UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

SOSTENIBILIDAD Y BENCHMARKING EN LAS MYPE RUBRO BODEGAS DE LA CALLE 1, DE LA URBANIZACIÓN SAN JOSÉ, VEINTISÉIS DE OCTUBRE, AÑO 2021

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

CORNEJO CEDANO, LUIS EDUARDO

ORCID: 0000-0001-7849-5750

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEE

ORCID:0000-0001-8823-2655

PIURA-PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Cornejo Cedano, Luis Eduardo

ORCID: 0000-0001-7849-5750

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Piura, Perú.

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes Renee

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Piura, Perú.

JURADO

Vilela Vargas, Victor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzman Castro, Ivan Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920
Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322
Miembro

Mgtr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X
Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño
ORCID: 0000-0001-8823-2655
Asesora

AGRADECIMIENTO

Para abordar quisiera agradecer primero a DIOS asimismo a los Docentes y la universidad por haberme formado y orientado en mi proceso y formación académica

Agradezco de manera Cortez a las Micro y Pequeñas Empresas que en todo momento me brindaron su total apoyo en cuanto a la recolección de información para que se haga posible la realización de mi trabajo de investigación.

DEDICATORIA

De la misma forma agradezco infinitamente a mis padres por los valores y el empuje para concluir mi trabajo de investigación

RESUMEN

La investigación provino de la segunda línea de investigación denominada Sostenibilidad que se consigna en el ambiente disciplinar de las MYPE. Estableciendo como objetivo general en identificar las características tiene la sostenibilidad y benchmarking en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1 de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021. Se empleó la metodología. n i v e l descriptivo, tipo cuantitativa, diseño no experimental y corte transversal. La población de la variable Sostenibilidad fue infinita con una muestra de 150 clientes, asimismo para la variable Benchmarking fue finita con una muestra de 5 MYPE. La técnica de encuesta, instrumento el cuestionario. Siendo los principales resultados. Las MYPE que colaboran con el medio ambiente deberían ser premiadas el 97% está de acuerdo en eso, además el 100% están de acuerdo que las MYPE realicen programas sociales para ayudar., de igual manera el 100% considera que es buena idea colocación de los productos. Obteniendo como conclusiones respecto a los indicadores que miden la sostenibilidad están basados en aspectos como económico, social y medioambiental. Respecto al comportamiento ambiental en las MYPE rubro Bodegas se practica las tareas esenciales como el reciclaje para la contribución del medio ambiente, Se determinó con relación al proceso del benchmarking está compuesto por la etapa de planificación, análisis e integración para la aplicación de estrategias y métodos, respecto a los estándares de comparación se basan en adaptar estrategias y mecanismos de referencia en los productos y procesos.

Palabras claves: Sostenibilidad, Benchmarking, Contribución.

ABSTRACT

The research came from the second line of research called Sustainability that is consigned in the disciplinary environment of the MYPE. Establishing sustainability and benchmarking as a general objective in identifying the characteristics of the MYPE in the category Bodegas de la calle 1 of the urbanization San José, October 26, year 2021. The methodology was used. n i v e l descriptive, quantitative type, non-experimental design and cross section. The population of the Sustainability variable was infinite with a sample of 150 clients, likewise for the Benchmarking variable it was finite with a sample of 5 MSEs. The survey technique, instrument the questionnaire. Being the main results. The MYPE that collaborate with the environment should be rewarded 97% agree on that, in addition 100% agree that the MYPE carry out social programs to help, in the same way 100% consider that it is a good idea to place the products. Obtaining as conclusions regarding the indicators that measure sustainability are based on aspects such as economic, social and environmental. Regarding the environmental behavior in the MSE category Wineries, essential tasks such as recycling are practiced for the contribution of the environment, It was determined in relation to the benchmarking process is composed of the planning, analysis and integration stage for the application of strategies and methods , regarding the standards of comparison are based on adapting strategies and reference mechanisms in products and processes.

Keywords: Sustainability, Benchmarking, Contribution.

CONTENIDO

AGRADECIMIENTO.....iv

DEDICATORIA.....v

RESUMEN..... vi

SUMMARY..... vii

CONTENIDO..... viii

INDICE DE TABLAS.....x

I**NDICE DE FIGURAS**.....xi

INDICE DE CUADROS.....xii

I. INTRODUCCIÓN.....1

II.-REVISIÓN DE LITERATURA.....19

2.1 Antecedentes.....19

2.1.1. variable: sostenibilidad… 19

2.1.2. Variable: Bechmarking… 22

2.2 Bases teoricas..... 24

2.2.1 Sostenibilidad…….,,,…..... 24

2.2.1.1 Indicadores que miden la sostenibilidad.....27

2.2.1.2 Comportamiento Ambiental 32

2.2.2. Bechmarking… 34

2.2.2.1 Proceso del Benchmarking 37

2.2.2.2 Estándares de comparación 41

III.- HIPÓTESIS.....44

VI. - METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....45

4.1 Tipo de investigación.....45

4.2 Nivel de investigación.....45

4.3 Diseño de la investigación 45

4.4 Población y muestra.....46

4.5 Matriz de operacionalización de las variables 49

4.6 Tecnica e instrumento de recolecccion de datos.....50
4.7 Plan de analisis 51
4.8 Matriz de consistencia 52
4.9 Principios eticos..... 53
V.- RESULTADOS..... 55
5.1 Resultados..... 55
5.2 Analisis de resultados 64
VI.-CONCLUSIONES 70
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS..... 72
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS 73
ANEXOS.....77
Cuestionario dirigido al propietarios 78
Cuestionario dirigido al cliente.....80
Solicitud de permiso 82
Validaciones 83
Matriz indicador pregunta 98
Libro de codigos 101
Evidencia del turnitin.....115
Constancia de no adeudo 116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1 Operacionalizacion de las variables.....49

Tabla N°2 Matriz de consistencia.....52

Tabla Nº 3 Identificar las características tiene la sostenibilidad y benchmarking. 56

Tabla Nº 4 Indicadores que miden la sostenibilidad. 58

Tabla Nº 5 Comportamiento ambiental 59

Tabla Nº 6 El proceso del benchmarking 61

Tabla Nº 7 Estándares de comparación 62

ÍNDICE DE FIGURAS

Grafico N°1 Caracteristicas demograficas 55

Grafico Nº 3 Características de la sostenibilidad y benchmarking.....56

Grafico Nº 4 Indicadores que miden la sostenibilidad 58

Grafico Nº 5 Comportamiento ambiental 60

Grafico Nº 6 El proceso del benchmarking 61

Grafico Nº 7 Estándares de comparación 63

INDICE DE CUADROS

Cuadro Nº 1 Con relación a MYPE 47

Cuadro Nº 2 Fuente de información 48

Cuadro N°3 Ejecución de la encuesta.....51

Cuadro Nº 4 Características demográficas 55

I.- INTRODUCCIÓN

La investigación se fundamentó básicamente en efectuar un diagnóstico de las MYPE rubro Bodegas de cómo operan y funcionan sus operaciones y lo más importante como se encuentran hoy en día las Micro y pequeñas empresas de esta manera en el Perú el 96.5% de las empresas que existen corresponden al sector de Micro y Pequeña Empresa (MYPE) estos datos estadísticos en relación a la sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEXPERU) asciende al pasar de los años, además con respecto a las Medianas y Grandes Empresas ha ido reduciendo desde el año 2016. Las cifras que se propagaron en un portal web, acerca de las Micro y Pequeñas Empresas acerca de la informalidad que existe en ellas son totalmente elevadas, dado que en el año 83.5% de las MYPE en el Perú son informales (Coronado, 2018).

Haciendo un hincapié, en la región Piura las MYPE tiene insuficiente participación en el Producto Bruto Interno (PBI). Un 24% cifra realmente alarmante dado que funcionan para la supervivencia de los propietarios, esto tendrá que parar siempre y cuando los propietarios se instruyan en saber cómo se efectúa el proceso de formalización de tal forma esto servirá para contribuir al país en ámbito tributario, en el aspecto laboral y la implantación de seguro social (Quesada, 2018).

Las bodegas son negocios familiares con aspiraciones, metas de crecimiento y que buscan la manera de generar más ingresos para sus negocios, aparte del canal tradicional que atienden. Por ello, ante una necesidad no satisfecha de bodegueros para expansión, mejora económica, y supervivencia competitiva contra tiendas de conveniencia y supermercados, Con ello, se consigue conectar a las bodegas a nuevos nichos de mercados no atendidos (personas que no desean invertir tiempo en realizar pequeñas compras y que

estarían dispuestos a pagar un porcentaje mínimo de comisión que se aplicarían a los productos de manera directa). (Choy, 2019)

En los tiempos de crisis económica-financiera que por desgracia nos está tocando vivir, es preciso buscar nuevas salidas o líneas de negocio diferentes a las existentes para intentar que nuestros ingresos no provengan de la misma fuente. Por todo esto, con este proyecto, he querido realizar una pequeña muestra de cómo una empresa puede diversificarse con el objetivo de obtener beneficios y por otra parte disminuir los riesgos de pérdidas entre varios negocios. (Cabaña, 2018). Es por ello que el gobierno a dispuesto El FAE-MYPE (Fondo de Apoyo empresarial para MYPES) es un Fondo estatal creado para garantizar créditos de capital de trabajo para las micro y pequeñas empresas (MYPE) de todos los sectores productivos, con plazos de 3 años y un período de gracia de hasta 12 meses, canalizados a través de las entidades del sistema financiero y las cooperativas de ahorro y crédito Para tal fin, cuenta con S/800 millones que le permiten entregar líneas de crédito hasta por S/4000 millones, con coberturas de crédito individual de hasta 98%, otorgadas por COFIDE (Corporación Financiera de Desarrollo), quien es el administrador del Fondo por encargo del Ministerio de Economía y Finanzas
Son elegibles como beneficiarias las MYPE que obtengan créditos para capital de trabajo e inversión según los parámetros establecidos por la SBS para créditos a microempresas y pequeñas empresas; o se encuentren clasificadas en el Sistema Financiero, al 29 de febrero de 2020 en la Central de Riesgo de la SBS (Superintendencia de Banca y Seguro), en la categoría de "Normal" o CPP. En caso de no contar con clasificación a dicha fecha, no haber estado en una categoría diferente a la categoría "Normal" durante los 12 meses previos al otorgamiento del préstamo. En caso que la MYPE no cuente con historial crediticio por tanto no tenga clasificación, la COOPAC (cooperativas de ahorro y crédito) deberán indicar la clasificación interna asignada que tendrá que ser equivalente a las

categorías de NORMAL establecido por la SBS (Superintendencia de Banca y Seguro). (Sánchez L. 2020).

En este sentido, la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) informó que dicho fondo será canalizado a través de las entidades del sistema financiero, y a la fecha ya se encuentra disponible en cuatro de ellas: Caja Arequipa, la Caja Rural Los Andes, Financiera Credinka y la Edpyme Alternativa, las mismas que empezarán a operar una vez que estas entidades concreten las firmas de los respectivos acuerdos. De esta manera, estas entidades están iniciando sus procesos internos con el fin de dar las facilidades comprendidas en el Desarrollo Empresarial 029-2020, en favor de los emprendedores y con el fin de mantener e impulsar su desarrollo productivo. Muchas MYPE carecen de información acerca de qué régimen pertenecen o como harían para inscribirse es por ello que la presente investigación detalló. Que su normativa busca que las micro y pequeñas empresas tributen según su capacidad. Entrando en vigencia desde el 1 de enero de 2017 y aplicado en los diferentes aspectos. (Castillo, 20119)

El régimen tributario MYPE alcanza a Personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, que estén domiciliadas en el país y sus ingresos netos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable. Es un régimen que fue especialmente creado para las micro y pequeñas empresas, cuya finalidad es promover el crecimiento de este tipo de empresas, que dispongan de condiciones más simples con el fin que puedan cumplir con sus obligaciones tributarias. Como toda formalidad empresarial, asimismo las ventajas de pertenecer a un régimen tributario son las siguientes:

- Montos a pagar según la ganancia obtenida.
- Tasas reducidas.

- Poder realizar cualquier tipo de actividad económica.
- Poder emitir los diferentes tipos de comprobantes de pago.
- Llevar libros contables en función de tus ingresos.

En tal sentido se indagó en la situación actual que atraviesan las MYPE se mostró en el estancamiento que existe en ellas, es por ello que los retos de hoy en día se afronta de manera que se hagan realidad lo planteado, las MYPE para que se vuelvan más competitivas deberán como primer paso un acceso a crédito, dado que hoy en día miles de entidades financieras pensando en el emprendedor peruano les da mayor facilidad de un crédito para hacer crecer su empresa, asimismo se informó que la tasa promedio de interés para las MYPE son del 9 a 10 % en soles en el fondo crecer, previamente evaluado por la federación Peruana de Cajas Municipales y Ahorro de Crédito (Fecpmac). Por otro lado, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) informo que las cajas rurales y municipales proyectan colocar más de 18 millones de soles en créditos para MYPE exportadoras, cabe recalcar que el 75% de las empresas peruanas que exportan son MYPE, en tal forma esto solo representa el 5% de monto exportado (Perales, 2018).

Hernández (2019) Las Medianas y Pequeñas empresas se han caracterizado a menudo en el objeto de desarrollar procesos como producción, transformación, comercialización de bienes y/o prestación de servicios. El estado como bien se sabe que las veces que trabaja en conjunto con las MYPE, esto se genera una seria de beneficios tales como:

• Participación en contrataciones y adquisiciones por parte del estado

• Se puede constituirse en personas jurídicas (Empresas) a través del portal web de la entidad encargada

• Asociación con otras MYPE para tener más probabilidad hacia un mayor mercado y acceso a compras estatales

• El acceso de participar en eventos ofrecidos por parte del estado Se informó que los datos estadísticos de la informalidad en las MYPE se han ido elevando es por ello que se detalla lo que se necesita para inscribir a la empresa en el REMYPE

- Ruc vigente
- Tener como mínimo un trabajador
- Tener el usuario y clave SOL
- Contar como mínimo con 1 trabajador
- No pertenecer al rubro Bares, Discotecas, Casinos y juegos de azar

Hoy en día existe una ley instituida para las Micro y Pequeñas empresas (MYPE) que fue promulgada el día 03 de julio del 2003, por el congreso de la república, que se asigna como la LEY N° 30056 "ley que modifica diversas leyes para facilitarla inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial" la presente Ley tiene por objeto, establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual "Ley MYPE" D.S. Nº 007-2008-TR. "Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente" el cual en el artículo N°4 se involucra al estado con las MYPES haciendo mención que el estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacionales, Regionales y Locales y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y

articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenido (Benítez P. 2018), con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. Artículo. Características de las MYPE Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes: El número total de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.

- La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores inclusive.

En el Perú el estado promulgo la **LEY 30877 LEY GENERAL DE BODEGUEROS**, con el objetivo de reconocer su labor que cumplen en la sociedad, ofreciendo productos de primera necesidad.

Artículo 1. Objeto de la Ley

Reconocer el valor social de la actividad del bodeguero, a través del expendio o venta de productos de primera necesidad, como micro o pequeñas empresas generadoras de empleo directo e indirecto, constituyéndose en una unidad económica básica y esencial para el desarrollo de las comunidades.

Artículo 4. Acceso al financiamiento

El Estado promueve el acceso de los bodegueros al mercado financiero, a través de las instituciones de microfinanzas supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, y otros medios idóneos.

Artículo 9. Día Institucional del Bodeguero

Establécese el 12 de agosto de cada año como el Día del Bodeguero, en reconocimiento a esta actividad comercial básica, de importante servicio vecinal.

La catástrofe que actualmente está viviendo el mundo entero sin duda se vio envuelto también en el ámbito laboral debido que el desempleo a nivel nacional en Perú

creció al 9,6 %, entre julio y septiembre últimos, lo que significa que más de un millón de personas busca empleo en las zonas urbanas, después de la cuarentena impuesta en el gobierno debido a la pandemia de la covid-19. La tasa de desempleo nacional estuvo cerca de triplicarse en el tercer trimestre del año, al pasar de 3,5 % en ese mismo periodo del 2019 al 9,6 % del 2020, según la Encuesta Nacional de Hogares del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (Guerra, 2020)

Con respecto en el ambiento social se menciona que las empresas son observadas como "mini sociedades" en las cuales se despliegan sus propios modelos y patrones culturales, así como sus subculturas que impactan sobre la eficiencia en el ambiento interno y externo. Por lo anterior, la cultura organizacional repercute en los resultados de las empresas debido al comportamiento organizacional que se manifiestan en los valores, símbolos, ritos, ideologías, mitos, historias, ceremonias a los que se les otorga, por parte de los colaboradores. (Zapata, 2017).

La cuarentena impuesta desde mediados de marzo hasta fines de junio para contener el avance del virus generó un duro golpe en la economía peruana por el cierre casi total de su actividad productiva. Del total de 33 millones de habitantes en el país, alrededor de 14,2 millones personas contaban con un empleo hasta septiembre. (Gastely, 2020)

El análisis de las fuerzas de Potter es esencial para para conocer el entorno de las MYPE ya que es una herramienta que permite conocer el grado de competencia que existe en su entorno, además analizando un entorno externo para la formulación de estrategias y aprovechar las oportunidades que se presenten y que hacer frente amenazas detectadas (Lirranaga, 2015)

Poder de negociación de proveedores

Esta sección trata de las características de los proveedores, así como el poder de negociación que ejercen frente a los centros de abastos de productos de consumo masivo. En la provincia de Piura existe la suficiente disponibilidad y variedad de precios, marca y calidad de productos de consumo masivo para la demanda interna. Para realizar la satisfacción del servicio de venta de productos se cuenta con el sustento y respaldo de los proveedores del sector como Alicorp que nos proveerá de los productos de la línea de aceites de la marca capri, primor, cocinero, así mismo de gelatinas, flan, mazamorras, y de productos de la línea de aseo personal y del hogar entre otros. Podemos indicar que dentro del sector comercio, tanto mayorista como minorista, los plazos de pago varían entre 15 y 30 días calendarios, previo acuerdo de las partes, luego de entregada la mercadería, además del pago al contado. Entre los principales proveedores (a los mayoristas y minoristas) del sector figuran: Unilever del Perú, Clorox Perú, Alicorp; Nestlé Perú, Gloria, Ajinomoto, Distribuciones Pacifico, Mercantil Inca, Procter y Gamble, Kuelap, Distribuidora Codijisa, Distribuciones Sipan, San Fernando entre otros. Podemos afirmar que en el caso de algunas empresas distribuidoras no tienen poder los proveedores frente a los vendedores que expenden los productos de consumo masivo, porque existen más de una empresa que brinde el mismo producto a los vendedores y a mejores precios lo que hace que el vendedor tenga el poder de comprar en una o en otra empresa. Solamente en el caso de las empresas que brindan en exclusividad los productos si ejercen poder los proveedores porque son ellos los únicos que venden los productos; sin embargo, existen pocos casos en los que los vendedores de los productos de consumo masivo deciden no comprar a los distribuidores y optan por comprar en los mercados y supermercados mayoristas (PRECIO UNO, MAKRO, ECONOMAX, ETC) (Larrinaga, 2015)

Poder de negociación de clientes

En este mercado los precios están regidos por las leyes de oferta y demanda. La demanda de estos productos tiene un comportamiento relativamente estable durante el año, incrementándose en los meses cercanos al inicio de clases escolares, día de la madre, fiestas patrias, fiestas navideñas, y disminuye en momentos de crisis económica a nivel nacional. Un aspecto importante es el desarrollo del mercado de créditos de consumo retail, el cual ha contribuido, no solo a diversificar las fuentes de crédito en los mercados financieros, sino también a profundizarlos sustancialmente. todos los sectores socioeconómicos debido a que la satisfacción que buscan está dentro de las necesidades básicas ofreciendo precios competitivos en el mercado, promociones en fechas especiales, además de brindar seguridad y variedad en los productos en formatos pequeños, y marcas del mercado actual. Si existe poder con los clientes para que realicen sus compras de consumo masivo porque se tiene la necesidad básica de alimentación en todos los niveles socioeconómicos, en el caso de darse un alza en los precios se desarrollan estrategias de promoción para tener fidelizados a sus clientes. (Larrinaga, 2015)

Rivalidad entre competidores actuales

En el sector se puede mencionar que en distrito de veintiséis de octubre existen empresas dentro del rubro Bodegas o características similares; encontramos Minimarkets, puestos de mercado y tiendas mayoristas que son la que dominan el negocio minorista, entre las bodegas más representativas tenemos: bodega SAN JOSÉ, Negocios Victoria, entre otras. Constituyen un bien necesario para el normal desenvolvimiento de nuestras actividades, aunque el poder adquisitivo de las mismas sea mínimo, siempre se requerirán. Como competidores actuales a los mercadillos SAN JOSE y el mercado Central, ya que tiene la función de distribuir los productos de consumo masivo a las

bodegas para ser comercializadas a los usuarios finales y por otro lado a las amas de casa para su consumo directo. (Navarro, 2020)

Amenaza de entrada de nuevos competidores

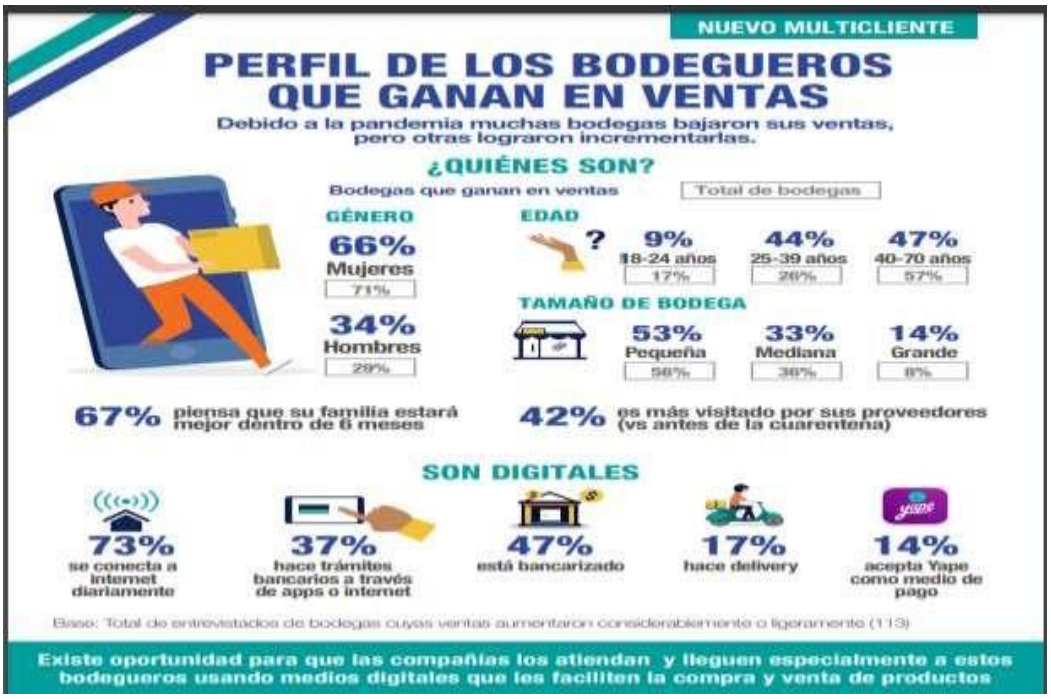
Como bien se sabe las consecuencias que ha traído la pandemia de la covid-19 muchas personas han visto como buena opción crear su propio negocio y las bodegas no es ajeno a la iniciativa de emprender es por ello que en él lo que en el 2020 más de 30 mil bodegas han sido creadas.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

En cuanto al ingreso de productos sustitutos tenemos a las nuevos minimarkets y bodegas que ingresen a competir en el mercado que ofertan productos de consumo, que intercambian bienes y servicios al público y que generen descuentos dependiendo del volumen de ventas. (Moraes, 2018)

En el ambiento económico de la investigación se conoció como el emprendedor sobresale a pesar de los momentos complicados que atraviesa el país, dado que de una u otra forma el estado contribuye en el apoyo económico. Como bien se sabe, la pandemia del COVID-19 ha puesto a prueba la salud no solo de los ciudadanos sino también de la economía nacional y, con ello, la de las empresas. De ahí que el Gobierno del Perú haya emprendido un plan que movilizará recursos por 30.000 millones de soles para avalar créditos a empresas paralizadas por la cuarentena. Desde el Concytec (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica) se suma la herramienta financiera de Beneficios Tributarios, La Ley 30309 —Ley que promueve la Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación Tecnológica— promulgada en marzo de 2015 y que establece una deducción adicional en el Impuesto a la Renta para empresas que efectúen

gastos en proyectos de investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica. (Carrasco, 2020)



FUENTE: Ipsos Perú- Multicliente-Las Bodegas y su nueva realidad

Muñoz (2020) A la luz de la pandemia y cuarentena, hoy la Ley de Beneficios Tributarios se suma como instrumento financiero para empresas que hoy no cuenten con liquidez y busquen reducir sus gastos en el acápite tributario, en el contexto actual. Por ende, en esta coyuntura, toda empresa que esté ejecutando gastos e incluso en proyectos que no pertenezcan a su giro de negocio, podrán acceder al descuento. Por ejemplo, una empresa farmacéutica que hoy invierte en proyectos de innovación para la fabricación de productos como mascarillas y material en 3D -urgentes para el combate del COVID-19- pese a que se trate de iniciativas que no son el objetivo social de su giro, sí podrá presentar proyectos en el marco de la Ley 30309.

Del total de trabajadores que integran las MYPES el 77.6 % son hombres; según grupos de edad los ocupados se concentran en la población de 14 a 29 año, en un 38 % y de 30 a 59 años un 57 %; y según nivel educativo culminado lo acceden en mayor parte

aquellos que culminaron la primaria y secundaria. La legislación peruana puntualiza a las MYPE como “la unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, con la finalidad de desarrollar actividades de comercialización de bienes, prestación de servicios, extracción, transformación, y producción sea industrial o artesanal de bienes. El cual la microempresa tiene un número de trabajadores que no excede a las 10 personas. (Pacherres, 2018). El Concytec califica el carácter innovador de los proyectos, como ente rector de la ciencia y tecnología en el país, a través de procesos de selección llevados a cabo por evaluadores externos. De acuerdo con el Decreto de Urgencia N° 010-2019, “Decreto de Urgencia que modifica la Ley Nº 30309, Ley que promueve la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica”, de octubre pasado, se extiende la vigencia de la norma por tres años adicionales, hasta el 31 de diciembre del año 2022, enfocando con mayor énfasis este beneficio en la Micro y Pequeña Empresa (MYPE). Entre los principales cambios a la renovada ley, se cuentan los referidos a la deducción tributaria adicional para las MYPE. Las empresas cuyos ingresos no superen las 2 300 UIT (una UIT equivale a 4 300 soles) podrán deducir de su impuesto a la renta (IR) el 215% (100% + 115% de deducción adicional) de su inversión. Mientras que las empresas cuyos ingresos superen las 2 300 UIT podrán deducir en su cálculo Si el proyecto es realizado en centros internacionales, también aplica el beneficio tributario, aunque siendo este entre 25 y 40 % menor. (Bustamante, 2019)

La Sociedad de Comercio Exterior (ComexPerú) de las 5.9 millones de Pymes existentes en 2017 únicamente 7,400 (0.12 %) son exportadoras que representan solo 1.8 % del total de las exportaciones, esta situación es advertida también por la Asociación de Exportadores (ADEX), Pues en el primer semestre 2018 han dejado de exportar 1,480

MYPE (1,337 microempresas y 143 pequeñas) demostrándose la debilidad de este sector, además, a pesar de que brindan trabajo a 8.2 millones de personas (principalmente en comercio, servicios, producción y extracción), es grave su extrema informalidad (83.5 % en 2017). En junio de 2017 se aprobó un Fondo para el Fortalecimiento Productivo de las MYPE (Forpro) para permitirles financiar capital de trabajo, sin embargo, fracasó por la exigencia de formalización y de pertenecer al régimen tributario o general del Impuesto a la Renta. Otro fondo denominado Crecer ha sido incluido en el pedido de facultades legislativas que financiaría las MYPE sin previo requisito de formalidad, cuyo procesamiento sería muy complicado, y todavía no se ha implementado. Un reciente proyecto del Ministerio de Trabajo ofreciendo una ley laboral juvenil para MYPE promoviendo contrataciones formales indefinidas, no muestra indicios de concretarse. (Quesada, 2018)

Las bodegas de barrio se mantienen firmes frente a la expansión de las grandes cadenas de minimarkets, resaltó el presidente de la Asociación de Bodegueros del Perú (ABP), Andrés Choy, quien destacó que el canal tradicional se mantiene fuerte y confiado en su negocio por una serie de ventajas, entre ellas, porque están 32 en cada barrio, tiene un conocimiento del consumidor final, hay una relación fuerte con los clientes, la atención personalizada, el denominado fiado (Domínguez, 2017) **En el Perú existen más de medio millón de bodegas, las cuales representan, muchas veces, el único sustento para miles de familias. Backus está apoyando su reactivación con un enfoque digital y de acercamiento con sus clientes.** La bodega es un emprendimiento mayormente familiar y tradicional en el país. La llegada de la pandemia ha traído consigo restricciones horarias, toque de queda y otras medidas sanitarias, afectando duramente este modelo de negocio. Según la Asociación de Bodegueros del Perú, durante la cuarentena estricta, los ingresos de las bodegas se redujeron a la mitad. Si bien nunca dejaron de atender al

público, el miedo al contagio de COVID-19, así como la pérdida del empleo, ocasionó que muchos de sus clientes del barrio reduzcan sus compras, acudan a supermercados y/o utilicen servicios de entrega a domicilio. A la fecha, las ganancias se han reducido en 30% en comparación con el 2019. A esta situación se suma el incremento de la competencia en el barrio. Andrés Choy, presidente de la Asociación de Bodegueros del Perú, explica que unas 30 mil bodegas se han abierto en el país desde que empezó la crisis. “Por la pandemia, muchas personas que perdieron su empleo o cambiaron de negocio han abierto una bodega en sus casas”, explica. Por todo ello, Backus está apoyando la reactivación económica de las bodegas con un enfoque digital y de acercamiento con sus clientes. La iniciativa es Tienda Cerca. (García, 2020)

RECOMENDACIONES PARA CLIENTES DE BODEGAS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA POR CORONAVIRUS COVID-19

- Elaborar una lista para varios días.
- Sé amable. La persona que te atiende se expone a diario para que accedas a los productos.
- No hagas compras con niños ni personas mayores de 60 años.
- Opta por comprar con tarjeta o lleva el dinero justo.
- Usa correctamente la mascarilla. Después de usarla se bota a la basura si es descartable o se lava si es de tela.
- Evita tocar los mostradores, estantes o rejillas.
- Mantén un metro de distancia con los otros clientes.
- Al volver a casa, quítate los zapatos y lávate las manos con agua y jabón antes y después de guardar las compras.

RECOMENDACIONES PARA LA ATENSION EN BODEGAS ANTE LA COVID-19

- Si tienes mas de 60 años o estas enfermo, evita atender en la bodega o tienda, si es posible pide que alguien te reemplace.
- Antes de abrir y después de cerrar, desinfecta todas las superficies.
- Usa mascarilla y guantes para atender, luego deséchalos. Nunca te toques la cara.
- Lávate las manos con agua y jabón durante 20 segundos frecuentemente y facilita alcohol en gel a tus clientes.
- Controla el aforo máximo dentro de la bodega. Puedes colocar marcas en el piso con una distancia de un metro.
- Mantén una distancia de 1 metro con tus clientes cuando los estés atendiendo.
- Si alguno de tus ayudantes tiene síntomas de COVIC-19 debe quedarse en casa por lo menos 15 días. (Alvares, 20120)

De tal forma la ULADECH, católica escuela de Administración investigación entabla sus líneas de investigación derivó de la línea de investigación denominada: SOSTENIBILIDAD en las MYPE perteneciente a la segunda línea de investigación que ha sido adjudicada por la escuela de Administración y se consigna en el ambiente disciplinar de las MYPE.

Del mismo modo enunciando anteriormente la caracterización ya efectuada el problema queda formulado como: ¿Qué características tiene la Sostenibilidad y Benchmarking en las MYPE rubro bodega, de la calle 1, de la urbanización San José, Veintiséis de octubre, año 2021?

Asimismo, este problema planteado faculta a entablar el siguiente objetivo: Identificar las características tiene la sostenibilidad y benchmarking en las MYPE rubro Bodegas de

la calle 1 de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021.Del mismo modo para la ejecución del trabajo de investigación se ha elaborado los siguientes objetivos específicos: (a) Determinar los indicadores que miden la sostenibilidad en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1 de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021. (b)Identificar el comportamiento ambiental de la sostenibilidad en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1, de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021. (c) Conocer el proceso del benchmarking en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1 de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021. (d) Describir los Estándares de Comparación en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1 de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021.

Por lo expuesto, la investigación se justificó desde el punto de vista practica en determinar el mayor conocimiento en la concordancia y relación que existe en las variables Sostenibilidad y Benchmarking en las MYPE del rubro Bodegas. Por ende, por ende, se realizó dicha indagación; asimismo complementando en el diseño de distintas estrategias, técnicas y métodos que conlleven de una u otra forma el progreso y desarrollo de las MYPE para un acertado y apropiado posicionamiento en el mercado competitivo. Así mismo la investigación será necesario de gran utilidad y provecho para diferentes y posteriores indagaciones ya que se tomará una referencia y fuente confiable para analizar y detallar el escenario de cómo opera las MYPE

La justificación teórica radicó en detallar más profundamente la información respecto a las variables en estudió, asimismo referenciando la transcendencia y saberes de distintos autores que aportaron sus conocimientos para tomarlos como base para diferentes indagaciones.

Por otro lado, además la investigación se justificó desde la perspectiva metodológica, dado que se aplicó la metodología científica, se emplearon fuentes

primarias y secundarias para la obtención de los datos. El tamaño de la población y de la muestra con el empleó del muestreo no probabilístico por conveniencia. Con respecto al recojo de datos el cuestionario diseñado fue validado por expertos.

Delimitación demográfica de la investigación

Delimitación temática: Referente a las variables de estudio SOSTENIBILIDAD Y BENCHMARKING

Delimitación geográfica: Referente al lugar, siendo la calle 1, de la Urbanización San José, Veintiséis de octubre.

Delimitación psicográfica: Referente al rubro del negocio. Siendo rubro Bodegas.

Delimitación temporal: Referente al tiempo de investigación, siendo año 2021.

En la investigación se empeló la metodología. El n i v e l descriptivo, tipo cuantitativa, diseño no experimental y corte transversal. La población de la variable Sostenibilidad fue infinita con una muestra de 150 clientes, asimismo para la variable Benchmarking fue finita con una muestra de 5 MYPE. La técnica de encuesta, instrumento el cuestionario.

Los principales resultados. Las MYPE que colaboran con el medio ambiente deberían ser premiadas el 97% está de acuerdo en eso, además el 100% están de acuerdo que las MYPE realicen programas sociales para ayudar., de igual manera el 100% considera que es primordial y buena idea colocación de los productos. Además, el 80% de los propietarios si cree que el proceso del benchmarking potencializaría sus ventas.

Las principales conclusiones Obteniendo como conclusiones respecto a los indicadores que miden la sostenibilidad están basados en aspectos como económico, social y medioambiental. Respecto al comportamiento ambiental en las MYPE rubro Bodegas se practica las tareas esenciales como el reciclaje para la contribución del medio ambiente, Se determinó con relación al proceso del benchmarking está compuesto por la etapa de planificación, análisis e integración para la aplicación de estrategias y métodos, respecto a los estándares de comparación se basan en adaptar estrategias y mecanismos de referencia en los productos y procesos.

La principal limitación. Las MYPE rubro Bodegas como cualquier otro rubo se ha visto afectado por la covid-19 dado que muchos negocios han tenido de cerrar por el temor a contagiarse y/o la falta de financiamiento e ingresos que los emprendedores se han visto afectados, la realidad que viven muchos bodegueros difiere mucho de lo que la mayoría puede imaginar pues, a la fecha, las ventas en estos negocios de barrio se han reducido en más de la mitad, causando preocupación y zozobra entre los mismos. Las Bodegas son establecimientos, encargados de comercializar alimentos y productos de primera necesidad se han visto duramente afectados tras el aumento de cifras de contagiado, y el temor que etas estadísticas generan en los clientes quienes han decidido mantenerse en sus hogares.

II.- REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable: Sostenibilidad

Barcellos (2017) desarrolló una investigación denominada "Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial" Trabajo presentado en la universidad de Barcelona (España), Entablando como metodología de nivel descriptivo de tal modo teniendo como objetivo general en desarrollar un profundo estudio relacionado a las empresas y a la sostenibilidad organizacional", Llegando a la conclusión que en la sociedad moderna se adquiere la conciencia sobre la necesidad de establecer un equilibrio entre la intensidad del aprovechamiento de los recursos y el respeto al entorno natural del que proceden, a medida que se ha ido teniendo conocimiento del deterioro que se producía al medio ambiente, todo ello como consecuencia del conjunto de actividades humanas que afectan a los recursos naturales y de esta forma, perjudican al entorno que nos rodea, de tal forma las leyes impuestas por generar deterioros o contaminar están estrictas ya que deberán pagar un monto económico y además de eso reparar los daños causados. Estas medidas impuestas por el ministerio del ambiente.

Domínguez (2017) realizó una investigación denominada "plan de educación ambiental para el desarrollo sostenible de las tiendas de abarrotes de la institución la Salle" Trabajo presentado en la universidad de Valencia (España) Teniendo como objetivo en determinar qué factores aplican para la ejecución de un plan de educación ambiental para el desarrollo sostenible de las tiendas de abarrotes de la institución la Salle" Concluyendo que empresarios pueden examinar sus ofertas de productos para ver en dónde pueden incorporar un inventario sostenible en su surtido colectivo de productos. pueden vender inventario hecho de telas sostenibles que incluyen cáñamo, fibra de bambú o algodón

orgánico, otros pueden ofrecer inventario que ha sido reciclado o hecho de materiales recuperados, como madera vieja de granero.

Chávez (2020), realizó una investigación denominada “Propuesta de mejora de la toma de decisiones como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, condominio ciudad sol de retablo del distrito de comas, 2019” Trabajo que ha sido presentado en la Universidad Católica los ángeles de Chimbote (Lima), trabajo de nivel descriptivo de diseño no experimental, plasmando como objetivo principal proponer la toma de decisiones como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro de venta de abarrotes, condominio Ciudad Sol De Retablo del distrito de Comas, 2019. Llegando a la conclusión que la sostenibilidad se debe a su desempeño económico, más de la mitad aseguró que algunas veces desarrollan estrategias que le permiten su sostenibilidad, la mayoría fomenta la inclusión y el ahorro de suministros, pero sólo la mitad tiene algún programa de reciclaje o práctica la reutilización de recursos.

Aquino (2019) efectuó una investigación titulada “Sostenibilidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado valle sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018”, trabajo presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Lima), empleando una metodología de nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, asimismo, planteo como objetivo general en Determinar las principales características de la sostenibilidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho,2018. Concluyendo que la mayoría de las empresas percibe la sostenibilidad es medio, fija objetivos de calidad, identifica los posibles clientes para su bodega y establece controles en la fase de planificación. La totalidad de las bodegas está

de acuerdo en que la empresa identifica las necesidades de los clientes, elabora los servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes y evalúa el comportamiento de la calidad real en el proceso de control de la calidad

Gonzales (2018) desarrolló una investigación denominada “sostenibilidad y calidad de servicio en las MYPE comerciales rubro abarrotes de castilla, año 2018” trabajo presentado en la Universidad Católica los ángeles de Chimbote (Piura), con metodología de nivel descriptivo, plasmando como objetivo en Identificar qué características tiene la sostenibilidad y calidad de servicio en las MYPE comerciales rubro abarrotes Castilla, año 2018. llegando a la conclusión que El servicio de sostenibilidad que brinda a las MYPE rubro abarrotes en relación al reciclaje es básicamente importante para el cuidado del medio ambiente debido a los requerimientos del cliente, y las MYPE rubro abarrotes capaciten al personal para que la tienda tenga mejor acogida de clientes o un buen grado de satisfacción ya que la capacitación es de vital importancia.

Atarama (2018) realizó una investigación denominada “Investigación de tecnologías sostenibles aplicadas al diseño de un conjunto ecológico en Piura” trabajo presentado en la universidad privada Antenor Orrego (Piura), con un nivel metodológico descriptivo, plasmando como objetivo general en conocer las características y dimensiones de la Investigación de tecnologías sostenibles aplicadas al diseño de un conjunto ecológico en Piura. Llegando a la conclusión que concretar el derrotero del desarrollo sostenible a través de la formulación de indicadores de sostenibilidad. Sin desmerecer las opiniones de las personas e instituciones que he citado en este trabajo, pienso que fundamentalmente el desarrollo, es el desarrollo humano, el desarrollo de personas concretas. Ésta ha sido la guía de mi trabajo, al encarar los indicadores de sostenibilidad del Programa.

2.1.2 Variable: Benchmarking

Gallegos (2017) realizó una investigación denominada como "Benchmarking de adaptación, con el sector de Minimarkets como socio comparativo de procesos" trabajo que lo presento en la universidad nacional autónoma de México (México) determinando su objetivo general: Mostrar una metodología para el desarrollo de un ciclo completo de Benchmarking, efectuando una Investigación de tipo descriptiva, donde llego a la conclusión que el Benchmarking independientemente de su ramo o sector. debe primero conocer cuáles son las estrategias globales de la compañía, para entonces si poder diseñar una táctica y una acción, siempre llevándose las preguntas ¿cómo vamos a llegar a cumplir las estrategias? ¿Qué vamos a hacer? cuando se conoce perfectamente los objetivos estratégicos de una empresa, entonces tiene sentido el diseño y propuesta de iniciativas, pues entonces dichas iniciativas tendrán como finalidad el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la compañía.

Arellano (2016) Desarrolló una investigación denominada "Benchmarking para las empresas Bodegas en el sector noreste", Trabajo presentado en la Universidad Regional Autónoma de los Andes (Ecuador) Teniendo como Objetivo General Desarrollar el benchmarking, que permita un posicionamiento empresarial en las Bodegas del sector noreste", Empleando una metodología de tipo descriptiva, Llegando a la conclusión que el benchmarking es una herramienta viable que permite orientar adecuadamente la incorporación de productos dentro de un mercado, ayudándonos a ser más competitivos, se ha podido considerar estrategias acordes al medio que nos faculten aprovechar las ventajas competitivas que el mercado oferta y que los clientes esperan de un producto.

Trejo (2017) realizó una investigación denominada "Estrategias de Benchmarking para mejorar la Fidelización de Clientes de las Micro y Pequeñas Empresas Bodegas de los Olivos, 2017." trabajo presentado en la universidad privada Norbert Wiener (Lima)

Plasmando como objetivo en su investigación: Proponer un plan de benchmarking para mejorar la fidelización de clientes de la empresa Premiere ubicado en los Olivos. Efectuando una investigación de tipo Descriptivo, diseño no experimental, donde se llegó a la conclusión que la fase de benchmarking de un programa de mejora de proceso no es un paso que se debe tomar a la ligera. Porque es un proceso en marcha que requiere modernización constante, donde los compromisos monetarios y de tiempo son significativos.

Llontop (2016) Realizo una investigación denominada "Benchmarking y su relación con las ventas en la estación de servicios santa Ángela s.a.c José Leonardo Ortiz" Trabajo presentado en la Universidad Señor de Sipán (Chiclayo) Teniendo como objetivo principal en identificar la relación entre el benchmarking y las ventas de la Estación de Servicios "Santa Ángela" S.A.C José Leonardo Ortiz. Empleando una metodología de tipo descriptiva y un diseño de la investigación no experimental, Al mismo tiempo concluyendo que los factores que afectan los tipos de benchmarking en la empresa estación de servicios "Santa Ángela S.A.C" es la poca preocupación por dar a conocer su historia (publicidad) y la falta de servicios anexos como minimarket y venta de lubricantes que arrojaron un resultado en totalmente desacuerdo de 60% y 100% respectivamente.

Salazar (2016) desarrolló una investigación denominada "Caracterización del Benchmarking Bajo el Enfoque de Promoción de Ventas en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Bodegas, Venta al por menor en Comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (Bodegas) del distrito de Piura, 2016", Trabajo presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura) plasmando como objetivo general Describir las principales características del Benchmarking bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas al por menor en comercios no

especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) en el distrito de Piura, 2016. Efectuando una metodología de tipo descriptiva, de diseño no experimental, llegando a la conclusión que Las principales características del Benchmarking son identificadas en el estudio nos muestran deficiencias en las características o medios publicitarios como en la televisión, programas de incentivos, regalos publicitaros, descuentos y en la entrega de premio.

Príncipe (2018) realizó una investigación denominada "“Benchmarking y desempeño productivo de las Bodegas en Piura, 2018”, Trabajo presentado en la Universidad Cesar Vallejo (Piura), Investigación de tipo descriptiva, no experimental, Llegando a la conclusión que el proceso del aplicativo del Benchmarking busca medir los productos, servicios, procesos y funciones de los principales competidores para realizar una comparación con nuestra empresa y poder detectar y llevar a cabo mejoras que superen a las de nuestros competidores. Posiblemente sea el más complicado de llevar a cabo de los tres tipos, puesto que el análisis y el estudio como ya he mencionado se realizan sobre los principales competidores.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Sostenibilidad

sostenibilidad se refiere, a la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social. como aquel modo de progreso que mantiene ese delicado equilibrio hoy, sin poner en peligro los recursos del mañana. (Maldonado, 2018).

Es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general La sostenibilidad aplicada a la estrategia empresarial, va más allá del cumplimiento de las obligaciones jurídicas, fiscales o laborales, siendo de vital importancia el aumento en la inversión del capital humano, La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas con el medio ambiente sugiere, aparte de cumplir con todas las leyes, aumentar la competitividad de las empresas. Por encima de una consideración de la sostenibilidad, las organizaciones que integran este concepto en su estrategia y toma de decisiones discurren que la obtención de beneficios es el principal objetivo de las empresas, pero no su única razón de ser, y optan por una reflexión a largo plazo sobre las decisiones y las inversiones estratégicas. Contribuyen, por tanto, a crear un marco donde las empresas puedan gestionar sus operaciones de modo que se fomente el crecimiento económico y la competitividad, al tiempo que se garantice la protección del medio ambiente y se ponga en valor el impacto social de la actividad empresarial. (Rodríguez, 2018)

La sostenibilidad corporativa o responsabilidad social corporativa desempeña un papel fundamental en el desarrollo sostenible. Así lo considera la Comisión Europea, que promueve la implantación de la responsabilidad social corporativa en las empresas europeas y reconoce que, además de redundar en su propio interés, puede contribuir de manera significativa a la consecución de los objetivos del Tratado de la Unión Europea de alcanzar un desarrollo sostenible y una economía social de mercado altamente competitiva (Sánchez, 2018). El desarrollo sostenible no se limita al desarrollo económico, sino que además incluye la variable social y la ambiental, considerándose que la sostenibilidad es un marco de referencia que se pretende alcanzar aplicando la

estrategia del desarrollo sostenible. Por ello, las razones que justifican la elección del tema seleccionado para elaborar este trabajo de investigación se pueden sintetizar en las siguientes:

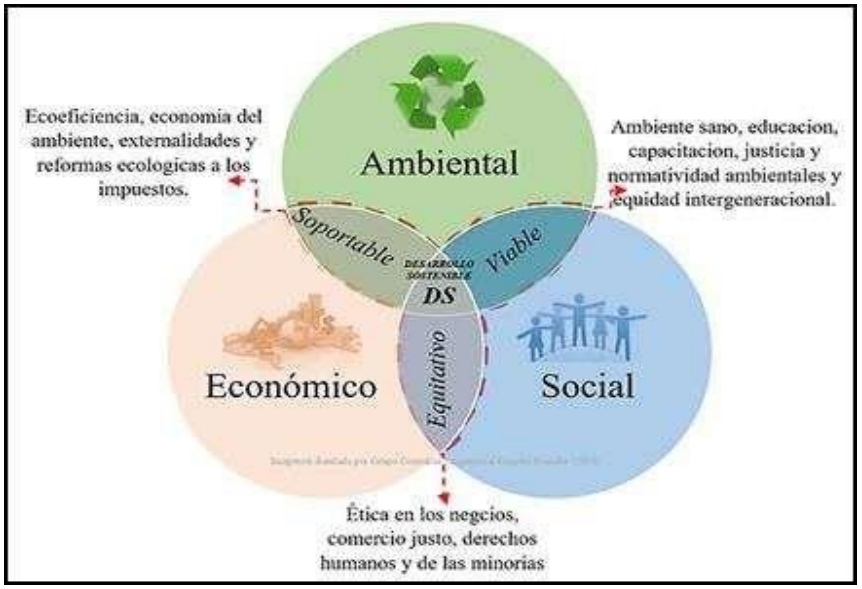
- La necesidad de dar respuesta a unas cuestiones que son relevantes para las organizaciones, no sólo con el objeto de obtener unos beneficios en términos financieros, sino, además, para garantizar la supervivencia.

- El interés económico, medioambiental y social que tiene la sostenibilidad corporativa o responsabilidad social corporativa para las empresas (Giraldo, 2016)

La sostenibilidad es una estrategia que muchas MYPE hoy en día aplican y esto no es ajeno al rubro Bodegas dado que, como minorista, no puedes darte el lujo de perder clientes y ventas cuando es fácil incorporar esfuerzos sostenibles para retener a tus compradores. Las tiendas son cada vez más conscientes de la importancia de presentar, mantener e incluso destacar los esfuerzos operativos que apoyan la sostenibilidad y las acciones ambientalmente positivas. El constante cambio al que se enfrenta las empresas, la era de la información, la globalización de las economías y la digitalización de los mercados y consumidores propician un escenario bastante competitivo para las empresas, las cuales deben equilibrar sus estrategias entre los resultados financieros y la sostenibilidad empresarial. (Guerreo, 2017).

Cuando las organizaciones operan involucran un conjunto de agentes internos y externos que influyen sustancialmente en el resultado de la consecución de los objetivos establecidos, al implementar la sostenibilidad empresarial se deben integrar los stakeholders, proveedores, instituciones, recursos humanos, socios y comunidad con el fin de desarrollar estrategias que permitan la gestión adecuada de los recursos internos en la búsqueda de un retorno medido en términos económicos, sociales y ambientales contribuyendo a la buena reputación de la empresa en la sociedad y el crecimiento

económico de la misma. Las operaciones que realizan a diario las organizaciones generan impactos positivos y negativos para la sociedad y medio ambiente. Barcellos (2010) dentro de los positivos se encuentra la generación de empleo, renta y riqueza; por otro lado, los impactos negativos pueden ser el mal uso de los recursos naturales, contaminación de ambiente y exclusión, entre otros. Estos impactos deben ser gestionados dentro de la organización en el marco de una sostenibilidad con el uso de herramientas de identificación que permita a las organizaciones cuantificar y maximizar el impacto positivo y minimizar los negativos. herramientas de identificación que permita a las organizaciones cuantificar y maximizar el impacto positivo y minimizar los negativos. (De la fuente, 2017)



Fuente: Grupo mundial de sostenibilidad

2.2.1.1 Indicadores que miden la sostenibilidad

Samaniego (2018) Es importante fabricar y comercializar los productos y al mismo tiempo gestionar los servicios que ofrece a sus clientes, la MYPE tendrá siempre otra cosa importante que hacer: el hecho de **medir qué tal está funcionando la gestión y como efectuaste la sostenibilidad en tu empresa .**Si no estableces algún método de control y dejas que vaya a su aire y a la deriva estas corriendo el riesgo de perder la perspectiva, no

darte cuenta de los fallos y poco a poco, y casi sin darte cuenta, acabar hundiéndote. Para evitar ese riesgo existe diversos **indicadores de sostenibilidad empresarial.** No obstante, para garantizar el futuro tanto de tu propio negocio como, a mayor escala, el de la sociedad en su conjunto, así que conviene que estés bien familiarizado con él.

ASPECTO ECONÓMICO: Hace referencia al crecimiento económico que sostiene una empresa, siempre con respeto por los recursos naturales, reducción progresiva de la huella ecológica de los productos (en su ciclo completo) y riqueza distribuida de forma equitativa. Para la evaluación puramente económica de la empresa, el Instituto de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas y a la Innovación recomienda estos indicadores:

- Fondo de maniobra y necesidades;
- Deuda (%) y estructura de endeudamiento (%):
- Volumen de negocios/pasivo;
- Liquidez general y reducida;
- Rentabilidad líquida y operacional de ventas;
- Rentabilidad operacional activo;
- Rentabilidad del capital propio

ASPECTO SOCIAL: En este indicador se refiere a la relación sostenible entre la dimensión humana con la organización, es decir hacer labores que beneficien a la sociedad. Las tiendas de abarrotes o más conocidas como tiendas de barrio son un elemento importante para el adelanto económico del mismo y para el surgimiento de las relaciones sociales entre individuos de diferente índole. Dentro de la sociedad la tienda es vista como el espacio que permite negociar e intercambiar entre dos partes (cliente y comerciante). La actividad comercial en lugares como tiendas de abarrotes desde sus orígenes han permitido establecer relaciones económicas y han funcionado como

portadoras de cultura a la localidad donde se emplaza permitido así el desarrollo de la misma (Gamboa, 2019) Entre algunas tareas tenemos:

- **Programas comunitarios**: Realizar programas de ayuda por parte de las MYPE, ayudar a personas que mas lo necesiten, sin duda generaría esto una buena imagen a la MYPE ya que esta contribuyendo a la sociedad.
- **Creación de puestos de trabajo**: Sn duda los índices de desempleo en el Perú se han ido incrementando. La tasa de desempleo a nivel nacional fue de 8,8% en el II Trimestre del 2020. Se estimó que 994 mil 300 personas buscaron empleo y las micro empresas juegan un rol muy importante dado que ellas son fuente de empleo para muchos jóvenes dándoles una oportunidad de poder salir adelante y al mismo tiempo aprender mas sobre los procesos de las Bodegas. (Rodríguez, 2019)
- **Velar por la integridad**: La preocupación que tienen muchos empresarios sobre el salvaguardar el bienestar del cliente es totalmente primordial es por ello que ponen mas énfasis en las necesidades que los satisfaga. Los empresarios bodegueros no son ajenos a esto ya que ellos son uy cuidadosos en verificar la calidad de los productos, su buena atención, conocer mas sobre sus clientes y que es lo que mas anhelan al asistir a efectuar sus compras. (Fernández, 2019)

ASPECTO AMBIENTAL: Se basa en la minimización de impactos ambientales negativos producto de la actividad empresarial, con el objetivo de crear, con el tiempo, impactos positivos. Para ello, se basa en una manera de abordar el ciclo de vida del producto, interiorizando las buenas prácticas a todos los niveles, asimismo Para las empresas, la sostenibilidad se ha convertido en un elemento determinante para sobrevivir en el mercado. Las personas queremos que las marcas que consumimos sean conscientes y responsables, por lo que las compañías deben adaptarse si quieren ser competitivas en el mercado. Cuando se trata de llenar el carro de la compra, o acudir a un centro de abasto

muchos consumidores exigimos conocer más información sobre los productos que escogemos. Nos hemos convertido en expertos en conservantes, procesos de producción, plantaciones de origen, etiquetado. Pero no nos quedamos solo aquí, existe cada vez un mayor número de consumidores que contempla los valores y compromisos de la empresa y micro empresas a la que acude. Y cada vez más, depositamos nuestra confianza en aquellas marcas que cuidan nuestra salud ofreciendo calidad a la vez que respetan el medio ambiente. de la estructura interna de la empresa tales como: (Gamboa, 2019)

- **Prohibir la venta de bolsas plásticas:** Como se sabe una de las razones por las que no hay que usar bolsas de plástico es porque la mayor parte de las bolsas de plástico no se reutilizan ni se reciclan y acaban en los basureros o en el mar, provocando una mayor contaminación para el medio ambiente. En general, la prohibición se aplica a las bolsas plásticas que tradicionalmente se dan en una bodega, supermercado o tienda cuando se compra algún producto al menudeo. Son las bolsas que una vez usadas por lo general se tiran y ya no se utilizan. (Jiménez, 2017)
- **Reciclar y reutilizar:** Es necesario que la mayoría de empresarios lo haga siempre que sea posible para crear menos desperdicio. Ya sea papel, vidrios, cartones, botellas de plástico o latas de aluminio, hay innumerables artículos de uso diario que los empleadores pueden reciclar. También los propietarios de las MYPE pueden involucrar a los clientes para que participen en las iniciativas de reciclaje comentándoles acerca del tema de clasificación. Los contenedores de clasificación son una forma sutil de anunciar los esfuerzos de reciclaje sin decir nada. Si la comunidad local no apoya estos mismos esfuerzos, busca una instalación que sí lo haga y haz un esfuerzo adicional para llevar personalmente los desechos allí para su reciclaje.

- . **Introducir la iluminación LED:** siempre que la iluminación natural no sea una opción, el LED es la mejor elección para los minoristas, ya que les ayuda a reducir su huella de carbono: utiliza aproximadamente 15 veces menos electricidad que la iluminación halógena y resisten la rotura más que las bombillas comparativas. Además, la iluminación LED tiene una vida útil más larga y de esa manera ahorran dinero. (Lazovska, 2020)

Cabe precisar que todos los negocios operan de manera diferente es por ello que no tienes por qué seguir esta lista al pie de la letra. Puedes adecuarla a tu gusto en función de las particularidades concretas de tu rubro de negocio, del sector en el que te muevas o de lo que consideres que necesitas saber para obtener los excelentes resultados. (Jiménez, 2918) Los sistemas de indicadores de la sostenibilidad funcionarán como una herramienta que permite evaluar el grado de avance o el logro de las metas propuestas, así como también de las políticas de acción formuladas para el cumplimiento de éstas (Antequera y González, 2008), erigiéndose así en una poderosa herramienta que permita a todos los interesados orientar sus decisiones hacia el logro del desarrollo sostenible. “Los indicadores se constituyen en facilitadores del proceso de toma de decisiones. Ellos pueden ayudar a medir y calibrar el progreso hacia las metas de desarrollo sostenible. Por otro lado, ellos pueden constituirse en verdaderas señales de alerta que prevengan daños económicos, sociales y ambientales. Un indicador es un signo típicamente medible, que puede reflejar una característica cuantitativa o cualitativa, y que es importante para hacer juicios sobre las condiciones del sistema actual, pasado o hacia el futuro. La formación de un juicio o decisión se facilita comparando las condiciones existentes con un estándar o meta existente. (Paternoster, 2017)

Un indicador muy esencial para la sostenibilidad es el grado de satisfacción: La gran mayoría de las empresas hoy en día está tomando conciencia de cuidar y proteger el

medio ambiente debido que hace algunos años el índice de contaminación ambiental por parte de las empresas fue muy alto. Algunas estrategias que emplearon fueron Anticiparse a marcos legislativos más restrictivos en materia ambiental, Optimizar recursos, Reducir necesidades materiales y energéticas, Mejorar la rentabilidad, Diferenciarse al disponer de argumentos sólidos de valor para los productos, procesos, actividades y servicios. Cabe resaltar el desarrollo sostenible es una garantía con impacto en el negocio, el compromiso con la sostenibilidad conlleva en la mejora de los resultados económicos, el aumento de la satisfacción del cliente y por ende en su fidelización. (Fernández, 2016)

2.2.1.2 Comportamiento Ambiental

Las acciones humanas individuales y colectivas han ejercido una presión inmensa sobre el planeta y las formas de vida que sustenta. Como la humanidad está contribuyendo palmariamente a la degradación del medio ambiente, a la rápida pérdida de diversidad biológica y al cambio climático, sus actuaciones también deben aportar las soluciones a esos desafíos. La educación puede desempeñar un gran papel en la necesaria transformación en sociedades más sostenibles ambientalmente, de consuno con iniciativas del gobierno, la sociedad civil y el sector privado. La educación conforma los valores y las perspectivas. (Lachira,2018). También contribuye a la adquisición de competencias, conceptos e instrumentos que pueden utilizarse para disminuir prácticas insostenibles o acabar con ellas. En la responsabilidad social y sostenibilidad empresarial el aspecto medioambiental es de aplicación a cualquier tipo de organización y no solo a aquellas cuya actividad tiene una clara relación con el uso de recursos naturales. (Vallejos, 2016)

Riquelme (2019) Algunas industrias, como por ejemplo la energética, tienen un impacto obvio medioambiental, pero en realidad toda organización genera impactos medioambientales. Estos impactos pueden ser negativos, cuando su actividad produzca

efectos adversos en el medio ambiente (como, por ejemplo, la generación de residuos), pero también positivos (como, por ejemplo, el proceso de reforestación de un bosque después de un incendio). Las empresas responsables son aquellas que integran la gestión ambiental en la gestión de la empresa con el objetivo de eliminar, ó al menos minimizar y mitigar sus impactos negativos en el medio ambiente y potenciar los positivos.

Una organización responsable enfoca su actividad de tal forma que potencia sus impactos medioambientales positivos y elimina o mitiga los negativos, lo cual mejorará su competencia y sostenibilidad. Los temas que una empresa debería considerar referente a aspectos medioambientales y las acciones que puede tomar al respecto, se pueden resumir como sigue:

Gestión ambiental: se refiere al proceso permanente y continuo, que se encarga de administrar los intereses y beneficios en relación a los objetivos del estado y de la política ambiental del país, con el único fin de hacer mejoras en los procesos de las empresas dando una mejor calidad de vida a la población, en nuestro país el ente encargado de gestionar este proceso es el ministerio del ambiente. (Riofrio, 2017)

Recursos renovables: son recursos que se pueden restaurar después de sus procesos, entre ellos tenemos la radiación solar, el aire, la energía eólica e hidráulica, estos recursos no corren el riesgo de agotarse a largo plazo, en cuanto a las MYPE considero deberían aplicar la reutilización de materiales como el papel que emplean en los apuntes, las maquinarias que cabe resaltar tienen un ciclo de vida que caduca, pero al efectuar este proceso están contribuyendo al medio ambiente y la sociedad. (Bustamante, 2018)

Responsabilidad ecológica: existen muchas teorías acerca de la definición de este concepto sin embargo a nivel empresarial se refiere al convenio que tiene que tener toda empresa con el medio ambiente. El respecto hacia el medio ambiente deberían aplicar todas las organizaciones empleando mecanismos de producción que deben aplicar para

minimizar los impactos que producen al medio ambiente, es importante que el empleado, el empleador y la comunidad en general están vinculadas en tomar conciencia y pongan en práctica alternativas más beneficiosas para minimizar los daños que se le está haciendo al medio ambiente, siempre teniendo ética ambiental que sin duda es un principio para cambiar el modo de actuar de mucha gente. (Casaverde, 2017)

2.2.2. Benchmarking

Espinoza (2017) Es un procedimiento que radica básicamente en un proceso continuo que se busca tomar como referencia a los productos, servicios, la atención a los clientes y otros elementos más que emplean las empresas líderes y posicionadas en el mercado. Para poder compararlas con las de tu empresa y asi adaptarlas e implantarle mejoras. Esto no se basa en copiar los procedimientos que hacen las demás empresas sino de instruirse y aprender de los procesos que hacen para establecer en tu empresa, cientos de empresas estudian aquellas estrategias y métodos de cómo crear una verdadera publicidad, aparte de eso como es el proceso de atención y de ventas, significando esto como puntos que toda empresa debe mejorar.

Jáuregui (2014) El benchmarking se refiere al procedimiento sistemático y continuo para determinar y evaluar los productos, servicios y técnicas de trabajo de las organizaciones que son básicamente reconocidas como las mejores en su rubro. Este procedimiento se realiza con el fin de analizar sus procesos de desempeño en la organización. (Spendolini, 2007). Seguido de lo mencionado el Benchmarking se basa prácticamente en la idea mejorar algo ya que en la actualidad es engorroso crear algo nuevo pues la mayoría de cosas están creadas. Pues muchas organizaciones no están aptas para gastar tiempo y lo más primordial que es dinero. En cuanto lo más sensato es tomar como guía y referencia los procesos de organizaciones que tengan una excelente posición en el mercado y adaptar las ideas mejorando y dándole requerimiento agregado. Hoy en

día el término Benchmarking lo relacionan con la idea espiar o copiar, pero lo cierto es que simplemente se trata de aprender de los mejor que realizan los demás, siempre realizando cambios y mejorarlos.

El benchmarking es un proceso estructurado y continuo para diagnosticar las operaciones de las organizaciones que son reconocidas como las mejores prácticas, cuyo propósito es realizar mejoras organizacionales, esto a llevado a que muchas empresas involucren una serie de acciones que defina los aspectos, problemas u oportunidades. Por ende, el benchmarking mide el desempeño, lleva conclusiones basadas en un análisis de la información recopilada estimulando cambios y mejoras en la organización. Para que la información del benchmarking sea significativa, debe ser considerada que implique actividad organizacional. (Llontop, 2016) Al referir de la palabra Benchmarking algunas personas lo relacionan como copiar o robar ideas de las grandes empresas o las de la competencia vale precisar en esto ya que es una herramienta de autoevaluación y evaluación comparativa del rendimiento de la organización, este proceso se puede utilizar como aprendizaje organizacional es por ello que para ser más competitivo en la actualidad es necesario hacer uso del benchmarking dado que proporciona estrategias que permiten identificar las mejores claves de éxito de la empresa, de manera que al implementarlas a la organización consiga ser una empresa líder y potencial dentro de su rubro de mercado, es evidente que es una herramienta válida para el aprendizaje organizativo y por tanto, para competir en un entorno en el que por sus características, el conocimiento y la capacidad para gestionarlas. (Gamboa, 2017).

El benchmarking es:	El benchmarking no es:
• Es un proceso continuo • Un proceso de investigación que proporciona información valiosa • Un proceso de aprendizaje de otros: búsqueda de ideas • Una herramienta viable que proporciona información útil para mejorar prácticamente cualquier actividad de negocios	• Un evento de un solo tiempo. • Un proceso de investigación que proporcione simples respuestas • Copiar o imitar • Fácil y rápido

Elaboración: propia

El Benchmarking es un proceso sistemático que busca evaluar corporativamente productos, servicios y/o proceso de trabajo en organizaciones que evidencien las mejores prácticas sobre un área donde se desea realizar él estudió, con el propósito de transferir el conocimiento de las mejores prácticas y de su aplicación, para poner en marcha su ejecución se plantean pasos a seguir:

1. Identificar qué proceso, área o productos queremos mejorar en nuestra organización.
2. Identificar las organizaciones que poseen este potencial y ver si la comparación pudiera servir.
3. Definir que indicadores nuevos y a medir.
4. Diseñar y elegir que método de recolección de datos se empleara.
5. Analizar las diferencias de lo medido con mi desempeño actual.
6. Fijar metas y tiempos de la nueva práctica.
7. Ejecutar la integración es esencial señalar que las nuevas prácticas deben de ser implementadas dentro de una estructura funcional existente.

8. Medir los resultados obtenidos
9. Fijar los periodos que se realizara el análisis ya que es un proceso continuo

TIPOS DE BENCHMARKING

- **Benchmarking interno:** es el procedimiento de comparación que se realiza dentro de la organización. Se emplea mayormente en empresas amplias que tienen departamentos que o grupos grandes que son ejemplos a seguir por sus buenas laborales que ejercen en la organización.
- **Benchmarking competitivo:** busca medir los productos, procesos y funciones de sus competidores directos. Para realizar una comparación y detectar algún problema y darle solución a mejoras que superen a los competidores.
- **Benchmarking funcional:** Se puede emplear en cualquier organización de cualquier industria. Básicamente este proceso es muy productivo dado que al no tratarse de empresas que no son competidoras directas no existe problema en la confidencialidad y se suele ofrecer la información necesaria para el estudio (Maneje,2018)

2.2.2.1 Proceso del Benchmarking

Hernández (2017) El benchmarking es un proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los de tu propia empresa y posteriormente realizar mejoras e implementarlas. Benchmarking es una herramienta para la mejora de las prácticas dentro de los negocios y así llegar a ser más competitivos dentro de un mercado cada vez más difícil, sin embargo, hay aspectos que es importante revisar. El beneficio que podemos obtener del benchmarking es la ayuda que nos presta para poder ampliar las expectativas y la confianza de nuestros clientes. Para poder llegar hasta ese punto las empresas

competitivas deben estar continuamente cambiando y adaptándose al mercado. Actualmente las empresas se enfrentan a mercados cada vez más globalizados y competitivos, lo que produce una dependencia constante de información sobre el desarrollo de nuevas metodologías de organización que les permitan absorber y adaptar rápidamente los cambios tecnológicos y estratégicos que se van produciendo en el mercado y en la economía mundial. Existen diversos modelos de benchmarking. El modelo de Robert Camp es uno de los principales y más utilizados. Camp creó un instrumento de aprendizaje que ayuda a las compañías a detectar que aspectos de la empresa se debe profundizar y nos proporciona una ayuda de cómo hacerlo, con el fin de realizar un adecuado proceso de benchmarking. Cabe precisar que plasmó 3 etapas de un proceso continuo y supervisado (Tineo, 2018):

a) **Fase de planificación:** El principal objetivo de esta fase es definir qué es lo que queremos investigar en nuestra compañía. Debe ser un objetivo que sea viable y factible, ya que, si ampliamos el ámbito de estudio, el margen de error puede ser alto, es por ello que se recomienda centrarse en un área específica. El primer paso es tener claro qué proceso de producción o servicio va a someterse al estudio del benchmarking. Mediante un proceso crítico se encontrarían aquellas áreas que necesitan una mejora. En el proceso se identificaría a aquellos factores que forman parte de actividades de la empresa, haciendo una base de datos donde se especifiquen la cantidad de recursos empleados. (Valenzuela, 2018)
b) **Fase de análisis:** Principalmente, esta fase consistirá en comprender como podemos adaptar a nuestra organización aquellas prácticas que nos permitan mejorar. El primer paso es determinar la brecha de desempeño actual. Consiste en identificar que prácticas realiza la competencia y que puedan beneficiar a nuestra compañía. Los resultados pueden determinar que tenemos una brecha negativa,

positiva o con operaciones en paridad; la primera de ella significa que las prácticas de nuestra competencia son mejores que las nuestras, ahora bien, si encontramos que nuestros procedimientos son mejores, entonces debemos realizar un estudio más amplio e interno. (Linares, 2018)

c) **Fase de integración:** Es el proceso en el que se fijan los objetivos a raíz de los hallazgos. Es importante que una vez formalizados y estructurados por los componentes del equipo de benchmarking, se realice un informe donde se ponga en conocimiento a nuestra competencia de las decisiones que se han llegado. Es importante establecer una estrategia de comunicación donde prevalezca la iniciativa de cambio con las mejores prácticas seleccionadas y explicar al socio en qué forma se llegarán a llegar a ella. El principal objetivo es transformar dichas prácticas en principios de operación que cambien los métodos y acciones que ocasionen un cierre de la brecha que existe en las dos compañías. Fase de acción Lo ideal sería que el benchmarking se convirtiese en un instrumento de planificación y el cual no se eliminará sus resultados, sino que fuera un continuo estudio. En esta fase el principal objetivo es transformar esos principios operacionales en acciones. Primero, se desarrollarían los planes de acciones. Consistirá en la elaboración de un plan de acción donde se especifiquen en qué modo o cómo se va a transcender los hechos. (Gómez, 2018). Cabe precisar que se ha estructurado diversos indicadores que forman parte del proceso del benchmarking entre estos están:

1. Indicador Métodos: Hace referencia a que estratégicas o técnicas emplear para efectuar un excelente proceso para potencializar a la MYPE, el benchmarking no se trata de simplemente copiar las ideas o procesos de la competencia, al contrario. El fin de aplicar esta técnica es aprender de lo que están haciendo las empresas líderes del mercado para ponerlo en marcha en tu empresa siempre añadiéndole mejoras, si se toma como referencia a un área en específico que destaca por su

buena labor, sus buenos objetivos es allí que tomamos como referencia sus estrategias que emplea, sus técnicas, sus métodos para posteriormente adaptarla siempre dándole un agregado que se diferencie de las demás. (de la cruz, 2017)

2. Mejoramiento empresarial: sin duda al aplicar técnicas como esta es con el único fin de mejorar y hacer crecer sus ventas, aumentar los niveles de eficiencia y eficacia de las empresas. al poner en marcha el benchmarking en tu MYPE conseguirás mejorar tus procesos de ventas, fortalecer ciertas áreas que carezcan de ideas, establecer nuevos objetivos e identificar donde se puede mejorar el rendimiento, dado que nos ayudara a conocer en qué área en que área tenemos que poner más atención y mejorar.
3. Planeamiento de estrategias: la recolección de datos e información para aplicar el benchmarking se debe planificar estrategias de cómo se conseguirá la información, a que fuentes se recurrirá para obtener la información. El planeamiento de estrategias como diseñar encuestas, obtener información valiosa a través de opiniones de clientes, conseguir información de internet, establecer acuerdos con las organizaciones lideres para acceder a información de sus empresas, acudir a investigaciones ya realizadas (Tesis, libros, periódicos).
4. Similitud empresarial: se refiere a la semejanza que tiene que tener las MYPE para tomar como referencia sus procesos, sus operaciones, sus objetivos, estrategias, etc. Lo más conveniente y recomendable tiene que ser del mismo rubro para así sea más fácil su proceso. Una de las recomendaciones que se tiene que tener en cuenta es tomar como referencia los procesos de las empresas líderes, pero siempre estableciendo un agregado extra para diferenciarse de las demás. (Cárdenas, 2017)

2.2.2.2 Estándares de comparación

Los estándares básicamente son puntos de referencia respecto de los cuales se mide el desempeño real o anhelado. En condiciones operativas simples, un administrador podría ejercer el control mediante una cuidadosa observación personal del trabajo que se realiza; sin embargo, en la mayoría de las operaciones esto no es posible por su complejidad y el hecho de que tiene mucho más cosas que hacer que prestar atención personalmente el desempeño todo el día.(Koontz, 2007) Del mismo modo se referencia al estándar como esquemas que pueden ser determinados como mecanismos de mesura que sirven como modelo, guía o patrón con base en la cual se efectúa el control. Los estándares representan el estado de ejecución deseado, de hecho, no son más que los objetivos definidos de la organización. (Galindo,2018) La valorización y estandarización de una organización que requiere técnicas y métodos de mejora en este sentido es muy transcendental realizarse las siguientes preguntas:

• Qué se está haciendo

• Por qué se está haciendo y proponiendo estándares de comparación para los bienes y servicios en las MYPES Comerciales en este caso sería del rubro bodegas.

• para que se está haciendo

Los indicadores elaborados para la dimensión estándares de adaptación cumplen un rol muy importante debido que se emplean para que el proceso continuo vaya correctamente entre estos esta las **estrategias:** radica en si en adecuar el producto o servicio a las diferentes insuficiencias y condiciones de cada mercado. Cuando se elige este tipo de estrategia es porque el mercado está básicamente afrontando una competencia muy profesional. Por ejemplo, existen diferencias legales en cada país en cuanto producto, envase y embalaje que obligan a realizar distintas adaptaciones para poder encajar y

vender productos. Del mismo modo hay que tener en cuenta que los consumidores no se comportan exactamente igual en todos los mercados, aun cuando los medios de comunicación pareciera que los unificaran. Igualmente, la diferencia en los usos del producto, en el cómo y en el momento que se utilizan favorece la adaptación. Por último, la cognición principal para escoger la estrategia de adaptación, es porque las barreras culturales alcanzan mayor importancia para la mercantilización de los productos. (Martínez, 2017)

Adaptación: La adaptación de un producto y entre otras tenemos el idioma, en la estética, en las costumbres, creencias y valores, son factores importantes que se deben considerar en la comercialización y que compelen la adaptación del producto al mercado. De acuerdo con cambios en el producto, se debe primero responder a ciertas preguntas relacionadas con los consumidores potenciales y usuarios, condiciones ambientales, ordenaciones del gobierno, competencia, y las contribuciones esperadas en ganancias de una determinada adaptación. Algunas de ellas son: ¿Quién compra el producto?, ¿Quién usa el producto?, ¿Cómo se usa el producto?, ¿Dónde se compra el producto?, ¿Cómo se compra el producto?, ¿Por qué se compra el producto?, ¿Cuándo se compra el producto? (Gomez,2019)

Mecanismos de mesura: el Benchmarking como un mecanismo activo es para mantenerse actualizadas en las prácticas más modernas del negocio. Planificación estratégica, desarrollo de planes a corto y a largo plazo entre estos mecanismos están los pronósticos las tendencias de las predicciones en áreas comerciales pertinentes, nuevas ideas, aprendizaje funcional y comparaciones con competidores u organizaciones

En planteamiento de las preguntas se precisa con el fin de mejorar básicamente el otorgamiento y proceso de cómo operan las organizaciones que son líderes en el mercado. Usualmente las organizaciones toman como referencia los procesos que tienen mayor

transcendencia en el mercado ya que están de una u otra forma bien posicionados (Fernández, 2008) La adaptación y ajuste del producto y/o servicio es el proceso por el cual éste se modifica para que sea bien acogido por diferentes clientes o mercados existentes. Las estrategias de adaptación son particularmente sustanciales para empresas que exportan sus productos La adaptación es también importante para empresas que quieren implantar nuevos productos en nuevos mercados, pero no tienen los recursos o medios suficientes para desarrollar artículos completamente nuevos. (Jiménez, 2016)

A. Con el ambiente macro: Geografía, clima, economía, sociocultural, político/legal.

B. Con las regulaciones del gobierno: Tarifas, etiquetado, patentes/marcas, impuestos.

C. Con respecto a la competencia: Precio, rendimiento, protección de la patente y empaque.

D. Con el producto de la compañía: ¿Cuáles deben ser los atributos físicos? (tamaño, diseño, materiales, peso, color, otro) ¿Cuál debe ser los atributos de su empaque? (protección, color, diseño, nombre de marca, otro), ¿Cuáles deben ser los atributos de su servicio? ¿Cuál es la contribución esperada de las ganancias por cada adaptación del producto? (Tineo, 2018)

Carrasco (2017). El proceso de adaptación es la técnica que refleja modificaciones favorables y que sean bien acogidas por los diferentes clientes y por el mercado. Una estrategia de adaptación es particularmente importante para empresas que exportan sus productos, ya que así aseguran que éstos cumplen con la demanda que cliente exige la adaptación es también relevante para las organizaciones que quieren introducir nuevos productos y/o servicios en nuevos mercados, pero no tienen los recursos o medios suficientes para desplegar formas completamente nuevas y novedosas.

III.- HIPÓTESIS

Según Tamayo (2016) La presente Investigación es te tipo Descriptiva el cual se trabajará sobre las realidades de los hechos para describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Busca básicamente describir situaciones o acontecimientos; esencialmente no está interesado en comprobar explicaciones, es por ello que no se utilizara hipótesis, ni en hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen y realizan por encuestas (Formularios).

IV.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Nivel de la investigación

La investigación fue de nivel descriptivo dado que se refirió a situaciones y sucesos. Es decir, cómo se da y como se exterioriza un concluyente fenómeno. Asimismo, para Dankhe (2018) Por consiguiente, los estudios descriptivos buscan especificar y detallar las propiedades importantes de los hechos de la investigación como. Grupos, comunidad, o cualquier otro fenómeno que haya sometido a análisis y estudios. El proceso de la descripción no es únicamente la obtención y la acumulación de datos y su tabulación proporcionada.

4.2 Tipo de investigación

La investigación fue de tipo cuantitativo dado que se exploró y examinó datos de manera científica. De forma numérica, con asistencia y ayuda de datos, de tal forma se reunieron y examinaron los datos sobre las variables. Asimismo, se referenció que para que se emplee el tipo Cuantitativo de la investigación debe haber claridad entre las recapitulaciones y características de investigación desde donde se inició hasta donde concluye, el abordaje de los datos estadísticos, se le determina significado numérico. (La Rosa, 2017).

4.3 Diseño de la investigación

En la investigación se empleó el diseño de la investigación experimental debido ya que se realizó sin manipular deliberadamente las variables, esto se refiere en que se basa en la observación y hechos y fenómenos tal como se da en su contexto natural, para abordar más sobre el diseño de la investigación he concurriendo al autor Martins (2018) Detalló que el diseño no experimental es el que se efectúa sin manipular en forma deliberada ninguna variable. Se basa primordialmente en la

observación y análisis del fenómeno u hecho tal y como seda en su argumento natural para examinarlo y analizarlo con posterioridad.

4.4 Población y muestra

4.4.1 Población: Una población se precisó como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes. Se puede clasificar según la cantidad de individuos, objetos, etc. Que la conforman. Y poseen variables estadísticas. (Cadenas, 2019)

4.4.2 Muestra: Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros. La muestra es una parte representativa de la población. (Cadenas, 2019)

Para la variable sostenibilidad (Clientes). En la ejecución del proyecto se recurrió a los clientes de las MYPE rubro bodegas, plasmando una población INFINITA con una muestra de 150 clientes. dado que se desconoce el tamaño y no se tiene la posibilidad de determinar o construir un marco muestral, de tal forma. Sánchez (2018) Define la población finita como el conjunto compuesto por una cantidad ilimitada de elementos es decir cuando no es posible especificar o registrar cuantos y quienes lo conforman.

Para la variable Benchmarking (Propietarios): Estuvo dirigida a los propietarios de las MYPE rubro Bodegas, teniendo como muestra 5 MYPE y una población FINITA para esta variable dado que se conocen el número de MYPE y es posible hacer una contabilización de ellas para trabajar, además señala. Ramírez (2017) La población infinita es aquella cuyos elementos en su totalidad son identificables por el

investigador, por lo menos desde el punto de vista del conocimiento que se tiene sobre su cantidad total.

Cuadro 1: con relación a las MYPE.

Ítems	Nombre de la MYPE	Dirección	N° de RUC
1	Bodega “Xd”	Urbanización. San José S/N- Veintiséis de octubre	XXXXXX
2	Bodega “AA”	Urbanización. San José- Veintiséis de octubre	XXXXXX
3	Bodega “RD”	Urbanización. San José S/N- Veintiséis de octubre	XXXXXX
4	Bodega “CR”	Urbanización. San José S/N- Veintiséis de octubre	XXXXXXX
5	Bodega “OO”	Urbanización. San José xx- Veintiséis de octubre	XXXXXXX

Elaboración: Propia.

MUESTREO NO PROBABILÍSTICO POR CONVENIENCIA

Se aplicó este tipo de muestreo dado que los elementos son elegidos a juicio y criterio del investigador. de esta forma se seleccionó una muestra de 150 dado que por criterio y fácil accesibilidad adjudicó este tipo de muestreo, además como bien se sabe por la situación que el mundo está atravesando de la covid-19. es un riesgo la sobreexposición de los clientes y del investigador, Sin embargo, Asimismo Álvarez (2018) mencionó que no se conoce la probabilidad con la que se puede seleccionar a cada individuo es decir están convenientemente disponibles para el estudio. Esta muestra se selecciona debido que son factibles y fáciles de reclutar y estudiar. Esto significa que se ha seleccionado una parte de la muestra para ser objeto de estudio para la recolección de datos. Cuando se utiliza esta técnica, se pueden observar hábitos, opiniones, y puntos de vista de manera más fácil. Además de esto es la técnica de muestreo que se utiliza de manera más común, ya que es extremadamente rápida, sencilla, económica y, además, los

miembros suelen estar accesibles para ser parte de la muestra. A diferencia de las técnicas de muestreo probabilístico, el muestreo por conveniencia no requiere pasar por una lista de verificación ni se pide aplicar formulas estadísticas para hallar el total de la muestra. Por su parte, las muestras no probabilísticas se caracterizan porque la elección de los elementos muestrales, no depende de la probabilidad; sino de causas relacionadas con las características consideradas por el investigador. Aquí, el procedimiento no es mecánico, TAMPOCO TIENE POR BASE EL EMPLEO DE FÓRMULAS DE PROBABILIDAD, VA A DEPENDER DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES del o los investigadores En el caso de este método de muestreo, la recopilación de información y de datos críticos es mucho más simple. (Corral, 2018)

Cuadro 2: Fuente de información

FUENTE DE INFORMACIÓN	POBLACION	MUESTRA
Clientes	Infinita	150
Propietarios de las MYPE	Finita	5

Elaboración: Propia

Criterios de inclusión

• Propietarios y propietarias de las MYPE rubro bodega en el ámbito zonal de la calle 1 de la Urbanización San José- Veintiséis de octubre.

• Su generosa colaboración y participación por parte de los clientes y/o propietarios

• Que tenga características y condiciones con lo que se requiere en la investigación

Criterios de exclusión

• Que se reúse a brindar información

• El poco tiempo disponible por parte de los propietarios y propietarias para atenderme

• Personal recientemente contratado.

4.5. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Tabla 1: Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Fuente	Escala	Metodología
Sostenibilidad	Es la capacidad de desarrollar productos y servicios diseñados para que desde su creación hasta el final de su vida útil sean beneficiosos para el medio ambiente (Salvador, 2017)	Indicadores que miden la sostenibilidad	Económico Ambiental Social Grado de satisfacción	La dimensión "indicadores que miden la sostenibilidad" se medirá con los indicadores: Económico, Ambiental, Social, Grado de satisfacción.	Cliente	Nominal	Tipo: Cuantitativo Nivel: descriptivo Diseño: No experimental Instrumento: cuestionario
		El comportamiento ambiental	Gestión ambiental Recursos renovables Responsabilidad ecológica.	La dimensión "El comportamiento ambiental" Se medirá con los indicadores: Gestión ambiental, Recursos renovables, responsabilidad ecológica			
Benchmarking	Es un procedimiento sistemático y continuo para determinar y evaluar los productos, servicios y técnicas de trabajo de las organizaciones que son básicamente reconocidas como las mejores en su rubro. Este procedimiento se realiza con el fin de analizar sus procesos (Spendolini, 2017)	El proceso del benchmarking	Métodos. Mejoramiento empresarial. Planteamiento de estrategias Similitud empresarial	La dimensión "Proceso del benchmarking" se medirá con sus indicadores: Métodos Mejoramiento empresarial, Planteamiento de estrategias, Similitud empresarial. Con la técnica encuesta e instrumento cuestionario.	propietarios	Nominal	
		Estándares de comparación	estrategias Adaptación Mecanismos de mesura	La dimensión "Estándares de comparación" Se medirá con sus indicadores: Estrategias, Adaptación, Mecanismos de mesura Con la técnica encuesta e instrumento cuestionario			

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Sánchez (2017) **La encuesta** es una técnica empleada en el sector de la investigación que favorecen la obtención de datos necesarios para el correcto análisis de ciertos temas. Hacen que el procedimiento para conseguir esa información sea más rápido y eficaz.

Para la elaboración de la investigación se empleó la técnica de la encuesta, De esta manera, en la investigación se busca recolectar datos por medio de un cuestionario que fue diseñado. Los datos se adquirieron a partir de la realización de un total de 24 preguntas normalizadas dirigidas a una muestra específica, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Fidia (2016) **El Cuestionario** se refiere al instrumento empleado que se utiliza básicamente a obtener y recoger datos durante un trabajo de campo, en ciertas indagaciones cuantitativas.

El instrumento que se utilizó es el cuestionario. Asimismo, se obtuvo a partir de la operacionalización de las variables, se utilizó un listado de 12 preguntas dirigidas a los propietarios de las MYPE, de igual manera el cuestionario dirigido a los clientes, con un total de 12 preguntas a fin de que las contesten, con una escala nominal, Para la realización acudí a expertos para la respectiva validación.

Cabe resaltar que la encuesta aplicada se requirió la ayuda de 5 encuestadores incluyendo al investigador como se observa en el cuadro. Por el motivo de la pandemia de la covid-19 me vi en necesidad de pedir ayuda en la realización de la encuesta, para no sobreexponerme en tener contacto con el total de muestra de la investigación.

Cuadro N°3: Ejecución de la encuesta

EJECUCIÓN DE LA ENCUESTA EN LAS MYPE RUBRO BODEGAS			
MYPE		**CLIENTES**	**ENCUESTADORES**
	1	30	1
	1	30	1
	1	30	1
	1	30	1
	1	30	1
Total	**5**	**150**	**5**

Elaboración: Propia

4.7 Plan de análisis

Una vez recopilados los datos, se tabuló y graficó ordenándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó la estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, utilizando el programa Excel y procesos a Microsoft. Luego se realizó el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario) que fue validado con el método juicio del experto.

4.8. Matriz de consistencia

Tabla 2 Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica/ instrumento	Fuente
Sostenibilidad y Benchmarking en las MYPE rubro bodega, de la calle 1, de la urbanización San José, Veintiséis de octubre, año 2021	¿Qué características tiene la Sostenibilidad y Benchmarking en las MYPE rubro bodega, de la calle 1, de la urbanización San José, Veintiséis de octubre, año 2021?	General: Identificar las características tiene la sostenibilidad y benchmarking en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1, de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021.					
		(a)Determinar los indicadores que miden la sostenibilidad en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1 de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021.	Sostenibilidad	Indicadores que miden la sostenibilidad	Económico, Ambiental, Social, Grado de satisfacción, Rentabilidad	Encuesta/ Cuestionario	Cliente
		(b)Identificar el comportamiento ambiental de la sostenibilidad en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1, de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021.		El comportamiento ambiental	Gestión ambiental, Recursos renovables, Responsabilidad ecológica.		
		(c)Conocer el proceso del benchmarking en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1 de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021.	Benchmarking	El proceso del benchmarking	Métodos., Mejoramiento de producción, Planteamiento de estrategias, Similitud empresarial		propietarios
		(d)Describir los Estándares de Comparación en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1 de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021.		Estándares de comparación	Desempeño, Control, Estrategias, Mecanismos de mesura		

4.9 Principios éticos

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS DE LOS CRITERIOS
Principio protección a las personas:	Para la ejecución del trabajo se tomaron medidas para salvaguardar la identidad de las personas que colaboraron en emitir información de manera voluntaria, asimismo informándoles que, si veían conveniente parar o pausar el proceso de la formulación del cuestionario se haría sin ningún perjuicio, además comunicándoles en su primer momento en proteger su identidad, confidencialidad y privacidad. Y asimismo al inicio se emitió un documento a los propietarios de las MYPE sugiriendo el permiso correspondiente para ejecución de la investigación.
Beneficencia no maleficencia.	Para el desarrollo de la investigación se tomó todas las medidas necesarias para cuidado y protección dadas las circunstancias que estamos atravesando se estructuro protocolos de bioseguridad hacia las personas que fueron participes (Propietarios, clientes) para la obtención de información de datos al momento de aplicar la encuesta, cabe resaltar que para la aplicación de la encuesta fueron 5 encuestadores incluyéndome para evitar la sobreexposición y mantener siempre los cuidados necesarios. En cuanto al proceso de validaciones estas fueron de manera virtual para salvaguardar la salud de los validadores.

Justicia	Se empleó la equidad en todo momento a favor de los participantes dado que se les dio a conocer que la información y el tema en estudio seria materia de visualización e información para ellos, Dándoles a saber que si querían conocer la información emitida estaría a disponible y a libre disposición en el repositorio de la página web de la universidad, asimismo indicándoles como ingresar para que tengan acceso total a ello.
Integridad científica	Se les comunico a los participantes que toda la información veraz que emitieron es de carácter privado dado que se tiene que velar el respecto, honradez y honestidad del investigador hacia los participantes.
Libre participación y derecho a estar informado.	Los participantes fueron informados en todo momento sobre el tema y el motivo del estudio que estaba realizando, asimismo se comunicó que ellos estaban en su total derecho de su libre participación el cual, de manera amable, Cortez y agradeciendo su gran ayuda participaron de manera voluntaria en resolver las interrogantes que anteriormente había diseñado para la obtención de información.
Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad	La investigación que se realizó no se incluyó a ningún participante que involucre a este con el fin de disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios. se respetando toda acción que involucre al medio ambiente y biodiversidad en estudio.

Elaboración: propia

V.- RESULTADOS

5.1 Resultados

Cuadro 4: Características demográficas

Características	Frecuencia	Porcentaje
Género		
Masculino	2	40
Femenino	3	60
Tipo de empresa		
EIRL	5	100
SRL	0	0
SA	0	0
Edad de propietario		
18 a 25 años	0	0
26 a 45 años	1	20
46 a 50 años	2	40
Más de 50 años	2	40
Años en el negocio		
Menos de 05 años	3	60
Hasta 10 años	1	20
Más de 10 años	1	20

Fuente: Cuestionario aplicado al Propietarios

Interpretación: en el cuadro denominado “Caracteristicas demograficas” Se observa que el 60% de los de los propietarios de las MYPE son de género femenimo , asimismo el 100% de los encuestados tienen como tipo de empresa a una E.I.R.L que comúnmente es individual, del tal forma el 40% de los propietarios de las MYPE tienen una edad promedio de 46 a 50 años asimismo de mas de 50 años equivalente a un 40%, además el 60% de los encuestados tiene mas de 5 años en el rubro.

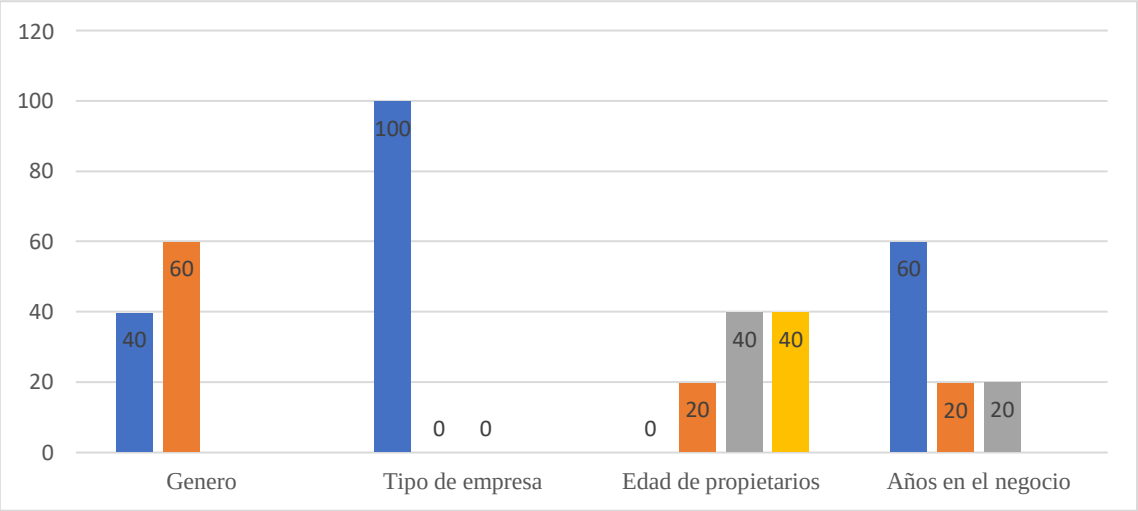


Figura: Grafico de barras que representa los datos demograficos

5.1.1 Objetivo General: Identificar las características tiene la sostenibilidad y benchmarking.

Tabla General: Identificar las características tiene la sostenibilidad y benchmarking.

Ítem	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
1 Realizar programas sociales como ayudar a comunidades	150	100	0	0	150	100
2 Las MYPE que colaboran con el medio ambiente deberían ser premiadas	145	97	5	3	150	100
3 El gobierno debería educar a los propietarios de las MYPE en el tema de la sostenibilidad	140	93	10	7	150	100
4 Las MYPE deberían reutilizar sus recursos	135	90	15	10	150	100
5 El benchmarking potenciaría sus ventas	4	80	1	20	5	100
6 Tiene conocimiento las similitudes con su competencia	4	80	1	20	5	100
7 Técnica de visualización para llamar la atención de los clientes	5	100	0	0	5	100
8 Benchmarking es un mecanismo que se debe de estar monitoreando con frecuencia	4	80	1	20	5	100

Fuente: Cuestionario

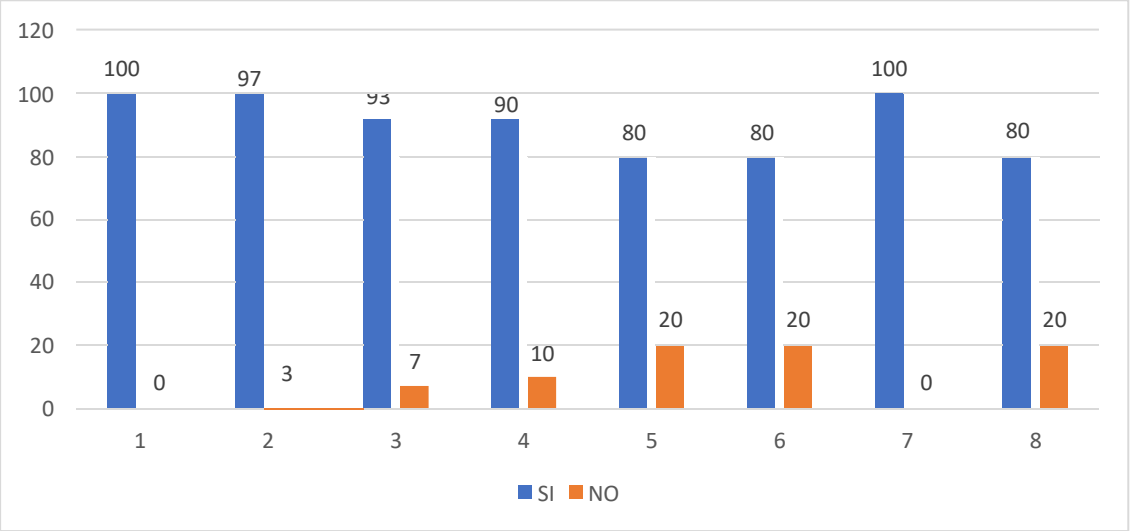


Figura: Grafico representativo de las características de sostenibilidad y Benchmarking

Interpretación: en la tabla y figura con relación al objetivo general denominado "Identificar las características tiene la sostenibilidad y benchmarking", se observa que las principales características en relación a la sostenibilidad es realizar programas sociales como ayudar a comunidades que el total de los encuestados equivalentes al 100% están de acuerdo que las MYPE realicen programas sociales para ayudar. Asimismo, la otra característica es en que las MYPE que colaboran con el medio ambiente deberían ser premiadas el 97% está de acuerdo en eso. Además, una característica relevante de la sostenibilidad es que el gobierno debería educar propietarios de las MYPE en el tema de la sostenibilidad el 93% de los encuestados está de acuerdo que el estado eduque más a los propietarios. Igualmente haciendo mención de las características se establece si las MYPE deberían reutilizar sus recursos el 90% está en total acuerdo que reutilicen sus insumos. En cuanto a las principales características en relación al benchmarking estas son el benchmarking potenciaría sus ventas el 80% afirma que si es posible, también tiene conocimiento las similitudes con su competencia el 80% conoce de las similitudes de su competencia, precisando otra característica en la Técnica de visualización para llamar la atención de los clientes el total de los encuestados equivalente al 100% afirma que es muy efectivo, finalmente el benchmarking es un mecanismo que se debe de estar monitoreando con frecuencia el 80% considera que sí.

5.1.2. Objetivo 1: Determinar los indicadores que miden la sostenibilidad.

Tabla 1: Indicadores que miden la sostenibilidad.

Ítem	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
1 Las MYPE se preocupan más en generar ingresos que en el cuidado del medio ambiente?	115	77	35	23	150	100
2 Sancionar económicamente a las Bodegas que contaminen.	135	90	15	10	150	100
3 Las MYPE que colaboran con el medio ambiente deberían ser premiadas	145	97	5	3	150	100
4 Realizar programas sociales como ayudar a comunidades	150	100	0	0	150	100
5 Califica la basura que genera en su propio hogar	105	70	45	30	150	100
6 Conoce las consecuencias de la contaminación ambiental	100	67	50	33	150	100
7 Se sentiría satisfecho que las MYPE contribuya con el reciclaje	140	93	10	7	150	100

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente

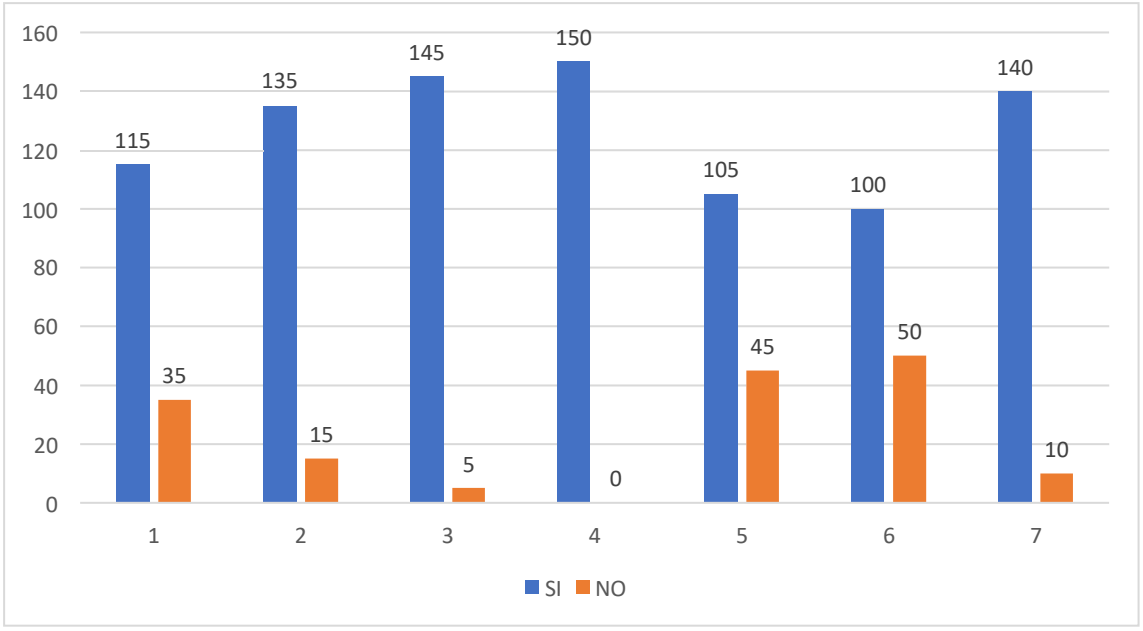


Figura 1: Grafico de barra que representa al objetivo “Indicadores que miden la sostenibilidad”

Interpretación: En la tabla y figura 1 denominada Las MYPE se preocupan más en generar ingresos que en el cuidado del medio ambiente se obtuvo que el 77% de los encuestados considera que las empresas se enfocan más en generar ingresos que en el medio ambiente, asimismo el 90% está de acuerdo en que sancionen a las Bodegas que contaminan el medio ambiente. Además, el 97% de los encuestados está de acuerdo que se les premie a las MYPE que contribuyan con el medio ambiente, precisando que el 100% consideran que las empresas deberían ayudar a comunidades donando productos, obteniendo que el 70% si califica su basura en su hogar, además el 67% está informado en cuales son las consecuencias de la contaminación ambiental, finalmente el 93% se sienten satisfechos que las MYPE contribuyan con el tema del reciclaje.

5.1.2. Objetivo 2: Comportamiento ambiental

Tabla 2: comportamiento ambiental

Ítem	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
1. Fiscalizar y gestionar a las bodegas para una buena calidad de vida y servicio	128	85	22	15	150	100
2 Las MYPE forman parte de los responsables de los problemas ambientales	115	77	35	23	150	100
3 Las MYPE deberían reutilizar sus recursos	135	90	15	10	150	100
4 Las Bodegas deberían prohibir el uso de bolsas plástica	125	83	25	17	150	100
5.- El gobierno debería educar a los propietarios de las MYPE en el tema de la sostenibilidad	140	93	10	7	150	100

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente

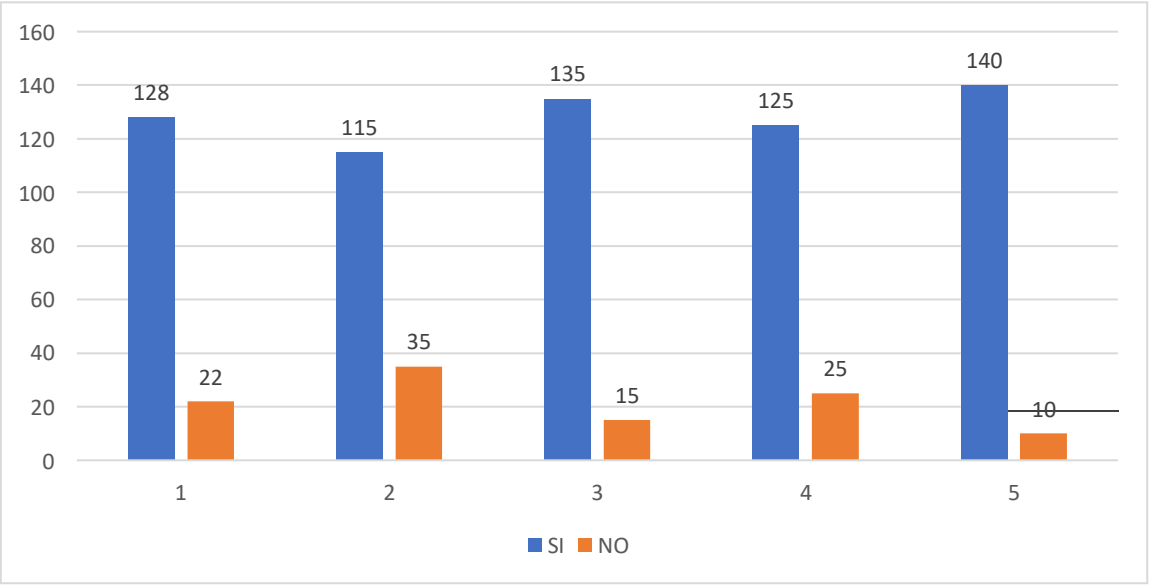


Figura 2: Grafico de barra que representa al objetivo "Comportamiento Ambiental"

Interpretación: En la tabla y figura 2 denominada "comportamiento ambiental", se observa que el 85% de los encuestados considera que se debe fiscalizar y gestionar a las bodegas para ofrecer una buena calidad de vida y de servicio , asimismo el 77% menciona que las MYPE forman parte de las responsables en la contaminación del medio ambiente, además el 90% está de acuerdo en que las empresas reutilicen sus recursos, precisando que el 83% de los encuestados está a favor que las MYPE no entreguen bolsas de plástico, finalmente el 93% considera que tienen que educar a los propietarios de las MYPE en el tema de la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.

5.1.3. objetivo 3: El proceso del benchmarking

Tabla 3: El proceso del benchmarking

Ítem	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
1 Toma como referencia los supermercados	3	60	2	40	5	100
2 El benchmarking potenciaría sus ventas	4	80	1	20	5	100
3 Benchmarking funcionaria para llevar al éxito a su MYPE	3	60	2	40	5	100
4 Cuenta con un plan de trabajo	3	60	2	40	5	100
5 La encuesta es una buena estrategia para la recolección de datos	2	40	3	60	5	100
6 Tiene conocimiento las similitudes con su competencia	4	80	1	20	5	100
7 Comparar su proceso de atención	3	60	2	40	5	100

Fuente: cuestionario aplicado al propietario

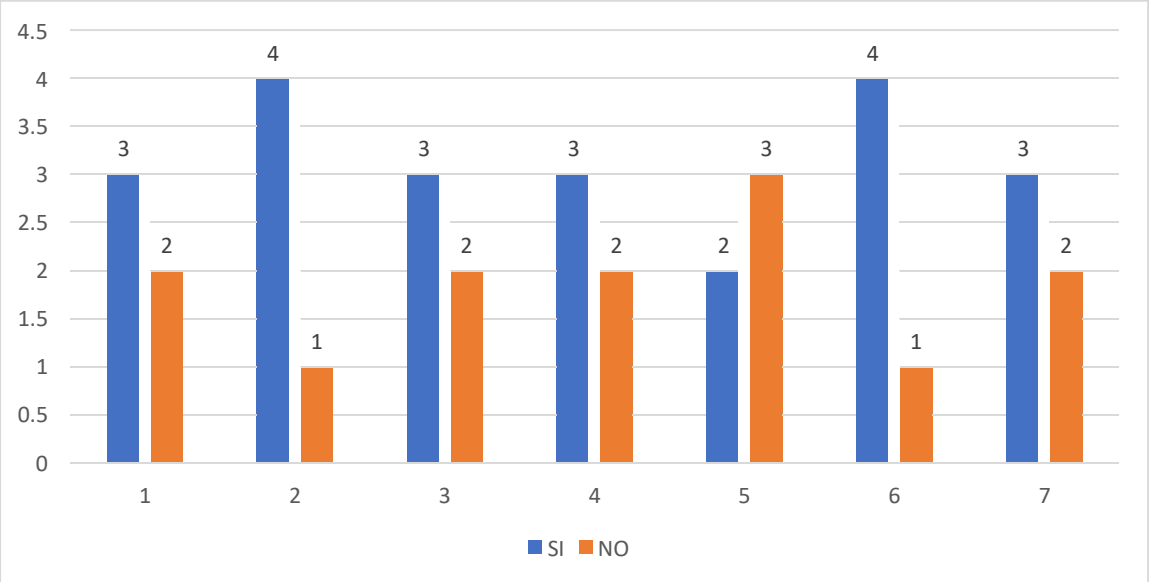


Figura 3: Grafico de barra que representa al objetivo “El proceso del benchmarking”

Interpretación: En la tabla y figura 3 denominada "El proceso del benchmarking" se observa que el 60% de los encuestados si toma como referencia los procesos de los supermercados de tal forma el 80% de los propietarios si cree que el proceso del benchmarking potencializaría sus ventas, asimismo el 60% considera que si funcionaria aplicar correctamente el proceso de benchmarking hasta el punto de llevar al éxito a la MYPE, además el 60% de propietarios si cuenta actualmente con un plan de trabajo, cabe resaltar que el 60% está en desacuerdo en la encuesta es un buen instrumento para la recolección de datos, además el 80% de los encuestados si tiene conocimiento de cuáles son sus similitudes con las de la competencia, también el 60% de los encuestados considera que sería buena opción comparar sus procesos con los de las empresas líderes.

5.1.4. objetivo 4: Estándares de comparación

Tabla 4: Estándares de comparación

Ítem	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
1 Contrataría a un asesor para realizar un correcto proceso	4	80	1	20	5	100
2 Adaptar y darle un valor agregado a productos	4	80	1	20	5	100
3 Técnica de visualización para llamar la atención de los clientes	5	100	0	0	5	100
4 Mecanismos del benchmarking son las, nuevas ideas, aprendizaje y comparaciones	3	60	2	40	5	100
5 Benchmarking es un mecanismo que se debe de estar monitoreando con frecuencia	4	80	1	20	5	100

Fuente: cuestionario aplicado al propietario

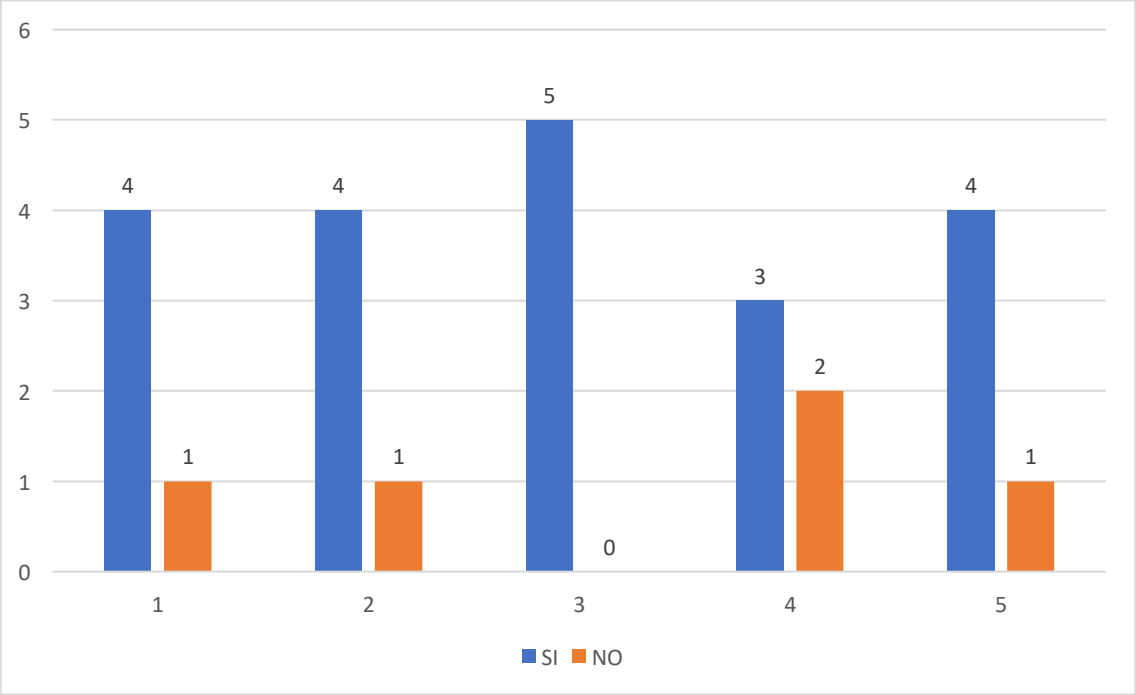


Figura 4: Grafico de barra que representa al objetivo “Estándares de comparación”

Interpretación: En la tabla y figura 4 denominada “Estándares de adaptación”, se observa que el 80% de los encuestados si está de acuerdo en contratar a un asesor para realizar un excelente procedimiento del benchmarking, asimismo el 80% considera que sería buena opción adaptar y darle un valor agregado al producto. Por otro lado, el 100% de los encuestados considera que es primordial y buena idea colocar los productos en lugares estratégicos que llame la atención y la mirada de los clientes, además el 60%considera que los principales mecanismos del benchmarking son las nuevas ideas, aprendizaje y comparaciones, asimismo el 80% menciona que el benchmarking es un mecanismo que se debe de estar monitoreando a menudo para que salga todo de manera correcta.

5.2 ANALISIS DE RESULTADOS

5.2.1 Objetivo específico 1: Determinar los indicadores que miden la sostenibilidad en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1 de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021.

Las MYPE se preocupan más en generar ingresos que en el cuidado del medio ambiente se obtuvo que el 77% de los encuestados considera que las empresas se enfocan más en generar ingresos que en el medio ambiente, coincidiendo con Gamboa (2019) Hace referencia al crecimiento económico que sostiene una empresa, siempre con respeto por los recursos naturales, reducción progresiva de la huella ecológica de los productos (en su ciclo completo) y riqueza distribuida de forma equitativa. interiorizando las buenas prácticas a todos los niveles de la estructura interna de la empresa sin poner en primera línea los intereses económicos. Haciendo mención con los indicadores se plasma si se debe sancionar económicamente a las MYPE que contaminen el 90% está de acuerdo en que sancionen a las empresas que contaminan el medio ambiente. Esta concuerda la investigación de Barcellos (2017) que precisa con las leyes impuestas por generar deterioros o contaminar están estrictas ya que deberán pagar un monto económico y además de eso reparar los daños causados. Estas medidas impuestas por el ministerio del ambiente. La necesidad de dar respuesta a unas cuestiones que son relevantes para las organizaciones, no sólo con el objeto de obtener unos beneficios en términos financieros, sino, además, para garantizar la supervivencia. (Giraldo, 2016), de igual manera realizar programas sociales como ayudar a comunidades el 100% consideran que las empresas deberían ayudar a comunidades donando productos, en concordancia con Gamboa (2019)refiere a la relación sostenible entre la dimensión humana con la organización, es decir hacer labores que beneficien a la sociedad, esto coincide con el antecedente de Atarama (2018) En efectuar programas de trabajo social

que fundamentalmente se piense en el desarrollo humano, el desarrollo de comunidades. Continuando con el análisis se hace mención que califica la basura que genera en su propio hogar, obteniendo que el 70% si califica su basura en su hogar. Chávez (2020), realizó una investigación donde menciona en fomentar la inclusión y el ahorro de suministros, pero sólo la mitad tiene algún programa de reciclaje o práctica la reutilización de recursos. Gonzales (2018) El servicio de sostenibilidad que brinda a las MYPE rubro abarrotes en relación al reciclaje es básicamente importante para el cuidado del medio ambiente debido a los requerimientos del cliente. Asimismo en la tabla Conoce las consecuencias de la contaminación ambiental el 67% está informado en cuales son las consecuencias de la contaminación ambiental, esto concuerda con Barcellos (2017} donde menciona que teniendo conocimiento del deterioro que se producía al medio ambiente, todo ello como consecuencia del conjunto de actividades humanas que afectan a los recursos naturales y de esta forma, perjudican al entorno que nos rodea asimismo yendo a las bases teóricas las acciones humanas individuales y colectivas han ejercido una presión inmensa sobre el planeta y las formas de vida que sustenta. Como la humanidad está contribuyendo palmariamente a la degradación del medio ambiente, a la rápida pérdida de diversidad biológica y al cambio climático, sus actuaciones también deben aportar las soluciones a esos desafíos (Lachira, 2018).

5.2.2 Objetivo específico 2: Identificar el comportamiento ambiental de la sostenibilidad en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1, de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021.

Respecto al comportamiento ambiental, tenemos la tabla se sentiría satisfecho que las MYPE contribuya con el reciclaje el 93% se sienten satisfechos que las MYPE contribuyan con el tema del reciclaje. Chávez (2020), realizó una investigación donde menciona en desarrollar estrategias como el reciclaje o la reutilización de recursos. Del

mismo modo se menciona las MYPE rubro bodegas las fiscalicen y gestionen para que no contaminen con el fin de dar una mejor calidad de vida a la población y un buen servicio de atención el cual el 85% de los encuestados considera que se debe de fiscalizar y gestionar para dar una mejor calidad de vida y un buen servicio de calidad, cabe precisar que Rodriguez (2018) Menciona en las bases teóricas que el gobierno tiene que cumplir y hacer cumplir las leyes establecidas a favor del medio ambiente, es decir estar supervisando a menudo a las empresas para que la sostenibilidad de manera correcta por el bien de la humanidad. Es asi que en el antecedente de Aquino (2019) precisa que en relación a los objetivos del estado y de la política ambiental del país, con el único fin de hacer mejoras en los procesos de las empresas dando una mejor calidad de vida a la población, en nuestro país el ente encargado de gestionar este proceso es el ministerio del ambiente. Siguiendo con el análisis se menciona que las MYPE forman parte de los responsables de los problemas ambientales, el 77% menciona que las empresas son las más responsables en la contaminación del medio ambiente. El cual Fernández, (2016) no concuerda en los índices obtenidos y precisa lo siguiente la gran mayoría de las empresas hoy en día está tomando conciencia de cuidar y proteger el medio ambiente debido que hace algunos años el índice de contaminación ambiental por parte de las empresas fue muy alto. Algunas estrategias que emplearon fueron Anticiparse a marcos legislativos más restrictivos en materia ambiental, Optimizar recursos, Reducir necesidades materiales y energéticas, Mejorar la rentabilidad, Diferenciarse al disponer de argumentos sólidos de valor para los productos, procesos, actividades y servicios. Además, se establece si el gobierno debería educar empresarios y colaboradores en el tema de la sostenibilidad el 93% considera que tienen que educar a los empresarios y sus colaboradores en el tema de la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Citando en las bases teóricas la educación puede desempeñar un gran papel en la necesaria transformación en sociedades más sostenibles ambientalmente, de consuno con

iniciativas del gobierno, la sociedad civil y el sector privado. La educación conforma los valores y las perspectivas. (Lachira,2018).

5.2.3 objetivo 3: Conocer el proceso del benchmarking en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1 de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021.

Respecto a la tabla y objetivo 3 denominada "El proceso del benchmarking". Se determino si toma como referencia los supermercados el cual el 60% de los encuestados si toma como referencia los procesos de los supermercados, citando a Príncipe (2018) que menciona en su investigación que el proceso del aplicativo del Benchmarking busca medir los productos, servicios, procesos y funciones de los principales competidores para realizar una comparación con nuestra empresa y poder detectar y llevar a cabo mejoras que superen a las de nuestros competidores. Asimismo, Maneje (2018) menciona la mayoría de microempresas toma como comparación las tiendas grandes que básicamente buscan realizar una comparación y detectar algún problema y darle solución a mejoras que superen a los competidores. De igual forma se analiza si el benchmarking potenciaría sus ventas el cual el 80% afirmaron que si esto coincide con lo ámbito teórico que menciona en diseñar estrategias, técnicas, métodos para posteriormente adaptarla siempre dándole un agregado que se diferencie de las demás. (de la cruz, 2017) mientras en el antecedente de. Gallegos (2017) realizó una investigación donde plasma que Benchmarking es un proceso efectivo y que tiene como finalidad el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la compañía, de tal forma se menciona si el Benchmarking funcionaria para llevar al éxito a su MYPE el cual el 60% considera que si funcionaria aplicar correctamente el proceso de benchmarking hasta el punto de llevar al éxito a la MYPE. El cual Gamboa (2017) hace mención que hacer uso del benchmarking dado que proporciona estrategias que permiten identificar las mejores claves de éxito de la empresa, de manera que al implementarlas a la organización consiga ser una empresa líder y potencial dentro de su rubro de mercado. Asimismo, se indago si el

propietario de la MYPE Cuenta con un plan de trabajo el cual el 60% de propietarios si cuenta actualmente con un plan de trabajo. El cual citando a Rodríguez (2018) donde menciona que el benchmarking debe de ser diseñado en plan y ponerlo en marcha monitoreando a menudo el plan que diseña consta de una serie de pasos para la correcta ejecución. Es primordial que toda MYPE cuente con un plan de trabajo para poder saber hacia que metas aspira y hacia dónde dirigirse.

5.2.4 objetivo 4: Describir los Estándares de Comparación en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1 de la urbanización san José, Veintiséis de octubre, año 2021.

Respecto a la importancia que es contratar a un profesional para la aplicación del benchmarking es de gran beneficio dado que efectuaría de la manera correcta esto no es ajeno a los datos que se obtuvo que el 80% de los encuestados si está de acuerdo en contratar a un asesor para realizar un excelente procedimiento del benchmarking Contrastando en el aporte de Jiménez (2016)En base a su experiencia profesional, un asesor puede guiarte en las etapas y decisiones más difíciles: el inicio de tu empresa, elegir la forma jurídica que más se ajuste a tu idea de negocio, solicitar un crédito bancario o una subvención, el adaptarse al crecimiento de tu negocio y todo lo que esto implica (nuevos empleados, nueva maquinaria, nuevos socios, etc.), el lanzamiento de un nuevo producto y/o servicio, comprar una franquicia, comprar otra empresa, entre otras acciones que pueden afectar la estructura financiera de tu negocio. De tal modo tiene conocimiento las similitudes con su competencia el cual el 80% de los encuestados si tiene conocimiento de cuáles son sus similitudes con las de la competencia, el cual coincide con el aporte de Cárdenas (2104) que menciona que Similitud empresarial: se refiere a la semejanza que tiene que tener las MYPE para tomar como referencia sus procesos, sus operaciones, sus objetivos, estrategias, etc. Lo más conveniente y recomendable tiene que ser del mismo rubro para así sea más fácil su proceso. Asimismo, se tomó como aporte al antecedente de Salazar (2016), que menciona que para

efectuar un buen proceso de benchmarking es importante estudiar a los competidores, para saber que procesos se mejorarán y cuál será el tema de estudio. De tal forma analizar el indicador de Adaptar y darle un valor agregado a productos el cual el 80% considera que sería buena opción adaptar y darle un valor agregado al producto. El cual concuerda con Jiménez (2016) que menciona que la adaptación de un producto y entre otras tenemos el idioma, en la estética, en las costumbres, creencias y valores, son factores importantes que se deben considerar en la comercialización y que compelen la adaptación del producto al mercado. De acuerdo con cambios en el producto. Asimismo, Jauregui (2017) menciona que los procesos de organizaciones que tengan una excelente posición en el mercado y adaptar las ideas mejorando y dándole requerimiento agregado.

VI.- CONCLUSIONES

Se concluyó que los indicadores que miden la sostenibilidad están basados en aspectos económico, social y medioambiental, asimismo en el grado de satisfacción que se genera con el cuidado del medio ambiente. Ya que están dadas porque las MYPE realizan programas sociales en base a la ayuda de comunidades o personas que más lo necesitan. Enfatizando que se retribuye a las MYPE por contribuir en el cuidado del medio ambiente. Asimismo, indicando que se contribuye con el tema del reciclaje seleccionando sus residuos para apoyar al medio ambiente. De tal forma se evidencio que la mayoría de las MYPE solo se preocupan en generar ingresos y dejando de lado el cuidado hacia la naturaleza.

Se concluyó que el comportamiento ambiental en las MYPE rubro Bodegas se practica las tareas esenciales como el reciclaje para la contribución del medio ambiente, igualmente afirmando que se carece de educación en cuanto al tema de la sostenibilidad debido que no se pone mucho énfasis en capacitar para potencializar el tema en mención , además se evidencio que están de acuerdo que reutilicen los recursos que se emplean las Bodegas, afirmando que se tiene que prohibir el uso de bolsa plásticas en las MYPE rubro Bodegas.

.

Se determinó con relación al proceso del benchmarking está compuesto por la etapa de planificación, análisis e integración para la aplicación de estrategias y métodos para mejorar las prácticas dentro de las MYPE. Precisando que el benchmarking ayuda a potenciar las ventas y obtener el éxito empresarial, además afirman que toman como referencia los supermercados dado que son empresas líderes en sus procesos. Y a la vez teniendo presente en todo momento las similitudes de su competencia con las de su MYPE. Asimismo, se evidencio que cuentan con un plan de trabajo que se pone en marcha para el progreso y crecimiento de la MYPE.

Se concluyó que los estándares de comparación se basan en adaptar estrategias y mecanismos de referencia en los productos y procesos de distribución para darles una mejora que se diferencie de las demás MYPE, Afirmando que es primordial y buena idea colocar los productos en lugares estratégicos que llame la atención y la mirada de los clientes, conjuntamente afirman que si está de acuerdo en contratar a un asesor para realizar un excelente procedimiento del benchmarking. Dado que se necesita estar monitoreando a menudo para que salga todo de manera correcta.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Se recomendó a los clientes que deben ser más respetuosos en cuanto seleccionar y contribuir con el reciclaje ya que el día a di a se genera residuos en el hogar, asimismo se sugirió a las MYPE rubro Bodegas colocar contenedores que sirvan para la contribución del reciclaje, sin duda marcaria la diferencia. Asimismo, a las autoridades deberían poner más énfasis en cuanto a inculcar conocimientos esenciales en relación a la sostenibilidad.

Se sugirió a la mayoría de MYPE rubro bodegas actuar de manera responsable en sus procesos debido que forman parte de los causantes de los problemas ambientales, de igual manera recomendar a los propietarios de las Bodegas se prohibir la entrega de las tradicionales bolsas plásticas debido que esto ayudaría en disminuir índices de contaminación, y otorgar a sus clientes bolsas biodegradables o de tela a sus clientes.

Se propuso a los propietarios de las MYPE en utilizar otras técnicas de recojo de información, investigaciones ya hechas, observaciones, etc. Asimismo, comparar y tomar como referencia los procesos de las grandes empresas con los de su MYPE dándoles siempre un valor agregado que se diferencia de las demás dado que sería de gran ventaja.

Se sugirió a los propietarios de las MYPE diseñar nuevas ideas y estrategias en su negocio y aprender del que ya está posicionado en el mercado del rubro bodegas, además una técnica completaría es de gran ayuda es contratar a una persona especializada dado que diseñaría un buen proceso del benchmarking además de eso monitorearía a menudo todas las tareas ejecutadas en relación a la técnica.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Arias (2018) "¿Qué estrategias de sostenibilidad empresarial puedes empezar a implementar en tu empresa?, recuperado de: https://www.apd.es/estrategias-sostenibilidad-empresarial/

Bermúdez L. (2020) "Recomendaciones para bodegueros, clientes y público en general, de cómo prevenir el coronavirus COVID-19." Obtenido de: https://www.gob.pe/institucion/minsa/colecciones/854-prevencion-del-coronavirus-covid-19-en-bodegas

Castillo (2017) "un año laboral", obtenido de: https://elcomercio.pe/economia/dia1/nuevo-ano-laboral-jorge-toyama-noticia-448927 102

Cadenas (2019) "POBLACIÓN Y MUESTRA" Obtenido de: https://sites.google.com/site/estadisticadescriptivaenedu/home/unidad-1/poblaci-1

Corral (2018) "PROCEDIMIENTOS DE MUESTREO" obtenido de: http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/46/art13.pdf

Choy (2019) "Bodegas peruanas: retos y fortalezas de los negocios del barrio", Obtenido de: https://www.cocacoladeperu.com.pe/historias/comunidad-bodegas-peruanas-retos-y-fortalezas-de-los-negocios-del-barrio

Elguera, A (2016) "Benchmarking y la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco-2016, editorial Tesis online, Huánuco.

Estrada, k (2018) "Propuesta de Benchmarking y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de servicios turísticos Lucho tours" , tesis online, Huaraz

Fidias (2016) "El Cuestionario como instrumento de Evaluacion", Obtenido de: https://es.slideshare.net/genesischtg/el-cuestionario-como-instrumento-de-evaluacion-45447897

Gasdaly A (2017) “El comportamiento medio ambiental de las empresas industriales de Ibagué: una mirada desde la responsabilidad social empresarial” Obtenido de: https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/3351

Gómez, M (2017) “Nivel cuantitativo y enfoques mixtos”, obtenido de: http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/mirm/cualitativo_cuantitativo_mixto. Guizueta (2019) “Obtenido de: https://www.google.com.pe/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://inta. gob.ar/sites/default/files/agregado_de_valor._compartiendo_conceptos.pdf

Hernandez (2018) “Qué es la sostenibilidad empresarial y por qué es importante para las empresas”, Obtenido de: https://www.esic.edu/rethink/management/sostenibilidad-empresarial

Jiménez (2016) “Diferencia entre bienes y servicios”, obtenido de: https://www.webyempresas.com/diferencias-entre-bienes-y-servicios/ INEI (2017) “En el Perú se incrementó 1,8% en el primer trimestre de 2017”, obtenido de: https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-el-empleo-seincremento-18-en-el-primer-trimestre-de-2017-9718/

Jiménez, M (2016) “Aprendiendo administración-Benchmarking”, Obtenido de: https://aprendiendoadministracion.com/que-es-el-benchmarking/ 103 Krugman, P (2014) “Competitividad conceptos e importancia” obtenido de: http://www.milenio.com/firmas/universidad_tecnologica_del_valle_del_m ezquital/Competitividad-concepto-importancia_18_541925858.html, México.

Larrinaga (2015) “PLAN DE NEGOCIO DE UNA BODEGA CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN LA MANCHA”, Obtenido de: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/25692/PFC_Alejandro_Larrinaga_Cano.pdf

Martínez, C (2017) “estrategias de sostenibilidad para MYPE”, tesis, obtenido de: https://www.google.com.pe/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://helvia .uco.es/xmlui/handle/10396/2350&ved=0ahUKEwim2Yf1kM7XAhWs7o MKHTc6D-4QFggjMAA&usg=AOvVaw3Y4LtLsC3G0XgIyFpLEo5L, Lima

Moraes (2018) “5 fuerzas de Porter: conócelas a detalle para analizar tu competencia y orientar mejor tu negocio”, Obtenido de: https://rockcontent.com/es/blog/5-fuerzas-de-porter/

Navarro (2020) “5 fuerzas de Porter: ¿qué son y cómo usarlas a partir de ejemplos”, Obtenido de: https://gestion.pensemos.com/5-fuerzas-de-porter-que-son-como-usarlas-ejemplos

Llontop, L (2016) “Benchmarking y su relación con las ventas en la estación de servicios santa Ángela S.A.C José Leonardo Ortiz, tesis doctoral, Trujillo Portter (2007) “clave para el éxito de la empresa”, Obtenido de: www.5fuerzasdeporter.com

Piqueras, C (2014) “Habilidades comerciales. ¿Las tienes?”, obtenido de: https://www.cesarpiqueras.com/habilidades-comerciales-¿las-tienes/ Palacios, A (2016) “El nuevo enfoque del modelo comercial”, obtenido de: http://www.emprendeconrecursos.com/blog/2016/03/22/modelocomercial/

Rodríguez T. (2016) Tasa de desempleo en el Perú paso a 4,4%, Señaló la OIT, Obtenido de: https://peru21.pe/economia/tasa-desempleo-peru-paso-4-4-senalo-oit235908 104

Sánchez (2017) “Metodología de investigación y técnicas de recojo de información”, Obtenido de: https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/05/investigacion-cientifica.html

Samaniego (2018) “indicadores miden la sostenibilidad de tu empresa”, Obtenido de: https://www.phcsoftware.com/pe/business-at-speed-pe/indicadores-sostenibilidad-empresa/

Salvador (2017) “Factores que impiden la sostenibilidad de las microempresas en el sector de comercio” Obtenido de: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11526/Juliana_GarciaGarzon_2016.pdf?sequence=2&isAllowed=

Spendolini (2017) “el benchmarking y qué tipos existen en la rama de la administración”, Obtenido de: https://blog.hubspot.es/marketing/benchmarking

Tamayo (2016) “Metodología de la investigación-tesis doctorales”, obtenido de: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/metodologiainvestigacion.html

Torreblanca, M (2017) “Benchmarking: definiciones, tipos, aplicación”, obtenido de: http://www.luismiguelmanene.com/2011/04/15/be,chmarkingdefinicionesaplicaciones-tipos-y-fases-del-proceso/ 105

ANEXOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS PROPIETARIOS DE LAS MYPE

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Sostenibilidad y Benchmarking en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1, de la urbanización San José, Veintiséis de octubre, año 2021. Por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados, los que se publicaran en el repositorio de la universidad.

Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello

Datos

Demográficos

EDAD ( ) ESTADO CIVIL ( ) GENERO ( )

NIVEL DE ESTUDIOS: _____

AÑOS EN EL NEGOCIO: _____

PREGUNTAS	ALTERNATIVAS
1) ¿Toma Ud. como referencia para la MYPE el trabajo que aplican las empresas de supermercados?	SI ( ) NO ( )
2) ¿Considera que aplicar el benchmarking en su negocio potenciaría sus ventas y demás procesos?	SI ( ) NO ( )
3) ¿Cree Ud. que al aplicar la técnica del benchmarking funcionaria para llevar al éxito a su MYPE?	SI ( ) NO ( )
4) ¿Cuenta con un plan de trabajo para potencializar su MYPE?	SI ( ) NO ( )
5) ¿Cree Ud. que la encuesta es una buena estrategia para la recolección de datos e información?	SI ( ) NO ( )

6) ¿Tiene conocimiento que similitudes tiene su MYPE con los de la competencia?	SI ( ) NO ( )
7) ¿Considera que comparar su proceso de atención al cliente y/o ventas con las MYPE lideres sería buena opción?	SI ( ) NO ( )
8) ¿Contrataría a un asesor para realizar un correcto procedimiento de benchmarking para el crecimiento de su negocio?	SI ( ) NO ( )
9) ¿Considera Ud. que adaptar y darle un valor agregado a productos y/o servicios tomados como referencia por empresas líderes sería una excelente idea para su MYPE?	SI ( ) NO ( )
10) ¿considera que colocar y adaptar los productos que vende en su bodega es una buena técnica de visualización para llamar la atención de los clientes?	
11) ¿Cree Ud. que los principales mecanismos del benchmarking son las nuevas ideas, aprendizaje funcional y comparaciones con competidores?	SI ( ) NO ( )
12) ¿Considera que el benchmarking es un mecanismo que se debe de estar guiando y monitoreando con frecuencia para no perder todo el trabajo realizado?	SI ( ) NO ( )

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES DE LAS MYPE.

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Sostenibilidad y Benchmarking en las MYPE rubro Bodegas de la calle 1, de la urbanización San José, Veintiséis de octubre, año 2021. Por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados, los que se publicaran en el repositorio de la universidad.

Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello

.

PREGUNTAS	ALTERNATIVAS
1) ¿Considera Ud. que en la actualidad las MYPE se preocupan más en generar ingresos y rentabilidad que en el cuidado del medio ambiente?	SI ( ) NO ( )
2) ¿Estaría de acuerdo en que se sancionen económicamente a las empresas contaminen el medio ambiente?	SI ( ) NO ( )
3) ¿Considera Ud. que las empresas que colaboran con el medio ambiente deberían ser más ayudadas por el estado?	SI ( ) NO ( )
4) ¿Cree Ud. que las MYPE rubro bodegas deberían hacer programas sociales como ayudar a comunidades que más lo necesitan, donando algunos de sus productos?	SI ( ) NO ( )
5) ¿califica Ud. la basura que genera en su propio hogar?	SI ( ) NO ( )
6) ¿conoce las consecuencias de la contaminación ambiental?	SI ( ) NO ( )
7) ¿Se sentiría satisfecho (a) que la mayoría de las MYPE aplique la sostenibilidad de los recursos, que contribuya con el reciclaje?	SI ( ) NO ( )

8) ¿Cree que el ministerio del ambiente debería crear un comité fiscalizador que gestione a las empresas con el fin de supervisar sus procesos para así dar una mejor calidad de vida a la población?	SI ( ) NO ( )
9) A su juicio ¿considera que las empresas son los principales responsables de los problemas ambientales?	SI ( ) NO ( )
10) ¿Considera Ud. que las MYPE deberían reutilizar sus recursos (agua, papel, maquinarias) para su ganar prestigio ante la sociedad?	SI ( ) NO ( )
11) Considera Ud. ¿Que las MYPE rubro bodegas debería prohibir el uso de bolsas plásticas para contribuir con el medio ambiente?	SI ( ) NO ( )
12) Cree Ud. ¿Que el gobierno debería educar más a los empresarios y colaboradores en el tema de la sostenibilidad y el comportamiento del medio ambiente?	SI ( ) NO ( )

SOLICITUD DE PRESENTACION DIRIGIDO A LOS PROPIETARIOS DE LAS MYPE RUBRO BODEGAS

AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"

SEÑOR (A): PROPIETARIO DE LA MYPE RUBRO BODEGA.

ASUNTO:

APOYO EN RELACIÓN AL RECOJO DE INFORMACIÓN DE LA BODEGA.

Me es grato dirigirme a Ud. recibiendo mis cordiales saludos y la vez comunicarle que soy alumno de la escuela de ADMINISTRACIÓN de la Universidad Católica Ángeles de Chimbote del curso de taller de TITULACIÓN, asimismo vengo realizando un trabajo de investigación que lleva como título: SOSTENIBILIDAD Y BENCHMARKING EN LAS MYPE RUBRO BODEGAS DE LA CALLE 1, DE LA URBANIZACIÓN SAN JOSÉ, VEINTISÉIS DE OCTUBRE, AÑO 2021. La cual acudo a Ud. con la finalidad para que pueda brindar su ayuda voluntaria, en la información acerca del rubro del negocio de bodegas, manteniendo su identidad en el anonimato si es que así Ud. lo decida dado que su aporte es la base para la realización de la investigación. Cabe señalar que puede tener libre acceso a toda la investigación en el repositorio de la universidad. esperando una pronta respuesta favorable.

Luis Eduardo Cornejo Cedano

73699155

Constancia de validación (1)

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (las) instrumento (S) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por, **CORNEJO CEDANO LUIS EDUARDO** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "SOSTENIBILIDAD Y BENCHMARKING EN LAS MYPE RUBRO BODEGAS DE LA CALLE 1, DE LA URBANIZACIÓN SAN JOSÉ, VEINTISÉIS DE OCTUBRE, AÑO 2021" Que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 10 de Marzo2021.

Validación

Ítems Relacionados con la variable **SOSTENIBILIDAD Y BENCHMARKING**	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1.- ¿Considera Ud. que en la actualidad las MYPE se preocupan más en generar ingresos y rentabilidad que en el cuidado del medio ambiente?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
2.- ¿Está de acuerdo en que se sancionen económicamente a las Bodegas contaminen el medio ambiente?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
3.- ¿Considera Ud. que las MYPE que colaboran con el medio ambiente deberían ser premiadas?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
4.- ¿Cree Ud. que las MYPE rubro bodegas deberían hacer programas sociales como ayudar a comunidades que más lo necesitan, donando algunos de sus productos?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
5.- ¿califica Ud. la basura que genera en su propio hogar?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)

6.- ¿conoce las consecuencias de la contaminación ambiental?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
7.- ¿Se sentiría satisfecho (a) que la mayoría de las MYPE aplique la sostenibilidad de los recursos, que contribuya con el reciclaje?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
8.- ¿Considera Ud. que las MYPE rubro bodegas las fiscalicen y gestionen para que no contaminen con el fin de dar una mejor calidad de vida a la población y un buen servicio de atención?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
9.- A su juicio ¿considera que las MYPE forman parte de los principales responsables de los problemas ambientales?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
10.- ¿Considera Ud. que las MYPE deberían reutilizar sus recursos (agua, papel, maquinarias) para su ganar prestigio ante la sociedad?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
11.- ¿Considera Ud. Que las MYPE rubro bodegas debería prohibir el uso de bolsas plásticas para contribuir con el medio ambiente?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
12.- ¿Cree Ud. que el gobierno debe educar más a los propietarios de las MYPE en el tema de la sostenibilidad y el comportamiento del medio ambiente?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
13.- ¿Toma Ud. como referencia para la MYPE el trabajo que aplican las empresas de supermercados?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
14.- ¿Considera que aplicar el benchmarking en su negocio potenciaría sus ventas y demás procesos?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)

15.- ¿Cree Ud. que al aplicar la técnica del benchmarking funcionaria para llevar al éxito a su MYPE?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
16.- ¿Cuenta con un plan de trabajo para potencializar su MYPE?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
17.- ¿Cree Ud. que la encuesta es una buena estrategia para la recolección de datos e información?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
18.- ¿Tiene conocimiento que similitudes tiene su MYPE con los de la competencia?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
19.- ¿Considera que comparar su proceso de atención al cliente y/o ventas con las MYPE lideres sería buena opción?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
20.- ¿Contrataría a un asesor para realizar un correcto procedimiento de benchmarking para el crecimiento de su negocio?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
21.- ¿Considera Ud. que adaptar y darle un valor agregado a productos y/o servicios tomados como referencia por empresas líderes sería una excelente idea para su MYPE?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
22.- ¿considera que colocar y adaptar los productos que vende en su bodega es una buena técnica de visualización para llamar la atención de los clientes?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)
23.- ¿Cree Ud. que los principales mecanismos del benchmarking son las, nuevas ideas, aprendizaje y comparaciones con competidores?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)

24.- ¿Considera que el benchmarking es un mecanismo que se debe de estar guiando y monitoreando con frecuencia para no perder todo el trabajo realizado?	**X**			**X**		**X**	Si ( ) No (**X**)

Constancia de validación (2)

Yo, VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO identificado con DNI 02860873 , MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN .Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (las) instrumento (S) de recolección de datos: CUESTIONARIO , elaborado por, **CORNEJO CEDANO LUIS EDUARDO** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "SOSTENIBILIDAD Y BENCHMARKING EN LAS MYPE RUBRO BODEGAS DE LA CALLE 1, DE LA URBANIZACIÓN SAN JOSÉ, VEINTISÉIS DE OCTUBRE, AÑO 2021" Que se encuentra realizando.
Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 13 de marzo de 2021.

Validación

Ítems Relacionados con la variable **SOSTENIBILIDAD Y BENCHMARKING**	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencios o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1.- ¿Considera Ud. que en la actualidad las MYPE se preocupan más en generar ingresos y rentabilidad que en el cuidado del medio ambiente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2.- ¿Está de acuerdo en que se sancionen económicamente a las Bodegas contaminen el medio ambiente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3.- ¿Considera Ud. que las MYPE que colaboran con el medio ambiente deberían ser premiadas?	X			X		X	Si ( ) No (X)

4.- ¿Cree Ud. que las MYPE rubro bodegas deberían hacer programas sociales como ayudar a comunidades que más lo necesitan, donando algunos de sus productos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5.- ¿califica Ud. la basura que genera en su propio hogar?	X			X		X	Si ( ) No (X)
6.- ¿conoce las consecuencias de la contaminación ambiental?	X			X		X	Si ( ) No (X)
7.- ¿Se sentiría satisfecho (a) que la mayoría de las MYPE aplique la sostenibilidad de los recursos, que contribuya con el reciclaje?	X			X		X	Si ( ) No (X)
8.- ¿Considera Ud. que las MYPE rubro bodegas las fiscalicen y gestionen para que no contaminen con el fin de dar una mejor calidad de vida a la población y un buen servicio de atención?	X			X		X	Si ( ) No (X)
9.- A su juicio ¿considera que las MYPE forman parte de los principales responsables de los problemas ambientales?	X			X		X	Si ( ) No (X)
10.- ¿Considera Ud. que las MYPE deberían reutilizar sus recursos (agua, papel, maquinarias) para su ganar prestigio ante la sociedad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
11.- ¿Considera Ud. que las MYPE rubro bodegas debería prohibir el uso de bolsas plásticas para contribuir con el medio ambiente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
12.- ¿Cree Ud. que el gobierno debe educar más a los propietarios de las MYPE en el tema de la sostenibilidad y el comportamiento del medio ambiente?	X			X		X	Si ( ) No (X)

13.- ¿Toma Ud. como referencia para la MYPE el trabajo que aplican las empresas de supermercados?	X			X		X	Si ( ) No (X)
14.- ¿Considera que aplicar el benchmarking en su negocio potenciaría sus ventas y demás procesos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
15.- ¿Cree Ud. que al aplicar la técnica del benchmarking funcionaria para llevar al éxito a su MYPE?	X			X		X	Si ( ) No (X)
16.- ¿Cuenta con un plan de trabajo para potencializar su MYPE?	X			X		X	Si ( ) No (X)
17.- ¿Cree Ud. que la encuesta es una buena estrategia para la recolección de datos e información?	X			X		X	Si ( ) No (X)
18.- ¿Tiene conocimiento que similitudes tiene su MYPE con los de la competencia?	X			X		X	Si ( ) No (X)
19.- ¿Considera que comparar su proceso de atención al cliente y/o ventas con las MYPE lideres sería buena opción?	X			X		X	Si ( ) No (X)
20.- ¿Contrataría a un asesor para realizar un correcto procedimiento de benchmarking para el crecimiento de su negocio?	X			X		X	Si ( ) No (X)

21.- ¿Considera Ud. que adaptar y darle un valor agregado a productos y/o servicios tomados como referencia por empresas líderes sería una excelente idea para su MYPE?	X			X		X	Si ( ) No (X)
22.- ¿considera que colocar y adaptar los productos que vende en su bodega es una buena técnica de visualización para llamar la atención de los clientes?	X			X		X	Si ( ) No (X)
23.- ¿Cree Ud. que los principales mecanismos del benchmarking son las, nuevas ideas, aprendizaje y comparaciones con competidores?	X			X		X	Si ( ) No (X)
24.- ¿Considera que el benchmarking es un mecanismo que se debe de estar guiando y monitoreando con frecuencia para no perdertodo el trabajo realizado?	X			X		X	Si ( ) No (X)

Constancia de validación (3)

YO, Edith Cruz Bautista Identificado con DNI 02847742

MAGISTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL : Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (las) instrumento (S) de recolección de datos: CUESTIONARIO , elaborado por, **CORNEJO CEDANO LUIS EDUARDO** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "SOSTENIBILIDAD Y BENCHMARKING EN LAS MYPE RUBRO BODEGAS DE LA CALLE 1, DE LA URBANIZACIÓN SAN JOSÉ, VEINTISÉIS DE OCTUBRE, AÑO 2021" Que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura,13 de marzo del 2021.

Validación

Ítems Relacionados con la variable **SOSTENIBILIDAD Y BENCHMARKING**	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1.- ¿Considera Ud. que en la actualidad las MYPE se preocupan más en generar ingresos y rentabilidad que en el cuidado del medio ambiente?	x			x		X	Si ( ) No (x)
2.- ¿Está de acuerdo en que se sancionen económicamente a las Bodegas contaminen el medio ambiente?	X			x		X	Si ( ) No (x)
3.- ¿Considera Ud. que las MYPE que colaboran con el medio ambiente deberían ser premiadas?	X			x		X	Si ( ) No (x)
4.- ¿Cree Ud. que las MYPE rubro bodegas deberían hacer programas sociales como ayudar a comunidades que más lo necesitan, donando algunos de sus productos?	X			x		X	Si ( ) No (x)
5.- ¿califica Ud. la basura que genera en su propio hogar?	x			x		X	Si ( ) No (x)
6.- ¿conoce las consecuencias de la contaminación ambiental?	X			x		X	Si ( ) No (x)

7.- ¿Se sentiría satisfecho (a) que la mayoría de las MYPE aplique la sostenibilidad de los recursos, que contribuya con el reciclaje?	X			X		X	Si ( ) No (x)
8.- ¿Considera Ud. que las MYPE rubro bodegas las fiscalicen y gestionen para que no contaminen con el fin de dar una mejor calidad de vida a la población y un buen servicio de atención?	X			X		X	Si ( ) No (x)
9.- A su juicio ¿considera que las MYPE forman parte de los principales responsables de los problemas ambientales?	X			X		X	Si ( ) No (x)
10.- ¿Considera Ud. que las MYPE deberían reutilizar sus recursos (agua, papel, maquinarias) para su ganar prestigio ante la sociedad?	X			X		X	Si ( ) No (x)
11.- ¿Considera Ud. Que las MYPE rubro bodegas debería prohibir el uso de bolsas plásticas para contribuir con el medio ambiente?	X			X		X	Si ( ) No (x)
12.- ¿Cree Ud. que el gobierno debe educar más a los propietarios de las MYPE en el tema de la sostenibilidad y el comportamiento del medio ambiente?	X			X		X	Si ( ) No (x)
13.- ¿Toma Ud. como referencia para la MYPE el trabajo que aplican las empresas de supermercados?	X			X		x	Si ( ) No (x)
14.- ¿Considera que aplicar el benchmarking en su negocio potenciaría sus ventas y demás procesos?	x			x		X	Si ( ) No (x)
15.- ¿Cree Ud. que al aplicar la técnica del benchmarking funcionaria para llevar al éxito a su MYPE?	X			X		X	Si ( ) No (x)

16.- ¿Cuenta con un plan de trabajo para potencializar su MYPE?	X			x		X	Si ( ) No (x)
17.- ¿Cree Ud. que la encuesta es una buena estrategia para la recolección de datos e información?	x			x		X	Si ( ) No (x)
18.- ¿Tiene conocimiento que similitudes tiene su MYPE con los de la competencia?	x			x		X	Si ( ) No (x)
19.- ¿Considera que comparar su proceso de atención al cliente y/o ventas con las MYPE lideres sería buena opción?	x			x		X	Si ( ) No (x)
20.- ¿Contrataría a un asesor para realizar un correcto procedimiento de benchmarking para el crecimiento de su negocio?	x			x		X	Si ( ) No (x)
21.- ¿Considera Ud. que adaptar y darle un valor agregado a productos y/o servicios tomados como referencia por empresas líderes sería una excelente idea para su MYPE?	x			x		X	Si ( ) No (x)
22.- ¿considera que colocar y adaptar los productos que vende en su bodega es una buena técnica de visualización para llamar la atención de los clientes?	x			x		X	Si ( ) No (x)
23.- ¿Cree Ud. que los principales mecanismos del benchmarking son las, nuevas ideas, aprendizaje y comparaciones con competidores?	x			x		X	Si ( ) No (x)

24.- ¿Considera que el benchmarking es un mecanismo que se debe de estar guiando y monitoreando con frecuencia para no perder todo el trabajo realizado?	X			X		X	Si ( ) No (x)

MATRIZ INDICADOR PREGUNTA

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTA	FUENTE	ESCALA
Sostenibilidad	Indicadores que miden la sostenibilidad	Económico	1. ¿Considera Ud. que en la actualidad las MYPE se preocupan más en generar ingresos y rentabilidad que en el cuidado del medio ambiente? 2. ¿Está de acuerdo en que se sancionen económicamente a las Bodegas contaminen el medio ambiente?	Cliente	Nominal
		Ambiental	1. ¿Considera Ud. que las MYPE que colaboran con el medio ambiente deberían ser premiadas?	Cliente	
		Social	1. ¿Cree Ud. que las MYPE rubro bodegas deberían hacer programas sociales como ayudar a comunidades que más lo necesitan, donando algunos de sus productos? 2. ¿califica Ud. la basura que genera en su propio hogar? 3. ¿conoce las consecuencias de la contaminación ambiental?	Cliente	
		Grado de satisfacción	1. ¿Se sentiría satisfecho (a) que la mayoría de las MYPE aplique la sostenibilidad de los recursos, que contribuya con el reciclaje?	Cliente	
	Comportamiento ambiental	Gestión ambiental	1. ¿Considera Ud. que las MYPE rubro bodegas las fiscalicen y gestionen para que no contaminen con el fin de dar una mejor calidad de vida a la población y un buen servicio de atención? 2. A su juicio ¿considera que las MYPE forman parte de los principales responsables de los problemas ambientales?	Cliente	

		Recursos renovables	1. ¿Considera Ud. que las MYPE deberían reutilizar sus recursos (agua, papel, maquinarias) para su ganar prestigio ante la sociedad?	Cliente	
		Responsabilidad ecológica	1. ¿Considera Ud. Que las MYPE rubro bodegas debería prohibir el uso de bolsas plásticas para contribuir con el medio ambiente? 2. ¿Cree Ud. que el gobierno debe educar más a los propietarios de las MYPE en el tema de la sostenibilidad y el comportamiento del medio ambiente?	Cliente Cliente	
Benchmarking	El proceso del benchmarking	Métodos	1. ¿Toma Ud. como referencia para la MYPE el trabajo que aplican las empresas de supermercados?	Propietario	Nominal
		Mejoramiento empresarial	1. ¿Considera que aplicar el benchmarking en su negocio potenciaría sus ventas y demás procesos? 2. ¿Cree Ud. que al aplicar la técnica del benchmarking funcionaria para llevar al éxito a su MYPE?	Propietario Propietario	
		Planteamiento de estrategias	1. ¿Cuenta con un plan de trabajo para potencializar su MYPE? 2. ¿Cree Ud. que la encuesta es una buena estrategia para la recolección de datos e información?	Propietario Propietario	
		Similitud empresarial	1. ¿Tiene conocimiento que similitudes tiene su MYPE con los de la competencia? 2 ¿Considera que comparar su proceso de atención al cliente y/o ventas con las MYPE lideres sería buena opción?	Propietario Propietario	
		Estrategias	1. ¿Contrataría a un asesor para realizar un correcto procedimiento de benchmarking para el crecimiento de su negocio?	Propietario	

	Estándares de comparación	Adaptación	1. ¿Considera Ud. que adaptar y darle un valor agregado a productos y/o servicios tomados como referencia por empresas líderes sería una excelente idea para su MYPE? 2. ¿considera que colocar y adaptar los productos que vende en su bodega es una buena técnica de visualización para llamar la atención de los clientes?	Propietario	

LIBRO DE CODIGOS CON RESPECTO A LOS PROPIETARIOS DE LASMYPE

PREGUNTAS / PROPIETARIOS	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
P-1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1
P-2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1
P-3	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1
P-4	2	1	1		1	1	1	1	1	1	1	2
P-5	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1

LIBRO DE CÓDIGO CON RESPECTO A LOS CLIENTES

PREGUNTAS / CLIENTES	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
C-1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
C-2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
C-3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-5	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-6	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
C-7	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-8	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1

C-9	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-10	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-11	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-12	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
C-13	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-14	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-15	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-16	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
C-17	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
C-18	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-19	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-20	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1

C-21	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
C-22	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
C-23	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
C-24	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-25	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
C-26	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-27	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
C-28	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
C-29	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-30	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-31	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-32	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

C-33	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-34	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
C-35	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1
C-36	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
C-37	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-38	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2
C-39	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-40	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-41	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
C-42	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-43	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
C-44	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1

C-45	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
C-46	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
C-47	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
C-48	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-49	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1
C-50	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
C-51	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-52	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-53	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-54	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-55	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-56	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1

C-57	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-58	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-59	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-60	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-61	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-62	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2
C-63	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-64	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
C-65	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-66	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-67	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-68	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1

C-69	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-70	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-71	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
C-72	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1
C-73	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
C-74	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
C-75	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-76	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-77	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-78	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
C-79	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-80	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1

C-81	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
C-82	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-83	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
C-84	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
C-85	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-86	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
C-87	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-88	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2
C-89	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-90	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-91	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
C-92	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1

C-93	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-94	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-95	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-96	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
C-97	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-98	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-99	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-100	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
C-101	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-102	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
C-103	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-104	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1

C-105	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-106	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-107	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-108	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-109	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
C-110	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
C-111	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-112	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
C-113	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
C-114	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-115	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-116	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1

C-117	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-118	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
C-119	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
C-120	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-121	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-122	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
C-123	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
C-124	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-125	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-126	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
C-127	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-128	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1

C-129	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-130	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-131	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-132	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-133	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-134	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-135	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-136	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-137	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-138	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-139	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-140	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1

C-141	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-142	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-143	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
C-144	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-145	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-146	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
C-147	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-148	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-149	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-150	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1

CORNEJO_CEDANO_LUIS_EDUARDO-titulo.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%	8%	0%	4%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	4%
2	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	4%
3	www.scribd.com Fuente de Internet	4%

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 4%
Excluir bibliografía	Activo		