



Universidad César Vallejo

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA

Gestión estratégica y benchmarking en una institución de formación profesional en Sullana, 2024.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Cabanillas Perez, Juan Antonio (orcid.org/0000-0003-0081-5077)

ASESORES:

Dr. Mendivez Espinoza, Yvan Alexander (orcid.org/0000-0002-7848-7002)

Dra. Abad Bautista, Leonor (orcid.org/0000-0002-1908-9338)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2024

DEDICATORIA

La presente investigación se la dedico a mi familia, especialmente a mi madre Ana María, que desde el cielo sé que se siente orgullosa de ver que he logrado una meta más, a mis hermanas por ser mi soporte en el día a día.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme y vencer los obstáculos que se me presentaron y darme las fuerzas para culminar mis estudios, a mi familia por inculcarme buenos valores y siempre apoyarme en la superación, a mi asesor por compartir su experiencia y conocimiento profesional para culminar satisfactoriamente mi investigación.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MENDIVEZ ESPINOZA YVAN ALEXANDER, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN ESTRATÉGICA Y BENCHMARKING EN UNA INSTITUCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL EN SULLANA, 2024", cuyo autor es CABANILLAS PEREZ JUAN ANTONIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

PIURA, 31 de Mayo del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
YVAN ALEXANDER MENDIVEZ ESPINOZA DNI: 19188655 ORCID: 0000-0002-7848-7002	Firmado electrónicamente por: MENDIVEZ el 22-07- 2024 17:00:26

Código documento Trilce: TRI - 0755065



DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CABANILLAS PEREZ JUAN ANTONIO estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO del programa de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "GESTIÓN ESTRATÉGICA Y BENCHMARKING EN UNA INSTITUCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL EN SULLANA, 2024", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
CABANILLAS PEREZ JUAN ANTONIO DNI: 75024574 ORCID: 0000-0003-0081-5077	Firmado electrónicamente por: JCABANILLAPE97 el 15-07-2024 08:49:46

Código documento Trilce: INV - 1700171

Índice de contenidos

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras.....	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización.....	15
3.3. Población, muestra y muestreo.....	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.5. Procedimientos	19
3.6. Método de análisis de datos	20
3.7. Aspectos éticos.....	20
IV. RESULTADOS	22
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES	36
VII. RECOMENDACIONES.....	38
REFERENCIAS	40
ANEXOS	47

Índice de tablas

Tabla 1. Validación de instrumento.....	19
Tabla 2. Confiabilidad	19
Tabla 3. Normalidad.....	22
Tabla 4. Resultado descriptivo.....	23
Tabla 5. Resultado descriptivo.....	24
Tabla 6. Correlación de variable	25
Tabla 7. Correlación de dimensión	26
Tabla 8. Correlación de dimensión	27
Tabla 9. Correlación de dimensión	28

Índice de figuras

Figura 1. Diagrama del estudio correlacional asociativa	15
Figura 2. Gráfico G.E.....	23
Figura 3. Gráfico B.M	24

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la gestión estratégica y benchmarking en una institución de formación profesional en Sullana, 2024; se trató de un estudio de tipo básico, de nivel correlacional y de enfoque cuantitativo, además tuvo un diseño no experimental, la población del estudio estuvo conformada por colaboradores de la empresa, cuya muestra censal fue $n=99$. La recolección de datos se realizó mediante la técnica de la encuesta, y se elaboraron dos cuestionarios en escala de Likert, uno para cada variable; ambos instrumentos fueron correctamente validados y con una confiabilidad de alfa de Cronbach, superior a 0,900, para ambos instrumentos. Los resultados inferenciales del análisis correlacional entre la variable gestión estratégica y benchmarking, presentaron una significancia de 0.001, inferior a 0.05, lo cual conllevó a aceptar la hipótesis alterna, es decir se pudo afirmar que ambas variables analizadas, están moderadamente relacionadas de forma directa, de acuerdo al coeficiente de Rho de Spearman ($R=0.490$). Se concluye que los resultados obtenidos manifiestan una correlación positiva moderada entre la gestión estratégica y benchmarking, expresando que a medida que mejore la gestión estratégica, también existirá una mejora considerable en la aplicación del benchmarking en la institución.

Palabras clave: Gestión estratégica, benchmarking, institución de formación profesional, colaboradores.

ABSTRACT

The main objective of this study was to determine the relationship between strategic management and benchmarking in a vocational training institution in Sullana, 2024; It was a basic study, with a correlational level and a quantitative approach, and it also had a non-experimental design, the study population was made up of company collaborators, whose census sample was $n=99$. Data collection was carried out using the survey technique, and two questionnaires were developed on a Likert scale, one for each variable; both instruments were correctly validated and with a reliability of Cronbach's alpha, greater than 0.900, for both instruments. The inferential results of the correlational analysis between the strategic management and benchmarking variables, presented a significance of 0.001, less than 0.05, which led to accept the alternative hypothesis, that is, it could be stated that both variables analyzed are moderately directly related, according to Spearman's Rho coefficient ($R=0.490$). It is concluded that the results obtained show a moderate positive correlation between strategic management and benchmarking, expressing that as strategic management improves, there will also be a considerable improvement in the application of benchmarking in the institution.

Keywords: Strategic management, benchmarking, vocational training institution, collaborators.

I. INTRODUCCIÓN

En España, la gestión estratégica es un reto que hoy deben enfrentar los centros de educación superior universitaria y no universitaria, debido a los grandes cambios y tendencias que surgen, en víspera de la obtención de la calidad del servicio que ofrecen (López et al. , 2022); la misma que exige planificar, organizar, evaluar y retroalimentar grandes ideas que les permita alcanzar objetivos estratégicos a través de la aplicación de diversas estrategias y/o herramientas de forma eficiente y productiva (Salazar, 2020). Siendo así, es de conocimiento trascendental, que la aplicación de estas mismas en los centros de formación profesional es invaluable y eso se observa en la proyección ante la sociedad; como consecuencia puede generar un buen manejo y dirección de la gestión estratégica; o el uso incorrecto de los recursos empresariales (Alencastro et al., 2022).

Por tal motivo, en Chile y Colombia, el 45% son las entidades educativas que están evaluando el proceso de las diversas estrategias mediante acciones concretas, específicas y medibles, con el único objetivo de generar rendimiento y obtener ventaja competitiva (Nava et al., 2022); así mismo, el 48% de estas instituciones están descuidando los diversos planes y/o metas, por consecuencia, reduciendo los estándares de calidad y los grupos de interés (Briones et al., 2021). Por otra parte, en Ecuador, existen instituciones que no tienen buenas acciones y/u horizonte a seguir, en consecuencia, se frustran de cómo deben ser gestionadas (Malpaso y Lapa, 2022); en este contexto; es donde se involucra el estudio del benchmarking que funciona como una semejanza de mejora para que pueda aplicar acciones correctivas para solucionar los problemas de alta gerencia, a partir de estas afirmaciones, no se toma en consideración debido al alto costo que conlleva su intervención (Camp, 2021). Esta herramienta permite establecer el método de obtención de información en su nivel estratégico y táctico, identificar aberturas actuales, observar aspectos de desempeño, esclarecer objetivos operativos; y elaborar planes y estrategias realizables (Agasisti y Bonomi, 2021). Por otra parte, el benchmarking para la aplicación tiene diversos dilemas que tropieza la efectividad y rendimiento; como carencia de datos reales, falta o escases de capital y compromiso a los cambios (Avegno et al., 2021). En el momento de emplear esta herramienta en la gestión estratégica, el 65% de las instituciones tienen la ventaja

de enfocarse en acciones y/o estrategias específicas como los modelos empresariales o de negocios, y de esa manera tener un target muy definido (Alarco, 2021). Willmington et al. (2022), por otra parte, hace hincapié que el benchmarking es una herramienta que determina las fortalezas y debilidades en la organización y basada en ella propone estrategias para los diversos niveles jerárquicos.

En Bagua, el 39% de las instituciones siempre tratan de aplicar nuevos modelos y estrategias que están a la vanguardia del mercado; pero se limitan en tomar como referencia acciones de aquellas entidades que son líderes, y esto puede basarse en una empresa del mismo sector económico o por una entidad que es excelente en estrategias de nivel gerencial (Briones et al., 2021), (Bustamante et al., 2021), (Rojas et al, 2023). Pese a ello, el problema se empeora en la ciudad de Tacna, donde abundan las instituciones profesionales con áreas directivas que no toman en cuenta el diagnóstico realizado a través del benchmarking (Gonzales et al., 2020). A esta inactividad, se le puede atribuir cierta responsabilidad en la actual etiqueta que tenemos respecto a calidad educativa a nivel país, la misma que es denominada como la peor del mundo (Peña, 2021). Por lo dicho en los párrafos anteriores, resulta necesario cuestionar que la gestión estratégica tiene un grado de relación con el benchmarking, y este a su vez relacionado con el prestigio, productividad y competitividad en el país (Bacilia, 2022), (Hernández y Cano, 2021). En Lima, el benchmarking ha demostrado ser una herramienta muy útil, debido que, permite diferenciarte y aplicar una prospectividad en los centros de formación profesional basados en formulación, implementación y evaluación de estrategias. (Fajardo et al., 2021), (Parrales, 2020). Así mismo, se evidencia que el 50% de la gestión estratégica en las instituciones ha tenido un giro de proyección de acciones, lo que significa que éstas deben de estar asociadas a nuevos enfoques, y tomando como referencia a empresas líderes del giro de negocio, requiriendo un estudio profundo para conocer las actividades que está realizando y focalizar aquellas estrategias que pueden servir para mantener esa competitividad (Ore et al, 2021).

En la ciudad de Sullana se encontró un instituto de formación profesional en donde a menudo, los procesos de benchmarking se realizan de manera aislada y no se integran de manera efectiva en la estrategia general de la institución. Esto pudo llevar a que los resultados obtenidos a través del benchmarking no se

emplean en un estilo apropiado para mejorar la gestión estratégica de la organización. Esto limitó la capacidad para identificar áreas de mejora, y formular acciones estratégicas efectivas para alcanzar los objetivos e interponer las necesidades particulares de los alumnos y stakeholders. Considerando lo descrito, se procedió a la formulación del problema que se ha identificado para el presente estudio: ¿Existe relación entre gestión estratégica y el benchmarking, en una institución de formación profesional en Sullana, 2024?

Se justificó de forma práctica, porque a través de la recolección de información permitió comprender como la gestión estratégica se relaciona con el benchmarking en una institución de formación profesional, y en base a ello tomar decisiones y brindar diversas conclusiones y recomendaciones. Se justificó en lo teórico en vista que aportó en cuanto a la definición de gestión estratégica y benchmarking, y así indicar cuál es la manera ideal de analizar la conducta de estas por medio de la operacionalización de sus dimensiones respectivamente. Por último, se justificó desde una perspectiva metodológica ya que aportó en cuanto a la aplicación de un instrumento en una situación distinta, por medio del cual se podrá recopilar la información para luego analizarla.

Así mismo, en la presente investigación se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar la relación existente entre gestión estratégica y benchmarking en una institución de formación profesional en Sullana, 2024. Los objetivos específicos fueron: Describir el nivel de la gestión estratégica en una institución de formación profesional en Sullana, 2024. Identificar el nivel de benchmarking en una institución de formación profesional en Sullana, 2024. Determinar la relación entre la formulación de estrategias y benchmarking de una institución de formación profesional en Sullana, 2024. Determinar la relación entre la implementación de estrategias y benchmarking de una institución de formación profesional en Sullana, 2024. Determinar la relación entre la evaluación de estrategias y Benchmarking de una institución de formación profesional en Sullana, 2024. Por consiguiente, hipótesis alterna H_1 : Existe relación significativa entre gestión estratégica y benchmarking en una institución de formación profesional en Sullana, 2024. Hipótesis nula H_0 : No Existe relación significativa entre gestión estratégica y benchmarking en una institución de formación profesional en Sullana, 2024.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se describe las investigaciones previamente realizadas por diversos autores a nivel internacional y nacional, centrándose en las variables de estudio. Tal como se detalla a continuación:

A nivel internacional, Perez (2023) en México, el objetivo de la investigación fue observar la relación existente entre la gestión estratégica y benchmarking para el departamento de operaciones con el fin de aumentar competitividad y productividad. La investigación se centró en un diseño no experimental y descriptiva porque no manipularon información, como también transversal y correlacional. Así mismo fue de tipo cuantitativo y aplicó una encuesta – cuestionario tipo Likert; aplicado a una muestra de 75 colaboradores. Fue validado por ocho especialistas de la rama de estudio, basándose en experiencia y contexto; el análisis de datos se basó en elementos tangibles, intensidad de refutación, fiabilidad y compasión; el nivel de confiabilidad fue 0,984, correlación de 0,390 y 0,001 de significancia; relación de 0,400 entre evaluación de estrategias y benchmarking; y 0,002 de significancia. Concluyeron que la gestión estratégica tiene relación con la herramienta de benchmarking, brindado de esa forma propuestas de mejora, y se recomendó que tomen en cuenta el diagnóstico realizada por el benchmarking.

Por otra parte, Cabico et al. (2022) en África Oriental, propusieron como objetivo de investigación indagar como se relaciona la gestión estratégica y benchmarking en las instituciones. Tuvo como metodología de estudio un enfoque cualitativo y cuantitativo porque detalla caracteres y muestra datos estadísticos a través del gráfico de barras y pastel. Así mismo fue de tipo correlacional, para medir el nivel de vínculo existente entre las variables. El instrumento empleado fue el cuestionario; y se aplicó a 120 participantes. El proceso de la información fue a través del sistema excel y word para que tenga mayor relevancia. Se identificó que el 79% de los involucrados manifestaron que si mantienen correlación; la correlación y confiabilidad fue 0,566 según el software de Spearman y 0,001 de significancia; correlación de 0,437 entre evaluación de estrategias y benchmarking; y 0,040 de significancia. Así mismo las acciones que aplica la gestión estratégica genera mayor competitividad, favoreciendo drásticamente a las entidades.

Así mismo; Briones, T., Carbajal, D. y Sumba R. (2021) en Ecuador, tuvieron como objetivo de investigación evaluar la relación que tiene el benchmarking y la gestión estratégica empresarial. Se empleó una investigación descriptiva, porque el estudio tuvo que haber revisado el contexto de los colaboradores y en estudios previamente realizados sobre el benchmarking. La población muestral fue de 120 colaboradores. El instrumento aplicado fue el cuestionario que a la vez fue validado por 4 expertos. El proceso y análisis de información se basó en un programa llamada excel, que a través de ella se agregaron los datos de los colaboradores para que posterior pueda ser tabulado a través de gráfico de barras y pastel. Se obtuvo como resultado que el 60% consideraron al benchmarking en nivel regular; existe un 0,958 de confiabilidad y existe correlación muy fuerte entre la gestión estratégica y benchmarking; relación de 0,303 entre implementación de estrategias y benchmarking y significancia de 0,010.

En el estudio de Gallardo (2021) en Ecuador, el estudio realizado se focalizó en identificar la correlación entre gestión estratégica y benchmarking. La metodología de estudio se enfocó en ser tipo cuantitativa y cualitativa, basándose en información obtenida por colaboradores y revistas científicas de gran calibre en investigación. El diseño fue no experimental transversal, y estuvo compuesta por 190 colaboradores de los cuales se obtuvo 120 como muestra representativa. Se aplicó la encuesta-cuestionario y validada por 4 expertos de la especialidad. El análisis de resultados se brindó mediante el sistema excel a través de gráficos estadístico. Con todo ello, la investigación concluyó que la gestión estratégica debe establecer acciones de mejora basándose en el impacto que genera para la empresa, y esto puede ser en corto, mediano o largo plazo; teniendo relación muy significativa y estrecha con la variable de benchmarking como herramienta de apoyo, con un índice de 0,972 de relación y un 0,001 de significancia; 0,375 de relación entre implementación de estrategias y benchmarking; y 0,000 de significancia.

Barahona (2020) en Ecuador, en la investigación realizada se centró en describir como está la relación entre las estrategias gerenciales y el benchmarking. Se focalizó en investigación cuantitativa, porque en base a ello le permitió realizar la tabulación de los resultados y medir a través de porcentajes; así mismo, fue descriptiva, porque detalla las variables se muestran tal y como se encontraron.

Fue de enfoque correlacional porque evalúa la relación entre las variables. La población estuvo compuesta por 230 colaboradores con contrato a tiempo completo, la cual 200 forman parte del nivel gerencial departamental y 30 son del nivel administrativo; luego de ello se aplicó fórmula estadística para obtener 144 colaboradores como muestra de estudio. Se empleó como instrumento utilizado el cuestionario, compuesto por 50 interrogantes. Así mismo, para el procesamiento de información se empleó el excel en la versión 2019, dando a conocer los gráficos y tablas estadísticas de comparación, y para la tabulación se empleó gráficos de barras y pastel. Para medir la relación existente fue trasladado al software del SPSS, a través del coeficiente de Pearson. Se obtuvo como resultados de estudios que el 87% de colaboradores manifestaron que existe relaciones muy latentes entre las variables, con un índice de 0,992 de relación y un 0,000 de significancia; formulación de estrategias y benchmarking, relación de 0,299 y 0,030 de significancia. Se concluyó que las entidades deben de considerar las herramientas de comparación y aplicarse a la gestión empresarial.

A nivel nacional, Chong (2023) en Huánuco, el estudio se centró en verificar la correlación de la variable gestión estratégica institucional y benchmarking, como rendimiento empresarial. La investigación fue de tipo básica, en forma descriptiva y correlativa; con un diseño no experimental y transversal. Así mismo conformada por una población muestral de 15 colaboradores y esto se da porque la población fue muy reducida. La técnica empleada fue la encuesta y basándose en un instrumento que fue el cuestionario. La validación de los diversos documentos estuvo a cargo de 3 expertos de la ciencia. El procesamiento y el análisis exhaustivo de datos fue por el programa SPSS con la ayuda de un programa de microsoft como el excel, y para la interpretación correspondiente fue a través de gráficos de barras y pastel. El estudio finiquitó que, comprueba coeficiencia de correlación de 0.603 y 0,001 de significancia, dando como resultado la hipótesis alterna; también correlación de 0,423 entre evaluación de estrategias y benchmarking y 0,006 de significancia.

Dávila (2022) en Lima, propuso investigar y verificar la correcta relación entre la gestión estratégica y herramientas de apoyo benchmarking en un instituto. Se basó en un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y correlacional; bajo una

muestra de estudio de 50 colaboradores. Se empleo el cuestionario compuesto por 61 preguntas para la recolección de información. Para la verificación del coeficiente de la correlación se usó Pearson; tomando como resultado una relación bilateral de 0.805; relación de 0,372 entre implementación de estrategias y benchmarking y significancia de 0,010. Para el análisis de datos se empleó formulas y gráficos estadísticos interpretativos. Ante ello concluyó que las variables de estudios tienen correlación significativa; así mismo se recomendó que al momento de realizar la gestión estratégica se tenga en cuenta las diversos opiniones e ideas de los colaboradores del nivel gerencial y necesidades latentes.

Mendoza (2022) en Lima, tuvo como finalidad en su investigación evaluar correlación de la variable gestión estratégica y benchmarking. El tipo de investigación se ha basado en un enfoque cuantitativo correlacional, y de diseño no experimental debido a que no ha sido manipulado o alterado los datos recolectados. Para ello se tuvo una población de 900 colaboradores tomando como referencia una muestra de 270 colaboradores, para la elección fue a través del muestreo probabilístico; Se aplicó un cuestionario de tipo Likert que estuvo compuesta por 60 ítems de las cuales 30 se focalizaron a la gestión estrategia y repartida en sus tres dimensiones. La validez estuvo compuesta por 6 expertos donde evaluaron basándose en la experiencia y estudio de la ciencia; la confiabilidad del instrumento fue mediante el alfa de Cronbach. El análisis fue a través de un sistema excel donde se tabularon, graficaron y complementaron con el uso del sistema SPSS. Se obtuvo como resultado que la gestión estratégica y el benchmarking tienen una relación muy significativa de 0.934; relación entre formulación de estrategias y benchmarking de 0,305 y significancia de 0,020. Así mismo se evidencio que el 74.4% de los colaboradores opinaron que, sí tiene un buen manejo de la gestión estratégica en cuanto a la etapa de planificación, a causa de tomar en consideración las necesidades y sugerencias de las diversas gerencias y departamento.

Ruiz y Sánchez (2021) en Lima, en su estudio propusieron como objetivo general de estudio evaluar la correlación de la variable gestión estratégica y benchmarking. La investigación realizada fue básica, así mismo no experimental, cualitativo, descriptiva y transaccional; así mismo, tiene diseño tipo descriptivo

correlacional; la muestra de estudio estuvo compuesta por 168 empleadores; Se empleo el cuestionario y la encuesta. El análisis de la información fue a través de una tabla de registro, que a través de ella se organiza los datos obtenidos de la muestra, para así poder realizar una buena interpretación de las variables. En ese sentido para medir la correlación se hizo con el Rho Spearman. Se obtuvo como resultado que la gestión estratégica y el benchmarking tienen un 0,506 de correlación y un 0,001 de significancia. Así mismo, las estrategias que aplica la entidad hacen que llegue al cumplimiento de las metas en un 47%; las acciones se focalizan en realizar propuestas de estrategias y herramienta para el cumplimiento de los objetivos.

Ore et al. (2021), en Huancavelica, propusieron como investigación identificar si existe alguna relación entre el benchmarking y la gestión estratégica empresarial. Para ello tuvo un enfoque cualitativo debido a que describió características y cualidades de la variable de benchmarking y estrategias empresariales, y cuantitativa porque permitió graficar y mostrar porcentajes de la relación existencial; tuvo un enfoque transversal y no experimental, correlacional y de investigación de campo. Para el recojo de dicha información se empleó la observación y la encuesta, lo cual estuvo compuesta por 39 interrogantes; así mismo los instrumentos empleados fueron la encuesta, escala de calificación y la entrevista. Para el análisis de los datos, después de haber aplicado la encuesta se organizó y clasificó según los ítems propuestos, para posteriormente la interpretación para el objetivo general y los específicos. La población y la muestra estuvo conformada por 50 colaboradores. Para la validez de los diversos instrumentos aplicados, estuvieron a cargo 8 expertos de la materia y de la ciencia de estudio. Se tuvo como resultado de estudio según el software de Spearman, que manifestó una correlación muy influyente entre las diversas variables mencionadas, con un índice del 0,599 y 0,001 de significancia; formulación de estrategias y benchmarking relación de 0,380. Se concluyó, que la herramienta del benchmarking se relaciona estrechamente con las acciones e implementación de estrategias de nivel gerencial y directivo.

Luego de haber realizado la indagación de antecedentes de diversos autores referente a las variables de gestión estratégica y benchmarking de un instituto de

formación profesional; se presenta la primera teoría de David (1998), donde contextualiza que la gestión estratégica es un proceso metódico que ayuda a las entidades en la toma de decisiones. Esto se da a través de un diagnóstico, el cual identifica las diversas fortalezas o debilidades que tiene, y en base a ella establecer diversas estrategias correctivas o defensivas, lo que facilita la disminución de riesgos, por ende, mejora la competitividad empresarial mediante las oportunidades que se le presentan. Así mismo; se menciona como un criterio dentro del plan que toda empresa debe de tener, y de esa forma observar los objetivos empresariales y las diversas acciones estratégicas. En ese sentido, se puede explicar que la gestión estratégica es un gran desafío que toda organización y/o institución tiene (Guerras & Navas, 2022).

Chiavenato (2017), hace mención que la gestión estratégica tiene tres elementos sustanciales; dentro de ello está la excelencia, siendo el eje base que toda entidad debe de tener para así competir en el mercado; así mismo para Prieto (2023), la innovación es la que se enfoca en que todos los servicios, productos, procesos y personas deben de estar en constante cambio y mejoras; y finalizando esta la anticipación, en donde expresa que las entidades deben ser muy proactivas y deben de estar adelantándose a los posibles problemas o percances que pueda trascender al objetivo empresarial. Ante ello, se presentan diversas estrategias como la corporativa, la cual se centra en realizar la delicada designación de los diversos recursos tecnológicos, financieros, materiales y humanos (Suarez, Sandoval & Lamoyi, 2021); la competitividad, contempla una evaluación interna para calcular el horizonte profesional de la compañía en comparación con la industria. Y finalizando la estrategia de enfoque funcional que evalúa una restauración de las diversas unidades, jefaturas y áreas; con el fin de plasmar estrategias de enfoque competitivo (Gupta, Parque & Phaal; 2022).

Por su parte Gallardo (2021), manifiesta que existe diversos enfoques respecto a estrategias que son empleadas en el nivel gerencial, y éstas responden a las diversas fortalezas que tienen como institución y a la misma vez aquello que tienen como debilidades; también, contempla diversas oportunidades que se le presenta en el mercado y las amenazas que pueden enfrentar. Así mismo, se muestra la estrategia de integración en donde afirma que la entidad tiene el poder

o control de influir y negociar con los colaboradores externos. Por otra parte, la estrategia intensiva, centraliza en explorar nuevas líneas de productos o servicios, con el fin de abarcar más porcentaje o tener mayor participación de alícuota del mercado. Agregando a ello, la estrategia de diversificación aterriza en ampliar la empresa en nuevos mercados potenciales, mediante la introducción de nuevos negocios. Y para finalizar las estrategias defensivas, el cual identifica acciones para retener a los stakeholders y mantener un porcentaje del mercado a través de liquidaciones y alianzas con empresas que tienen fuerte estrategia de comercialización, venta y fuerte participación del mercado (Quiñonez, Castillo, Bruno & Oyarvide, 2020).

David (1998), expresa que la dimensión de la variable gestión estrategia se centra en formulación, implementación y evaluación de estrategias empresariales, que toda entidad debe de realizar. A continuación, se van a desagregar cada una de las dimensiones.

La dimensión de formulación es la etapa donde se definen acciones o lineamientos a seguir con el fin de llegar al cumplimiento de la misión, visión y valores corporativos; como también se detalla las diversas estrategias que serán empleadas en la entidad; por ende, se evalúa que aspectos necesitan inversión y de qué forma se hará la distribución de los recursos o activos que tiene la entidad; ante ello, la responsabilidad recae en la máxima autoridad y cómo obtendrá provecho de ello (Peñafe et al., 2020). En tal sentido, se ha planteado diversos indicadores como la visión, que se enfoca en la imagen que pretende conseguir o alcanzar a largo plazo; la misión que es la determinación, razón de ser y existir de la empresa (Nava, Alvarado & Pirela, 2020); los objetivos, que pueden ser mediano y largo plazo, y se enfoca en lo que quiere conseguir la entidad; los valores institucionales, que son las presunciones y fundamentos de las entidades; y para culminar; la participación, donde se enfoca en la intervención, involucramiento y cooperación entre los miembros (Ore, Olortegui & Ponce, 2020).

La dimensión de implementación puntualiza la mejora organizacional que requiere realizarse para brindar apoyo a la unidad, jefatura y áreas administrativas; y de esa forma reducir o mitigar los problemas. En ese contexto, se realiza una evaluación y elección de las mejores acciones, para posteriormente ser aplicadas;

manteniendo claridad y coherencia largo plazo; y el uso debido de los recursos designados (Grant, 2021). Ante lo manifestado, se ha considerado diversos indicadores como es la socialización institucional, el cual se centra en normas, cultura y valores; y de cierta manera dar a conocer e integrar a todos los miembros de la empresa; la capacidad presupuestal, se focaliza en la habilitación de capitales monetarios y económicos para avalar los diversos cambios de proyectos empresariales como también la implementación de las estrategias admitidas. Y para finalizar; la obtención de servicios, que se fundamenta en la disposición de apertura de nuevas líneas de productos o servicios y por ende obtener productividad y ser sostenible en el tiempo hasta el cumplimiento de la visión e incluso ser trascendental (Garrido & Romero, 2021).

Y para culminar la dimensión de evaluación; ésta, es una forma de supervisión en el cual permite detallar las diversas acciones y estrategias que han sido implementadas y/o aplicadas, para ello se hace uso de diversos indicadores apropiados que permita evaluar de forma correcta y aplicar acciones correctivas para el cumplimiento de los objetivos que han sido establecidos en la fase principal (Guerras & Navas, 2022). Dicha etapa también considera elementos sustanciales tales como tolerancia empresarial, enfoque al usuario, cliente o consumidor; rendimiento y manejo de datos confiables. Ante lo manifestado, se ha considerado diversos indicadores como la identidad, que es la percepción que las entidades transmiten al mercado, y esto se genera mediante la filosofía empresarial; el compromiso, hace hincapié a la fidelidad, entrega y dedicación de los colaboradores hacia con la institución; y finaliza con el seguimiento y control, centrándose en la verificación, inspección y apreciación continua de las diversas acciones estratégicas que han sido ejecutadas, con el único objetivo de localizar falencias y emplear estrategias correctivas (Figueroa & Rosario, 2021).

En cuanto a la segunda variable de estudio, Salvador (2020) manifiesta que el benchmarking, consiste en evaluar el rendimiento y la productividad de una empresa o institución en comparación con las mejores del mismo sector, rubro o genérica; con la finalidad de identificar unidades, jefaturas o áreas de mejora e implementar acciones estrategias más efectivas y razonables. Así mismo, se puede definir como una etapa continua lo que involucra evaluar, medir y comparar los

diversos productos, servicios y prácticas con los diversos competidores más fuertes e influyentes, o con aquellas entidades líderes del sector o giro de negocio, con el único propósito e intención de identificar áreas de mejora, y basándose a ello programar estrategias o lineamiento para superar el nivel de cumplimiento. En el ámbito empresarial y de negocios cada vez más complejo, el enfoque de benchmarking se manifiesta como una táctica esencial para optimizar y a la vez maximizar las diversas habilidades gerenciales y directivas, y tener una postura competitividad frente al mercado (Arias, Silveira & Sanabria, 2023).

Basándose en Salvador (2020), la dimensión de la variable benchmarking, se desglosa en interno, competitivo y genérico; ante ello se detalla a continuación:

La primera dimensión respecto al benchmarking interno, se enfoca en una etapa de examinación y estimación comparativa que tiene la finalidad de reconocer e implantar las mejores destrezas que se ponen en práctica en la misma entidad, con el fin de maximizar el desempeño y rendimiento; y de esa manera poder lograr la excelencia. Como también se puede decir que, luego de haber identificado las mejores actividades empresariales, es de importancia divulgar y comunicar a todos los miembros de la entidad, sin discriminar el nivel jerárquico. Como consecuencia, permite impulsar la aplicación y ejecución de estas acciones en los tres niveles jerárquicos, fomentando un incremento de la productividad y por consecuencia generando un buen rendimiento competitivo en el mercado (Kutz, 2021). Ante lo manifestado, se ha considerado diversos indicadores como: la eficiencia, que hace hincapié la forma de conseguir un rendimiento deseado, haciendo buen uso de los diversos recursos, maximizando todo tipo de costo y gasto; la eficacia, se focaliza en cumplir con las diversas actividad, metas o acciones que se proponen; la organización, se centra en cómo debe de estar estructurada la empresa, incluyendo los diversos recursos; la praxis, se menciona de cómo debe de hacerse las cosas; y para finalizar el diseño laboral, se enfoca en cómo está organizada la empresa, bajo los criterios de funciones, responsabilidades, derechos y deberes que tiene que cumplir la organización (Arias, Silveira & Sanabria, 2023).

La segunda dimensión respecto al benchmarking competitivo, se refiere a la forma de cómo va a contrastar las diversas estrategias e indicadores que tiene la entidad, en comparación con múltiples competidores; esta herramienta se emplea

para examinar áreas o jefaturas y en base a ello entablar acciones estratégicas; como consecuencia tener una buena ventaja competitiva basándose en las acciones de la competencia. Dichos datos se utilizan para examinar el rendimiento de la entidad, haciendo una comparación con los diversos competidores directos y de esa forma identificar áreas de mejora (Salvador, 2020). Ante lo descrito, se han planteado los siguientes indicadores: la competencia, se enfoca en identificar correctamente aquella entidad que tiene gran acogida en el mercado; el poder de negociación, se focaliza en destacar la competencia que tiene de un criterio, para concretar términos beneficiosos en un compromiso o acuerdo; la capacidad productiva, resalta el número máximo de bienes o servicios que se puede brindar en circunstancias adecuadas y en un tiempo establecido; la ventaja comparativa, se focaliza en la especialización que tiene una organización para brindar un servicio o producto específico, manteniendo la eficiencia a brindar; y la ventaja absoluta, se centraliza en la disposición que tiene una entidad u organización para brindar un bien o servicio peculiar basándose en tener un menor costo y calidad, en comparación con los competidores (Arias, Silveira & Sanabria, 2023).

La tercera dimensión respecto al benchmarking genérico, señala el estudio de entidades líderes de la industria, sector o mercado; como ejes de partida para analizar y evaluar los logros, y de esa manera plantear mejoras en los diversos niveles jerárquicos. Así mismo, permite realizar una evaluación de coincidencias en acciones y etapas relacionadas, indiscriminado al giro de negocio al que pertenece. Ante ello, se presentan indicadores como: metas empresariales, las cuales resaltan los diversos objetivos de desarrollo y crecimiento específico que la entidad plantea para diversificar el alcance y las acciones a ejecutar; cuotas de mercado, muestra la participación porcentual que tiene en el mercado; los estándares, son los lineamientos, pautas, reglas, criterios o características que las instituciones deben de seguir para conseguir buenas prácticas aceptables; servicio diferenciado, expresa la capacidad que tiene la entidad para diferenciarse y sobresalir, teniendo ventaja referente al competidor, debido a sus peculiaridades; los procesos, que enfatiza los diversos métodos o técnicas que regulan la secuencia de las acciones o estrategias que aplican (Salvador, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El estudio fue de tipo básico, ya que se fundamentó en comprender, ahondar y profundizar en el discernimiento o entendimiento de un fenómeno o área de estudio determinada, con el único objetivo de ampliar la perspectiva del conocimiento de las variables, y sirvió como insumo para otras investigaciones (Hadi et al., 2023). Tuvo como tema de partida el incierto general, y en base a ello se elaboró un estudio teórico respecto a gestión estratégica y benchmarking, con la finalidad de identificar la relación existente entre ellas.

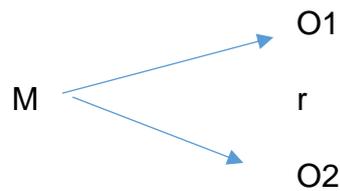
Además, se empleó un enfoque cuantitativo, debido a que se utilizó la estadística para analizar y estudiar los datos; dicha información fue mostrada a través de figuras, gráficos y tablas (Arias, 2020). En ese sentido, permitió evaluar los componentes y dimensiones que son cuantificables en términos porcentuales, y en evaluar la relación entre dichas variables.

3.1.2. Diseño de investigación

La investigación fue de diseño no experimental, debido a que los resultados o hallazgos encontrados no fueron manipulados ni alterados por el investigador, y se expuso tal y como se encontró en su estado natural (Ñaupas et al., 2018). Así mismo, fue descriptiva correlacional asociativa, porque la finalidad fue examinar la relación que existe entre la variable gestión estratégica y benchmarking, mas no conocer el impacto o consecuencia entre ellas (Arias, 2020). Y por la temporalidad fue transversal porque la investigación se realizó en un tiempo específico, basándose en el año 2024.

En función al enfoque metodológico, se muestra el esquema de estudio que sirvió como lineamiento en la investigación:

Figura 1. Diagrama del estudio correlacional asociativa



Fuente: Arias (2020), estudio correlacional asociativa.

M: Colaboradores de una institución de formación profesional en Sullana, 2024

O1: Variable: Gestión estratégica

O2: Variables: Benchmarking

r: Relación de las variables

3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente 1: Gestión estratégica

Definición conceptual: La gestión estratégica es un proceso metódico que ayuda a las entidades en la toma de decisiones. Esto se da a través de un diagnóstico, el cual identifica las diversas fortalezas o debilidades que tiene, y en base a ella establecer diversas estrategias correctivas o defensivas, lo que facilita la disminución de riesgos, por ende, mejorar la competitividad empresarial mediante las oportunidades que se le presentan (David, 1998).

Definición operacional: La variable gestión estratégica estuvo compuesta por tres dimensiones: formulación de estrategias, implementación de estrategias y evaluación de estrategias (David, 1998). Para ello se aplicó la técnica de encuesta y el instrumento cuestionario, a través de la escala de Likert ordinal.

Indicadores: Para la dimensión formulación de estrategias se consideraron los siguientes indicadores tales como misión, visión, objetivos, valores institucionales y participación. Para la dimensión implementación de estrategias abarcó los siguientes indicadores como socialización institucional, capacidad presupuestal, generación de servicios. Y en la dimensión evaluación de estrategias

se consideraron los siguientes indicadores tales como identidad, compromiso, seguimiento y control.

Escala de medición: Se utilizó escala ordinal, bajo escala de Likert, con las siguientes alternativas: 5= siempre, 4= casi siempre, 3= a veces, 2= casi nunca, 1= nunca.

Variable independiente 2: Benchmarking

Definición conceptual: Salvador (2020) manifiesta que el benchmarking, consiste en evaluar el rendimiento y la productividad de una empresa o institución en comparación con las mejores del mismo sector, rubro o genérica; con la finalidad de identificar unidades, jefaturas o áreas de mejora e implementar acciones estrategias más efectivas y razonables.

Definición operacional: La variable de benchmarking estuvo conformada por tres dimensiones tal como se detallan a continuación: benchmarking interno, benchmarking competitivo y benchmarking genérico (Salvador, 2020). Para ello se aplicó la técnica de encuesta y el instrumento cuestionario, a través de la escala de Likert ordinal.

Indicadores: Para la dimensión de benchmarking interno se consideraron los siguientes indicadores tales como eficiencia, eficacia, organización y la praxis. El benchmarking competitivo estuvo compuesto por los siguientes indicadores tales como la competencia, el poder de la negociación, capacidad productiva, ventaja absoluta y la ventaja comparativa. Y en la última dimensión sobre el benchmarking genérico, estuvo conformada por los siguientes indicadores tales como metas empresariales, cuotas de mercado, estándares, servicio diferenciado y procesos.

Escala de medición: Se utilizó escala ordinal, bajo escala de Likert, con las siguientes alternativas: 5= siempre, 4= casi siempre, 3= a veces, 2= casi nunca, 1= nunca.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Este enfoque fue empleado por Hernández - Sampieri & Mendoza (2018), para dirigirse a un grupo de individuos que tienen ciertos caracteres o peculiaridades semejantes, a partir del cual se recaba y estudia los datos. De acuerdo a lo expresado se tuvo como población de estudios a los miembros que laboran en un instituto de formación profesional de Sullana, estando compuesta por 99 colaboradores en su totalidad.

3.3.2. Muestra

La muestra es una porción y representación de la población de estudio, que se elige para realizar una investigación a través de la recolección de datos (Hernández - Sampieri & Mendoza, 2018). Por lo tanto, el tamaño muestral fue de forma censal, porque no se calculó el número de participante en el estudio y según Hernández, Fernández & Baptista (2014) cuando la población es reducida se considera el estudio a la totalidad de los involucrados, siendo los 99 colaboradores.

3.3.3. Muestreo

En la investigación, predomina dos métodos de muestreo como es el probabilístico y el no probabilísticos. En este sentido, los criterios para la muestra no probabilístico se basan en seleccionar de forma intencional, y en función de las características y el contexto del estudio; agregando a ello, no requiere cálculos para la obtención de la muestra (Hernández - Sampieri & Mendoza, 2018).

Por todo ello, en el presente estudio se utilizó un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia del investigador, y esto se debió porque al tratarse de un estudio de muestra censal, se obtuvo información de todos los colaboradores de la población establecida, por consecuencia, no se utilizó fórmula para una muestra representativa.

3.3.4. Unidad de análisis

La unidad de análisis son aquellas personas e individuos con características similares y que son elegidos para ser estudiadas en una investigación como parte de la población o muestra (Hernández - Sampieri & Mendoza, 2018).

En la presente investigación la unidad de análisis fueron los 99 colaboradores que laboran en una institución de formación profesional de Sullana en el año 2024.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica, en cuestión involucra un procedimiento de acopio de datos respecto a una variable de estudio en particular. Dicho proceso se ejecutó mediante la aplicación de distintos métodos como la recopilación documental, observación o encuestas (Arias, 2020). En función a ello, en la presente investigación la técnica que se aplicó fue la encuesta.

El instrumento ayuda a organizar información de los ítems respecto a variables de estudio (Arias, 2020). En base a ello, el instrumento que se utilizó es el cuestionario; y estuvo compuesta por diversos indicadores y dimensiones respecto a la variable gestión estratégica y benchmarking.

En función a la variable gestión estratégica, se empleó cuestionario para evaluar las dimensiones tales como; formulación de estrategias que estuvo conformada por 5 ítems; implementación de estrategias que estuvo conformada por 3 ítems; y para evaluación de estrategias se formuló 04 ítems; teniendo una totalidad de 12 preguntas. Como también, para la variable benchmarking se empleó cuestionario para evaluar las dimensiones tales como; benchmarking interno que estuvo conformada por 4 ítems; benchmarking competitivo que estuvo compuesta por 05 ítems; y para la dimensión benchmarking genérico se formuló 5 ítems, teniendo una totalidad de 14 preguntas.

Para Hadi et al., (2023), validar los instrumentos significa evaluar y/o examinar los ítems para identificar la existencia de coherencia, relevancia, claridad y relación entre los indicadores y dimensiones. Con referencia a lo anterior, se realizó la validación del cuestionario por 3 expertos de la especialidad, basándose en la experiencia laboral y teórica; enfocado al sector productivo y educación; tal como se detallan a continuación:

Tabla 1. Validación de instrumento

N°	Grado	Cargo	Apellido y nombre
1	Dra. en Educación	Docente	Esther Vivas Landa
2	Dr. En Administración	Docente	Juan F. Crisanto Quispe
3	Maestría en Administración de negocios- MBA	Director	Juan Uriol Dioses

Para determinar la confiabilidad del cuestionario se aplicó prueba piloto a 20 colaboradores que laboran en una institución de formación profesional, mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. En función a lo mencionado, se obtuvo como resultado que la variable gestión estratégica tiene 0,960 y la variable benchmarking 0,959; demostrando la confiabilidad entre las variables de estudio. Tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2. Confiabilidad

Variable	Cof.	Elementos
GE.	.960	12
B.	.959	14

3.5. Procedimientos

Se inició el estudio con la presentación de un oficio de la unidad de posgrado, requiriendo la autorización para llevar a cabo la investigación, en donde, la institución tuvo que brindar la aceptación para que se realice dicho estudio. Luego de ello, se elaboró el cuestionario para recolectar información respecto a la variable gestión estratégica y benchmarking, donde se desagrega los ítems dando respuesta a cada indicador y según la dimensión correspondiente. Posterior a ello, se solicitó la validación del instrumento a expertos, que tienen el perfil y la experiencia en las variables de estudio, sector productivo y educación; así mismo; luego de aprobar la validación del cuestionario por cada juez, y no exista ninguna

observación, se procedió a visitar la institución de formación profesional para acordar la fecha y hora de aplicar el cuestionario a los colaboradores de dicha institución. Seguido a ello, se transfirió dicho cuestionario a un Google Forms para aplicar a los colaboradores.

Por consiguiente, se aplicó una prueba piloto a 20 colaboradores, y fueron elegidos al azar según la intención del investigador. Dichos resultados fueron incorporados en un programa llamado Excel versión del año 2019, a través de una hoja de cálculo; con el fin de evaluar el nivel de confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, y posterior a ello el análisis correspondiente.

3.6. Método de análisis de datos

Los instrumentos de obtención de datos fueron elaborados en el programa de Microsoft Word versión 2019, y posterior a la obtención de información fueron trasladados al programa de Excel, el cual sirvió para evaluar y examinar el nivel de confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Así mismo, se aplicó estadística descriptiva porque detalla tablas y gráficos; y a través de ella evidenció porcentajes para la interpretación acertada.

Así mismo, se realizó la prueba de normalidad Kolmogórov-Smirnov para el análisis de datos dispersos y la correcta distribución de las variables. Como también, se empleó una evaluación no paramétrica mediante el método de análisis inferencial, donde se ejecutó la constatación de la hipótesis formulada, con el único fin de analizar la relación que se da entre las variables de estudio, a través del coeficiente de Spearman.

3.7. Aspectos éticos

La investigación, se fundamentó y guio en los principios éticos de investigación; inició con el principio de beneficencia, porque la cualidad se concentró en la premisa que todas las personas de la investigación fueron tratados por igual y brindarles una relación digna, respetuosa y enfocada al bien común. El segundo principio respecto al de no maleficencia, porque no se pudo ocasionar algún tipo de daño físico a los involucrados. El tercer principio respecto a la autonomía, lo cual demostró que cada participante tuvo derecho a decidir en ser participe, según lo que crea conveniente o en tal caso retirarse. Y para finalizar, se

empleó el principio de justicia, debido a que no discrimino a nadie en el presente estudio y se mantuvo el nivel de confidencialidad.

De la misma forma, se acogió a la guía brindada por la Universidad César Vallejo, dando respuesta a cómo se realizó el estudio y el enfoque a la línea de investigación. Y para finalizar, se fundamentó y sustentó en la norma APA 7ma edición para avalar la cohesión y exigencia en el desarrollo de la investigación, siendo brindado por la misma Universidad de estudio.

IV. RESULTADOS

En el siguiente apartado se presenta los resultados alcanzados en torno a los objetivos establecidos, la verificación de la hipótesis propuesta y la correlación encontrada entre las variables investigadas.

Prueba de Normalidad

Tabla 3. Normalidad

Kolmogórov-Smirnov			
	Estadístico	Gl.	Sig.
Gestión estratégica	,196	99	.001
Benchmarking	,201	99	.001

Al realizar un estudio que tiene más de 50 personas como muestra, se hace uso de la prueba de Kolmogorov-Smirnov como herramienta estadística para contrastar la distribución de la muestra. Al examinar la variable gestión estratégica, se adquirió un resultado de 0,001 de significancia; equivalente para la variable benchmarking en donde el resultado también fue de 0,001 de significancia. Al observar que la significancia de ambas variables es menor a 0,05; se concluyó que presenta una distribución no normal. En consecuencia, se describió el estudio como no paramétrico y se utilizó el procedimiento de correlación Rho de Spearman.

Análisis descriptivo

Objetivo específico: Describir el nivel de la gestión estratégica.

Tabla 4. Resultado descriptivo

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
GE. Deficiente	15	15.2
GE Regular	34	34.3
GE Eficiente	50	50.5
total	99	100,0

Interpretación

Los resultados de la encuesta mostraron que la percepción general sobre la gestión estratégica existente es positiva, con un 50.50% de los encuestados calificándola en un nivel eficiente; en ese sentido; la mitad de los participantes en la encuesta valoran la gestión estratégica. Por otro lado, una parte considerable del 34,3% la distinguieron en un nivel regular, detallando que la estrategia no se comunica con claridad o que los empleados no la consideran del todo efectiva; y un porcentaje menor del 15,2% la consideraron en un nivel deficiente.

Figura 2. Gráfico G.E



Objetivo específico: Identificar el nivel de benchmarking

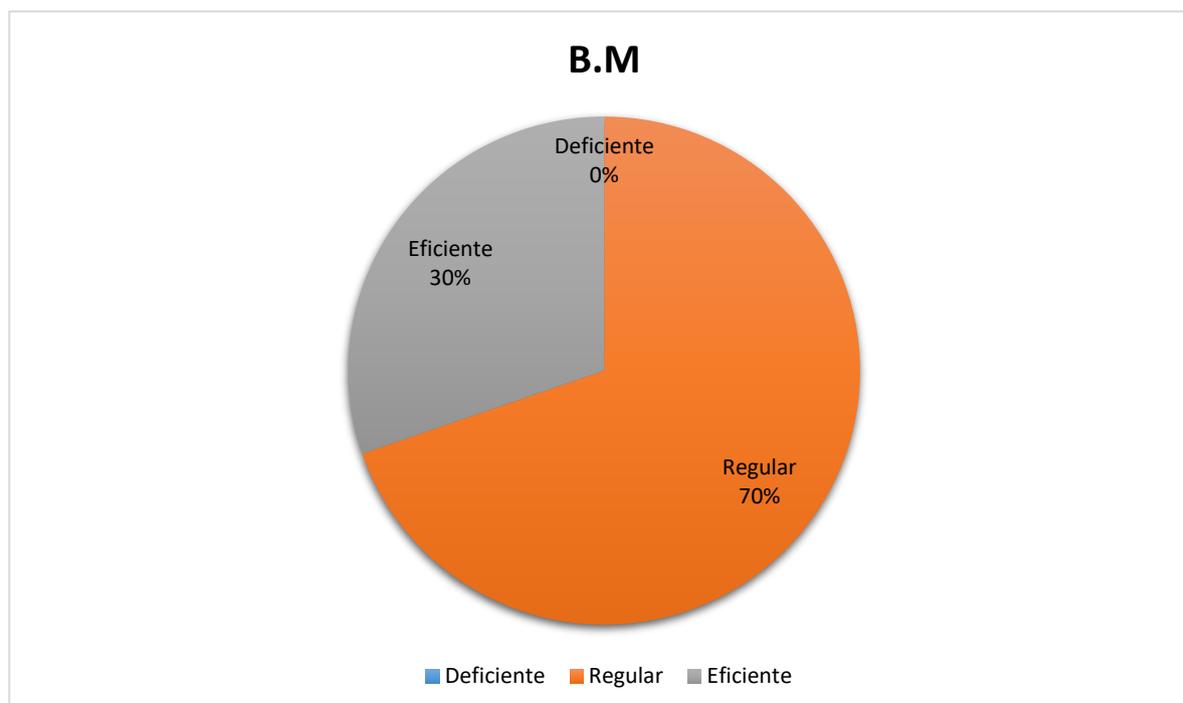
Tabla 5. Resultado descriptivo

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
B. Deficiente	00	0.0
B. Regular	69	69.7
B. Eficiente	30	30.3
total	99	100,0

Interpretación de datos

Se obtuvo como resultado que el 69,7% de los participantes en la encuesta evalúan el benchmarking en un nivel regular, lo que muestra que hay margen para optimizar y mejorar en este ámbito como el desconocimiento del mismo. A pesar de que al benchmarking lo consideraron en un nivel regular en general; un 30,3% de los encuestados lo percibieron en un nivel eficiente, lo que indica que coexisten modelos positivos de implementación y regular praxis empresarial.

Figura 3. Gráfico B.M



Análisis inferencial

Objetivo general: Determinar la relación existente entre gestión estratégica y benchmarking.

Tabla 6. Correlación de variable

		Gestión estratégica	Benchmarkin g
Rho de Spearman	Gestión estratégica	Coefficiente de correlación	1,000 ,429**
		Sig. (bilateral)	. ,001
		N	99 99
	Benchmarkin g	Coefficiente de correlación	,429** 1,000
		Sig. (bilateral)	,001 .
		N	99 99

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

Prueba de hipótesis

H₁: Existe relación significativa entre gestión estratégica y benchmarking.

H₀: No existe relación significativa entre gestión estratégica y benchmarking.

Interpretación

En base, a que el valor de significancia obtenido de la encuesta fue de 0,001; lo cual evidenció ser inferior al nivel de significancia establecido de 0,05; se procedió a rechazar la hipótesis nula en favor de la hipótesis de estudio, la cual plantea que existe relación significativa entre dichas variables en una institución de formación profesional. Como también, se aplicó el coeficiente de Spearman para evaluar la correlación entre las variables, adquiriendo un valor de 0,429. Este resultado reveló la existencia de una correlación positiva de nivel moderado entre las variables analizadas. En función a ello se logró afirmar que una mejor gestión estratégica, también, el benchmarking tiene un cambio positivo y considerable.

Objetivo específico 3

Determinar la relación entre la formulación de estrategias y benchmarking

Tabla 7. Correlación de dimensión

		Formulación de estrategias	Benchmarking	
Rho de Spearman	Formulación de estrategias	Coeficiente de correlación	1,000	,360**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	99	99
	Benchmarking	Coeficiente de correlación	,360**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	99	99

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

Prueba de hipótesis

H₁: Existe relación significativa

H₀: No existe relación significativa

Interpretación

En base, a que el valor de significancia obtenido de la encuesta fue de 0,001; lo cual evidenció ser inferior al nivel de significancia establecido de 0,05; se procedió a rechazar la hipótesis nula en favor de la hipótesis de estudio, la cual plantea que existe relación significativa entre la dimensión 1 y la variable benchmarking en una institución de formación profesional. Como también, se aplicó el coeficiente de Spearman para evaluar la correlación entre las variables, lo cual adquirió un valor de 0,360. Este resultado reveló la existencia de una correlación positiva de nivel bajo entre la dimensión formulación de estrategias y la variable benchmarking. En función a ello se logró afirmar que una mejor formulación de estrategias, también, el benchmarking tiene un cambio positivo y considerable.

Objetivo específico 4

Determinar la relación entre la implementación de estrategias y benchmarking.

Tabla 8. Correlación de dimensión

			Implementación de estrategias	Benchmarking
Rho de Spearman	Implementación de estrategias	Coeficiente de correlación	1,000	,300**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	99	99
	Benchmarking	Coeficiente de correlación	,300**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	99	99

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

Prueba de hipótesis

H₁: Existe relación significativa

H₀: No existe relación significativa

Interpretación

En base, a que el valor de significancia obtenido de la encuesta fue de 0,001; lo cual evidenció ser inferior al nivel de significancia establecido de 0,05; se procedió a rechazar la hipótesis nula en favor de la hipótesis de estudio, la cual plantea que existe relación significativa entre la dimensión 2 y la variable benchmarking en una institución de formación profesional. Como también, se aplicó el coeficiente de Spearman para evaluar la correlación entre las variables, adquiriendo un valor de 0,360. Este resultado indicó la existencia de una correlación positiva de nivel bajo entre la dimensión implementación de estrategias y la variable benchmarking. En función a ello se logró afirmar que una mejor implementación de estrategias, también, el benchmarking tiene un cambio positivo y considerable.

Objetivo específico 5

Determinar la relación entre la evaluación de estrategias y Benchmarking.

Tabla 9. Correlación de dimensión

		Evaluación de estrategias	Benchmarking
Rho de Spearman	Evaluación de estrategias	1,000	,422**
		Coefficiente de correlación	
		Sig. (bilateral)	,001
		N	99
	Benchmarking	Coefficiente de correlación	,422**
		Sig. (bilateral)	,001
		N	99

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

Prueba de hipótesis

H₁: Existe relación significativa

H₀: No existe relación significativa

Interpretación

En base, a que el valor de significancia obtenido de la encuesta fue de 0,001; lo cual evidenció ser inferior al nivel de significancia establecido de 0,05; se procedió a rechazar la hipótesis nula en favor de la hipótesis de estudio, la cual plantea que existe relación significativa entre la dimensión 3 y la variable benchmarking en una institución de formación profesional. Como también, se aplicó el coeficiente de Spearman para evaluar la correlación entre las variables, adquiriendo un valor de 0,422. Este resultado indicó la existencia de una correlación positiva de nivel moderada entre la dimensión evaluación de estrategias y la variable benchmarking. En función a ello se logró afirmar que una mejor evaluación de estrategias, también, el benchmarking tiene un cambio positivo y considerable.

V. DISCUSIÓN

En relación al objetivo general que fue determinar la correlación entre la gestión estratégica y benchmarking en una institución de formación profesional en Sullana 2024; se demostró al aplicar la estadística inferencial a través de Spearman que existe una correlación positiva a nivel moderado de 0,429 en dichas variables; así mismo el valor de significancia fue de 0,001 evidenciando ser inferior a 0,05; por lo que se finiquitó la aceptación de la hipótesis alterna expresando la correlación de la gestión estratégica y el benchmarking.

Debido a lo expuesto, coincidió con la investigación realizado por Perez (2023), donde expresó en función al objetivo general realizado en una institución; en el cual existió correlación positiva moderada entre la gestión estratégica y benchmarking con el valor de 0,400 y el valor de significancia alta de 0,001, donde contrastó la aprobación de la hipótesis alterna; así mismo se demostró como fortaleza que mientras la gestión estrategia se aplique y mejore; por ende; también aumenta la aplicación de la herramienta del benchmarking. Por otra parte, también se expresa una coincidencia con Cabico et al. (2022) donde el estudio realizado en una institución fue indagar la relación entre la gestión estratégica y benchmarking demostrando una relación positiva moderada con el valor de 0,566 y el valor de significancia demostró ser alta con 0,001 dando la aceptación de la hipótesis alterna de estudio que fue la relación entre ambas variables. En ese sentido también existió una coincidencia con la investigación de Chong (2023) donde el estudio en una centro de formación fue verificar la correlación entre la gestión estratégica institucional y el benchmarking, donde la relación fue positiva moderada con un valor de 0,603 y la significancia fue alta con el valor de 0,001 demostrando la aceptación de la hipótesis alterna de investigación, por ello demostró que mientras exista una correcta gestión de las estrategias también hay un cambio favorable en la aplicación del benchmarking. En ese sentido también existió coincidencia con Ruiz y Sánchez (2021) donde el estudio realizado en una institución coexistió en contrastar la relación entre la variable gestión estratégica y benchmarking, donde demostró tener relación positiva moderada de 0,516, el cual tuvo una significancia alta de 0,001, por consiguiente, evidenció la aprobación de la hipótesis alterna dando sustento la investigación realizada; en ese sentido la fortaleza radicó en

brindar estrategias constantes en la gestión. Por último, también coincidió con la investigación realizada por Ore et al. (2021), donde el estudio consistió en demostrar la relación que existe entre la variable gestión estratégica y benchmarking; donde el resultado fue de 0,599 teniendo una relación positiva moderada y el valor de significancia fue alta de 0,001, en donde, se comprobó la aprobación de hipótesis alterna en dicho estudio y esto se debió a que ejecutan estrategias según lo que se requiere en la institución.

Los resultados también coincidieron con la teoría expresada por David (1998) donde contextualizó que la gestión estratégica es un proceso que facilita a las organizaciones en la toma de decisiones. Este enfoque se realiza a través de un diagnóstico, el cual identifica las diversas fortalezas o debilidades que tiene, y en base a ella establecer diversas estrategias correctivas o defensivas. En ese sentido también se generó una coincidencia con la investigación realizada por Chiavenato (2017), donde para que se ejecute una correcta gestión estratégica tiene que poseer 3 elementos sustanciales tales como la excelencia, eficiencia e innovación a nivel institucional.

En función al benchmarking, también coincidió el estudio con Salvador (2020), donde reflejó que al evaluar el rendimiento y la productividad de una empresa o institución en comparación con las mejores del mismo sector, rubro o genérica; por consecuencia; permite identificar unidades, jefaturas o áreas de mejora e implementar acciones estrategias más efectivas y razonables.

Con respecto al primer objetivo específico, el cual trató sobre describir el nivel de la gestión estratégica; se obtuvo como resultado a través de un análisis descriptivo que el 50.50% de los colaboradores lo han calificado en un nivel eficiente a la gestión estratégica; así mismo el 34.3% de los colaboradores lo han considerado una gestión estratégica en nivel regular y el 15.2% lo han considerado que se encuentra en un nivel deficiente.

Dichos resultados son comparados con el estudio realizado por Mendoza (2022), en una institución, donde evidenció coincidencia debido a que el 74.4% de los colaboradores opinaron que sí tiene un buen manejo de la gestión estratégica en cuanto a la etapa de planificación, a causa de tomar en consideración las

necesidades y sugerencias de las diversas gerencias y departamento, pero aún se considera que no son suficiente. Por otra parte discrepó con el estudio realizado por Ruiz y Sánchez (2021), donde expresó que las estrategias que aplicó la entidad hicieron que llegue al cumplimiento de las metas en un 47%; las acciones se focalizaron en realizar propuestas de estrategias y herramienta para el cumplimiento de los objetivos, sin embargo, no son lo suficiente para la eficiencia de la gestión, y esto se debió a que el contexto se dio en tiempo de crisis económica y bienestar personal; dificultando el cumplimiento en cuanto a las estrategias que tiene cada departamento.

Dichos resultados coincidieron con la teoría manifestado por Gallardo (2021), donde manifestó que existe diversos enfoques respecto a estrategias que son empleadas en el nivel gerencial, y éstas responden a las diversas fortalezas que tienen como institución y a la misma vez aquello que tienen como debilidades.

Con respecto al segundo objetivo específico, el cual trató sobre identificar el nivel del benchmarking, se obtuvo como resultado a través de un análisis descriptivo que el 69.7% de los colaboradores lo han calificado en un nivel regular al benchmarking y esto se debió al desconocimiento o falta de integración entre las acciones a ejecutar; y el 30.3% lo han considerado en un nivel eficiente al benchmarking.

Dichos resultados coincidieron con el estudio realizado por Briones, T., Carbajal, D. y Sumba R. (2021), donde el personal expresó que el 60% de los colaboradores consideraron que el benchmarking se encuentra en un nivel regular, y esto se debió porque no existe involucramiento del personal, es costosa y la información adquirida es desconfiable al aplicarle a la empresa.

Así mismo, el estudio guardó relación con la teoría realizada por Salvador (2020), donde el enfoque de benchmarking se manifiesta como una táctica esencial para optimizar y a la vez maximizar las diversas habilidades gerenciales y directivas, y tener una postura competitividad frente al mercado

Con respecto al tercer objetivo específico, se obtuvo un valor de correlación positiva baja de 0,360; lo cual permitió verificar que mientras haya mejor formulación de estrategias, también, el benchmarking tiene un cambio positivo y

considerable; así mismo se obtuvo un valor de significancia de 0,001, incidiendo de esta forma la aprobación de la hipótesis alterna debido a que está por debajo del valor de 0,05 donde se evidenció la correlación que existe entre la dimensión formulación de estrategias y la variable benchmarking.

Dichos resultados coincidieron y fue comparado con el estudio realizado por Mendoza (2022) en una entidad educativa, el cual consistió en evaluar la gestión estratégica y el benchmarking, como también la relación entre la dimensión formulación de estrategias y el benchmarking, en donde, coincidió el valor de correlación positiva baja de 0,305 y el valor de significancia fue moderada de 0,020 dando aprobación la hipótesis alterna, describiendo de esa forma la correlación asociativa que se da entre ellas. Así mismo, coincidió con el estudio de Ore et. al. (2021), donde describió en uno de los objetivos específicos realizado en un centro de estudio, que existió una correlación entre la formulación de estrategias y el benchmarking, con un valor de correlación de 0,380 demostrando una relación positiva baja entre dichas variables; así mismo la herramienta del benchmarking se relaciona estrechamente con la formulación, acciones e implementación de estrategias de nivel gerencial y directivo; con un nivel de significancia alta de 0,001. En ese sentido también existió coincidencia con el estudio realizado por Barahona (2020), donde en unos de los objetivos que detalló fue la existencia de relación entre la formulación de estrategias y el benchmarking, el cual demostró un valor de relación positiva baja de 0,299, en ese sentido se dio la aprobación de la hipótesis alterna debido a que el valor de significancia fue de 0,030.

Dichos resultados coinciden con la teoría manifestado por David (1998), donde expresó que en la formulación de estrategias se detalla las diversas acciones que serán empleadas en la entidad; por ende, se evalúa qué aspectos necesitan inversión y de qué forma se hará la distribución de los recursos o activos que tiene la entidad. Como también con la teoría brindado por Kutz (2021), donde expresó que el benchmarking interno, se enfoca en una etapa de examinación y estimación comparativa que tiene la finalidad de reconocer e implantar las mejores destrezas que se ponen en práctica, con el fin de maximizar el rendimiento.

Con respecto al cuarto objetivo específico, se obtuvo un valor de correlación positiva baja de 0,300; en donde, permitió verificar que mientras haya mejor

implementación de estrategias, también, el benchmarking tiene un cambio positivo y considerable; así mismo; se adquirió un valor de significancia de 0,001, aceptando de esta forma la aprobación de la hipótesis alterna debido a que está por debajo del valor de 0,05 donde se evidenció la correlación que existió entre la dimensión implementación de estrategias y la variable benchmarking.

Por ende, dicho resultado guardó relación y coincidencia con la investigación realizado por Briones, T., Carbajal, D. y Sumba R. (2021), donde expresaron en analizar la relación de la implementación de estrategias y benchmarking; donde, el valor de correlación fue positiva baja de 0,303 y el valor de significancia fue alta de 0,010 dando aprobación la hipótesis alterna, describiendo de esa forma la correlación que se dio entre ellas. En ese sentido, también coincidió con el estudio realizado por Gallardo (2021), donde el objetivo específico formulado fue evaluar la relación entre la implementación de estrategias y benchmarking en un centro de formación, en donde el nivel de relación fue positiva baja de 0,375 y el valor de significancia fue alta de 0,000, donde se aprobó la hipótesis alterna de estudio. Como también, coincidió el estudio con Dávila (2022), que tuvo como resultado la correlación entre la implementación de estrategias y el benchmarking, con un valor positiva baja de 0,372 y el valor de significancia fue alta de 0,010 dando aprobación la hipótesis alterna, describiendo de esa forma la correlación que se da entre ellas.

Así mismo, el estudio guardó relación con la teoría realizada por Grant (2021), donde la implementación de estrategias puntualiza la mejora organizacional que requiere realizarse para brindar apoyo a los diversos niveles jefaturales y de apoyo; manteniendo claridad y coherencia a largo plazo. Como también coincidió con la teoría de Salvador (2020), donde el benchmarking se refiere a la forma de cómo va a contrastar las diversas estrategias e indicadores que tiene la entidad, en comparación con múltiples competidores directos e indirectos.

Con respecto al quinto objetivo específico, se obtuvo un valor de correlación positiva de nivel moderada de 0,422; lo cual permitió verificar que mientras haya mejor evaluación de estrategias, también, el benchmarking tiene un cambio positivo y considerable; por consecuencia, se adquirió un valor de significancia de 0,001, incidiendo de esta forma la aprobación de la hipótesis alterna debido a que está por

debajo del valor de 0,05 donde se evidenció la correlación que existe entre la dimensión evaluación de estrategias y la variable benchmarking.

Dichos resultados coincidieron con el estudio realizado por Perez (2023), donde evidencio a través del objetivo específico que existe una correlación positiva moderada de 0,400 entre la evaluación de estrategias y el benchmarking, el cual tuvo un valor de significancia alta de 0,002, confirmando de esa manera la aprobación de la hipótesis alterna de estudio. Así mismo también coincidió con el estudio de Cabido et. al. (2022), donde el objetivo fue evaluar la relación de la evaluación de estrategias y el benchmarking en una institución de formación, donde se evidencio la relación que existe con un valor positiva moderada de 0,437 entre dichos criterios; y el valor de significancia fue moderada de 0,040, dando por hecho la aprobación la hipótesis alterna de estudio; evidenciando que mientras exista una correcta medición de las estrategias, por ende, también mejora la herramienta del benchmarking. En ese sentido, coincidió con el estudio realizado por Chong (2023) donde un objetivo fue medir la correcta relación que existe entre la evaluación de estrategias y el benchmarking en una institución, por ende, se obtuvo como resultado que existió una correlación positiva moderada de 0,423; donde el valor de significancia fue de 0,006, el cual confirmó el rechazo de la hipótesis nula, dando aprobación la hipótesis alterna de estudio; en donde mayor sea el nivel de la evaluación de estrategias, mayor es la aplicación del benchmarking en cuanto las estrategias que se obtiene de ella.

Los resultados también coincidieron con la teoría expresada por David (1998) donde la evaluación de estrategias es una forma de supervisión en el cual permite detallar las diversas acciones y estrategias que han sido implementadas y/o aplicadas. Como también se relacionó la investigación con la literatura brindada por Salvador (2020), donde el benchmarking permitió realizar una evaluación de coincidencias en acciones y etapas, indiscriminado al giro de negocio al que pertenece; y de esa manera plantear mejoras en los diversos niveles jerárquicos.

La investigación realizada evidenció una fortaleza en el enfoque metodológico, y esto se debió a que el instrumento fue validado por 3 expertos de la especialidad, basándose en la experiencia laboral y teórica; enfocado al sector productivo y educación. En función que, al implementarse el instrumento en

diversas investigaciones se obtendrá información con bastante rigor científico y confiable. Como también se obtuvo falencias en el desarrollo de la investigación y esto se observó al momento de la recopilación de información de los colaboradores que fueron encuestados, y fue por los escasos de tiempo que tenían.

VI. CONCLUSIONES

1. Concerniente al objetivo general, se concluye que los resultados obtenidos manifiestan una correlación positiva moderada entre la gestión estratégica y benchmarking en una institución de formación profesional en Sullana, 2024. Esta correlación es amparada por el coeficiente Rho de 0,429 y el valor estadístico de significancia bilateral de 0.001, inferior al valor de 0,05, evidenciando de esa forma la aceptación de la hipótesis alterna de estudio. Esto evidenció relación significativa moderada entre dichas variables; expresando que a medida que mejore la gestión estratégica, también existirá una mejora considerable en la aplicación del benchmarking en la institución.
2. En función al primer objetivo específico, se concluye que los resultados obtenidos manifiestan que la gestión estratégica en una institución de formación profesional en Sullana, se encuentra en un nivel eficiente con el 50.50%, así mismo el 34.30% lo consideran en un nivel regular y el 15.20% en un nivel deficiente. Tomando en consideración que la gestión estratégica se encuentra en un nivel eficiente en porcentaje muy bajo, y eso se debe a poca socialización e involucramiento de las estrategias a nivel institucional.
3. En función al segundo objetivo específico, se concluye que los resultados obtenidos expresan que el benchmarking en una institución de formación profesional en Sullana, se encuentra en un nivel regular con el 69.70%, y el 30.30% la consideran en un nivel eficiente. Tomando en consideración que el benchmarking se encuentra en un nivel regular en función al desconocimiento, falta de compromiso del personal y por alto costos de ejecutar.
4. En ese sentido, concerniente al tercer objetivo específico, se concluye que los resultados obtenidos manifiestan una correlación positiva baja entre la formulación de estrategias y benchmarking en una institución de formación profesional. Esta correlación es amparada por el coeficiente Rho de 0,360 y el valor estadístico de significancia bilateral de 0.001, inferior al valor de 0,05, evidenciando de esa forma la aceptación de la

hipótesis alterna de estudio. Esto evidenció relación significativa baja entre la dimensión y la variable; expresando que a medida que mejore la formulación de estrategias, también existirá una mejora considerable en la aplicación del benchmarking en la institución.

5. Respecto al cuarto objetivo específico, se concluye que los resultados obtenidos manifiestan una correlación positiva baja entre la implementación de estrategias y benchmarking en una institución de formación profesional. Esta correlación es amparada por el coeficiente Rho de 0,300 y el valor estadístico de significancia bilateral de 0.001, inferior al valor de 0,05, evidenciando de esa forma la aceptación de la hipótesis alterna de estudio. Esto evidenció relación significativa baja entre la dimensión y la variable; expresando que a medida que mejore la implementación de estrategias, también existirá una mejora considerable en la aplicación del benchmarking en la institución.
6. Finalizando con el quinto objetivo específico, se concluye que los resultados obtenidos manifiestan una correlación positiva moderada entre la evaluación de estrategias y benchmarking en una institución de formación profesional. Esta correlación es amparada por el coeficiente Rho de 0,422 y el valor estadístico de significancia bilateral de 0.001, inferior al valor de 0,05, evidenciando de esa forma la aceptación de la hipótesis alterna de estudio. Esto evidenció relación significativa moderada entre la dimensión y la variable; expresando que a medida que mejore la evaluación de estrategias, también existirá una mejora considerable en la aplicación del benchmarking en la institución.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la dirección general y jefaturas departamentales de la institución de formación profesional, en identificar de forma correcta los factores claves de éxito y en base a ello aplicar estrategias corporativas focalizada en la correcta distribución de los recursos, la estrategia de competitividad enfatizando en una evaluación interna y externa e idealizando una comparación con el sector líder a través del benchmarking; y como último la estrategia funcional brindando responsabilidad en la correcta ejecución de las acciones y la evaluación a través de un control estratégico en función de indicadores .

Para incrementar el nivel de la gestión estratégica, es fundamental transmitir la estrategia de la organización de forma clara y precisa a todos los colaboradores; esto fomentará su compromiso y alineará sus esfuerzos hacia los objetivos comunes; en complementación realizar una capacitación respecto al manejo y la forma de aplicar las estrategias de forma eficiente.

Para incrementar el nivel del benchmarking, se propone al director general incorporar el benchmarking como una práctica habitual de mejora continua en la institución de formación profesional e involucramiento de todo el personal. Esta herramienta permitirá comparar y evaluar servicios, procesos y métodos con los principales competidores o empresas referentes del sector. El objetivo es optimizar nuestros resultados y lograr un posicionamiento altamente efectivo en el mercado, reduciendo los costos, gastos y maximizando los recursos de la institución.

Se recomienda que la alta dirección desarrolle nuevas iniciativas estratégicas para reforzar la visión, la misión, los objetivos y los valores fundamentales de la institución, fomentando así el compromiso de los empleados, basándose en modelos competitivos del sector directo mediante la herramienta del benchmarking y extraer puntos de éxito, y así divulgar y comunicar a todos los miembros de la entidad, sin discriminar el nivel jerárquico.

Se recomienda desarrollar procesos innovadores y mejor definidos para la implementación de estrategias intensivas y de diversificación, y así renovar la documentación para fomentar el intercambio de conocimientos institucionales y la introducción de servicios de vanguardia generado mayor capacidad presupuestaria; haciendo partícipe a los colaboradores mediante una evaluación de buenas prácticas de competidores directos.

Se recomienda a los ejecutivos de la institución que se embarquen en una valoración rigurosa del proceso de evaluación a través de indicadores estratégicos para descubrir posibles iniciativas de seguimiento que puedan fortalecer las metas, el compromiso de los empleados y cultivar un sentido más profundo de pertenencia y propósito dentro de la organización; así mismo realizar una evaluación de benchmarking, y en base a ello dichos datos se utilizan para examinar el rendimiento de la entidad, haciendo una comparación con los diversos competidores directos y de esa forma identificar áreas de mejora.

REFERENCIAS

- Agasisti, T. y Bonomi, F. (2021). Benchmarking universities' efficiency indicators in the presence of internal heterogeneity, *Studies in Higher Education*. 39 (7), pp.1237-1255.
- Alarco, G. (2021). Benchmarking de la banca central en América Latina, 1990-2010. *Investigación Económica*, 75-113. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60129406003&fbclid=IwAR14jfPgU7h5efKhtRH8wGoAZ666rZrdNujnJ4rZfNxfV5NCdDCRsffhyg>
- Alencastro, A., Castañón, J., Quiñonez, M. y Egas, F. (2020). Planificación estratégica para el desarrollo territorial de la Provincia Esmeraldas en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 130-147. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33238>
- Arias, J. (2020). *Proyecto de Tesis Guía para la elaboración* (1ra ed.). Perú.
- Arias, M., Silveira, Y. & Sanabria, J. (2023). *Benchmarking en procesos universitarios*. Editorial Fungade
- Avegno, L., Santillán, H., Sisa, D., y Encalada, G. (2021). Análisis del benchmarking como herramienta de apoyo para la toma de decisiones de las empresas. *Producción, ciencias e investigación*, 2(15), 21-26.
- Bacilia Quispe, H. (2022). *Gestión estratégica y benchmarking*. Lima: INUDI Perú.
- Barahona (2020). Gestión de estrategias empresariales y el benchmarking en la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de Residuos Sólidos. [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato]. <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31327>
- Briones, T., Carvajal, D. y Sumba, R. (2021) Usefulness of benchmarking as a business improvement strategy. *Polo del conocimiento*, Vol. 6, No 3., pp. 2026-2044. DOI: 10.23857/pc.v6i3.2490

- Briones, T., Carvajal, D., y Sumba, R. (2021). Utilidad del benchmarking como estrategia de mejora empresarial. *Polo Del Conocimiento*, 6(3), 2026–2044. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/7926897.pdf>
- Briones, T., Carvajal, D., y Sumba, R. (2021). Utilidad del benchmarking como estrategia de mejora empresarial. *Polo Del Conocimiento*, 6(3), 2026–2044. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/7926897.pdf>
- Bustamante, R., Briones, T. y Carvajal, A. (2021). Utilidad del benchmarking como estrategia de mejora empresarial. *Polo Del Conocimiento*, 6(3), 2026–2044. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2490>
- Cabico, M., Neme, S. & Sandoval, M. (2022). Strategic management in small and medium enterprises in Mozambique. *Ciencia unemi*, 15(38), 73-83. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol15iss38.22pp73-83p>
- Camp, R. (2021). Benchmarking. La búsqueda de las mejores prácticas de la industria que conducen a un desempeño excelente. México: *Panorama Editorial*.
- Chiavenato, I. (2017). Planeación estratégica, fundamentos y aplicaciones. McGraw-hill interamericana editores, s.a. De c.v.
- Chong, M. (2023). Gestión estratégica y el benchmarking como rendimiento empresarial en la Institución Educativa Inicial N°141 “Héroes de Jactay”, Moras-2019. *Revista Identidad*, 9(1), 71–78. <https://doi.org/10.46276/rifce.v9i1.1903>
- David, F. (1998). *Conceptos de administración estratégica*. México: Editorial Prentice Hall 5° edición.
- Dávila, J. (2022). *Gestión estratégica y herramientas de apoyo benchmarking en una Institución Educativa de Juliaca - Puno, 2021*. [Tesis Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Archivo digital. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/98775/Huanc_a_AJP-SD.pdf?sequence=4

- Fajardo, P., Cabrera, H., Alcántara, M., y Millán, A. (2021). El Benchmarking como herramienta para el logro de calidad y eficiencia ante la burocratización mecanizada en los servicios de las instituciones. https://www.researchgate.net/publication/355113364_El_Benchmarking_como_herramienta_para_el_logro_de_calidad_y_eficiencia_ante_la_burocratizacion_mecanizada_en_los_servicios_de_las_instituciones
- Figueroa, S., & Rosario, M. (2021). La Gestión Estratégica, el Branding y su Influencia en el Marketing¿una asignatura pendiente?. *Revista Científica ANFIBIOS*, 4(2), 55-63. <https://doi.org/https://doi.org/10.37979/afb.2021v4n2.95>
- Gallardo, W. (2021). Strategic management, a key factor for organizational success. *SUMMA. Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*. Vol. 3(2), 1-24. DOI: www.doi.org/10.47666/summa.3.2.40
- Gallardo, W. (2021). Strategic management, a key factor for organizational success. *SUMMA. Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 3(2), 1-24. DOI: www.doi.org/10.47666/summa.3.2.40
- Garcés P. (2020). *Costos y presupuestos: cuaderno de trabajo*. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Contabilidad.
- Garrido, S., & Romero, C. (2021). *Fundamentos de gestión de empresas*. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- González, J., Salazar, F., Ortiz, R. y Verdugo, D. (2020). Gerencia estratégica: Herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *TELOS, Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 21(1), 242-267.
- Grant, R. (2021). *Contemporary Strategy Analysis*. Wiley. <https://books.google.es/books?id=TadJEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Guerras, L., & Navas, J. (2022). *La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y aplicaciones*. Thomson Reuters.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8umEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=%22Direcci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica%22+Gesti%C3%B3n+de+la+cartera+de+clientes&ots=JLLzHoi1c&sig=Il2GVanU4qnf7qMwskFdzC7Ytbl#v=snippet&q=teor%C3%ADa&f=false>

Guerras, L., & Navas, J. (2022). *La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y aplicaciones.* Thomson Reuters.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8umEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=%22Direcci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica%22+Gesti%C3%B3n+de+la+cartera+de+clientes&ots=JLLzHoi1c&sig=Il2GVanU4qnf7qMwskFdzC7Ytbl#v=snippet&q=teor%C3%ADa&f=false>

Gupta, N., Parque, H., & Phaal, R. (2022). The portfolio planning, implementing, and governing process: An inductive approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 180.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121652>

Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, R. & Arias, J. (2023). Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis. (2023). *Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú.*

<https://doi.org/10.35622/inudi.b.073>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6° ed.)*. México: McGraw Hill. Interamericana Editores S.A

Hernández, R., y Cano, F. (25 de Febrero de 2021). The importance of Benchmarking as a tool to increase service quality in organizations. Obtenido de Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas. Universidad Veracruzana

Hernández-Sampier, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* Mc Graw Hill Education.

Kutz, M. (2021). *The Art of Benchmarking.* Contributions to Management Science.

López de Castro, S. (2022). Planificación estratégica en el núcleo costa oriental del lago de la Universidad del Zulia. Realidad o utopía. *Revista arbitrada Formación Gerencial* 12(1), 110-146.

- Malpaso, R., y Lapa, G. (2022). Gestión educativa estratégica de calidad en unal.E. Pública de Ancash. Horizontes. *Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, VI(25), 1742-1758. Obtenido de <https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/656/1305>
- Mary, R., Asoque, R., Arceño, R., Aclao, J., Ramones, E., Orioque, J., . . . Ocampo, L. (2023). A comprehensive analytical framework for evaluating the similarity between organizations' strategic directions and the United Nations' sustainable development goals. *Decision Analytics Journal*, 6, 1-13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.dajour.2023.100176>
- Mendoza, J. (2022). The great business challenge: strategic management and value creation for customers. *Gestión en el Tercer Milenio*. Vol. 25 - N.º 49 - 2022, pp. 25 – 32. <https://doi.org/10.15381/gtm.v25i49.23044>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Trujillo, I., Romero, H., Medina, W., & Novoa, E. (2023). Metodología de la investigación total Cuantitativa – Cualitativa y redacción de tesis 6a Edición. Ediciones de la U. https://www.google.com.br/books/edition/_/0djDEAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=0
- Nava, R.; Alvarado, Y. y Pirela, X. (2020). Componentes fundamentales de la planificación estratégica. *Impacto Científico* 15(1), 89-109.
- Nava, R.; Alvarado, Y. y Pirela, X. (2020). Componentes fundamentales de la planificación estratégica. *Impacto Científico*, 15(1), 89-109.
- Ore, H., Aldan, W., Salazar, C. & Pantoja, L. (2021). Benchmarking as a management tool in companies: Bibliographic review. *Revista de investigación científica y tecnológica Llamkasun*. Volumen 2, número, enero-junio, 2021. pp 54-65. DOI:10.47797/llamkasun.v2i2.41
- Ore, H., Aldana, W., Salazar, C., y Pantoja, L. (2021). Benchmarking como herramienta gerencial en las empresas: Revisión bibliográfica. *Llamkasun*, 2(2), 54–65. <https://doi.org/10.47797/llamkasun.v2i2.41>

- Ore, H., Olortegui, E., & Ponce, D. (2020). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica. *Revista Pakamuros*, 8(4), 31-44.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37787/pakamurosunj.v8i4.147>
- Parrales, M. (2020, 01 de diciembre). *Panel Internacional Innovación, estrategias y Emprendimiento*.
https://www.youtube.com/watch?fbclid=IwAR0uLxn8dRYRZ0DwOtpvXW65tEbTazsplyXf2rk7_6mPW5WehoulA23zltU&v=nCBVLnfxZNw&feature=youtu.u.b
- Peña, C. (Enero de 2021). Medium.com. Obtenido de <https://medium.com/@leoncesarp/en-sudam%C3%A9rica-el-peor-en-educaci%C3%B3n-el-mejor-del-mundo-en-el-timo-es-mi-per%C3%BA-67d7ca1eb3d>
- Peñafe, G., Acurio, J., Manosalvas, L., & Burbano, B. (2020). Formulación de estrategias para el desarrollo empresarial de la constructora Emanuel en el cantón La Maná. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S221836202020000400045&script=sci_arttext&tlng=en
- Perez, L. (2023). *gestión estratégica y herramientas de benchmarking en el área de operaciones de la empresa Virtual Systems*. [Tesis Maestría, Instituto politecnico nacional]. Archivo digital.
<https://www.sepi.escatep.ipn.mx/egresados-posgrado-esca-tepepan/productividad-ac/b200952.pdf>
- Prieto, E. (2023). Que es la gestión estratégica y porque es importante.
- Quiñónez, O.; Castillo, S.; Bruno, C. y Oyarvide, R. (2020). Gestión y comercialización: Pequeñas y medianas empresas de servicios en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 194-206.
<https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33242>
- Rojas, A., Carrasco, V., Rodríguez, P., Espinoza, V., Delgado, C. y Navarro, R. (2023). "Strategic management and quality of service of public transportation

companies from bagua – peru [gestão estratégica e qualidade de serviço das empresas de transporte público de bagua – peru]. DOI: 10.55908/sdgs.v11i2.638

Ruiz B., & Sánchez, D. K. (2021). Gestión estratégica y cumplimiento de metas en el contexto de la emergencia sanitaria en la provincia del dorado. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 8822-8855. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.957

Salazar, D. (2020). Los recursos gerenciales en las universidades públicas. Una metodología para su eficacia administrativa. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.

Salvador, E. (2020). *El Benchmarking: Estrategia Para Crear Ventajas Competitivas*. Editorial académica española tapa blanca.

Suárez, Sandoval, & Lamoyi. (2021). Gestión estratégica de microempresas del sector agroindustrial en Tabasco, México. 16(32), 7-22. <https://doi.org/https://doi.org/10.18800/contabilidad.202102.001>

Willmington, C., Belardi, P., Murante, A., y Vainieri, M. (2022). The contribution of benchmarking to quality improvement in healthcare. *A systematic literature review*. https://www.researchgate.net/publication/358283420_The_contribution_of_benchmarking_to_quality_improvement_in_healthcare_A_systematic_literature_review

ANEXOS

Anexo 1. Tabla de operacionalización de las variables

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Gestión Estratégica	La gestión estratégica es un proceso metódico que ayuda a las entidades en la toma de decisiones. Esto se da a través de un diagnóstico, el cual identifica las diversas fortalezas o debilidades que tiene, y en base a ella establecer diversas estrategias correctivas o defensivas, lo que facilita la disminución de riesgos, por ende, mejorar la competitividad empresarial mediante las oportunidades que se le presentan (David, 1998).	La variable gestión estrategia está compuesta por tres dimensiones: formulación de estrategias, implementación de estrategias y evaluación de estrategias (David, 1998). Para ello se aplica la técnica de encuesta y el instrumento el cuestionario, a través de la escala de Likert ordinal.	Formulación de estrategias	Visión	Likert Ordinal 5= siempre, 4= casi siempre 3= a veces 2= casi nunca 1= nunca.
				Misión	
				Objetivos	
				Valores institucionales	
				Participación	
			Implementación de estrategias	Socialización institucional	
				Capacidad presupuestal	
				Generación de servicios	
			Evaluación de estrategias	Identidad	
				Compromiso	
				Seguimiento	
				Control	

Benchmarking	Salvador (2020) manifiesta que el benchmarking, consiste en evaluar el rendimiento y la productividad de una empresa o institución en comparación con las mejores del mismo sector, rubro o genérica; con la finalidad de identificar unidades, jefaturas o áreas de mejora e implementar acciones estrategias más efectivas y razonables.	La variable de benchmarking está conformada por tres dimensiones tal como se detallan a continuación: benchmarking interno, benchmarking competitivo y benchmarking genérico (Salvador, 2020). Para ello se aplica la técnica de encuesta y el instrumento el cuestionario, a través de la escala de Likert ordinal.	Benchmarking interno	Eficiencia	Likert Ordinal 5= siempre, 4= casi siempre 3= a veces 2= casi nunca 1= nunca.
				Eficacia	
				Organización	
				Praxis	
			Benchmarking competitivo	Competencia	
				Poder de negociación	
				Capacidad productiva	
				Ventaja absoluta	
			Benchmarking genérico	Ventaja comparativa	
				Metas empresariales	
				Cuotas de mercados	
				Estándares	
				Servicio diferenciado	
				Procesos	

Anexo 2. Autorización de aplicación del instrumento firmado por la respectiva autoridad



PERÚ

Ministerio
de Educación

Instituto de Educación Superior Tecnológico Público
Juan José Farfán Céspedes - Sullana



R.E.R.N°231-90. (Creación)

R.M.N.N°297-94. (Ratificación)

R.D.N°212-05-ED. (Revalidación)

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

Piura, 23 de abril de 2024

SEÑOR:

Dr. Edwin Martín García Ramírez - Jefe Unidad de Posgrado - Piura

ASUNTO: Autorización para realizar el proyecto de investigación

Tengo el agrado de dirigirme a usted para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo a la institución a la cual usted representa **“Universidad César Vallejo – Piura”**, para comunicarle que mediante el oficio emitido en la fecha 18 de Abril del 2024, yo: Wilmer Fermín Castillo Márquez, Director General del **I.E.S.T.P “Juan José Farfán Céspedes”**, con RUC N° 20219783885, ubicada en Av. Champagnat nro. 1500 AA.HH. santa rosa Piura - Sullana; por el presente medio autorizo al estudiante: **JUAN ANTONIO CABANILLAS PEREZ**, para que realice el proyecto de investigación, con el tema denominado: **Gestión estratégica y benchmarking en una institución de formación profesional en Sullana, 2024**, previo a la obtención de su Grado Académico de Maestría en Administración de Negocios – MBA.

Atentamente,



W. Castillo
Mg. Wilmer Fermín Castillo Márquez
DIRECTOR GENERAL C.I.
Instituto de Educación Superior Tecnológico Público
“JUAN JOSÉ FARFÁN CÉSPEDES” - SULLANA

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos de gestión estratégica

CUESTIONARIO PARA MEDIR LA GESTIÓN ESTRATÉGICA

INTRODUCCIÓN

El siguiente cuestionario busca reunir datos, que son obtenidos por los encuestados para evaluar y medir la variable gestión estratégica en un instituto de formación profesional en Sullana, 2024.

INSTRUCCIONES

Leer sabiamente los ítems y marque la alternativa que detalla su manera de pensar o actuar, dentro del recuadro agregar una X a la opción elegida. Tener presente los siguientes puntos de la leyenda.

Escala	1	2	3	4	5
	Nuca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

ÍTEMS	VARIABLE: GESTIÓN ESTRATÉGICA	1	2	3	4	5
Dimensión 01: Formulación de estrategias						
1	La misión de la institución se detalla en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.					
2	La visión de la institución se detalla en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.					
3	Los objetivos de la institución se detallan en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.					
4	Los valores institucionales se relacionan con la misión de la institución.					

5	La institución incentiva la participación de los colaboradores en la elaboración, evaluación y selección de diversas estrategias.					
Dimensión 02: Implementación de estrategias						
6	La implementación de estrategias de publicidad, del área de imagen institucional, permite la socialización institucional de forma integral.					
7	El desarrollo de estrategias asociadas al presupuesto, evidencia la disponibilidad presupuestaria de la institución.					
8	La institución plantea acciones que favorece la apertura de nuevos servicios.					
Dimensión 03: Evaluación de estrategias						
9	Los colaboradores comparten la visión, demostrando la identidad de la institución.					
10	Los colaboradores asumen el compromiso de la visión de la institución.					
11	La institución realiza seguimiento a las diversas estrategias que se están implementando.					
12	La institución realiza el control a las estrategias que se están ejecutando.					

Anexo 4. Instrumento de recolección de datos de benchmarking

CUESTIONARIO PARA MEDIR EL BENCHMARKING

INTRODUCCIÓN

El siguiente cuestionario busca reunir datos, que son obtenidos por los encuestados para evaluar y medir la variable benchmarking en un instituto de formación profesional en Sullana, 2024.

INSTRUCCIONES

Leer sabiamente los ítems y marque la alternativa que detalla su manera de pensar o actuar, dentro del recuadro agregar una X a la opción elegida. Tener presente los siguientes puntos de la leyenda.

Escala	1	2	3	4	5
	Nuca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

ÍTEMS	VARIABLE: BENCHMARKING	1	2	3	4	5
Dimensión 01: Benchmarking interno						
1	El área donde se encuentra, cumple con todas las metas u objetivos que se han planteado.					
2	El área donde se encuentra, cumple de forma eficiente las tareas o acciones asignadas.					
3	El área donde se encuentra, tiene organización, lo cual genera una buena sinergia y funcionamiento.					
4	La praxis en su equipo de trabajo, es la correcta en el área donde se encuentra.					
Dimensión 02: Benchmarking competitivo						
5	Conoce la competencia del rubro económico, en la que se encuentra la institución.					

6	Conoce el poder de negociación de la institución, como los de sus competidores directos.					
7	Existe algún diagnóstico de la capacidad productiva de la institución.					
8	Conoce muy bien las ventajas comparativas de la institución, en relación con la competencia directa.					
9	Conoce muy bien las ventajas absolutas de la institución, en relación con la competencia directa.					
Dimensión 03: Benchmarking genérico						
10	Conoce las metas empresariales de la institución, como el de la competencia directa o similares.					
11	Conoce la cuota de mercado que tiene la institución, como el de la competencia directa o similares.					
12	Conoce los estándares de calidad que la institución brinda en los servicios, como el de la competencia directa o similares.					
13	Conoce la diferencia de los servicios ofrecidos por la institución, como los que brinda la competencia directa o similares.					
14	Conoce la praxis que aplica la competencia, en relación con la operatividad del giro de negocio.					

Anexo 5. Evaluación por juicio de expertos



Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "cuestionario sobre gestión estratégica". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	<i>Rivas Landa Esther Elizabeth</i>	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (X)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	<i>Docente</i>	
Institución donde labora:	<i>Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote</i>	
Experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala – Cuestionario – escala de Likert

Nombre de la Prueba:	Cuestionario sobre gestión estratégica
Autor:	Cabanillas Perez Juan Antonio
Procedencia:	Del autor de la investigación
Administración:	Administrado por el autor de la investigación
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos.
Ámbito de aplicación:	Colaboradores de un instituto de formación profesional



Significación:	La gestión estratégica está compuesta por tres dimensiones: formulación de estrategias, implementación de estrategias y evaluación de estrategias, en total comprende 12 ítems, los cuales se miden mediante una escala ordinal tipo Likert: 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
-----------------------	--

4. **Soporte teórico**

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión estratégica	<ul style="list-style-type: none">- Formulación de estrategias- Implantación de estrategias- Evaluación de estrategias	La gestión estratégica es un proceso metódico que ayuda a las entidades en la toma de decisiones. Esto se da a través de un diagnóstico, el cual identifica las diversas fortalezas o debilidades que tiene, y en base a ella establecer diversas estrategias correctivas o defensivas, lo que facilita la disminución de riesgos, por ende, mejorar la competitividad empresarial mediante las oportunidades que se le presentan (David, 1998).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para medir la gestión estratégica elaborado por Cabanillas Perez Juan Antonio en el año 2024. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: El presente instrumento para evaluar la gestión estratégica se compone de tres dimensiones: formulación de estrategias, implementación de estrategias y evaluación de estrategias.

- Primera dimensión: formulación de estrategias
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la visión, misión, objetivos a largo plazo, valores institucionales y participación.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Misión	La misión de la institución se detalla en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.	4	4	4	
Visión	La visión de la institución se detalla en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.	4	4	4	
Objetivos	Los objetivos de la institución se detallan en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.	4	4	4	
Valores institucionales	Los valores institucionales se relacionan con la misión de la institución.	4	4	4	
Participación	La institución incentiva la participación de los colaboradores en la elaboración, evaluación y selección de diversas estrategias.	4	4	4	

- Segunda dimensión: implementación de estrategias
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la socialización institucional, capacidad presupuestal y generación de servicios

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Socialización institucional	La implementación de estrategias de publicidad, del área de imagen institucional, permite la socialización institucional de forma integral.	4	4	4	
Capacidad presupuestal	El desarrollo de estrategias asociadas al presupuesto, evidencia la disponibilidad presupuestaria de la institución.	4	4	4	



Generación de servicios	La institución plantea acciones que favorece la apertura de nuevos servicios.	4	4	4	
-------------------------	---	---	---	---	--

- tercera dimensión: evaluación de estrategias
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la identidad, compromiso, seguimiento y control.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Identidad	Los colaboradores comparten la visión, demostrando la identidad de la institución.	4	4	4	
Compromiso	Los colaboradores asumen el compromiso de la visión de la institución.	4	4	4	
Seguimiento	La institución realiza seguimiento a las diversas estrategias que se están implementando.	4	4	4	
Control	La institución realiza el control a las estrategias que se están ejecutando.	4	4	4	


Firma del evaluador
DNI: 02617157

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "cuestionario sobre benchmarking" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

Datos generales del juez

Nombre del juez:	<i>Vivian Landa Esther Elizabeth</i>		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clinica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	<i>Docente</i>		
Institución donde labora:	<i>Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote</i>		
Experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	(X)	

Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

Datos de la escala – Cuestionario – escala de Likert

Nombre de la Prueba:	Cuestionario sobre benchmarking
Autor:	Cabanillas Perez Juan Antonio
Procedencia:	Del autor de la investigación
Administración:	Administrado por el autor de la investigación
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos.
Ámbito de aplicación:	Colaboradores de un instituto de formación profesional



Significación:	<p>El benchmarking está compuesta por tres dimensiones: benchmarking interno, benchmarking competitivo y benchmarking genérico, en total comprende 14 ítems, los cuales se miden mediante una escala ordinal tipo Likert:</p> <p>1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre</p>
-----------------------	---

Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Benchmarking	<ul style="list-style-type: none">- Benchmarking interno.- Benchmarking competitivo- Benchmarking genérico	Salvador (2020) manifiesta que el benchmarking, consiste en evaluar el rendimiento y la productividad de una empresa o institución en comparación con las mejores del mismo sector, rubro o genérica; con la finalidad de identificar unidades, jefaturas o áreas de mejora e implementar acciones estrategias más efectivas y razonables.



Presentación de instrucciones para el íuez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para medir el benchmarking elaborado por Cabanillas Perez Juan Antonio en el año 2024. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: El presente instrumento para evaluar el benchmarking se compone de tres dimensiones: benchmarking interno, benchmarking competitivo y benchmarking genérico

- Primera dimensión: benchmarking interno
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la eficiencia, eficacia, organización y praxis.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia	El área donde se encuentra, cumple con todas las metas u objetivos que se han planteado.	4	4	4	
Eficacia	El área donde se encuentra, cumple de forma eficiente las tareas o acciones asignadas.	4	4	4	
Organización	El área donde se encuentra, tiene organización, lo cual genera una buena sinergia y funcionamiento.	4	4	4	
Praxis	La praxis en su equipo de trabajo, es la correcta en el área donde se encuentra.	4	4	4	

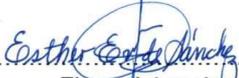
- Segunda dimensión: benchmarking competitivo
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la competencia, poder de negociación, capacidad productiva, ventaja absoluta y ventaja comparativa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Competencia	Conoce la competencia del rubro económico, en la que se encuentra la institución.	4	4	4	
Poder de negociación	Conoce el poder de negociación de la institución, como los de sus competidores directos.	4	4	4	
Capacidad productiva	Existe algún diagnóstico de la capacidad productiva de la institución.	4	4	4	
Ventaja absoluta	Conoce muy bien las ventajas comparativas de la institución, en relación con la competencia directa.	4	4	4	
Ventaja comparativa	Conoce muy bien las ventajas absolutas de la institución, en relación con la competencia directa.	4	4	4	



- tercera dimensión: benchmarking genérico
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir las metas empresariales, cuotas de mercados, estándares, servicio diferenciado y procesos.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Metas empresariales	Conoce las metas empresariales de la institución, como el de la competencia directa o similares.	4	4	4	
Cuotas de mercados	Conoce la cuota de mercado que tiene la institución, como el de la competencia directa o similares.	4	4	4	
Estándares	Conoce los estándares de calidad que la institución brinda en los servicios, como el de la competencia directa o similares.	4	4	4	
Servicio diferenciado	Conoce la diferencia de los servicios ofrecidos por la institución, como los que brinda la competencia directa o similares.	4	4	4	
Procesos	Conoce la praxis que aplica la competencia, en relación con la operatividad del giro de negocio.	4	4	4	


Firma del evaluador
DNI: 02617157

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver: <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

**Anexo 2****Evaluación por juicio de expertos**

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "cuestionario sobre gestión estratégica". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Juan Francisco Crisanto Quispe	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (X)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	- Formulación y Evaluación de Proyectos - Docencia - Asesoramiento de Tesis	
Institución donde labora:	I. E. S. T. P. "Juan José Faván Céspedes" - Sullana - Universidad Truandora.	
Experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala – Cuestionario – escala de Likert

Nombre de la Prueba:	Cuestionario sobre gestión estratégica
Autor:	Cabanillas Perez Juan Antonio
Procedencia:	Del autor de la investigación
Administración:	Administrado por el autor de la investigación
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos.
Ámbito de aplicación:	Colaboradores de un instituto de formación profesional



Significación:	La gestión estratégica está compuesta por tres dimensiones: formulación de estrategias, implementación de estrategias y evaluación de estrategias, en total comprende 12 ítems, los cuales se miden mediante una escala ordinal tipo Likert: 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
-----------------------	--

4. **Soporte teórico**

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión estratégica	<ul style="list-style-type: none">- Formulación de estrategias- Implantación de estrategias- Evaluación de estrategias	La gestión estratégica es un proceso metódico que ayuda a las entidades en la toma de decisiones. Esto se da a través de un diagnóstico, el cual identifica las diversas fortalezas o debilidades que tiene, y en base a ella establecer diversas estrategias correctivas o defensivas, lo que facilita la disminución de riesgos, por ende, mejorar la competitividad empresarial mediante las oportunidades que se le presentan (David, 1998).

5. Presentación de instrucciones para el íuez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para medir la gestión estratégica elaborado por Cabanillas Perez Juan Antonio en el año 2024. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: El presente instrumento para evaluar la gestión estratégica se compone de tres dimensiones: formulación de estrategias, implementación de estrategias y evaluación de estrategias.

- Primera dimensión: formulación de estrategias
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la visión, misión, objetivos a largo plazo, valores institucionales y participación.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Misión	La misión de la institución se detalla en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.	4	4	4	
Visión	La visión de la institución se detalla en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.	4	4	4	
Objetivos	Los objetivos de la institución se detallan en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.	4	4	4	
Valores institucionales	Los valores institucionales se relacionan con la misión de la institución.	4	4	4	
Participación	La institución incentiva la participación de los colaboradores en la elaboración, evaluación y selección de diversas estrategias.	4	4	4	

- Segunda dimensión: implementación de estrategias
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la socialización institucional, capacidad presupuestal y generación de servicios

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Socialización institucional	La implementación de estrategias de publicidad, del área de imagen institucional, permite la socialización institucional de forma integral.	4	4	4	
Capacidad presupuestal	El desarrollo de estrategias asociadas al presupuesto, evidencia la disponibilidad presupuestaria de la institución.	4	4	4	

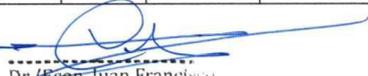


UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Generación de servicios	La institución plantea acciones que favorece la apertura de nuevos servicios.	4	4	4	
-------------------------	---	---	---	---	--

- tercera dimensión: evaluación de estrategias
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la identidad, compromiso, seguimiento y control.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Identidad	Los colaboradores comparten la visión, demostrando la identidad de la institución.	4	4	4	
Compromiso	Los colaboradores asumen el compromiso de la visión de la institución.	4	4	4	
Seguimiento	La institución realiza seguimiento a las diversas estrategias que se están implementando.	4	4	4	
Control	La institución realiza el control a las estrategias que se están ejecutando.	4	4	4	


Dr. Econ. Juan Francisco
Crisanto Quispe

Reg. CEPT N° 197

Firma del evaluador

DNI: 03607549

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "cuestionario sobre benchmarking" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

Datos generales del juez

Nombre del juez:	Juan Francisco Crisanto Quijpe		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clinica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	- Formulación y Evaluación de Proyectos - Docencia - Aprobamiento de Tesis		
Institución donde labora:	I. F. S. T. P. "Juan José Farfán Cespedes" - Sullana - Universidad Fronteira		
Experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años	(X)

Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

Datos de la escala – Cuestionario – escala de Likert

Nombre de la Prueba:	Cuestionario sobre benchmarking
Autor:	Cabanillas Perez Juan Antonio
Procedencia:	Del autor de la investigación
Administración:	Administrado por el autor de la investigación
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos.
Ámbito de aplicación:	Colaboradores de un instituto de formación profesional



Significación:	<p>El benchmarking está compuesta por tres dimensiones: benchmarking interno, benchmarking competitivo y benchmarking genérico, en total comprende 14 ítems, los cuales se miden mediante una escala ordinal tipo Likert:</p> <p>1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre</p>
-----------------------	---

Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Benchmarking	<ul style="list-style-type: none">- Benchmarking interno.- Benchmarking competitivo- Benchmarking genérico	Salvador (2020) manifiesta que el benchmarking, consiste en evaluar el rendimiento y la productividad de una empresa o institución en comparación con las mejores del mismo sector, rubro o genérica; con la finalidad de identificar unidades, jefaturas o áreas de mejora e implementar acciones estrategias más efectivas y razonables.

Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para medir el benchmarking elaborado por Cabanillas Perez Juan Antonio en el año 2024. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel



Dimensiones del instrumento: El presente instrumento para evaluar el benchmarking se compone de tres dimensiones: benchmarking interno, benchmarking competitivo y benchmarking genérico

- Primera dimensión: benchmarking interno
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la eficiencia, eficacia, organización y praxis.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia	El área donde se encuentra, cumple con todas las metas u objetivos que se han planteado.	4	4	4	
Eficacia	El área donde se encuentra, cumple de forma eficiente las tareas o acciones asignadas.	4	4	4	
Organización	El área donde se encuentra, tiene organización, lo cual genera una buena sinergia y funcionamiento.	4	4	4	
Praxis	La praxis en su equipo de trabajo, es la correcta en el área donde se encuentra.	4	4	4	

- Segunda dimensión: benchmarking competitivo
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la competencia, poder de negociación, capacidad productiva, ventaja absoluta y ventaja comparativa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Competencia	Conoce la competencia del rubro económico, en la que se encuentra la institución.	4	4	4	
Poder de negociación	Conoce el poder de negociación de la institución, como los de sus competidores directos.	4	4	4	
Capacidad productiva	Existe algún diagnóstico de la capacidad productiva de la institución.	4	4	4	
Ventaja absoluta	Conoce muy bien las ventajas comparativas de la institución, en relación con la competencia directa.	4	4	4	
Ventaja comparativa	Conoce muy bien las ventajas absolutas de la institución, en relación con la competencia directa.	4	4	4	



- tercera dimensión: benchmarking genérico
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir las metas empresariales, cuotas de mercados, estándares, servicio diferenciado y procesos.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Metas empresariales	Conoce las metas empresariales de la institución, como el de la competencia directa o similares.	4	4	4	
Cuotas de mercados	Conoce la cuota de mercado que tiene la institución, como el de la competencia directa o similares.	4	4	4	
Estándares	Conoce los estándares de calidad que la institución brinda en los servicios, como el de la competencia directa o similares.	4	4	4	
Servicio diferenciado	Conoce la diferencia de los servicios ofrecidos por la institución, como los que brinda la competencia directa o similares.	4	4	4	
Procesos	Conoce la praxis que aplica la competencia, en relación con la operatividad del giro de negocio.	4	4	4	

Dr./Econ. Juan Francisco

Crisanto Quispe

Reg. CEPT. N° 167

Firma del evaluador

DNI: 03607549

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver: <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "cuestionario sobre gestión estratégica". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Juan Teodoro Uriol Dioses		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	Dirección General		
Institución donde labora:	I. B. S. P. P. - "San Juan"		
Experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	(X)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala – Cuestionario – escala de Likert

Nombre de la Prueba:	Cuestionario sobre gestión estratégica
Autor:	Cabanillas Perez Juan Antonio
Procedencia:	Del autor de la investigación
Administración:	Administrado por el autor de la investigación
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos.
Ámbito de aplicación:	Colaboradores de un instituto de formación profesional



Significación:	La gestión estratégica está compuesta por tres dimensiones: formulación de estrategias, implementación de estrategias y evaluación de estrategias, en total comprende 12 ítems, los cuales se miden mediante una escala ordinal tipo Likert: 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
-----------------------	--

4. **Soporte teórico**

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión estratégica	<ul style="list-style-type: none">- Formulación de estrategias- Implantación de estrategias- Evaluación de estrategias	La gestión estratégica es un proceso metódico que ayuda a las entidades en la toma de decisiones. Esto se da a través de un diagnóstico, el cual identifica las diversas fortalezas o debilidades que tiene, y en base a ella establecer diversas estrategias correctivas o defensivas, lo que facilita la disminución de riesgos, por ende, mejorar la competitividad empresarial mediante las oportunidades que se le presentan (David, 1998).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para medir la gestión estratégica elaborado por Cabanillas Perez Juan Antonio en el año 2024. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: El presente instrumento para evaluar la gestión estratégica se compone de tres dimensiones: formulación de estrategias, implementación de estrategias y evaluación de estrategias.

- Primera dimensión: formulación de estrategias
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la visión, misión, objetivos a largo plazo, valores institucionales y participación.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Misión	La misión de la institución se detalla en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.	4	4	4	
Visión	La visión de la institución se detalla en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.	4	4	4	
Objetivos	Los objetivos de la institución se detallan en la política, planes, programas, metas y en los recursos asignados.	4	4	4	
Valores institucionales	Los valores institucionales se relacionan con la misión de la institución.	4	4	4	
Participación	La institución incentiva la participación de los colaboradores en la elaboración, evaluación y selección de diversas estrategias.	4	4	4	

- Segunda dimensión: implementación de estrategias
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la socialización institucional, capacidad presupuestal y generación de servicios

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Socialización institucional	La implementación de estrategias de publicidad, del área de imagen institucional, permite la socialización institucional de forma integral.	4	4	4	
Capacidad presupuestal	El desarrollo de estrategias asociadas al presupuesto, evidencia la disponibilidad presupuestaria de la institución.	4	4	4	



Generación de servicios	La institución plantea acciones que favorece la apertura de nuevos servicios.	4	4	4	
-------------------------	---	---	---	---	--

- tercera dimensión: evaluación de estrategias
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la identidad, compromiso, seguimiento y control.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Identidad	Los colaboradores comparten la visión, demostrando la identidad de la institución.	4	4	4	
Compromiso	Los colaboradores asumen el compromiso de la visión de la institución.	4	4	4	
Seguimiento	La institución realiza seguimiento a las diversas estrategias que se están implementando.	4	4	4	
Control	La institución realiza el control a las estrategias que se están ejecutando.	4	4	4	


Firma del evaluador
DNI: 46858031

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "cuestionario sobre benchmarking" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

4. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Juan Teodoro Uriol Dioses		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	Dirección General		
Institución donde labora:	I.F.S.T.P. - "San Juan"		
Experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	(X)	

5. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

6. Datos de la escala – Cuestionario – escala de Likert

Nombre de la Prueba:	Cuestionario sobre benchmarking
Autor:	Cabanillas Perez Juan Antonio
Procedencia:	Del autor de la investigación
Administración:	Administrado por el autor de la investigación
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos.
Ámbito de aplicación:	Colaboradores de un instituto de formación profesional



Significación:	<p>El benchmarking está compuesta por tres dimensiones: benchmarking interno, benchmarking competitivo y benchmarking genérico, en total comprende 14 ítems, los cuales se miden mediante una escala ordinal tipo Likert:</p> <p>1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre</p>
-----------------------	---

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Benchmarking	<ul style="list-style-type: none">- Benchmarking interno.- Benchmarking competitivo- Benchmarking genérico	Salvador (2020) manifiesta que el benchmarking, consiste en evaluar el rendimiento y la productividad de una empresa o institución en comparación con las mejores del mismo sector, rubro o genérica; con la finalidad de identificar unidades, jefaturas o áreas de mejora e implementar acciones estrategias más efectivas y razonables.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para medir el benchmarking elaborado por Cabanillas Perez Juan Antonio en el año 2024. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: El presente instrumento para evaluar el benchmarking se compone de tres dimensiones: benchmarking interno, benchmarking competitivo y benchmarking genérico

- Primera dimensión: benchmarking interno
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la eficiencia, eficacia, organización y praxis.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
Eficiencia	El área donde se encuentra, cumple con todas las metas u objetivos que se han planteado.	4	4	4	
Eficacia	El área donde se encuentra, cumple de forma eficiente las tareas o acciones asignadas.	4	4	4	
Organización	El área donde se encuentra, tiene organización, lo cual genera una buena sinergia y funcionamiento.	4	4	4	
Praxis	La praxis en su equipo de trabajo, es la correcta en el área donde se encuentra.	4	4	4	

- Segunda dimensión: benchmarking competitivo
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la competencia, poder de negociación, capacidad productiva, ventaja absoluta y ventaja comparativa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
Competencia	Conoce la competencia del rubro económico, en la que se encuentra la institución.	4	4	4	
Poder de negociación	Conoce el poder de negociación de la institución, como los de sus competidores directos.	4	4	4	
Capacidad productiva	Existe algún diagnóstico de la capacidad productiva de la institución.	4	4	4	
Ventaja absoluta	Conoce muy bien las ventajas comparativas de la institución, en relación con la competencia directa.	4	4	4	
Ventaja comparativa	Conoce muy bien las ventajas absolutas de la institución, en relación con la competencia directa.	4	4	4	

- tercera dimensión: benchmarking genérico
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir las metas empresariales, cuotas de mercados, estándares, servicio diferenciado y procesos.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Metas empresariales	Conoce las metas empresariales de la institución, como el de la competencia directa o similares.	4	4	4	
Cuotas de mercados	Conoce la cuota de mercado que tiene la institución, como el de la competencia directa o similares.	4	4	4	
Estándares	Conoce los estándares de calidad que la institución brinda en los servicios, como el de la competencia directa o similares.	4	4	4	
Servicio diferenciado	Conoce la diferencia de los servicios ofrecidos por la institución, como los que brinda la competencia directa o similares.	4	4	4	
Procesos	Conoce la praxis que aplica la competencia, en relación con la operatividad del giro de negocio.	4	4	4	



Firma del evaluador
DNI: 46858031

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 6. Confiabilidad de instrumentos

Variable: Gestion estratégica													
Sujeto	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Total
1	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	55
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	36
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	2	2	2	2	1	3	2	1	3	3	2	2	25
6	5	5	5	4	4	4	1	3	3	4	4	3	45
7	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	55
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
9	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	36
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
11	2	2	2	2	1	3	2	1	3	3	2	2	25
12	5	5	5	4	4	4	1	3	3	4	4	3	45
13	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	55
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	36
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
17	2	2	2	2	1	3	2	1	3	3	2	2	25
18	5	5	5	4	4	4	1	3	3	4	4	3	45
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
20	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	36
Varianzas	1.128	1.128	1.128	0.850	1.428	0.210	0.888	0.790	0.910	0.528	0.850	0.828	88.748

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

α : Alfa de Cronbach
 k : Número de ítems
 V_i : Varianza de cada ítem
 V_t : Varianza del total

k= 12
 V_i = 10.663
 V_t = 88.748

α = 0.960 Confiabilidad Variable: Gestión estratégica

Variable: Benchmarking															
Sujeto	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Total
1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
2	4	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
4	3	4	4	3	4	4	2	2	2	2	1	1	2	2	36
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	55
6	4	4	4	3	5	5	2	3	3	2	2	4	4	2	47
7	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
8	4	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
9	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
10	3	4	4	3	4	4	2	2	2	2	1	1	2	2	36
11	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	55
12	4	4	4	3	5	5	2	3	3	2	2	4	4	2	47
13	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
14	4	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
15	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
16	3	4	4	3	4	4	2	2	2	2	1	1	2	2	36
17	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	55
18	4	4	4	3	5	5	2	3	3	2	2	4	4	2	47
19	4	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
20	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
Varianzas	0.300	0.228	0.228	0.428	0.948	1.210	1.060	1.090	1.090	1.248	1.660	1.690	1.188	1.248	124.028

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

α : Alfa de Cronbach
 k : Número de ítems
 V_i : Varianza de cada ítem
 V_t : Varianza del total

k= 14
 V_i = 13.613
 V_t = 124.028

α = 0.959 Confiabilidad Variable: Benchmarking