al., 2025).

La dimensión recolección de datos alude a la fase donde se seleccionan a los socios del negocio y se les invita a participar y compartir los objetivos de la estrategia competitiva para recabar datos e información primordiales de otras compañías (Ore et al., 2021). Además, se consideran las siguientes definiciones correspondientes a los indicadores de la dimensión recolección de datos:

El indicador denominado: Identifica información a utilizar alude la selección de datos y métricas clave que permitan contrastar el desempeño de una organización con su competencia directa o los líderes del sector, detectando diferencias significativas respecto a las referencias seleccionadas para encontrar oportunidades de mejora (Kravets, 2023).

El indicador denominado: Analizar información existente implica examinar indicadores de desempeño, procesos, tecnologías y estrategias, luego interpretar estos datos para establecer áreas de fortaleza y debilidades propias en relación con sus principales competidores o líderes del sector; de forma que se detecten diferencias principales y superarlas para fortalecer la competitividad (Zhylynska y Gitko, 2025).

La dimensión identificación de datos se trata de la fase posterior a la recolección de información, donde esta es analizada para la identificación de patrones y tendencias, cuyos hallazgos son empleados para reconocer las oportunidades de mejora y establecer metas en función a ellas (Ore et al., 2021). Además, se consideran

las siguientes definiciones correspondientes a los indicadores de la dimensión identificación de datos:

El indicador denominado: Diferencia el desempeño empresarial significa reconocer en qué áreas la empresa se encuentra por debajo, igual o por encima de sus competidores, posteriormente, utilizar esa información para tomar decisiones estratégicas que impulsen la ventaja competitiva (Boichuk y Afanasenko, 2023).

El indicador denominado: Determina factores de mejora se trata de identificar factores críticos de éxito, los cuales al optimizarse pueden generar ventajas competitivas sostenibles en procesos, productos, servicios y estrategias (Kravets, 2023).

La dimensión toma de decisiones se refiere a la fase donde se adoptan soluciones y recursos para lograr los objetivos definidos como parte de la integración, posterior a ello se monitorizan los resultados para mejorar las prácticas de la evaluación comparativa, con la finalidad de ajustar los parámetros en los procesos de ser necesario para mayor crecimiento organizacional (Ore et al., 2021). Además, se consideran las siguientes definiciones correspondientes a los indicadores de la dimensión toma de decisiones:

El indicador denominado: Implementa mejoras significa identificar, adaptar e incorporar las mejores prácticas y procesos observados en organizaciones líderes del sector para mejorar el desempeño propio y aumentar la competitividad, en ese sentido, tras analizar los indicadores y establecer las diferencias se procede a aplicar cambios concretos con base en los aprendizajes obtenidos (Vikarchuk et al., 2022).

El indicador denominado: Aumenta la competitividad alude al proceso de sistemático de aprendizaje y adaptación con base en la comparación con los mejores resultados de los líderes del mercado, con la finalidad de alcanzar y superar los estándares, finalmente, asegurar el éxito a largo plazo (Pasholikov, 2024).

Por otro lado, para la variable benchmarking competitivo se tomó en cuenta la teoría del benchmarking propuesta por Robert Camp en 1979, quien refirió que la aplicación del benchmarking como herramienta de calidad brinda la oportunidad a organizaciones para mejorar el rendimiento a través de una autoevaluación y una evaluación de sus competidores, a través de la identificación, comprensión y adaptación de los productos, servicios, procesos y prácticas con la intención de implementar planes de mejora para mayor satisfacción de clientes y liderar la

industria; por ello, el benchmarking contribuye a adaptar las mejores prácticas empresariales, planificar y desarrollar objetivos estratégicos, fomentar la creatividad y acelerar procesos de mejora de la mano de tecnologías emergentes (Rostamzadeh, 2021).

Según Abdulaziz (2021) se distinguen cuatro tipos de benchmarking: el interno, enfocado en organizaciones que estudian empresas, divisiones o unidades con operaciones similares, pueden ser empresas multinacionales; el competitivo, compara y analiza los datos de la competencia para explicar las causas de rendimiento superior; la funcional, se analizan procesos similares en distintas organizaciones con rubros de producción diferentes; finalmente, el genérico se centra en el análisis de aspectos tecnológico, como se implementa y despliega en otras organizaciones del mismo sector o diferente. Además, se ha demostrado que diversas organizaciones que recurrieron a la implementación del benchmarking como herramienta para mejorar sus procesos y ajustar sus objetivos estratégicos, lograron posicionarse en el mercado con un incremento estratégico en el desempeño de sus procesos (Malapa et al., 2023).

También, se consideró la teoría de recursos y capacidades propuesta por Jay Barney en 1991, quien refirió que los recursos y las capacidades organizacionales son vitales para la ventaja competitiva sostenida, puesto que, el continuo interés en la asignación eficiente y eficaz de recursos en las organizaciones crean ventajas competitivas distribuidas heterogéneamente en el mercado, destacando las cualidades valiosas, únicas e irremplazables (De Montreuil, 2023). No obstante, las tendencias emergentes, el creciente énfasis por la sostenibilidad corporativa y las prácticas éticas en las cadenas de suministros representan oportunidades de integrar la sostenibilidad ambiental como ventaja competitiva, además de incluir herramientas novedosas y tecnológicas como Blockchain (BoT) o inteligencia artificial para potenciar la cadena de suministros ante disrupciones o amenazas de la competencia (Komakech et al., 2025).

Por último, se incluyó la teoría de la ventaja competitiva/competencia guiada por Michael Porter, que se trata de una posición superior por sobre otros competidores, lo cual refleja alguna atribución atractiva de la industria aunado a factores influyentes de la competitividad organizacional, generalmente se logra a través de una oferta de mayor valor a los clientes, ya sea por precios bajos o mayores

beneficios con precios acorde al valor ofertado; en ese sentido, se requiere de un análisis de la competencia en la industria, los nuevos participante, el poder de negociación de proveedores-compradores y los productos sustitutos, con la finalidad de mejorar la comprensión de la empresa frente al mercado (Salsabila y Ribhan, 2025). Mugo (2020) afirma que las empresas que Porter propone dividir las en tres categorías: liderazgo de costos, diferenciación y enfoque, adicional a ello, se mide la ventaja competitiva empleando indicadores como: cobertura de mercado, cuota de mercado, rentabilidad y eficiencia.

Finalmente, se presentan los siguientes términos básicos del estudio para una mayor comprensión:

La norma ISO 9001:2015 se trata de una norma internacional que instituye los requerimientos para un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) en cualquier tipo de organización, cuyo principal objetivo es asegurar que las empresas puedan cumplir consistentemente con las necesidades de los clientes y optimizar la satisfacción de estos, mediante procesos eficaces y la mejora continua, así que proporciona un marco estructurado con base en el ciclo PHVA (Kowalczyk, 2024).

MYPE es un término engloba a las micro y pequeñas empresas, ya sea en el contexto peruano o internacional, los cuales contribuyen a la generación de empleo nacional, asimismo, existen leyes que determinan el régimen tributario y los mecanismos de fiscalización (Beingolea, 2021).

PYME es un término se centra en las pequeñas y medianas empresas que destacan por su crecimiento, la productividad, su capacidad para la tecnificación, el acceso al crédito y las políticas para mejorar su competitividad (Aguado et al., 2022).

MIPYME es un término agrupa a las micro, pequeñas y medianas empresas, los cuales logran representar casi la totalidad de empresas en Latinoamérica y representa más de la mitad de empleo en la región (Beingolea, 2021).

El benchmarking se define como una práctica estratégica de gestión que consiste en comparar y evaluar el desempeño de una institución, producto o proceso con los esquemas más relevantes del sector, con la finalidad de reconocer posibilidades de progreso y la adopción de las prácticas con los mejores resultados para lograr un rendimiento superior (Bednárová et al., 2024).

La competitividad hace alusión de la capacidad de una empresa, producto, región o país para mantener y fortalecer su posición en el mercado frente a sus

competidores, satisfaciendo las necesidades de los consumidores y asegurando su sostenibilidad a largo plazo; además, a nivel macroeconómico se vincula con el crecimiento económico, la atracción de inversiones, el incremento de la productividad y la mejora del bienestar social y económico (Garbuzyuk et al., 2024).

La sostenibilidad corporativa se define como el enfoque empresarial que busca crear valor a largo plazo integrando de forma equilibrada las dimensiones: ambiental, social y económica en la gestión y operaciones de las organizaciones, con la finalidad de no comprometer la capacidad de generaciones póstumas para lograr la satisfacción de sus propias necesidades, por ello se centra en tres pilares: desempeño ambiental, responsabilidad social y viabilidad económica (Pazienza et al., 2022).

II. METODOLOGÍA

2.1. Enfoque y tipo de investigación

2.1.1. Enfoque de investigación

La investigación presentó un enfoque cuantitativo, porque Barella et al. (2024) refiere que es aquel proceso sistemático y estructurado que recurre al uso de métodos numéricos, estadísticos y matemáticos para la recolección, análisis e interpretación de datos para generar conocimiento objetivo, verificable y generalizable. Por ello, se consideró este enfoque para evaluar las variables gestión de calidad y el benchmarking competitivo, empleando métodos numéricos y la estadística.

2.1.2. Tipo de investigación

Según Rodríguez (2020) el tipo de investigación básica se centra en la generación del conocimiento teórico y la comprensión profunda de los fenómenos, aunque, no requiere de una aplicación práctica inmediata o directa. En ese sentido, en esta investigación se consideró un tipo básico para analizar las variables presentadas, también para explicar cómo se desenvuelve la interacción entre ellas en un contexto en específico.

De acuerdo con su profundidad, la investigación fue relacional o correlacional, donde Arias et al. (2022) sostienen que se enfoca en la identificación, descripción y análisis de las asociaciones entre dos o más variables, sin la necesidad de manipularlas de manera directa ni establecer la causalidad entre ellas. Así que, el alcance fue correlacional por centrarse en determinar la asociación entre las variables gestión de calidad y el benchmarking competitivo, utilizando métodos estadísticos para determinar la fuerza y dirección del vínculo.

2.2. Diseño metodológico

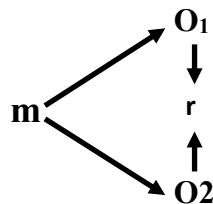
La investigación presentó un diseño no experimental, porque según Arias y Covinos (2021) aluden al análisis de las variables de manera que el investigador adopta el rol de observador para realizar la medición de las variables de interés, sin la necesidad de manipularlas o controlar las condiciones del estudio, por lo que se centran en describir, explorar y analizar los vínculos tal como se presentan en la realidad, sin intervenirlas. Asimismo, el alcance fue

descriptivo-correlacional, porque se concentra en reconocer y examinar la asociación entre dos variables o más, pero sin establecer un vínculo causal, por lo que busca determinar la existencia de correlación entre las variables, además de la fuerza y dirección de tal relación (Janse et al, 2021). El corte fue transversal, puesto que, el estudio y medición de las variables establecidas se realiza en un solo momentos en el tiempo, es decir, solo se realiza una medición (Wnag y Cheng, 2020).

Por tanto, se recurrió al diseño no experimental y un corte transversal, puesto que las variables propuestas fueron analizadas sin intervenciones intencionadas para reconocer la asociación entre gestión de calidad y benchmarking competitivo, con la toma de datos en un solo momento durante el año 2025. Asimismo, el esquema empleado fue el siguiente:

Figura 1

Diseño correlacional



Donde:

m = muestra

O₁ = Variable 1: Gestión de calidad

O₂ = Variable 2: Benchmarking competitivo

r = relación

Nota. Tomado de Arias et al. (2022).

2.3. Población y muestra

La población es definida como la agrupación total de individuos, objetos, eventos e incluso elementos, los cuales comparten características específicas similares que son relevantes para el objetivo del estudio (Hossan et al., 2023). Por ello, la población considerada para la investigación fueron 703 MYPES del sector comercio.

La muestra según Nanjundeswaraswamy y Divakar (2021) se trata de una sub-porción representativa de la población, misma que es seleccionada para ser objeto de estudio a partir del cual se recopila información que pueda generalizarse al conjunto total. En tal sentido, la muestra estuvo compuesta por 100 representantes de MYPES del sector comercio en Huaraz.

Asimismo, el muestreo es definido como el procesos sistemático de seleccionar individuos o elementos con características representativas del total de una población para formar la muestra; además, se destacan dos tipos de muestreo: el probabilístico donde se recurre a una fórmula estadística para determinar la cantidad de muestra aleatoria; por otro lado, el muestreo no probabilístico no emplea fórmula alguna, pues la determinación de la cantidad se basa en criterios del investigador como la conveniencia (Mweshi y Sakyi, 2020). Por ello, se empleó el muestreo no probabilístico a conveniencia de la investigadora, la cual seleccionó como muestra a 100 representantes de MYPES del sector comercio.

Los criterios de inclusión abarcaron: representantes de MYPES registrados en el sector comercio, asimismo, MYPES cuyos representantes aceptaron participar de manera voluntaria en el estudio; por otro lado, fueron excluidos los negocios que no fueron registrados oficialmente como MYPES en el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en los últimos doce meses, además, de exentar a representantes que no desearon participar del estudio.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica de la encuesta se define según Hamdoun et al. (2024) como un método de recolección que consiste en obtener información por medio de preguntas estandarizadas con la finalidad de describir, explorar o analizar características, opiniones, comportamientos o actitudes de una determinada población. Así que, se recurrió a la encuesta para recabar información de las dos variables de estudio.

El instrumento empleado fue el cuestionario, que según Ranganathan y Caduff (2023) es un listado ordenado de interrogantes diseñadas para recopilar información específica de una muestra determinada, sobre sus características, opiniones y conocimientos, puede contener preguntas cerradas, abiertas o mixtas

dependiendo la finalidad que requiera el estudio. Por tanto, se recurrió al empleo de dos cuestionarios con preguntas de opción múltiple, el primero se enfocó en medir la variable gestión de calidad a partir de 20 ítems, con una escala valorativa ordinal tipo Likert con cinco opciones: 1=Nunca, 2=Casi nunca, 3=A veces, 4=Casi siempre, 5=Siempre. Por otro lado, el segundo instrumento se centró en medir la variable Benchmarking competitivo a partir de 20 ítems, con una escala valorativa ordinal tipo Likert con cinco opciones: 1=Nunca, 2=Casi nunca, 3=A veces, 4=Casi siempre, 5=Siempre.

La validación se describe como el procesos sistemático y riguroso para medir la calidad de los instrumentos de recolección de datos, asegurándose que estos midan de manera precisa, confiable y adecuada los constructos propuestos a investigar, por ello, al medir la validez del contenido por medio del juicio de expertos que revisan la claridad, relevancia y pertinencia de las interrogantes, se asegura que instrumento cubra los aspectos más relevantes del constructo (Aithal y Aithal, 2020). En tal sentido, se procedió a realizar la validación de los cuestionarios por medio del juicio de tres expertos: Flores Rivas Víctor Ricardo, Solís Chuquiyaury Javier y Fernández Monge Lida Marlene quienes dieron su conformidad con respecto a la pertinencia, relevancia y claridad de las interrogantes, calificándolos como aptos para su aplicación.

La confiabilidad según Babu y Kohli (2023) aluden a la medición de la consistencia interna, estabilidad y precisión de un instrumento para recolectar datos para producir resultados consistentes y replicables en condiciones similares, así que refleja la ausencia de error aleatorio en las mediciones, asegurando que los datos son estables y no son influenciados por factores externos o inconsistencias del instrumento; asimismo, se emplea el estadígrafo Alfa de Cronbach comúnmente, cuyos un valores entre 0,7 y 0,9 son considerados como aceptables, pues cuanto más cercano al 1 esté será más confiable. En tal sentido, se obtuvo la confiabilidad para ambos instrumentos mediante el Alfa de Cronbach, cuyo resultado fue 0,901 para la gestión de calidad y 0,792 para el benchmarking competitivo.

2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Tras la recopilación de datos utilizando las encuestas, se procedió a organizar los datos en el programa Excel, posteriormente se trasladaron al *software* estadístico SPSS versión 25 donde se llevó a cabo el análisis descriptivo y el análisis inferencial. En el análisis descriptivo se consideraron tablas de frecuencias y porcentajes de cada variable y dimensiones respectivas, las cuales se plasmaron en el cuerpo de la investigación con su respectiva interpretación; mientras que, el análisis inferencial inició con una prueba de normalidad mediante el estadígrafo de Kolmogorov-Smirnov debido a la cantidad de muestra mayor a 50 unidades (Angelini y Bianchi, 2025), asimismo, permitió se determinar la distribución de datos por cada variable, con lo cual, se determinó el estadígrafo adecuado para el contraste de hipótesis, puesto que, para la distribución anormal corresponde aplicar una prueba no paramétrica como el Rho de Spearman (Carranza et al., 2023).

2.6. Aspectos éticos en la investigación

La investigación se realizó acorde con el código de ética de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, teniendo en consideración los siguientes principios éticos fundamentales como la justicia, enfocada en beneficiar equitativamente a los participantes del estudio sin excluir injustamente a ninguno; la no maleficencia refiere que no se causaron daños intencionados a los participantes y se procuró minimizar cualquier riesgo; la beneficencia obligó a la investigadora a maximizar los beneficios del estudio para los participantes y sociedad; la autonomía permitió reconocer el derecho de los partícipes a tomar decisiones informadas y voluntarias. Por otro lado, se solicitó oportunamente el consentimiento informado a los participantes de las MYPES seleccionadas como muestra. Además, el desarrollo del estudio siguió los lineamientos universitarios actualizados para investigaciones científicas; finalmente, la redacción del informe final consideró las normas APA 7ma edición para atribuir la autoría correspondiente y veracidad a la información citada.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados descriptivos

Objetivo específico 1: Determinar el nivel de la gestión de calidad en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

Tabla 1

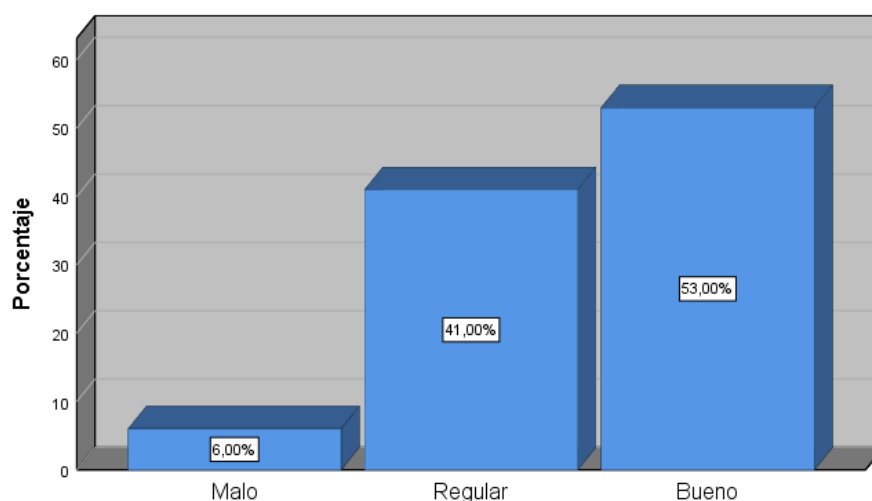
Niveles de la variable gestión de calidad

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Malo	6	6,0
Regular	41	41,0
Bueno	53	53,0
Total	100	100,0

Nota. Base de datos de los cuestionarios aplicados.

Figura 2

Niveles de la variable gestión de calidad



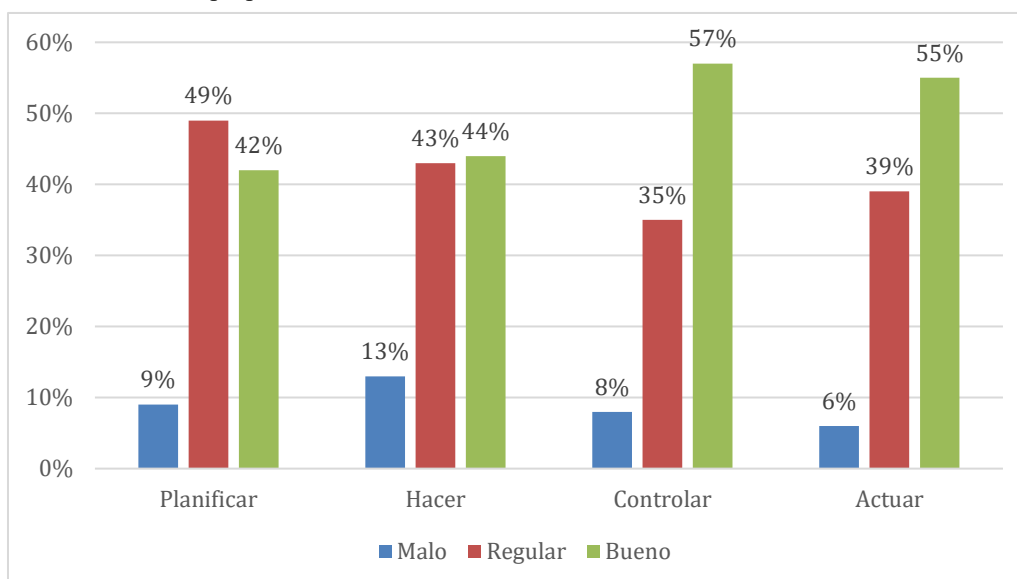
Nota. Elaboración propia.

Descripción:

En la Tabla 1 y Figura 2 reflejan que, predomina la gestión de calidad en un nivel bueno acorde con el 53,0%, seguido por el 41,0% que refirió un nivel regular; finalmente, una minoría compuesta por el 6,0% indicó un nivel malo. Por tanto, la percepción de la gestión de calidad fue primordialmente positiva.

Tabla 2*Niveles de las dimensiones de la variable gestión de calidad*

Niveles	Planificar		Hacer		Controlar		Actuar	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Malo	9	9,0	13	13,0	8	8,0	6	6,0
Regular	49	49,0	43	43,0	35	35,0	39	39,0
Bueno	42	42,0	44	44,0	57	57,0	55	55,0
Total	100	100,0	100	100,0	100	100,0	100	100,0

Nota. Base de datos de los cuestionarios aplicados.**Figura 3***Niveles de las dimensiones de la variable gestión de calidad**Nota.* Elaboración propia.**Descripción:**

En la Tabla 2 y Figura 3 se aprecia que, las dimensiones de la primera variable se sitúan en un nivel bueno, con un 57 %, 55 % y 44 % para controlar, actuar y hacer respectivamente. En cambio, la dimensión planificar tiene una ubicación del 49 % en el nivel regular. Por lo tanto, la percepción de las dimensiones de la gestión de calidad fue principalmente positiva.

Objetivo específico 2: Determinar el nivel del benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

Tabla 3

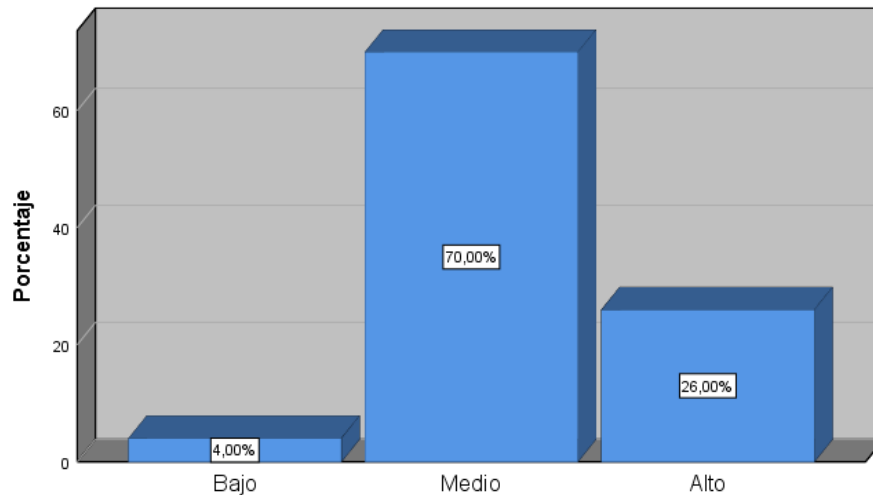
Niveles de la variable benchmarking competitivo

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	4,0
Medio	70	70,0
Alto	26	26,0
Total	100	100,0

Nota. Base de datos de los cuestionarios aplicados.

Figura 4

Niveles de la variable benchmarking competitivo



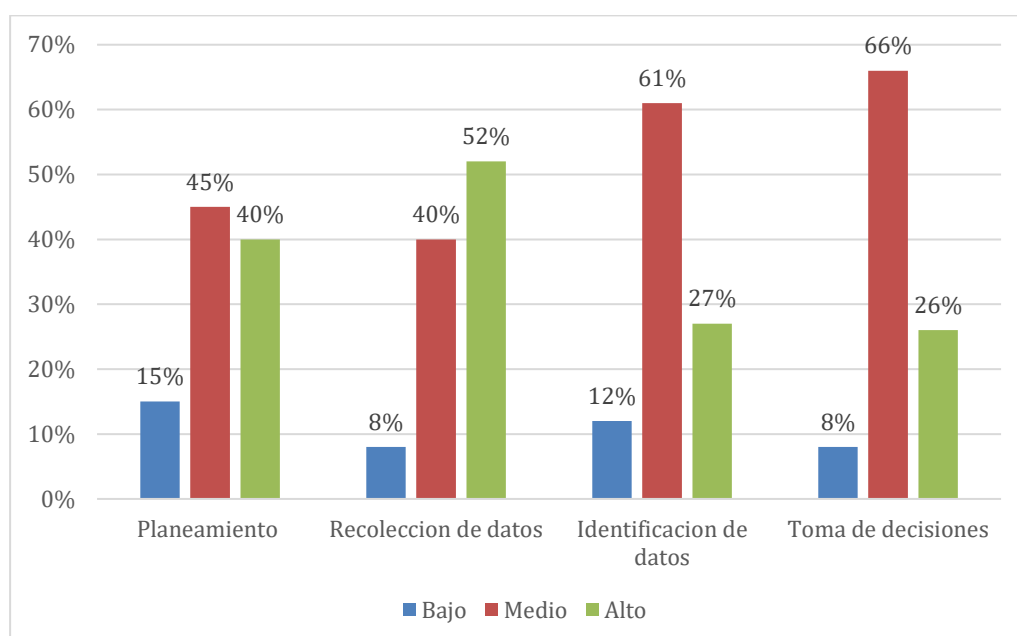
Nota. Elaboración propia.

Descripción:

En la Tabla 3 y Figura 4 reflejan que, predomina el benchmarking competitivo en un nivel medio acorde con el 70,0%, seguido por el 26,0% que refirió un nivel alto; finalmente, una minoría compuesta por el 4,0% indicó un nivel bajo. Por tanto, la percepción del benchmarking competitivo fue primordialmente positiva.

Tabla 4*Niveles de las dimensiones de la variable benchmarking competitivo*

Niveles	Planeamiento		Recolección de datos		Identificación de datos		Toma de decisiones	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Bajo	15	15,0	8	8,0	12	12,0	8	8,0
Medio	45	45,0	40	40,0	61	61,0	66	66,0
Alto	40	40,0	52	52,0	27	27,0	26	26,0
Total	100	100,0	100	100,0	100	100,0	100	100,0

Nota. Base de datos de los cuestionarios aplicados.**Figura 5***Niveles de las dimensiones de la variable benchmarking competitivo**Nota.* Elaboración propia.**Descripción:**

En la Tabla 4 y Figura 5 se aprecia que, predomina las dimensiones del benchmarking competitivo en un nivel medio acorde con un 45%, 61% y 66% para planeamiento, identificación de datos y toma de decisiones correspondientemente, seguido de un 52% en un nivel alto para la recolección de datos. Por tanto, la percepción de las dimensiones del benchmarking competitivo fue primordialmente positiva.

3.2. Resultados inferenciales

A continuación, se presenta la prueba de normalidad de datos, debido a la cantidad de estudiantes analizados que sobrepasan las 50 unidades, se seleccionó el estadígrafo Kolmogorov-Smirnov, a partir de lo cual se determina la distribución de los datos según la siguiente regla de decisión:

H_0 : Los datos siguen una distribución normal.

H_1 : Los datos no siguen una distribución normal.

Tabla 5

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de calidad	,159	100	,000
Planeamiento	,138	100	,000
Recolección de datos	,163	100	,000
Identificación de datos	,108	100	,006
Toma de decisiones	,116	100	,002
Benchmarking competitivo	,174	100	,000

La Tabla 5 muestra que, las variables gestión de la calidad y Benchmarking competitivo, así como las dimensiones de la segunda arrojaron un p-valor igual a 0,000, al ser menor a 0,05 se aceptó la hipótesis alterna que indica una distribución anormal de datos, por lo cual, concierne el empleo de estadígrafos no paramétricos como Rho de Spearman para el contraste de hipótesis.

Hipótesis general:

H_1 : La gestión de calidad se relaciona significativamente con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

H_0 : La gestión de calidad no se relaciona significativamente con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

Tabla 6

Correlación de la hipótesis general

			Gestión de calidad	Benchmarking competitivo
Rho de Spearman	Gestión de calidad	Coefficiente de correlación	1,000	,572
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	Benchmarking competitivo	Coefficiente de correlación	,572	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.

	N	100	100
--	---	-----	-----

La Tabla 6 refleja que, la gestión de calidad y el Benchmarking competitivo presentan un p-valor equivalente a 0,000 ($p < 0,05$), corroborando la hipótesis alterna; adicional a ello, se aprecia un grado moderado de asociación, adicional a ello, se obtuvo un coeficiente Rho de Spearman equivalente a 0,572. En tal sentido, las variables mencionadas poseen un vínculo estadístico positivo y moderado.

Hipótesis Específica 1:

HE1₁: La gestión de calidad se relaciona significativamente con el planeamiento en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

HE1₀: La gestión de calidad no se relaciona significativamente con el planeamiento en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

Tabla 7

Correlación de la hipótesis específica 1

			Gestión de calidad	Planeamiento
Rho de Spearman	Gestión de calidad	Coefficiente de correlación	1,000	,451
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	Planeamiento	Coefficiente de correlación	,451**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

La Tabla 7 refleja que, la variable gestión de calidad y el planeamiento presentan un p-valor equivalente a 0,000 ($p < 0,05$), corroborando la hipótesis alterna; adicional a ello, se aprecia un grado moderado de asociación debido al coeficiente Rho de Spearman correspondiente a 0,451. En tal sentido, la variable y la dimensión mencionadas poseen un vínculo estadístico positivo y moderado.

Hipótesis Específica 2:

HE2₁: La gestión de calidad se relaciona significativamente con la recolección de datos en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

HE2₀: La gestión calidad no se relaciona significativamente con la recolección de datos en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

Tabla 8*Correlación de la hipótesis específica 2*

			Gestión de calidad	Recolección de datos
Rho de Spearman	Gestión de calidad	Coefficiente de correlación	1,000	,310
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	100	100
	Recolección de datos	Coefficiente de correlación	,310**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	100	100

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

La Tabla 8 refleja que, la variable gestión de calidad y la recolección de datos presentan un p-valor equivalente a 0,002 ($p < 0,05$), corroborando la hipótesis alterna; adicional a ello, se aprecia un grado de asociación débil a causa del coeficiente Rho de Spearman correspondiente a 0,310. En tal sentido, la variable y la dimensión mencionadas poseen un vínculo estadístico positivo y débil.

Hipótesis Específica 3:

HE3₁: La gestión de calidad se relaciona significativamente con la identificación de datos en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

HE3₀: La gestión calidad no se relaciona significativamente con la identificación de datos en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

Tabla 9*Correlación de la hipótesis específica 3*

			Gestión de calidad	Identificación de datos
Rho de Spearman	Gestión de calidad	Coefficiente de correlación	1,000	,411
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	Identificación de datos	Coefficiente de correlación	,411**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

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

La Tabla 9 refleja que, la variable gestión de calidad y la identificación de datos presentan un p-valor igual a 0,000($p < 0,05$), corroborando la hipótesis alterna; adicional a ello, se aprecia un grado moderado de asociación a causa del coeficiente Rho de Spearman correspondiente a 0,411. En tal sentido, la variable y la dimensión mencionadas poseen un vínculo estadístico positivo y moderado. Hipótesis Específica 4:

HE4₁: La gestión de calidad se relaciona significativamente con la toma de decisiones en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

HE4₀: La gestión de calidad no se relaciona significativamente con la toma de decisiones en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025.

Tabla 10

Correlación de la hipótesis específica 4

			Gestión de calidad	Toma de decisiones
Rho de Spearman	Gestión de calidad	Coeficiente de correlación	1,000	,364
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	Toma de decisiones	Coeficiente de correlación	,364	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

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

La Tabla 10 refleja que, la variable gestión de calidad y la toma de decisiones presentan un p-valor equivalente a 0,000 ($p < 0,05$), corroborando la hipótesis alterna; adicional a ello, se aprecia un grado de asociación débil a causa del coeficiente Rho de Spearman correspondiente a 0,364. En tal sentido, la variable y la dimensión mencionadas poseen un vínculo estadístico positivo y débil.

IV. DISCUSIÓN

La investigación contempla como objetivo principal, determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025; de tal manera que, los hallazgos principales demostraron que el 53% de los gerentes de MYPES comerciales alcanzaron un nivel bueno en la gestión de calidad y el 41% la consideraron regular; por otro lado, el 70% de los gerente consideraron un nivel medio de benchmarking competitivo, aunque el 26% logro un nivel alto; mientras que, los resultados inferenciales revelaron la existencia de un vínculo estadístico positivo mediante un p-valor igual a 0,000 y el grado de asociación entre las variables principales fue moderado debido a un Rho de Spearman equivalente a 0,572, corroborando que estas variables están estrechamente ligadas.

Tales hallazgos concuerdan con lo obtenido en la investigación de Twaissi et al. (2025), donde se halló que la calidad total se asocia de forma positiva con el benchmarking a través de un p-valor inferior a 0,001 y un Rho igual a 0,235, también se asoció con el rendimiento organizacional a través de un p-valor menor a 0,001 y un Rho igual a 0,056, de tal manera que, las variables se vincularon aunque en un grado bajo, confirmando que la calidad total ejercida conjuntamente con el benchmarking logra mejorar la eficiencia organizacional. Por otro lado, concuerda con los hallazgos de Najat (2024) los cuales corroboraron a través de un p-valor correspondiente a 0,000 y un coeficiente de Pearson igual a 0,802 que la gestión de calidad logra impactar fuertemente en la ventaja competitiva, pues se demostró que tal gestión explica el 63,4% de las ventajas ante la competencia empresarial.

De igual manera, se asemeja a lo obtenido en la investigación de Rodríguez (2024) quien comprobó que el sistema de gestión se vincula de forma positiva y moderada con la competitividad empresarial a través de un p-valor igual a 0,000 junto a un coeficiente Pearson correspondiente a 0,13, pues, aunque la asociación haya sido débil, se demostró que impacta positivamente en la mejora continua de la competitividad entre empresas del mismo sector. También, coincide con los hallazgos de Valdez (2022) donde el 50% está de acuerdo con los esfuerzos por mantener los procesos de mejora continua para garantizar el crecimiento en el mercado, de igual manera el 50% consideró que la gestión de calidad garantiza el

éxito competitivo, además, se corroboró mediante un Chi cuadrado igual a 0,035 que la gestión de calidad impacta positivamente en la competitividad empresarial.

Por otro lado, guarda semejanza con lo obtenido por Guizado (2024) debido que comprobó mediante un p-valor menor a 0,001 que el Benchmarking se vincula con la competitividad, cuya asociación fue positiva y moderada por medio de un Rho equivalente a 0,691, de igual forma, el nivel de benchmarking fue bueno según el 74,5% y el 90,2% manifestó un nivel bueno de la competitividad detectada. De igual manera, concuerda con Apaza (2021) donde las estrategias de benchmarking alcanzaron un nivel medio predominantemente en el 46,7% y el 27,5% logró un nivel alto; mientras que, el 49,2% consideró que la competitividad alcanza un nivel medio y el 26,7% logró un nivel alto; de igual manera, el 45,8% consideró que la calidad se encuentra en un nivel medio; sin embargo, los resultados inferenciales destacaron que las estrategias de benchmarking se vinculan de forma positiva con la competitividad a través de un p-valor correspondiente a 0,000, cuyo grado de asociación fue moderado por un coeficiente Rho correspondiente a 0,690.

Además, se asemeja al estudio de Becerra (2021) quien obtuvo mediante un p-valor igual a 0,001 que el benchmarking se vincula positivamente con la competitividad, corroborando dicha asociación con un grado moderado debido al coeficiente Rho equivalente a 0,628; por otro lado, el factor interno del benchmarking se vinculó positivamente con la calidad a través de un p-valor igual a 0,001, considerando que una asociación moderada por un Rho correspondiente a 0,625. También, concuerda con Retamozo (2020) quien corroboró mediante un Rho equivalente a 0,809 que la gestión de calidad se asocia de forma positiva con la competitividad, afirmando que al contar una gestión de calidad buena se puede mejorar la competitividad empresarial. De igual manera, coincide con Yupanqui (2020) donde el 57,1% consideró un nivel regular de la gestión de la calidad y competitividad respectivamente; por otro lado, corroboró mediante un p-valor igual a 0,009 que las variables se vinculan positivamente, con un grado de asociación moderado debido a un Rho igual a 0,663.

Adicional a ello, reafirma lo mencionado por Deming en la teoría de la calidad total, puesto que, los postulados son fundamentales para la sostenibilidad empresarial al considerar procesos continuos para la identificación, reducción y supresión de defectos de producto y en la cadena de suministros, con la finalidad de

ofrecer mejores experiencias a la clientela para obtener un valor diferenciado (Ugwu). En adición, Mayangsari et al. (2023) quien indica que dicha teoría se cimenta en cuatro pilares: planificar, hacer, verificar y actuar. De tal manera, los hallazgos obtenidos afirman que la gestión de calidad realizada correctamente, contando con la gestión directiva adecuada de los gerentes tiene la posibilidad de incrementar la diferenciación con empresas comerciales, debido a que se propone un planteamiento estratégico para analizar los puntos fuertes de la competencia y en función a ello mejorar sus propias estrategias, lo cual puede ayudar a detectar fallas y reducir retrasos en la cadena de suministros, así como en la atención al cliente.

Respecto al objetivo específico 1: Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con el planeamiento en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025; se encontró en los hallazgos que, la variable y dimensión propuesta evidencian un vínculo estadístico positivo mediante un p-valor igual a 0,000 y el grado de vinculación entre ellas fue moderado debido a un Rho de Spearman equivalente a 0,471, corroborando que estas están estrechamente ligadas.

Tales hallazgos concuerdan con lo obtenido en el estudio de obtenido de Guizado (2024) quien comprobó mediante un p-valor menor a 0,001 que el planeamiento estratégico se vincula con la competitividad, cuya asociación fue positiva y alta por medio de un Rho equivalente a 0,755, de igual forma, el nivel de planeamiento estratégico fue bueno según el 78,4%. Asimismo, guarda semejanza con el estudio de Gerónimo (2022), quien obtuvo que el 46,7% así siempre ejecuta la planificación estratégica de la gestión de calidad, aunque el 33,3% considera que se realiza siempre.

Adicional a ello, ratifica lo indicado por Rostamzadeh (2021) con respecto a la teoría del benchmarking, puesto que, aplicar el benchmarking como estrategia empresarial otorga la posibilidad de mejorar el rendimiento por medio de una autoevaluación y una comparativa con las estrategias exitosas de empresas similares, así que se adoptan mejores prácticas y se desarrolla una planificación adecuada para el logro de mejoras. Teniendo ello en cuenta, los hallazgos demuestran que el planeamiento que desarrolle una MYPE contribuye a mejorar la gestión de calidad en sus procesos y productos, ya que, posibilita centrar la atención en puntos específicos a examinar.

Respecto al objetivo específico 2: Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con la recolección de datos en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025; se encontró en los hallazgos que, la variable y dimensión propuesta evidencian un vínculo estadístico positivo a través de un p-valor correspondiente a 0,000 y el grado de vinculación entre ellas fue débil debido a un Rho de Spearman correspondiente a 0,310, corroborando que estas están estrechamente ligadas.

Tales hallazgos concuerdan con lo obtenido en el estudio de Yupanqui (2020), quien encontró que la gestión de recursos realizada mediante la recopilación de datos se vincula positivamente con la competitividad, debido que, el p-valor fue de 0,042, siendo menor a 0,05, con un grado moderado de asociación por un coeficiente Rho equivalente a 0,548. Asimismo, guarda semejanza con el estudio de Apaza (2021) donde las prácticas externas como la recolección de datos se vinculó de forma positiva con la competitividad mediante un p-valor igual a 0,000, con un grado de asociación moderado a través de un coeficiente Rho equivalente a 0,461.

Adicional a ello, reafirma lo aludido por De Montreuil (2023) con respecto a la teoría de recursos y capacidades, ya que, en ella los recursos y capacidades con los que cuenta una organización son vitales para obtener ventaja competitiva de manera sostenible. Por tanto, los hallazgos confirman que para la recolección de datos de empresas del mismo sector consideradas como competencia, es necesario contar con recursos humanos, tecnológicos y financieros, además de incluir herramientas y tácticas novedosas acorde con la vanguardia comercial, lo cual denota la capacidad de innovación de la organización y el interés de crear valor único e irremplazable que se diferencie de la competencia.

Respecto al objetivo específico 3: Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con la identificación de datos en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025; se encontró en los hallazgos que, la variable y dimensión propuesta evidencian un vínculo estadístico positivo mediante un p-valor correspondiente a 0,000 y el grado de vinculación entre ellas fue moderado debido a un Rho de Spearman equivalente a 0,411, corroborando que estas están estrechamente ligadas.

Tales hallazgos concuerdan con lo obtenido en el estudio de Yupanqui (2020), quien encontró que la responsabilidad directiva para identificar datos relevantes se vincula positivamente con la competitividad, debido que, el p-valor fue

de 0,002, siendo menor a 0,05, con un grado alto de asociación por un coeficiente Rho equivalente a 0,744.

Adicional a ello, ratifica lo indicado por Salsabila y Ribhan (2025) con respecto a la teoría de la ventaja competitiva, ya que, se centra en el análisis detallado de puntos clave que pueden brindar una posición superior e influyente por sobre otros competidores, ya sean precios bajos, beneficios mayores, introducciones novedosas al mercado, el poder de negociación y la posibilidad de productos sustitutos, ello con el fin de mejorar la manera en que las instituciones comprenden y se destacan en el mercado. En tal sentido, los hallazgos obtenidos con respecto a la identificación de datos concuerdan y recalcan lo mencionado en la teoría competitiva, ya que, toda organización debe identificar primero sus puntos clave para satisfacer a sus clientes, así como reconocer las oportunidades de mejora, las cuales se contrastan con el accionar de la competencia para vislumbrar aquellas estrategias exitosas que se pueden implementar con el fin de mejorar el rendimiento en procesos y que representan una ventaja frente a otras organizaciones del mismo sector.

Respecto al objetivo específico 4: Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con la toma de decisiones en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025; se encontró en los hallazgos que, la variable y dimensión propuesta evidencian un vínculo estadístico positivo a través de un p-valor igual a 0,000 y el grado de vinculación entre ellas fue débil debido a un Rho de Spearman correspondiente a 0,364, corroborando que estas están estrechamente ligadas.

Tales hallazgos concuerdan con lo obtenido en el estudio de Apaza (2021) donde la mejora organizacional tras la toma de decisiones se vinculó positivamente con la competitividad mediante un p-valor igual a 0,000, con un grado de asociación moderado a través de un coeficiente Rho equivalente a 0,656. Asimismo, guarda semejanza con el estudio de Yupanqui (2020), quien encontró que la realización de productos posterior a la toma de decisiones se vincula positivamente con la competitividad, debido que, el p-valor fue de 0,00 , con un grado alto de asociación por un coeficiente Rho equivalente a 0,810. También, concuerda con los hallazgos de Rodríguez (2024), quien comprobó que la mejora continua tras la toma de decisiones se vincula de manera positiva con la competitividad mediante un p-valor igual a 0,000 junto a un coeficiente de correlación equivalente a 0,53.

Adicional a ello, reafirma lo mencionado por Salsabila y Ribhan (2025) en la teoría de la ventaja competitiva, puesto que, procura que las organizaciones alcancen una posición superior a las demás a través de atributos atractivos e influyentes en la competitividad organizacional. Por tanto, los hallazgos demuestran que una gestión de calidad adecuada es posible tomar decisiones acertadas para obtener ventajas diferenciadas, considerando costos, enfoques estratégicos y acciones puntuales con indicadores de cumplimiento y medición de progresos, puesto que, se pueden reformular las decisiones continuamente para mejorar las prácticas comerciales, obteniendo resultados cada vez mejores.

Finalmente, las limitaciones del estudio se centraron en la producción académica acerca de la relación entre las variables principales del estudio, ya que, muchas investigaciones se enfocan solo en la competitividad y no en el benchmarking competitivo; lo cual, implicó una búsqueda más tardada y exhaustiva para ubicar antecedentes con datos relevantes, metodología similar y cuya publicación contemplara el rango de año de 2020 a 2025; por otro lado, se observó en la búsqueda de información pertinente que, existen más estudios realizados en establecimientos comerciales de alimentos y empresas de servicios, los cuales se orientan a la gestión de la calidad, por tanto, indica la preocupación latente de las distintas organizaciones por optimizar sus procesos y brindar productos y/o servicios de mejor calidad para satisfacer a la clientela y lograr mayor alcance del público objetivo.

V. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo general, se determinó que la gestión de calidad se relaciona con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025, ya que los hallazgos mostraron un p-valor de 0,000 y un coeficiente Rho igual a 0,572; aceptando la hipótesis general planteada, la cual indica que las principales variables se vinculan estadísticamente, con un grado de asociación moderado, es decir, las MYPES que se enfocan en la adecuada gestión de calidad puede tener mejores resultados con el benchmarking competitivo en el sector comercial.

Según el objetivo específico 1, se determinó que la gestión de calidad alcanzó primordialmente en un nivel bueno acorde con más de la mitad de gerentes (53,0%), cuya percepción fue positiva, destacando niveles elevados y positivos en el control (57,0%) y la actuación (55,0%) durante la gestión; sin embargo, la planificación todavía requiere atención pues demostró un nivel regular (49,0%); lo cual, afecta las acciones correspondiente para una adecuada gestión de calidad, evidenciado por un alto nivel regular (43,0%), que indica la necesidad de seguir las actividades tal como se plantean en la fase de planificación par óptimos resultados.

Según el objetivo específico 2, se determinó que el benchmarking competitivo alcanzó principalmente un nivel medio acorde con la mayoría de los casos (70,0%), aunque la percepción fue positiva, existen limitaciones en la identificación de datos relevantes de la competencia, evidenciado por un nivel predominantemente medio (61,0%), lo cual compromete la toma de decisiones adecuadas, pues resalta nivel medio entre las demás dimensiones (66,0%); ante ello, se observó debilidad en el planeamiento del benchmarking debido al predominio del nivel medio (45,0%), pero respecto a la recolección de datos se destacaron aspectos positivos mediante niveles altos por encima de las demás dimensiones (52,0%), donde las dimensiones: toma de decisiones y la identificación de datos alcanzaron un nivel medio acorde con el 61,0% y 66,0% respectivamente; por otro lado, la dimensión recolección de datos reflejó un nivel alto según el 52,0%; por último, la dimensión planeamiento demostró un nivel medio según el 45,0%.

Según el objetivo específico 3, se determinó que la gestión de calidad se asocia con el planeamiento en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025, ya que los hallazgos mostraron un p-valor de 0,000 y un coeficiente Rho igual a 0,451, aceptando la hipótesis planteada, la cual indica que la primera variable y la dimensión

planeamiento se vinculan estadísticamente, con un grado de asociación moderado, es decir, las MYPES que se enfocan en la adecuada gestión de calidad puede obtener mejores resultados del planeamiento como parte de estrategia del benchmarking competitivo en el sector comercial.

Conforme con el objetivo específico 4, se determinó que la gestión de calidad se asocia con la recolección de datos en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025, ya que los hallazgos mostraron un p-valor de 0,000 y un coeficiente Rho igual a 0,310, aceptando la hipótesis planteada, la cual indica que la primera variable y la dimensión recolección de datos se vinculan estadísticamente, con un grado de asociación bajo, es decir, las MYPES que se enfocan en la adecuada gestión de calidad puede recabar datos relevantes como estrategia del benchmarking competitivo en el sector comercial.

Respecto al objetivo específico 5, se determinó que la gestión de calidad se asocia con la identificación de datos en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025, ya que los hallazgos mostraron un p-valor de 0,000 y un coeficiente Rho igual a 0,411, aceptando la hipótesis planteada, la cual indica que la primera variable y la dimensión identificación de datos se vinculan estadísticamente, con un grado de asociación moderado, es decir, las MYPES que se enfocan en la adecuada gestión de calidad permite identificar mejor los datos de la competencia como parte de estrategia del benchmarking competitivo en el sector comercial.

Por último, el objetivo específico 6, se determinó que la gestión de calidad se asocia con la toma de decisiones en MYPES del sector comercio–Huaraz, 2025, ya que los hallazgos mostraron un p-valor de 0,000 y un coeficiente Rho igual a 0,364, aceptando la hipótesis planteada, la cual indica que la primera variable y la dimensión toma de decisiones se vinculan estadísticamente, con un grado de asociación bajo, es decir, las MYPES que se enfocan en la realizar una correcta gestión de calidad se pueden tomar decisiones más acertadas como estrategia del benchmarking competitivo en el sector comercial.

VI. RECOMENDACIONES

En primer lugar, se recomienda que los gerentes de MYPES implementen un sistema de gestión de calidad estandarizado, incorporando indicadores de desempeño (KPIs) como: porcentajes de devoluciones o reclamos mensuales, nivel de satisfacción del cliente trimestral (*Net Promoter Score*), eficiencia operativa semanal, rotación de inventarios trimestral, quiebres de stock mensuales, costos logísticos por unidad vendida mensualmente, valoración de ingreso promedio por colaborador realizado trimestralmente, al igual que el margen de ganancia neta y la relación costo-beneficio; los cuales, permiten evaluar y comparar sus procesos con los de la competencia; por tanto, implica definir o actualizar los protocolos en atención al cliente, gestión de inventarios y procesos internos; por otro lado, mediante la aplicación del benchmarking competitivo, los gerentes podrán identificar brechas y adaptar buenas prácticas que generen ventajas sostenibles en el sector comercio de Huaraz, mejorando así la competitividad de sus negocios.

En segundo lugar, se recomienda a los gerentes de la MYPES liderar la planificación estratégica de sus trabajadores mediante herramientas como el ciclo PHVA, incorporando *checklists* estandarizados donde se reconozcan las actividades que deben ejecutarse uniformemente y realizar auditorías internas semestrales para reforzar el control de calidad y retroalimentar el actuar de los trabajadores. Asimismo, se sugiere solicitar el apoyo a entidades estatales como municipalidades locales para brindar talleres de formación en gestión de calidad.

En tercer lugar, se eleva la sugerencia a los gerentes de la MYPES participar en gremios empresariales para acceder a buenas prácticas de empresas líderes, donde se compartan experiencias de éxito útiles para replicarlas; por otro lado, se recomienda que el área de marketing coordine con personal informático para desarrollar sistemas digitales de información que apoyen la recolección y análisis de datos tanto del sector como de los consumidores, asimismo, es recomendable que se establezca en las MYPES un comité de planeamiento que se encargue de comparar continuamente los procesos internos frente a los competidores del sector, teniendo como base la información recopilada por los sistemas digitales.

En cuarto lugar, se sugiere que los gerentes de MYPES, en coordinación con sus colaboradores, desarrollen planes estratégicos anuales que integren la gestión de calidad como eje central; de manera que, este planeamiento deberá incluir objetivos

medibles, cronogramas y responsables definidos para evaluar el progreso de las mejoras implementadas, de tal manera, se fortalecerá la alineación entre las metas de calidad y las estrategias de benchmarking competitivo, garantizando una proyección más sólida y sostenible en el sector comercial de Huaraz.

En quinto lugar, se eleva la recomendación a los colaboradores de la MYPES que, bajo la capacitación de expertos en logística, desarrollen prácticas sistemáticas de recolección de datos relevantes sobre clientes, proveedores y procesos internos; considerando que esto puede lograrse mediante encuestas, registros digitales, y un análisis de transacciones, por tanto, con una adecuada gestión de calidad aplicada en la recolección de información, las MYPES podrán contar con una base de datos confiables para realizar comparaciones progresivas semestralmente en el benchmarking competitivo y tomar decisiones fundamentadas en evidencias.

En sexto lugar, es sugerible que los expertos en logística, en articulación con los gerentes de las MYPES, diseñen mecanismos para identificar los datos clave de la competencia como precios, tiempos de entrega, nivel de satisfacción de los clientes y estrategias actuales del mercado, además, mediante capacitaciones trimestrales y asesorías semestrales, se debe guiar a la MYPES en el uso de herramientas tecnológicas y metodologías que les permitan analizar dicha información. En consecuencia, se potenciará el benchmarking competitivo al asegurar que las decisiones se basen en datos precisos y pertinentes.

En séptimo lugar, se recomienda a los encargados pertinentes del Ministerio de Trabajo, en alianza con asociaciones de comerciantes y gremios locales, deben programar jornadas de formación y talleres tanto para gerentes como los colaboradores de la MYPES, los cuales, deben estar orientados a la toma de decisiones basadas en gestión de calidad, destacando que, dichas capacitaciones deben enseñar a evaluar riesgos, analizar datos e implementar mejoras continuas programadas en lapsos de dos meses, seis meses y anualmente; con ello, las MYPES estarán en condiciones de adoptar decisiones más acertadas y estratégicas, fortaleciendo su posición en el mercado a través del benchmarking competitivo.

Finalmente, se propone a la comunidad académica realizar estudios sobre la gestión de la calidad en sectores variados, no solo en establecimientos de expendio de alimentos, sino en otras industrias cuya complejidad requiera realizar constantemente evaluaciones para asegurar la calidad máxima posible; puesto que,

esto será indicador de cambios positivos organizacionales y su alineación con sistemas que permiten gestionar sus procesos en función a normativas y datos reales para obtener resultados altamente valorados y replicables. Asimismo, se propone a los futuros investigadores con interés en el benchmarking competitivo continuar expandiendo el conocimiento en diversos rubros, también, considerar el presente estudio como antecedente de valor relevante, debido al contenido cuantitativo que permite la verificación de datos verídicos en el sector empresarial de comercio peruano.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abb, L., Rafiei, M., Kampik, T., & Rehse, J. (2025). Identifying Process Improvement Opportunities through Process Execution Benchmarking. *ArXiv*, 1-16. doi:<https://doi.org/10.48550/arXiv.2504.16215>
- Abdulaziz, W. (2021). Why Benchmarking? Understanding the process. *Humanitarian and Natural Sciences Journal*, 2(8), 274-286. doi:<https://doi.org/10.53796/hnsj2819>
- Aguado, A., García, B., Malpartida, J., & Garivay, F. (2022). Gestión de calidad en pequeñas y medianas empresas de Pasco, Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 709-726. doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.46>
- Aithal, A., & Aithal, S. (2020). Development and Validation of Survey Questionnaire & Experimental Data – A Systematical Review-based Statistical Approach. *PharmSciRN: Medications in Pharmacy (Topic)*, 5(2), 233-251. doi:<https://doi.org/10.2139/ssrn.3724105>
- Al-Qaysi, Z., Albahri, A., Ahmed, M., & Salih, M. (2024). Dynamic decision-making framework for benchmarking brain-computer interface applications: a fuzzy-weighted zero-inconsistency method for consistent weights and VIKOR for stable rank. *Neural Comput. Appl.*, 36, 10355-10378. doi:<https://doi.org/10.1007/s00521-024-09605-1>
- Ancaya, M., Gonzales, R., Carire, I., & Ochoa, F. (2023). Strategic planning and organizational performance of the MYPES of the manufacturing sector in the province of Cañete. *Salud, Ciencia y Tecnología – Serie de Conferencias*, 2, 1-14. doi:<https://doi.org/10.56294/sctconf2023621>
- Angelini, D., & Bianchi, S. (2025). Kolmogorov–Smirnov estimation of self-similarity in long-range dependent fractional processes. *Physica D: Nonlinear Phenomena*, 476, 1-23. doi:<https://doi.org/10.1016/j.physd.2025.134697>
- Apaza, J. (2021). *Estrategias de benchmarking y competitividad en la pollería El Rey del Combuto El Sabrosito, Lurín – 2018*. Tesis de grado, Universidad Autónoma del Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13067/3322>
- Arias, J. (2022). Competitiveness: a strategic resource-based approach to business managemen. *TECHNO REVIEW International Technology Science and Society Review*, 11(5), 1-15. doi:<https://doi.org/10.37467/revtechno.v11.4449>

- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación* (Primera ed.). Enfoques Consulting EIRL. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez, M. (2022). *Metodología de la investigación: El método ARIAS para desarrollar un proyecto de tesis* (Primera ed.). Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. doi:<https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>
- Arielle, C., & Reis, R. (2023). Aplicação da ferramenta benchmarking em performace. *Interface Tecnológica*, 20(1), 589-600. doi:<https://doi.org/10.31510/infa.v20i1.1623>
- Babu, N., & Kohli, P. (2023). Commentary: Reliability in research. *Indian Journal of Ophthalmology*, 71(2), 400-401. doi:https://doi.org/10.4103/ijo.IJO_2016_22
- Barella, Y., Fergina, A., Mustami, M., Rahman, U., & Alaitori, H. (2024). Quantitative Methods in Scientific Research. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, 15(1), 281-287. doi:<https://doi.org/10.26418/j-psh.v15i1.71528>
- Becerra, E. (2021). *El benchmarking y su relación en la competitividad del Lounge Bar Full Skee de la ciudad de Cajamarca, 2020*. [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/35817>
- Bednárová, L., Bakalár, T., Pavolová, H., Rybár, R., & Simková, Z. (2024). A Model for Streamlining Benchmarking in Sustainable Development of Industries. *Sustainability*, 16, 1-20. doi:<https://doi.org/10.3390/su16062587>
- Beingolea, A. (2021). La gestión del talento en las Pymes. *Notas Académicas*(56), 1-18. Obtenido de <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/181437>
- Boichuk, N., & Afanasenko, A. (2023). Effective business development strategy. *Market Infrastructure*, 72, 61-65. doi:<https://doi.org/10.32782/infrastructure72-11>
- Carranza, A., Carranza, D., & León, S. (2023). Aplicación de las escalas de medición ordinal para interpretar coeficientes de la correlación en investigación científica. *Revista Científica Searching de Ciencias Humanas Y Sociales*, 5(1), 45-56. doi:<https://doi.org/10.46363/searching.v5i1.4%20>
- Carrero, L., Gomez, B., Velásquez, P., & Santis, A. (2021). Design of a Strategy for the Quality Management System in a Bricks Manufacturing Company in Colombia. *Chemical Engineering Transactions*, 86, 643-648. doi:<https://doi.org/10.3303/CET2186108>

- Chávez, R., & Fernandez, A. (2023). Benchmarking como estrategia en las organizaciones. *Revista Horizonte Empresarial*, 10(1), 185-196. doi:<https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2483>
- Curpanaru, G. (2021). EFQM Excellence Model – European Foundation for Quality Management. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 551, 301-303. doi:<https://doi.org/10.2991/assehr.k.210513.070>
- De Montreuil, L. (2023). Analyzing the path of Resource-based and Dynamic Capabilities Theories for explaining the differentiated performance of firms. *Revista de Negócios*, 27(4), 1-19. doi:<https://doi.org/10.7867/1980-4431.2022v27n4p107-125>
- Dong, Y., & Li, L. (2025). The Application Practice of PDCA Cycle in Improving Product Quality. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 19(2), 169-172. doi:<https://doi.org/10.54097/db53kn09>
- Garbuzyuk, O., Rudnichenko, E., Dyachok, I., & Skrypnyk, V. (2024). Theoretical basis of assessing the competitiveness of an enterprise. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, 330(3), 297-304. doi:<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-330-45>
- García, Y. (2021). Revisión de literatura sobre factores clave en la implementación de un sistema de gestión de calidad en pymes. *Fundacion Universidad de America*, 1-16. <https://hdl.handle.net/20.500.11839/8500>
- Gejdoš, P., Závadská, Z., & Schmidtová, J. (2023). Determinants of the implementation of the quality management systems in SMEs. *E+M Ekonomie a Management*, 26(2), 58-68. doi:<https://doi.org/10.15240/tul/001/2023-2-004>
- Gerónimo, E. (2022). Gestión de calidad y su importancia en la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 6(4), 5372-5393. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.3021
- Gueorguiev, T. (2024). Research and Application of The PDCA Cycle in Artificial Intelligence Management Systems. *Strategii na Obrazovatelna i Nauchna Politika*, 32(5), 255-262. doi:<https://doi.org/10.53656/str2024-5s-25-cyc>
- Guizado, A. (2024). *Benchmarking y competitividad en una empresa comercializadora de café, Junín - 2024*. [Tesis de grado, Universidad Tecnológica del Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/12589>

- Hamdoun, S., Hussein, R., Almaaly, A., & Jawad, A. (2024). Evaluating the Efficacy of Emerging Techniques: Innovations in Survey Methodology. *Journal of Ecohumanism*, 3(5), 322-334. doi:<https://doi.org/10.62754/joe.v3i5.3909>
- Hossan, D., Mansor, Z., & Jaharuddin, N. (2023). Research Population and Sampling in Quantitative Study. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 13(3), 209-222. doi:<https://doi.org/10.58915/ijbt.v13i3.263>
- Isniah, S., Purba, H., & Debora, F. (2020). Plan do check action (PDCA) method: literature review and research issues. *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 4(1), 72-81. doi:<https://doi.org/10.30656/jsmi.v4i1.2186>
- Janse, R., Hoekstra, T., Jager, K., Zoccali, C., Tripepi, G., Dekker, F., & Van Diepen, M. (2021). Conducting correlation analysis: important limitations and pitfalls. *Clinical Kidney Journal*, 14(10), 2332-2337. doi:<https://doi.org/10.1093/ckj/sfab085>
- Knop, K. (2021). The use of quality tools to reduce surface defects of painted steel structures. *Manufacturing Technology*, 21(6), 805-817. doi:<https://doi.org/10.21062/mft.2021.088>
- Komakech, R., Ombati, T., Kikwatha, R., & Wainaina, M. (2025). Resource-based view theory and its applications in supply chain management: A systematic literature review. *Management Science Letters*, 15, 261-272. doi:<https://doi.org/10.5267/j.msl.2024.6.004>
- Kowalczyk, A. (2024). Quality management system according with standard ISO 9001:2015. *Problemy Techniki Uzbrojenia*, 10(3), 107-115. doi:<https://doi.org/10.5604/01.3001.0054.7510>
- Kravets, O. (2023). Benchmarking as a method for improving enterprise activities. *Actual Problems of Economics*, 12(270), 56-63. doi:<https://doi.org/10.32752/1993-6788-2023-1-270-56-63>
- Ley N° 28015. (3 de julio de 2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf>
- Ley N° 32353. (27 de mayo de 2025). *Ley para la formalización, desarrollo y competitividad de la micro y pequeña empresa - MYPE*. <https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/2403115-3>
- Malapa, R., Sukdeo, N., Mukwakungu, S., & Mbohwa, C. (2023). Improving Performance Through Benchmarking: A Study on the Continuous Improvement Process. *IEEE*

- International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)*, 1697-1701. doi:<https://doi.org/10.1109/IEEM58616.2023.10406852>
- Mascarúa, M., Ruíz, A., Rodríguez, C., & Orea, S. (2024). Quantitative analysis of business perceptions of regional MSEs on sustainability. *Journal-Business Administration-Marketing; Accounting*, 8(14), 1-7. doi:<https://doi.org/10.35429/JBAB.2024.8.14.2.7>
- Mayangsari, M., Ulwiyah, N., & Qoyyimah, U. (2023). William Edward Deming'S Model Planning. *Edusoshum : Journal of Islamic Education and Social Humanities*, 3(3), 146-153. doi:<https://doi.org/10.52366/edusoshum.v3i3.86>
- Ministerio de la Producción. (2021). Micro, pequeña y mediana empresas (MIPYME) Más de 2,1 millones de Mipyme formales operan en el mercado peruano al 2021. Estudios Economicos, Perú. <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Mugo, P. (2020). Porter's five forces influence on competitive advantage in telecommunication industry in Kenya. *European Journal of Business and Strategic Management (EJBSM)*, 5(3), 30-49. doi:<https://doi.org/10.47604/EJBSM.1140>
- Mweshi, G., & Sakyi, K. (2020). Application of sampling methods for the research design. *American Book Review*, 8(1), 180-193. doi:<https://doi.org/10.14738/abr.811.9042>
- Najat, M. (2024). The extent of the impact of total quality management on achieving the competitive advantage of infant milk companies in Baghdad/Diyala province. *RIMAK International Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(3), 20-45. Obtenido de <https://doi.org/10.47832/2717-8293.29.2>
- Nanjundeswaraswamy, T., & Divakar, S. (2021). Determination of sample size and sampling methods in applied research. *Proceedings on Engineering Sciences*, 3(1), 25-32. doi:<https://doi.org/10.24874/PES03.01.003>
- Nápoles, L., Campos, N., & Peralta, N. (2023). La mejora de los sistemas de gestión de la calidad iso 9001: un estudio exploratorio. *Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento Y Educación*, 5(41), 15-25. doi:<https://doi.org/10.51896/rilcods.v5i41.79>
- Ore, H., Aldana, W., Salazar, C., & Pantoja, L. (2021). Benchmarking como herramienta gerencial en las empresas: Revisión bibliográfica. *Llamkasun*, 2(2), 54-65. doi:<https://doi.org/10.47797/llamkasun.v2i2.41>

- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (24 de mayo de 2022). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- Otavallo, T., Paredes, D., Calderón, L., & Guerra, V. (2023). Importancia de la gestión de calidad en la productividad empresarial de las microempresas textiles de la ciudad de Otavalo en la provincia de Imbabura – Ecuador. *Revista Espacios*, 44(5), 29-47. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a23v44n05/23440503.html>
- Pasholikhov, M. (2024). Benchmarking is a tool for the development of an industrial company. *E3S Web of Conferences*, 549, 1-4. doi:<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202454909005>
- Pazienza, M., Jong, M., & Schoenmaker, D. (2022). Clarifying the Concept of Corporate Sustainability and Providing Convergence for Its Definition. *Sustainability*, 14, 1-21. doi:<https://doi.org/10.3390/su14137838>
- Pincay, Y., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1118-1142. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539747>
- Podlesny, S. (2024). Continuous improvement: Kaizen in the materials processing industry. *Materials Working by Pressure*, 1(53), 215-221. doi:[https://doi.org/10.37142/2076-2151/2024-1\(53\)215](https://doi.org/10.37142/2076-2151/2024-1(53)215)
- Qizi, U. (2023). Methods of implementation of benchmarking strategy in industrial enterprises. *International Journal Of Management And Economics Fundamental*, 3(12), 46-49. doi:<https://doi.org/10.37547/ijmef/volume03issue12-09>
- Quispe, E., Romero, R., Apaza, I., Ruiz, M., & Bernedo, D. (2022). Factors and economic growth of peruvian MYPES. *International Journal of Professional Business Review*, 7(3), 1-15. doi:<https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i3.e0689>
- Ramos, C. (2020). La Gestión de Calidad, la Competitividad, el Financiamiento y la. *Revista Tecnológica Espol*, 32(1). doi:<https://doi.org/10.37815/rte.v32n1.699>
- Ranganathan, P., & Caduff, C. (2023). Designing and validating a research questionnaire - Part 1. *Perspectives in Clinical Research*, 14(3), 152-155. doi:https://doi.org/10.4103/picr.picr_140_23
- Retamozo, J. (2020). *La gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las MYPES de autopartes hidraulicos y automotrices de la ciudad de Satipo- Junin del*

2019. [Tesis de grado, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].
<https://hdl.handle.net/20.500.13032/18279>
- Rodríguez, Y. (2020). *Metodología de la investigación*. Klik Soluciones educativas.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=x9s6EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metodolog%C3%ADa&ots=UqOvBphgy_&sig=QMQvnBbXfvqBQHMBF0eD6swYFAk#v=onepage&q=metodolog%C3%ADa&f=false
- Rodríguez, Y. (2024). Gestión de la calidad en la competitividad en microempresas de Baja California, México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(108), 1799-1816.
 doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.108.20>
- Rostamzadeh, R. A. (2021). Application of dea in benchmarking: a systematic literature review from 2003–2020. *Technological and Economic Development of Economy*, 27(1), 175-222. doi:<https://doi.org/10.3846/TEDE.2021.13406>
- Sahmi, Z., & Abbadi, L. (2024). The evolution of Kaizen in the industry: systematic literature review. *International Journal of Production Management and Engineering*, 12(2), 169-179. doi:<https://doi.org/10.4995/ijpme.2024.21143>
- Salas, L., García, M., & Murillo, G. (2021). Gestión humana y desempeño organizacional en Pymes colombianas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(6), 457-474.
 doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e6.28>
- Salsabila, A., & Ribhan, R. (2025). Porter's Five Forces and Competitive Advantage : A Study on Banana Chips MSMEs in Bandar Lampung. *Green Inflation: International Journal of Management and Strategic Business Leadership*, 2(1), 115-126.
 doi:<https://doi.org/10.61132/greeninflation.v2i1.204>
- Sari, A., Haryono, T., & Suryandari, T. (2022). The role of product innovation, product quality, and market orientation on MSME business performance with competitive advantages as a mediation variable. *International Journal of Education and Social Science Research*, 5(6), 177-199. doi:<https://doi.org/10.37500/ijessr.2022.5614>
- Stoilov, D. (2021). Process approach - prevention or response in quality management of plant protection activities. *Agribusiness And Rural Areas - Economy, Innovation And Growth 2021 Conference Proceedings*, 95-104.
 doi:<https://doi.org/10.36997/ara2021.95>
- Taufik, D. (2020). Cycle Method implementation in Industries: A Systematic Literature Review. *IJIEM - Indonesian Journal of Industrial Engineering and Management*, 1(3), 157-166. doi:<https://doi.org/10.22441/IJIEM.V1I3.10244>

- Twaissi, N., Zoubi, M., Masa'deh, R., Zoubi, J., & Alhelalat, J. (2025). The mediating role of TQM interventions and benchmarking in the impact of organizational culture on organizational performance. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 18(1), 10-32. doi:<https://doi.org/10.3926/jiem.7899>
- Ugwu, K. (2023). Aligning Total Quality Management, Continuous Improvement for Process Performance: An Empirical Review. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 3(2), 352-369. doi:<https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i02.532>
- Valdez, M. (2022). *La Gestión de la Calidad y Competitividad de la Panadería y Pastelería La Unión de la ciudad de Riobamba período 2021*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9373>
- Vargas, E., & Aguilar, N. (2024). Benchmarking. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 11(22), 59-61. doi:<https://doi.org/10.29057/estr.v11i22.12489>
- Vikarchuk, O., Zavalii, T., & Kalinichenko, O. (2022). Benchmarking as a project tool of competitiveness in modern business. *Economics. Management. Innovations*, 2(31), 359-366. doi:[https://doi.org/10.35433/issn2410-3748-2022-2\(31\)-1](https://doi.org/10.35433/issn2410-3748-2022-2(31)-1)
- Wnag, X., & Cheng, Z. (2020). Cross-Sectional Studies: Strengths, Weaknesses, and Recommendations. *Chest*, 158, 65-71. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chest.2020.03.012>
- Yupanqui, E. (2020). *Gestión de la calidad y competitividad en las MYPES del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de las provincia de Satipo, 2019*. [Tesis de grado, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/18476>
- Zhylynska, O., & Gitko, I. (2025). Key Tools for Assessing and Managing Enterprise Competitiveness Based on Benchmarking. *Business Inform(2)*, 463-468. doi:<https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-2-463-468>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: “Gestión de calidad y el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025”			
<p style="text-align: center;">Problema General</p> <p>¿De qué manera la gestión de calidad se relaciona con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025?</p> <p style="text-align: center;">Problemas Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿De qué manera la gestión de calidad se relaciona con el planeamiento en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025? - ¿De qué manera la gestión de calidad se relaciona con la recolección de datos en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025? - ¿De qué manera la gestión de calidad se relaciona con la identificación de datos en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025? - ¿De qué manera la gestión de calidad se relaciona con la toma de decisiones en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025? 	<p style="text-align: center;">Hipótesis General</p> <p>H₁: La gestión de calidad se relaciona significativamente con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>H₀: La gestión de calidad no se relaciona significativamente con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025</p> <p style="text-align: center;">Hipótesis Específicas</p> <p>HE1₍₁₎: La gestión de calidad se relaciona significativamente con el planeamiento en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>HE1₍₀₎: La gestión de calidad no se relaciona significativamente con el planeamiento en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>HE2₍₁₎: La gestión de calidad se relaciona significativamente con la recolección de datos en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>HE2₍₀₎: La gestión de calidad no se relaciona significativamente con la recolección de datos en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>HE3₍₁₎: La gestión de calidad se relaciona significativamente con la identificación de datos en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>HE3₍₀₎: La gestión de calidad no se relaciona significativamente con la identificación de datos en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>HE4₍₁₎: La gestión de calidad se relaciona significativamente con la toma de decisiones en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>HE4₍₀₎: La gestión de calidad no se relaciona significativamente con la toma de decisiones en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p>	<p style="text-align: center;">Objetivo General</p> <p>Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p style="text-align: center;">Objetivos Específicos</p> <p>OE1: Determinar el nivel de la gestión de calidad en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>OE2: Determinar el nivel del benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>OE3: Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con el planeamiento en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>OE4: Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con la recolección de datos en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>OE5: Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con la identificación de datos en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p> <p>OE6: Determinar de qué manera la gestión de calidad se relaciona con la toma de decisiones en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.</p>	<p style="text-align: center;">Metodología Enfoque: Cuantitativo</p> <p style="text-align: center;">Tipo: Según su finalidad: Básico</p> <p style="text-align: center;">Según su profundidad: Correlacional</p> <p style="text-align: center;">Diseño: No experimental</p> <p style="text-align: center;">Técnica: Encuesta</p> <p style="text-align: center;">Instrumentos: Cuestionario</p> <p style="text-align: center;">Población: 703 MYPES del sector comercio</p> <p style="text-align: center;">Muestra: 100 representantes de MYPES del sector comercio</p>

Anexo 2: Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems			
Gestión de calidad	En la norma ISO 9001:2015, se define la gestión de calidad como la agrupación de elementos que interactúan para establecer políticas, metas y procesos vinculados a la calidad, por ello incorpora el ciclo de Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA), destinado a la organización y planificación de los procesos y las interacciones en organizaciones (Nápoles et al., 2023)	La gestión de calidad se medirá en función de acciones concretas consideradas como dimensiones: planificar, hacer, controlar y actuar, mediante un cuestionario con una escala de medición ordinal.	Planificar	Identifica el proceso a mejorar.	1, 2			
				Establece objetivos de mejora.	3, 4, 5			
			Hacer	Realiza lo planificado.	6, 7			
				Documenta las acciones.	8, 9, 10			
			Controlar	Realiza seguimiento del funcionamiento y procesos.	11, 12			
				Comprueba los cambios.	13, 14, 15			
			Actuar	Modifica los resultados.	16, 17			
				Estudia nuevas mejoras.	18, 19, 20			
			Benchmarking competitivo	El benchmarking competitivo es la evaluación comparativa entre las ventajas y desventajas contrastando con la competencia directa de una empresa a partir de la planeación, recolección de información, análisis e identificación de datos y la implementación o toma de decisiones para posicionar los servicios o bienes en el mercado (Ore et al., 2021)	El benchmarking competitivo se medirá en función de las siguientes dimensiones: planeamiento, recolección de datos, identificación de datos y toma de decisiones, las cuales se plasmarán en un cuestionario con una escala de medición ordinal.	Planeamiento	Reconoce necesidades.	1, 2
							Identifica procesos a mejorar.	3, 4, 5
Recolección de datos	Identifica la información a utilizar.	6, 7						
	Analiza información existente.	8, 9, 10						
Identificación de datos	Diferencia el desempeño empresarial.	11, 12						
	Determina factores de mejora.	13, 14, 15						
Toma de decisiones	Implementa mejoras.	16, 17						
	Aumenta la competitividad.	18, 19, 20						

Anexo 3: Instrumentos de recolección de la información

ENCUESTA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y EL BENCHMARKING COMPETITIVO

Estimado(a) colaborador,

Este cuestionario está diseñado para usted y tiene como objetivo investigar la relación entre la cultura organizacional y satisfacción de los trabajadores. Es importante destacar que su participación es completamente voluntaria y anónima. Los datos recopilados serán tratados de manera confidencial y netamente académica. Por lo tanto, le agradecería sinceramente que responda cada pregunta con honestidad.

Por favor, lea cada pregunta detenidamente y marque con una "X" en el recuadro correspondiente al ítem que considere apropiado.

Para la evaluación de las variables, marque "X" en el casillero correspondiente según la presente escala de valoración:

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

GESTIÓN DE CALIDAD						
N.º	PLANIFICAR	1	2	3	4	5
I1	Identifica el proceso a mejorar					
1	¿Identifica regularmente los procesos que requieren mejora dentro de su negocio?					
2	¿Establece objetivos claros para mejorar la calidad de sus productos?					
I2	Establece objetivos de mejora					
3	¿Usted define metas a corto y largo plazo para asegurar la calidad en su negocio?					
4	¿Usted estudia las necesidades del cliente para planificar mejoras?					
5	¿Usted revisa experiencias anteriores para planificar nuevos cambios en el negocio?					
N.º	HACER	1	2	3	4	5
I3	Realiza lo planificado					
6	¿Desarrolla un plan detallado antes de ejecutar mejoras en los procesos del negocio?					
7	¿Realiza la planificación de las actividades con base en los objetivos de calidad?					
I4	Documenta las acciones					
8	¿Informa a todo el personal sobre los procedimientos que deben seguirse?					
9	¿Capacita a sus trabajadores para implementar correctamente los planes de mejora?					

10	¿Documenta adecuadamente cada acción que se ejecuta como parte de la mejora en el negocio?					
N.º	CONTROLAR	1	2	3	4	5
I5	Realiza seguimiento del funcionamiento y procesos					
11	¿Realiza usted un seguimiento sistemático del desempeño de sus procesos?					
12	¿Verifica si las actividades planificadas se ejecutan según lo previsto?					
I6	Comprueba los cambios					
13	¿Evalúa periódicamente los indicadores de calidad establecidos?					
14	¿Realiza comparación de los resultados obtenidos con los objetivos previamente definidos?					
15	¿Detecta oportunamente desviaciones o errores en los procesos?					
N.º	ACTUAR	1	2	3	4	5
I7	Modifica los resultados					
16	¿Toma acciones correctivas cuando identifica problemas en los procesos?					
17	¿Modifica sus procesos a partir del análisis de los resultados obtenidos?					
I8	Estudia nuevas mejoras					
18	¿Propone nuevas estrategias para mejorar la calidad de forma continua?					
19	¿Involucra al personal en la generación de ideas para la mejora continua?					
20	¿Revisa y mejora constantemente sus estándares o normas de trabajo?					
BENCHMARKING COMPETITIVO						
N.º	PLANEAMIENTO	1	2	3	4	5
I1	Reconoce necesidades					
1	¿Reconoce necesidades de mejora en comparación con otras empresas del sector?					
2	¿Usted identifica procesos internos que requieren ser comparados con los de la competencia?					
I2	Identifica procesos a mejorar					
3	¿Define objetivos claros al iniciar un proceso de benchmarking?					
4	¿Analiza previamente los recursos disponibles antes de iniciar un análisis comparativo?					
5	¿Establece criterios para seleccionar con quién se va a comparar?					
N.º	RECOLECCIÓN DE DATOS	1	2	3	4	5
I3	Identifica la información a utilizar					
6	¿Identifica la información necesaria para realizar comparaciones con otras empresas?					
7	¿Utiliza fuentes confiables para recolectar datos del entorno competitivo?					
I4	Analiza la información existente					
8	¿Recolecta datos sobre procesos similares en empresas competidoras?					
9	¿Evalúa información disponible del mercado antes de implementar cambios?					

10	¿Actualiza constantemente la información recolectada sobre la competencia?					
N.º	IDENTIFICACIÓN DE DATOS	1	2	3	4	5
15	Diferencia el desempeño empresarial					
11	¿Analiza la información recolectada para diferenciar el desempeño de su empresa?					
12	¿Compara sus procesos con los de empresas líderes en el mercado?					
16	Determina factores de mejora					
13	¿Identifica qué factores generan mejores resultados en otras empresas?					
14	¿Determina los puntos críticos que influyen en el rendimiento de la competencia?					
15	¿Relaciona los datos analizados con los objetivos de su negocio?					
N.º	TOMA DE DECISIONES	1	2	3	4	5
17	Implementa mejoras					
16	¿Implementa mejoras basadas en la información obtenida mediante el benchmarking?					
17	¿Adapta las buenas prácticas de otras empresas a su propio contexto?					
18	Aumenta la competitividad					
18	¿Evalúa si las mejoras adoptadas generan resultados positivos?					
19	¿Aumenta la competitividad de su empresa mediante decisiones basadas en datos comparativos?					
20	¿Monitorea de forma continua los efectos de las decisiones tomadas tras el benchmarking?					

Anexo 4: Ficha técnica

Nombre original del instrumento:	Cuestionario sobre la gestión de calidad
Autor y año:	Original: Erika Julia Angulo Angeles
	Adaptación:
Objetivo del instrumento:	Recopilar información acerca de la gestión de calidad en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.
Usuarios:	Representantes de MYPES dedicadas al sector comercio en Huaraz.
Forma de administración o modo de aplicación:	Presencial / virtual
Validez:	Ver anexo 5
(presentar la constancia de validación de expertos)	0.901

Nombre original del instrumento:	Cuestionario sobre el Benchmarking competitivo
Autor y año:	Original: Erika Julia Angulo Angeles
	Adaptación:
Objetivo del instrumento:	Recopilar información acerca del Benchmarking en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025.
Usuarios:	Representantes de MYPES dedicadas al sector comercio en Huaraz.
Forma de administración o modo de aplicación:	Presencial / virtual
Validez: (presentar la constancia de validación de expertos)	Ver anexo 5
Confiabilidad: (presentar los resultados estadísticos)	0.792

Anexo 5: Validación del instrumento

Validación 1:

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del informante: Flores Rivas Victor Ricardo
- 1.2 Institución donde labora: Encuesta de gestión de calidad y el benchmarking competitivo
- 1.3 Nombre del Instrumento motivo de Evaluación: Encuesta de gestión de calidad y el benchmarking competitivo
- 1.4 Autor del instrumento: Erika Julia Angulo Angeles
- 1.5 Título de la Investigación: Gestión de calidad y el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA					
		0	6	11	16	61	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.																			84			
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.																				84		
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica																					86	
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica																						77
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																						80
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar estrategias utilizadas																						79
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos																						81
8.COHERENCIA	Entre dimensiones, índices e indicadores.																						85

9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																						84	
10.PERTINENCIA	Es útil y funcional para la investigación.																							84

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento elaborado resulta aplicable, ya que presenta una estructura clara, ordenada y pertinente en relación con las variables de estudio. Los ítems se encuentran redactados de manera comprensible, sin ambigüedades, lo cual facilita su adecuada interpretación por parte de los encuestados.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 82.4 de promedio

Lugar y Fecha: Lima, 17 de setiembre del 2025.



FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

Ficha de Validación de Instrumento

Trujillo, 16 de setiembre del 2025

Dr. Flores Rivas Victor Ricardo

Presente.-

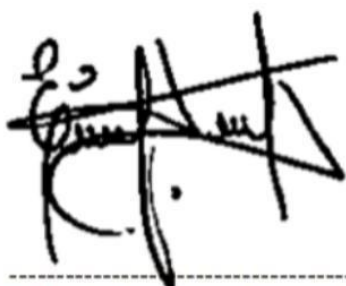
De mi consideración:

Tengo a bien dirigirme a Ud. para saludarlo(a) muy cordialmente y al mismo tiempo presentarle el Instrumento de recolección de datos elaborado por Erika Julia Angulo Angeles del Programa de Estudios de Administración de la Universidad Católica de Trujillo. La investigación tiene como título: **Gestión de calidad y el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025**

En tal sentido, conocedores de su apoyo en el que hacer investigativo y en el campo del ejercicio profesional recurrimos a Ud. para que se sirva colaborar como **Juez experto** de la validación del Instrumento que se utilizará en la presente Investigación.

Agradeciéndole anticipadamente la atención que se sirva brindar a la presente, le reitero mis sentimientos de consideración y estima personal.

Atentamente,



Br. Erika Julia Angulo Angeles

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia.

En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

N° Ítems	Alternativas de Evaluación					Observaciones
	E	B	M	X	C	
GESTIÓN DE CALIDAD						
01	X					
02		X				
03	X					
04	X					
05	X					
06		X				
07	X					
08	X					
09	X					
10	X					
11	X					
12		X				
13	X					
14		X				
15		X				
16		X				
17	X					
18	X					
19		X				
20	X					
BENCHMARKING COMPETITIVO						
01	X					
02		X				
03		X				
04		X				
05	X					
06		X				
07	X					
08	X					
09	X					

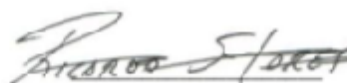
10	X				
11		X			
12	X				
13	X				
14		X			
15		X			
16	X				
17		X			
18		X			
19		X			
20	X	X			

CONCLUSIÓN DE LA EVALUACIÓN:

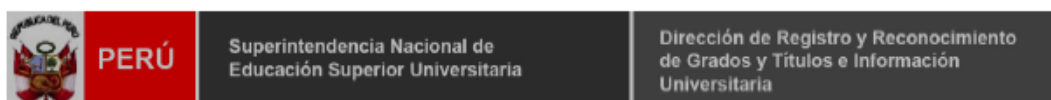
	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido				X
Redacción de los Ítems				X
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

Evaluado por:

APELLIDOS Y NOMBRES: Flores Rivas Victor Ricardo
 COLEGIATURA: 1008690423
 DNI: 08690423



Firma



REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
FLORES RIVAS, VICTOR RICARDO DNI 08690423	MAGISTER EN DOCENCIA UNIVERSITARIA Fecha de diploma: 27/06/14 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
FLORES RIVAS, VICTOR RICARDO DNI 08690423	LICENCIADO EN EDUCACION ESPECIALIDAD EN MATEMATICA Fecha de diploma: 19/02/2013 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS <i>PERU</i>
FLORES RIVAS, VICTOR RICARDO DNI 08690423	BACHILLER EN EDUCACION Fecha de diploma: 01/03/2012 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS <i>PERU</i>
FLORES RIVAS, VICTOR RICARDO DNI 08690423	DOCTOR EN GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD Fecha de diploma: 04/09/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 05/01/2015 Fecha egreso: 31/12/2016	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>

Validación 2:

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del informante: Solis Chuquiyaui Javier
- 1.2 Institución donde labora:.....
- 1.3 Nombre del Instrumento motivo de Evaluación: Encuesta de gestión de calidad y el benchmarking competitivo
- 1.4 Autor del instrumento: Erika Julia Angulo Angeles
- 1.5 Título de la Investigación: Gestión de calidad y el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA							
		0	6	11	16	61	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100				
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.																				84				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.																					82			
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica																					82			
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica																					80			
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																					81			
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar estrategias utilizadas																					80			
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos																					77			
8. COHERENCIA	Entre dimensiones, índices e indicadores.																					82			

9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																							81					
10. PERTINENCIA	Es útil y funcional para la investigación.																									79			

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento diseñado demuestra una alta aplicabilidad, dado que los ítems guardan relación directa con los objetivos de la investigación y permiten recolectar información relevante para analizar las variables en estudio. Además, presenta un nivel de claridad y coherencia en su redacción que facilita la comprensión por parte de los encuestados, evitando ambigüedades y reduciendo el riesgo de sesgos en las respuestas.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: .80.8 de promedio

Lugar y Fecha: Lima, 23 de setiembre del 2025



Firmado digitalmente por:
SOLIS CHUQUIYAUI JAVIER
FIR 00781034 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 23/09/2025 13:09:40-0500

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

Ficha de Validación de Instrumento

Trujillo, 16 de setiembre del 2025

Mg. Solis Chuquiyaury Javier

Presente.-

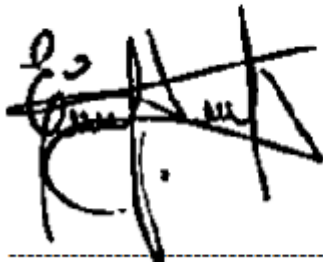
De mi consideración:

Tengo a bien dirigirme a Ud. para saludarlo(a) muy cordialmente y al mismo tiempo presentarle el Instrumento de recolección de datos elaborado por Erika Julia Angulo Angeles del Programa de Estudios de Administración de la Universidad Católica de Trujillo. La investigación tiene como título: **Gestión de calidad y el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025**

En tal sentido, conocedores de su apoyo en el que hacer investigativo y en el campo del ejercicio profesional recurrimos a Ud. para que se sirva colaborar como **Juez experto** de la validación del Instrumento que se utilizará en la presente Investigación.

Agradeciéndole anticipadamente la atención que se sirva brindar a la presente, le reitero mis sentimientos de consideración y estima personal.

Atentamente,



Br. Erika Julia Angulo Angeles

TABLA DE VALORACIÓN DEL EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia.
En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

N° Ítems	Alternativas de Evaluación					Observaciones
	E	B	M	X	C	
GESTIÓN DE CALIDAD						
01	X					
02		X				
03	X					
04	X					
05	X					
06		X				
07	X					
08	X					
09	X					
10	X					
11		X				
12	X					
13	X					
14		X				
15	X					
16	X					
17	X					
18	X					
19		X				
20	X					
BENCHMARKING COMPETITIVO						
01	X					
02		X				
03	X					
04	X					
05	X					
06		X				
07	X					
08	X					
09	X					

10	X				
11		X			
12		X			
13		X			
14		X			
15	X				
16	X				
17	X				
18		X			
19	X				
20	X				

CONCLUSIÓN DE LA EVALUACIÓN:

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido				X
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia				X

Evaluado por:

APELLIDOS Y NOMBRES: Solis Chuquiyaury Javier
 COLEGIATURA: 15949
 DNI: 09781034



Firmado digitalmente por:
 SOLIS CHUCUIYAMRI JAVIER
 FIR 09781034 hard
 Motivo: Soy el autor del
 documento
 Fecha: 23/02/2025 13:09:46-0500

Firma



PERÚ

Superintendencia Nacional de
Educación Superior Universitaria

Dirección de Registro y Reconocimiento
de Grados y Títulos e Información
Universitaria

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
SOLIS CHUQUITYAURI, JAVIER DNI 09781034	BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y GESTION DE EMPRESAS Fecha de diploma: 05/03/2014 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS S.A.C. <i>PERU</i>
SOLIS CHUQUITYAURI, JAVIER DNI 09781034	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 10/11/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA ASOCIACIÓN CIVIL <i>PERU</i>
SOLIS CHUQUITYAURI, JAVIER DNI 09781034	MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA Fecha de diploma: 10/06/24 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 02/04/2018 Fecha egreso: 18/08/2023	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>

Validación 3:

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del informante: Fernandez Monge, Lida Marlene
- 1.2 Institución donde labora:
- 1.3 Nombre del Instrumento motivo de Evaluación: Encuesta de gestión de calidad y el benchmarking competitivo
- 1.4 Autor del instrumento: Erika Julia Angulo Angeles
- 1.5 Título de la Investigación: Gestión de calidad y el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA					
		0	6	11	16	61	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.																			84			
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.																			81			
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica																			81			
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica																					77	
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																						78
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar estrategias utilizadas																						82
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos																						77
8.COHERENCIA	Entre dimensiones, índices e indicadores.																						87

9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																						90
10.PERTINENCIA	Es útil y funcional para la investigación.																						92

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento elaborado evidencia una notable aplicabilidad, ya que sus ítems se vinculan de manera directa con los objetivos de la investigación y posibilitan la recolección de datos pertinentes para el análisis de las variables planteadas. Asimismo, muestra claridad y coherencia en su redacción, lo que favorece la comprensión por parte de los encuestados, minimizando ambigüedades y disminuyendo la probabilidad de sesgos en las respuestas.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 82.9 de promedio

Lugar y Fecha: Lima, 23 de setiembre del 2025


 Dra. L. Marlene Fernandez Monge
 Asesora Metodológica
 Exp. en Estadística e Investigación de Operación

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

Ficha de Validación de Instrumento

Trujillo, 16 de setiembre del 2025

Mg. Barrera Mio, Irwin Oscar

Presente.-

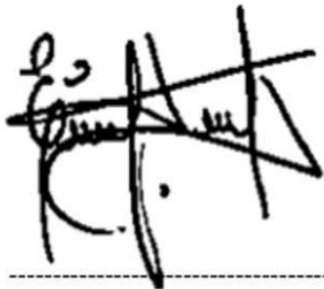
De mi consideración:

Tengo a bien dirigirme a Ud. para saludarlo(a) muy cordialmente y al mismo tiempo presentarle el Instrumento de recolección de datos elaborado por Erika Julia Angulo Angeles del Programa de Estudios de Administración de la Universidad Católica de Trujillo. La investigación tiene como título: **Gestión de calidad y el benchmarking competitivo en MYPES del sector comercio-Huaraz, 2025**

En tal sentido, conocedores de su apoyo en el que hacer investigativo y en el campo del ejercicio profesional recurrimos a Ud. para que se sirva colaborar como **Juez experto** de la validación del Instrumento que se utilizará en la presente Investigación.

Agradeciéndole anticipadamente la atención que se sirva brindar a la presente, le reitero mis sentimientos de consideración y estima personal.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Erika Julia Angulo Angeles', written over a horizontal dashed line.

Br. Erika Julia Angulo Angeles

TABLA DE VALORACIÓN DEL EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia.
En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

N° Ítems	Alternativas de Evaluación					Observaciones
	E	B	M	X	C	
GESTIÓN DE CALIDAD						
01	X					
02	X					
03	X					
04		X				
05	X					
06	X					
07		X				
08		X				
09	X					
10	X					
11	X					
12	X					
13		X				
14		X				
15		X				
16		X				
17	X					
18	X					
19		X				
20	X					
BENCHMARKING COMPETITIVO						
01	X					
02	X					
03	X					
04		X				
05	X					
06		X				
07		X				
08		X				
09	X					

10	X				
11		X			
12	X				
13	X				
14		X			
15		X			
16	X				
17		X			
18		X			
19		X			
20	X	X			

CONCLUSIÓN DE LA EVALUACIÓN:

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido				X
Redacción de los Ítems				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia			X	

Evaluado por:

APELLIDOS Y NOMBRES: Fernandez Monge, Lida Marlene
 COLEGIATURA:
 DNI: 10167870



Dra. L. Marlene Fernández Monge
 Asesora Metodológica
 En el Entorno e Interacción de la Clase

Firma



PERÚ

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Registro y Reconocimiento
de Grados y Títulos e Información
Universitaria

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
FERNANDEZ MONGE, LIDA MARLENE DNI 10167870	MAGISTER EN EDUCACION MENCION EN DOCENCIA Y GESTION EDUCATIVA Fecha de diploma: 26/10/2013 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO PERU
FERNANDEZ MONGE, LIDA MARLENE DNI 10167870	LICENCIADA EN EDUCACION SECUNDARIA ESPECIALIDAD EN LENGUA Y LITERATURA Fecha de diploma: 29/11/2006 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL PERU
FERNANDEZ MONGE, LIDA MARLENE DNI 10167870	BACHILLER EN EDUCACION Fecha de diploma: 25/10/2005 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL PERU
FERNANDEZ MONGE, LIDA MARLENE DNI 10167870	DOCTORA EN EDUCACIÓN Fecha de diploma: 10/07/2023 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 02/09/2019 Fecha egreso: 31/08/2022	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. PERU

Anexo 6: Confiabilidad del instrumento

N°	Gestión de calidad																				Benchmarking competitivo																				
	Planificar					Hacer					Controlar					Actuar					Planeamiento					Recolección de datos					Identificación de datos					Toma de decisiones					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	1	3	1	1	3	1	3	1	1	3	3	4	4	4	5	5	5	1	5	1	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	2	3	2	3	1	3	3	3	1	3	
2	3	4	1	1	3	2	2	1	3	4	3	5	5	1	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	2	3	5	3	3	3	3	3	3	2	1	4	3	2	1	1	4
3	3	1	4	3	5	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	1	4	1	3	3	5	5	2	2	3	2	3	5	4	4	1	1	4	
4	3	4	2	4	4	3	5	1	2	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	2	2	3	5	2	3	1	3	4	2	1	4	5	3	4	5	4	5	5	
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	5	5	5	4	4	3	4	3	3	2	3	3	5	3	5	3	3	3	5	3	4	3	2	3	3	
6	1	3	1	1	4	3	5	3	4	2	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	4	4	5	5	5	5	5	4	5		
7	3	2	3	1	4	2	3	1	4	1	3	3	5	5	5	3	3	4	5	3	1	3	1	2	3	3	2	5	2	4	2	2	3	2	2	5	5	1	3	5	
8	1	3	3	2	3	3	2	2	3	5	2	3	1	3	4	5	4	2	3	3	3	4	3	4	5	3	1	5	5	4	3	4	3	3	2	4	3	2	3	5	
9	3	2	5	2	4	3	4	3	3	2	3	3	5	3	5	5	3	3	5	3	1	2	1	1	2	1	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	5	4		
10	1	1	1	1	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1	1	4	3	4	4	3	2	1	2	3	2	2	3	1	2	3	2	2	3	2	3	1	2	2	
11	3	2	2	1	4	1	3	1	2	3	3	2	5	2	4	3	1	5	3	2	4	3	4	3	2	3	4	5	4	4	2	2	4	1	2	4	3	3	2	2	
12	3	1	3	2	4	3	4	3	4	5	3	1	5	5	4	3	4	4	4	5	3	3	1	1	1	1	3	5	3	3	5	1	5	5	3	3	4	2	1	4	
13	2	2	4	3	4	1	2	1	1	2	1	2	3	3	3	4	3	5	3	1	4	2	2	4	3	2	4	4	2	2	1	3	4	5	3	5	5	1	2	2	
14	3	1	2	2	3	4	3	2	1	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	5	5	4	3	2	2	3	4	2	3	2	3	3		
15	4	5	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	1	4	4	3	1	3		
16	3	1	4	1	3	3	3	1	1	1	1	3	5	3	3	1	1	3	3	3	5	3	3	3	2	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	5	
17	3	4	3	2	4	4	2	2	4	3	2	4	4	2	2	4	2	5	5	2	3	3	1	3	1	1	1	5	3	1	5	1	1	3	3	4	1	1	3	2	
18	3	5	2	2	3	2	3	3	3	3	3	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	
19	1	3	2	2	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	2	1	1	4	2	2	4	3	4	4	1	3	5	3	4	5	3	3	4	2	3	3	2	1	4	
20	3	2	3	4	4	5	3	3	3	2	4	3	4	5	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	5		
21	1	1	3	3	3	3	3	1	3	1	1	1	5	3	1	1	3	1	1	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	2	2	1	1	2	2	1	3	3	3		
22	2	3	4	5	3	3	4	2	4	3	3	3	4	2	2	5	5	5	3	3	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3		
23	3	1	3	2	4	2	4	3	4	4	1	3	5	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	4	5	3	3	5	4	4	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	
24	1	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	5	3	4	5	1	3	4	3	2	1	3	3	5	4	5	5	3	4	3	3	5	3	3	3	5	
25	2	2	5	3	5	4	4	3	4	4	4	3	2	3	2	4	3	4	5	5	1	4	2	3	5	2	4	5	5	5	1	1	3	4	3	4	4	3	3		
26	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	5	2	1	1	5	5	1	2	3	3	
27	4	3	5	3	4	3	3	3	4	5	3	3	5	4	4	5	4	3	3	3	1	4	2	3	5	2	4	5	5	2	2	3	2	2	3	4	2	1	4		
28	2	3	2	1	5	3	4	3	2	1	3	3	5	4	5	4	5	4	5	4	2	4	2	4	4	2	2	4	2	2	3	2	3	1	2	3	2	3	1	3	
29	3	1	2	3	5	1	4	2	3	5	2	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	1	3	5	2	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
30	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	5	3	2	3	3	3	3	2	1	4	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	
31	3	1	2	3	5	1	4	2	3	5	2	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	2	1	2	1	1	2	4	3	2	1	3	3	2	3	3	3	
32	3	3	3	2	4	2	4	2	4	4	2	2	4	2	2	3	3	3	2	3	4	1	1	1	1	1	1	4	1	2	3	2	2	2	2	2	3	4	3	3	
33	3	3	2	3	5	4	5	1	3	5	2	4	5	4	3	5	4	4	3	4	3	4	1	3	2	3	1	4	2	3	3	3	3	1	4	3	4	3	3	4	
34	1	3	2	3	5	5	3	2	3	3	3	3	2	1	4	3	1	5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	1	4	3	5	2		
35	3	2	3	2	4	3	4	3	4	2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	3	3	3	3	3	5	4	
36	3	1	3	1	5	3	4	1	1	1	1	1	4	1	2	5	5	5	1	1	1	2	4	3	1	1	1	3	1	2	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	
37	3	1	1	3	4	3	4	1	3	2	3	1	4	2	3	5	3	5	5	3	3	3	4	1	4	3	1	3	1	3	3	3	3	4	3	4	3	5	3	3	
38	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
39	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	3	1	2	3	1	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
40	1	1	1	3	3	1	2	4	3	1	1	1	3	1	2	3	3	4	1	3	5	3	3	5	3	5	3	4	3	4	1	1	3	4	4	2	1	3	3	2	
41	4	3	3	3	3	3	3	4	1	4	3	1	3	1	3	3	2	3	4	3	3	3	1	1	1	1	3	5	3	3	3	4	3	2	4	4	2	4	1	3	
42	4	4	3	4	5	4	4	2	4	4	3	4	5	4	3	5	5	3	4	3	4	2	2	4	3	2	4	4	2	3	3	2	4	3	4	5	3	2	3	4	
43	2	5	3	2	3	5	3	1	2	3	1	3	3	1	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	5	5	5	4	2	5	4	2	3	4	3	4	3	4	
44	3	3	3	3	4	5	3	3	5	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Variable 1: Gestión de calidad

**Estadísticas de
fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,901	20

Variable 2: Benchmarking competitivo

**Estadísticas de
fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,792	20

Anexo 07: Reporte de Turnitin

CATHERINE IVETTE RAMIREZ ARRASCUE

ANGULO ANGELES ERIKA JULIA OK

 REPORTE 19

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::3117:554941363

Fecha de entrega

9 feb 2026, 15:39 GMT-5

Fecha de descarga

9 feb 2026, 15:43 GMT-5

Nombre del archivo

ANGULO ANGELES ERIKA JULIA OK.docx

Tamaño del archivo

5.7 MB

88 páginas

17.100 palabras

100.595 caracteres




18% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el Informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 15%  Fuentes de Internet
- 7%  Publicaciones
- 16%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de Integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 15% Fuentes de Internet
- 7% Publicaciones
- 16% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	repositorio.uladech.edu.pe	2%
2	Trabajos del estudiante	Universidad Alas Peruanas on 2018-11-29	1%
3	Trabajos del estudiante	PREGRADO on 2026-01-21	1%
4	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
5	Trabajos del estudiante	Universidad Catolica de Trujillo on 2025-10-17	<1%
6	Trabajos del estudiante	PREGRADO on 2025-10-11	<1%
7	Trabajos del estudiante	Universidad Catolica de Trujillo on 2025-10-10	<1%
8	Trabajos del estudiante	PREGRADO on 2026-02-06	<1%
9	Internet	repositorio.uct.edu.pe	<1%
10	Trabajos del estudiante	POSGRADO on 2025-12-02	<1%
11	Internet	hdl.handle.net	<1%

Anexo 08: Reporte de escritura de inteligencia artificial

CATHERINE IVETTE RAMIREZ ARRASCUE ANGULO ANGELES ERIKA JULIA OK

 REPORTE 19

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:old::3117:554941363

Fecha de entrega
9 feb 2026, 15:39 GMT-5

Fecha de descarga
9 feb 2026, 15:43 GMT-5

Nombre del archivo
ANGULO ANGELES ERIKA JULIA OK.docx

Tamaño del archivo
5.7 MB

88 páginas

17.100 palabras

100.595 caracteres

0 % detectado como IA

El porcentaje indica la cantidad de texto calificado en la entrega que probablemente se generó usando IA.

Precaución: Se necesita revisión.

Es esencial comprender los límites de la detección de IA antes de tomar decisiones acerca del trabajo del estudiante. Te alentamos a obtener más información acerca de las funciones de detección de IA de Turnitin antes de usar la herramienta.

Aviso legal

Nuestra evaluación de escritura con IA está diseñada para ayudar a los académicos a identificar texto que podrían haberse preparado mediante una herramienta de IA generativa. Es posible que nuestra evaluación de escritura con IA no siempre sea precisa (existe la posibilidad de que identifique erróneamente redacciones probablemente generadas por humanos como generadas por IA, y redacciones probablemente generadas por IA como generadas por humanos), por lo que no debe usarse como único fundamento para aplicar sanciones a un estudiante. Para determinar si es un caso de deshonestidad académica, se necesita de un escrutinio mayor y el juicio humano, junto con la aplicación de las políticas académicas específicas de la organización.

Preguntas frecuentes

¿Cómo debería interpretar los falsos positivos y el porcentaje de escritura con IA de Turnitin?

El porcentaje que se muestra en el reporte de escritura con IA es la cantidad del texto calificado en la entrega que el modelo de detección de escritura con IA de Turnitin determina se generó probablemente con IA desde un modelo de lenguaje de gran tamaño.

Los falsos positivos (que marcan incorrectamente alertas de texto escrito por humanos como generado con IA) son una posibilidad en los modelos de IA.

Los puntajes de detección de IA inferiores al 20 %, que no aparecen en reportes nuevos, tienen una mayor probabilidad de ser falsos positivos. Para reducir la probabilidad de malinterpretación, no se atribuye ningún puntaje o resaltado y se indican con un asterisco en el reporte (*%).

El porcentaje de escritura con IA no debe ser el único fundamento para determinar si ha ocurrido una mala conducta. El revisor/instructor debería usar el porcentaje como un medio para iniciar una conversación formativa con sus estudiantes o usarlo para examinar el ejercicio entregado según las políticas de la escuela.

¿Qué significa 'texto calificado'?

Nuestro modelo sólo procesa texto calificado en la forma de escritura de formato largo. La escritura de formato largo se refiere a los enunciados individuales en párrafos que constituyen una parte más grande del trabajo escrito, como un ensayo, una disertación, un artículo, etc. El texto calificado que se ha determinado que se generó probablemente con IA se resaltará en color cian en la entrega.

El texto no calificado, como viñetas, bibliografías comentadas, etc., no se procesará y puede crear disparidad entre los puntos destacados de la entrega y el porcentaje mostrado.

