



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DEL
BENCHMARKING Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO
Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR SERVICIO, RUBRO
ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS
CORTAS (HOTELES) EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2018.

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

VILLAORDUÑA TUYA, ERIC LEONCIO
ORCID: 0000-0002-5684-1357

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Villaorduña Tuya, Eric Leoncio

ORCID: 0000-0002-5684-1357

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Egresado de pregrado,

Chimbote, Perú

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias

contables, financiera y administrativas, escuela profesional de

administración, Chimbote, Perú

JURADO

Morrillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID ID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID ID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID ID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

Primero agradezco a Dios por darme la sabiduría y darme las fuerzas para poder esforzarme cada día fortaleciéndome e inclusive cuando en algún momento sentí perder la esperanza, saque fuerzas para seguir luchando de todo lo que me preocupaba y sin duda tu hiciste que todo pasara y lograr lo imposible doy gracias sin tu ayuda no hubiera logrado este triunfo también es tuyo mi Dios.

A mi madre, por ser mi motivo de cada día y haberme brindado sus apoyos incondicionalmente para poder cumplir mi objetivo, también a mi docente porque supo ayudarme en los momentos de dificultades durante la trayectoria.

Agradezco a mi madre y a mi hermana y tía por el apoyo incondicional, el amor que me han demostrado sin dudar, ahora he culminado mis estudios con éxito en todos los sentidos. Me he convertido en una persona de bien y alguien importante para la sociedad; y a mis docentes que siempre supieron comprenderme y tener paciencia.

DEDICATORIA

A mi madre, hermana y mi tía, con mucho cariño y amor le dedico todo mi esfuerzo y trabajo puesto para la realización de la presente tesis satisfactoriamente.

Dedico a mi madre por la motivación, animo por estar siempre pendiente en todo momento guiándome, por darme su abrigo, por la vida, por cuidarme cuando estuve de niño y darme amor cada día y me han brindado su plena confianza en mi capacidad e inteligencia estaré eternamente agradecido y nunca sabré como devolverle ese amor infinito que me da cada día. Es por ello soy lo que soy en la vida y ella es mi motor.

A mis docentes por su enseñanza, por brindarme sus conocimientos, aclarar mis dudas, por sus consejos y su paciencia y a la universidad por formarme un excelente profesional y la ética y valores.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018. La investigación fue de diseño no experimental - transversal - descriptivo, para la búsqueda de información, se utilizó una muestra de 54 micro y pequeñas empresas, de una población de 54, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados. El 42.60% tienen un promedio de edad de 31 a 50 años, el 51.90% son de género masculino, el 59.30% son dueños propios de sus negocios, el 55.60% tienen un tiempo de 4 a 6 años desempeñándose en el cargo, el 46.30% tienen de permanencia entre 0 a 6 años, el 74.10% son personas desconocidas, el 64.80% no conoce el término de la gestión de calidad, el 31.50% utilizan otras técnicas de la gestión de calidad, el 27.80% de los representantes mide el rendimiento de su personal a través de la técnica de la observación, el 63.00% no conoce que es el benchmarking, el 37.10% muestra resistencia al cambio, el 42.00% del personal no están acostumbrados al cambio y se resisten al cambio, el 42.60% si utilizan el buen uso del benchmarking en su empresa para ser más eficiente pero de forma empírica. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas están dirigidos por personas masculinas y dueños de sus propios negocios que además desconocen la gestión de calidad con el uso del benchmarking, pero así logran alcanzar sus objetivos de forma empírica utilizando otros tipos de técnica.

Palabras clave: Gestión de Calidad, hoteles, Benchmarking, MYPES.

ABSTRACT

The present research work had as a general objective: To determine the characteristics of quality management with the use of benchmarking and improvement plan in the micro and small companies in the service sector, heading for short-term accommodation activities (Hotels) in the city of Huaraz, 2018. The research was non-experimental – cross - sectional - descriptive, for the collection of information, a sample of 54 micro and small companies was used, from a population of 54, to whom a questionnaire of 23 closed questions was applied through the technique. Of the survey obtaining the following results. 42.60% have an average age of 31 to 50 years, 51.90% are male, 59.30% are owners of their business owners, 55.60% have a time of 4 to 6 years working in office, 46.30% have permanence between 0 and 6 years, 74.10% are unknown people, 64.80% do not know the term of quality management, 31.50% use other techniques of quality management, 27.80% of the representatives measure the performance of their staff through the technique of the observation, 63.00% do not know what benchmarking is, 37.10% show resistance to change, 42.00% of staff are not accustomed to change and resist change, 42.60% if they use the good use of benchmarking in Your company to be more efficient but empirically. The investigation concludes that the representatives of the micro and small companies are directed by masculine people and owners of their own business who also are unaware of quality management with the use of benchmarking, but thus achieve their objectives empirically using other types of technique.

Keywords: Quality Management, Hotels, Benchmarking, MYPES.

CONTENIDO

1.	Título de la tesis	i
2.	Equipo de trabajo	ii
3.	Jurado evaluador y asesor.....	iii
4.	Agradecimiento	iv
5.	Resumen y abstract.....	vi
6.	Contenido.....	viii
7.	Índice de gráficos, tablas y cuadros	x
I.	Introducción	1
II.	Revisión de literatura	7
III.	Hipótesis	26
IV.	Metodología	27
	4.1 Diseño de la investigación.....	27
	4.2 Población y muestra	27
	4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.	28
	4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
	4.5 Plan de análisis	31
	4.6 Matriz de consistencia.....	33
	4.7 Principios éticos.....	36
V.	Resultados	38
	5.1 Resultados.....	38
	5.2 Análisis de los resultados	45
VI.	Conclusión	69
	Aspecto complementario	70
	Referencias Bibliográficas.....	71
	Anexo	77

Tablas

Tabla 1: Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.....	38
Tabla 2: Características de las Micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.	39
Tabla 3: Características de la Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las Micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.	40
Tabla 4: Plan de mejora de la Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las Micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.....	43

Figuras (Anexo)

Figura 1. Edad 1.....	92
Figura 2. Género	92
Figura 3. Grado de instrucción.....	93
Figura 4. Cargo que desempeña.....	93
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	94
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro.....	94
Figura 7. Trabajadores que laboran en su empresa.....	95
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa.....	95
Figura 9. Objetivo de creación.....	96
Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad.....	96
Figura 11. Técnicas de gestión de calidad aplica.....	97
Figura 12. Dificultades del personal en la gestión de calidad.....	97
Figura 13. Técnica para medir el rendimiento.....	98
Figura 14. Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....	98
Figura 15. Gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas por la organización..	99
Figura 16. Conocimiento del termino benchmarking.....	99
Figura 17. La estrategia que toma como referencia es para mejorar	100
Figura 18. El benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa.....	100
Figura 19. Personal muestra resistencia al cambio.....	101
Figura 20. Porque el personal de su empresa se resistencia al cambio.....	101
Figura 21. El benchmarking es primordial para incursionar en un nuevo mercado.....	102
Figura 22. Fortalezas considera que necesita para poder implementar el benchmarking....	102
Figura 23: Buen uso del benchmarking permite a la empresa a ser más eficiente... ..	103

I. Introducción

Hoy en día vivimos en un mundo globalizado y competitivo donde las empresas suman un rol muy importante para la economía de nuestro país, destacando a personas emprendedoras que contribuyen a favor de la economía del país, (La República, 2019) menciona que los hoteles tanto los alojamientos y los establecimientos de hospedajes tuvieron un incremento del 8.1% en el 2018, así mismo (Gestión, 2017) afirma que en un tiempo atrás señalamos que el mercado hotelero, alojamientos y hospedajes en el Perú llegó a registrar una disminución del 3.2% durante todo el año 2016, y a consecuencia de estas crisis la mayoría de empresas no lograron un crecimiento constante, ya que los empresarios no utilizaron en su gestión el benchmarking, por lo cual no llegaron a identificar las áreas en donde se encontraron el problema, del mismo modo no seleccionaron los principales competidores que se destacan en su sector, ni mucho menos realizan la evaluación comparativa de su negocio es una forma de medir su desempeño frente a empresas de tamaño similar en su industria.

Hoy en día es importante conocer la herramienta como el benchmarking porque radica en hacer comparación inmediata con relación iguales a nuestros competidores tanto directo e indirecto, accediendo a conocer a las empresas si está marchando bien o mal y también con el propósito de mejorar, podemos observar que en su mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles), no emplean correctamente en su gestión la técnica del benchmarking, por lo cual sus demás competidores si hacen o conocen dicha técnica administrativa, con el fin de lograr sus objetivos, pero estos problemas no solamente pasan o se desarrollan en nuestra localidad también se centran a nivel internacional.

En España, todas las pymes aportan con la mayor productividad y empleo, sin embargo, vemos que la totalidad de empresas fracasan, la consecuencia de estos fracasos es la inexactitud de implementar la técnica de la gestión de calidad con el benchmarking, el motivo se da porque los empresarios desconocen en el rubro donde quieren interactuar, no evalúan con certeza a sus competencias, ignoran en mejorar la calidad de sus servicios, a lo que nos conlleva a investigar dicho estudio, es la

situaciones actual del mercado y realizan un plan de negocio equitativo, con el objetivo de concebir los puntos clave del negocio y proyectarlo en un futuro cercano con inversionistas. (Fariñas, 2016).

En Francia las empresas tienen un privilegio, donde a sus clientes brindan productos y servicio de calidad, que apoya su demanda mundial, así mismo cedió que las empresas francesas aumentaran en tres años sus operaciones en el extranjero, por el triple, sin duda alguna vemos que estas organizaciones si utilizan las herramientas del benchmarking, en lo cual estas empresas también cuentan con estudios de sus competencias, fijando sus puntos fuertes y débiles, antes de entrar a mercados nuevos de selección. (La Embajada, 2015).

En México la micro y pequeñas empresas, atraviesan por problemas de gestión, no hace referencia solo por su participación en la producción y distribución de bienes y servicios, sino por la resistencia a adaptarse a los cambios tecnológicos con gran demanda de crear empleos, pero en su mayoría fracasan las empresas porque no aplican estrategias como, una buena gestión de calidad con el uso del benchmarking, así mismo esto pasa con los empresario porque no conocen y no se adecúan a los cambios, esto se da porque no han tenido asesoramiento empresariales de dichas técnicas, por lo cual es importante que los dueños de las organizaciones investiguen más sobre sus competidores y el mercado donde se desea se va elegir. (Méjia, 2017).

De modo que en Colombia, las micro y pequeñas empresas, no utilizan las moderna técnica administrativas del benchmarking, demostrando que las compañías tienen fallas tanto en sus análisis interno y externo, y falta de estudios de mercado, así mismo tampoco cuenta con un plan de marketing donde pretenden“ comerse el mundo” en solo un momento y con solo un producto, cometiendo erros entre emprendedores lo cual es, no vender lo que la gente quiere y necesita, de esto modo el primer paso es invertir suficiente tiempo en la necesidades y gustos del cliente, enfocándose también a que públicos espera llegar. (Pérez, 2015).

En Argentina más 600.000 mypes aportan el 70% y 75% crean fuentes de trabajos de tienen un grave problema que es la falta de profesionalismo, esto significa que no le dan un enfoque detallado sobre la organización para que puedan alcanzar sus

objetivos además existe falta de control de calidad y un buen uso del benchmarking, les hace falta hacer un enfoque dirigido a un público específico que corresponda al tipo de empresas rubro hoteles y también al servicio que brindan, así mismo no cuentan un plan estratégico que considere la calidad de servicio que ofrecen, no hacen inversiones ni tampoco una investigación previa del mercado, no conocen las ventajas competitivas y debilidades de ellas mismas y no le toman en cuenta a las fortalezas de sus competencias (Paulise, 2016).

En Chile las empresas, son de suma importancia ya que aportan el 70% de la mano de obra, no obstante 9 de cada de 10 mypes fracasan antes de finalizar el año, en el cual el principal problema de este fracaso de estas organizaciones, es que en sus técnicas administrativas no usan la gestión de calidad con el uso del benchmarking, en lo cual estos problemas es que no responden las necesidades de los comensales, y no estudian su ambiente y tampoco buscan mejoran sus operaciones, de este modo a los empresarios les cuesta obtener esta técnicas administrativas, ya que solo desarrollan sus actividades de forma empírica. (Jímenes, 2017).

En el Perú las micro y pequeñas empresas, desarrollan un papel importante en la economía peruana, creando más del 80% de empleos y reduciendo la pobreza, así mismo contribuyendo con el 47% del PBI, las empresas peruanas surgen de actividades informales, pero así también llegan a fracasar los primeros meses de haber iniciado, esto pasa porque esencialmente no emplean correctamente la gestión de calidad, el cual los dueños de las empresas no conocen el benchmarking como técnica y de cómo funciona, esto se da también porque los trabajadores se resisten al nuevos cambios, desarrollando misma rutinas de trabajo, a su vez siendo conformistas, lo cual es impedimento para que los dueños puedan innovar estrategias, a su vez conocer nuevos temas empresariales, tanto de sus competidores y tomando como referencia a las empresas más exitosas. (Pantigoso, 2015).

En Ancash las micros y pequeñas empresas el 80% son informales, cerca de 55.500 mypes se crearon en el año 2017 al 2018 y en los cuales 5.000 son formalizadas, pero la gran mayoría de las empresas no pasan el año, este se debe al desconociendo de técnicas administrativas, de cómo poder implementar correctamente la gestión de calidad con el uso del benchmarking, solo trabajan de manera empírica al tratar de

mejorar sus productos y servicios de otra forma, esto se da también porque los empresarios, no cuentan con los conocimientos suficientes para poder aplicar en su gestión, por esta razón carecen de innovación y mejora continua en sus procesos. (Hernández, 2019).

En la ciudad de Huaraz hace varios años, la más importante actividad en el sector económico era el sector turismo como principal fuente económica, donde se llega a desarrollar el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas rubro (Hoteles) desconocen la gestión de calidad con el uso del benchmarking, en lo cual se orientan en copiar el servicio que brinda sus competencias y no buscan mejorar, esto se da porque los empresarios solo utilizan esta herramienta desconociendo, desarrollando de manera empírica, por lo cual hace necesario que busquen asesoramiento empresariales donde pueden ampliar sus conocimientos de estas técnica, con el propósito de mejorar la calidad de los productos y servicios que brindan, por ende se planteó la pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking y Plan de Mejora en las Micro y Pequeñas Empresa, Sector Servicio, Rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking y Plan de Mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Para poder conseguir el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales Características de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018. Conocer las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro actividad de alojamiento para es estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018. Detallar las principales Características de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro actividad de alojamiento para estancias cortas (hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018. Proponer un plan de

mejora sobre la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

La finalidad de la investigación es orientada a poder determinar las características más importantes de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en la Micro y Pequeñas Empresas, Sector, Servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas, (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018, es decir conocer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas y de la viabilidad en estudio.

Dicha investigación se justifica porque se dio aportes significativos permite a los dueños de la mypes a conocer aspectos sobre la técnica de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas para su éxito, también se dio a conocer la importancia y sus beneficios que tiene las micros y pequeñas empresas en cuanto al desarrollo de estas técnicas, para que puedan autoevaluar y comprar su rendimiento con sus competencias, de tal manera que los dueños de los hoteles podrán mejorar la calidad de su productos y servicios, Además, servirá como modelo y antecedente para futuros investigadores de distintas universidades del país, y mucho más a los que estudian la carrera de Administración de empresas, de esta manera podrán analizar los datos y comparar con sus resultados, para que puedan lograr un mejor análisis en su investigación.

La investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo, fue no experimental porque la investigación se realizó sin manipular deliberamente la variable gestión de calidad con el uso del benchmarking; fue transversal porque el estudio de investigación se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un final específico y fue descriptivo porque en el estudio de investigación se desarrolló la realidad tal y conforma se presenta en la naturaleza.

Así mismo para el recojo de información se utilizó una población muestral de 54 y una muestra de 54 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas cerradas: Las 5 primeras preguntas están referidas a los datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas

empresas; las 4 siguientes están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas, y finalmente las 14 últimas preguntas están referidas acerca de las características de Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking y Plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Servicio - rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Obteniendo los siguientes resultados: El 42.60% tiene entre edad 31 a 50 años, el 51.90% son de género masculino, el 33,30% tienen un grado de instrucción de primaria, el 59.30% son dueños de sus propios negocios, el 55.60% tienen de permanencia entre 4 a 6 años, el 46.30% tienen de permanencia entre 0 a 6 años, el 48.10% tienen entre 1 a 5 trabajadores, el 74.10% cuentan con personas no familiares en su negocio, el 53.70% tuvieron como fin, generar ganancias al crear su empresa, el 64.80% no conoce el termino gestión de calidad, el 31.50% conocen otras técnicas de la gestión de calidad, el 31.50% de los representantes tienen como dificultad la poca iniciativa para implementar la gestión de calidad en su personal, es que no se adaptan a los cambios, el 27.80% mide el rendimiento del personal a través de la observación, el 63% afirman que la gestión de calidad ayuda al rendimiento del negocio, el 57.40% testifican que la gestión ayuda a alcanzar sus objetivos de la empresa, el 63% de los representantes de las microempresas no conocen el término del benchmarking, el 44.30% de los representantes toman con referencias de otras empresas su estrategia de servicio, el 35.20% atestiguan que le benchmarking no encamina al mejoramiento de la empresa, el 37,10% de los representantes menciona que su personal se resiste al cambio, el 42% de los representantes indican que su personal no está acostumbrado a los cambios, el 57.10% dicen que si el benchmarking es primordial en nuevos mercados, el 31.50% de los representantes consideran como fortaleza para implementar el benchmarking es la competencia en el mercado, el 42.60% de los representantes consideran que si el buen uso del benchmarking es eficiente para las organizaciones.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

Debido a que son nuevos en la variable del benchmarking se ha considerado elegir antecedentes que guarden relación con el sector.

Antecedentes Nacionales

Tello (2018) en su trabajo de investigación titulado *Gestión de Calidad con el uso del Marketing en la Micro y Pequeñas empresas Sector Servicios Rubro Hoteles del Distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu, años 2017*. En su investigación tiene como objetivo general, determinar las Característica de la Gestión de Calidad con el uso del Marketing en las Mypes del Sector Servicios Rubro-Hoteles del Distrito de José Crespo y Castilla, Aucayacu. Dicha investigación fue de tipo cuantitativa porque su análisis se puede medir, con un nivel no experimental, la investigación fue descriptivo y de manera transversal, donde se empleó una muestra de 12 micro y pequeñas empresas, con una población de 22, a quienes se le aplicó una encuesta de 22 preguntas aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 66.7% tiene entre 31 a 50 años de edad. El 58% son administradores. El 41.7 tienen entre 4 y 6 años en el cargo. El 50% tienen de 4 a 6 años de permanencia. El 58.3% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 83.3% son familias. El 83% se creó para generar rentabilidad. El 100% no conoce el término de gestión de calidad. El 75% tampoco conocen técnicas de gestión de calidad, les cuesta mucho dicha implementación. Se concluye que la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu, los representantes a pesar de no haber tenido una buena formación académica y algunos estudios de administración mantiene sus empresas vigentes para que de alguna manera su servicio sea requeridos por la población, pero creo que es el momento que se empoderen de nuevas herramientas para poder estar a la vanguardia en este duro y competitivo mercado hotelero.

Rojas (2019) en su investigación *Gestión de Calidad con el uso del Marketing mix en las Mypes del sector Servicio-Rubro Hospedajes, del Distrito de Huaura, 2018*. Tiene como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Marketing mix en la Mypes del Sector Servicio, del Distrito

de Huaura. Su metodología de dicha investigación fue cuantitativo transversal, no experimental, se aplicó una muestra de 15 Mype, utilizando la técnica de la encuesta con 28 preguntas en total divididas en grupo: Representantes de micro y pequeñas empresas, y característica de las mismas teniendo como resultado que la mayoría de personas que representan ese tipo de empresa son de género masculino con un 53.33%, el número de trabajadores que la mayoría de empresas tiene es de 6 – 10 y tiene más de 7 años en la mayoría de empresas de este rubro en el distrito de Huaura. En característica de las micro y pequeñas empresas también se puede decir que tipo de constitución que prima es sociedad anónima S.A con un 53%. Además, en el tema de planificación un 53.33% identifican a sus potenciales clientes casi siempre y que el 50% casi siempre planifican sus metas y objetivos, sin embargo, en tema referente a la capacitación de trabajo solo un 6.67% lo hace siempre, esto demuestra que este punto falta mucho por mejorar e implementar al igual que el tema promoción del servicio por medio de la comunicación como es la internet y radio, solo tiene 13.3% de empresas que lo hacen. Acerca del precio se puede decir que está más orientado al establecerlo en relación a la competencia con un 60%.

Ortiz (2018) en su trabajo de investigación titulado *Gestión de Calidad con el uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Restaurantes del Distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu - año 2017*. Tiene como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Restaurantes del distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu. Su investigación fue de tipo cuantitativo debido a que tiene una estructura que se puede medir, con un nivel no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, de manera transversal; para los cuales se utilizó una muestra dirigida de 12 micro y pequeñas empresas de una población de 20, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 22 preguntas aplicando la técnica de la encuesta. Con la que se obtuvo como resultado: el 58,3% tienen a 50 años. El 66,0% pertenecen al género masculino. El 50.0% tienen educación universitaria. El 58,3% es propietario. El 41,7% tiene más de 7 años en el cargo. El 50,0% tienen de 7 años a más en el rubro. El 41,6% tiene de 1 a 5 trabajadores. El 58,3% tiene como trabajadores a personas no familiares. El 83,3% creó su empresa con el objetivo de generar ganancias. Tienen conocimientos del

termino gestión de calidad, no utilizan las herramientas de gestión de calidad, tiene dificultades para implementar la herramienta de gestión de calidad debido a un poco iniciativa, utilizando la técnica de observación para medir el rendimiento de sus trabajadores, tienen conocimiento del termino marketing. Se concluye que los propietarios a pesar de tener estudios universitarios desconocen la aplicación de las herramientas de la gestión de calidad y el marketing y los beneficios que están pueden dar para una buena colación del producto o servicio ofrecido, dándonos a entender que si bien es cierto conocen los términos, pero desconocen su aplicación dando como resultado un conocimiento de los beneficios de las variables en estudio.

Antecedentes Locales

Díaz (2018) *en su investigación titulado Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro restaurantes en la Urbanización Santa Cristina, Nuevo Chimbote, Año 2016.* Tuvo como objetivo general: Determinar las Características de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes en la Urbanización Santa Cristina, Distrito de Nuevo Chimbote. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, para que el recojo de información se utilizó una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplico un cuestionario de 23 preguntas cerradas, obteniendo los siguientes resultados: El 87,5% son dueños del negocio. El 62,5% tiene una permanencia de más de 7 años en el cargo. El 62,5% tiene de 6 a 10 trabajadores. El 100% tiene como objetivo generar rentabilidad. El 87,5% considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 37,5% conoce el término del benchmarking e indica que esta técnica les puede permitir encaminar mejor el negocio. El 37,5% aplica el aprendizaje continuo como fortaleza que necesita su empresa para implementar el benchmarking y el 50% considera que el buen uso de la técnica benchmarking si permitiría a la empresa ser más eficiente. En conclusión, las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad con el uso del benchmarking mejoraría el rendimiento del negocio siendo más eficiente en sus procesos generando mayor competitividad, sin embargo, no lo aplican por falta de

conocimiento y capacidad, esto se ve evidenciando en su gestión haciendo que el negocio no de los frutos esperados.

Pérez (2018) *en su tesis Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Actividad Veterinarias, JR. José Olaya, Distrito de Chimbote, 2016.* En su investigación tiene como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, jr. José Olaya, distrito de Chimbote. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva, cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una muestra dirigida de 7 empresas de denominación actividad veterinaria, según el sondeo realizado en el Jr. José Olaya, por lo que se les aplicó a los representantes un cuestionario de 22 preguntas cerradas por medio de la encuesta; del cual se obtuvo los siguientes resultados: El 71,4% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 100,0 % son del género masculino, el 100,0% tienen el grado de superior universitario, el 85,7% de las micro y pequeñas empresas permanecen en el rubro entre 7 a más años, el 100,0% tienen entre 1 a 5 trabajadores, el 71,4% conocen el término gestión de calidad, el 100.0% no conocen el significado de la palabra benchmarking, el 85,7% considera que el benchmarking es primordial para las organizaciones. Finalmente se concluye indicando que los representantes de dichas empresas reconocen que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, así como ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, pero que no saben aplicar un buen benchmarking, motivo por el cual se hizo esta investigación.

Mata (2019) *en su investigación titulada Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Servicio Rubro Restaurantes de comidas Criollas, AV Pacifico, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.* Tiene como objetivo general: Determinar las principales Características de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en las Micros y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro de Comidas Criollas, Av Pacifico, Distrito de Nuevo Chimbote. La investigación fue de diseño no experimental transversal, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población muestral de 12 micro y

pequeñas empresas a quienes se les aplicó el cuestionario de 19 preguntas cerradas, a través de ellos se obtuvo como resultados lo siguiente: El 67% de los representantes son los propios dueños. El 50% de los representantes tiene una edad promedio de 18 a 30 años. El 75% de los representantes son de género femenino. El 50% son convivientes. El 67% de los representantes cuentan con estudios superiores universitarios. El 75% son micro empresas. El 59% tienen una permanencia de 5 a 10 años. El 67% cuenta con un promedio de trabajadores. El 75% tiene como trabajadores a sus propios familiares. El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo principal generar ganancias. El 100% de las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad contribuye con el rendimiento del negocio. El 42% de las micro y pequeñas evalúan a su personal por medio de un periodo de prueba. El 100% de las micro y pequeñas empresas administran con calidad su negocio. El 100% consideran que la gestión de calidad ayuda a cumplir sus objetivos y metas trazadas. El 50% conoce el término gestión de calidad. El 100% de las micro y pequeñas empresas consideran que es necesario aprender de otras organizaciones para tener más eficiencia. El 83% de las micro y pequeñas empresas suelen comparar su servicio con otras micro y pequeñas empresas para obtener mejor calidad. El 100% de las micro y pequeñas consideran usar como modelo las buenas prácticas de otras micro y pequeñas empresas para ser aplicadas. El 75% evalúan el desempeño de otras micro y pequeñas empresas para ser evaluados en su negocio.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Las Micro y Pequeñas Empresas

Según la ley 28015 del artículo 1. Tiene como objetivo establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el crecimiento de la micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), decretando políticas de alcance general y la creación de instrumentos de ayuda y promoción , animando la inversión privada, la producción , el acceso a los mercados internos y extremos y otras políticas que aumenten el emprendimiento y favorezcan la mejora de la organización empresarial, en igualdad con el crecimiento sostenido de esas unidades económicas (La República, 2018).

Definición de las micro y pequeñas empresas según la ley 28015 del artículo 2°:

Es la unidad económica conformada por una persona natural y/o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial complementada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, aumento, comercialización de bienes o servicios. Cuando en esta ley se hace mención a las siglas MYPE, se refiere a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales, al no tener tamaño y características propias, tienen igual tratamiento en la presente ley, con expansión al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas (La República, 2018).

Clasificación de las Mypes

Por tamaño por volumen y trabajadores

Las empresas medianas serán aquellas organizaciones con 250 empleados o un volumen de negocio que no exceda los 50 millones de euros, así mismo, las empresas pequeñas son aquellas conformadas por menos de 50 empleados o un volumen que no exceda a los 10 millones de euros, y finalmente las microempresas son aquellas que cuentan con menos de 10 empleados o un volumen que no pase los 2 millones de euros (La República, 2018).

Industriales

Las empresas industriales Son aquellas empresas cuya actividad básica es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas, estas se clasifican en: extractivas, las cuales se dedican a la extracción y explotación de los recursos naturales, sin modificar su estado original, por ejemplo: empresas mineras o pesqueras, Asimismo, se clasifican en manufacturadas, las cuales se dedican a comprar o adquirir materia prima para que este pase por un proceso de transformación y se pueda obtener un producto nuevo con características totalmente diferentes a la original y también se clasifican en agropecuarias que son aquellas empresas cuya función principal es la explotación de la ganadería y de la agricultura (Gestión.Org, 2017).

Comercial

Son aquellas empresas que se dedican principalmente a adquirir bienes o productos con el único objetivo de venderlos en el mismo estado que los compraron o adquirieron, pero con la única diferencia de aumentarle su precio original y obtener un lucro por ello, estas organizaciones se clasifican en mayoristas: las cuales se encargan de realizar ventas a gran escala o a empresas minoristas, que a su vez distribuyen el producto a los consumidores; asimismo se clasifican en minoristas, las cuales se encargan de comercializar productos en pequeñas cantidades de forma directa con los consumidores, también en comisionistas , las cuales se dedican especialmente a vender artículos de los fabricantes, quienes le da una mercancía a consignación, ganando por ello una comisión y por último se clasifican en empresas de menudeo, las cuales se encargan de vender productos tanto en grandes unidades como por unidad ya sea por su reventa o para uso del consumidor final (Gestión.Org, 2017).

Servicios

Son aquellas empresas en las que, con el esfuerzo del hombre producen un servicio para la mayor parte de una colectividad en determinada región, sin que el producto, objeto del servicio, tenga naturaleza corpórea, ofreciendo este servicio a la comunican ya sea con fines lucrativos o sin fines lucrativos, estas compañías se pueden

clasificar en: Servicios públicos (comunicaciones , energía, agua), servicios privados (servicios administrativos , contables, asesorías contables) , transporte (colectivo o de mecánicas), (Gestión.Org, 2017).

Características de las Micro y Pequeñas empresas

Las micro y medianas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función a las ventas anuales: en microempresas, cuando las ventas anuales tienen un importe máximo de 150 UIT, asimismo en pequeñas empresas, cuando las ventas anuales son mayores de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) y no mayores de 1700 UIT y también en mediana empresa, cuando sus ventas anuales superan los montos entre 1700 unidades impositivas tributarias. Si nos referimos al número de trabajadores, las microempresas abarcan de 1 hasta 10 trabajadores como máximo y las pequeñas empresas abarcan de 1 hasta 100 empleados (La República, 2018).

Ventajas y desventajas de las Mypes

Las micro pequeñas y medianas empresas presentan algunas limitaciones para sus propietarios o gerentes, pero al mismo tiempo relatan una serie de ventajas que se mencionará a continuación.

Ventaja de las Mypes

Una de las ventajas con las que cuentan los dueños o administradores de las mypes es la flexibilidad para adaptarse a contextos y situaciones, otra es las decisiones y acciones rápidas a nivel interno, asimismo la comulación directa entre sus integrantes, existen canales eficaces, también los procesos ágiles, no existe la burocracia. Y por el último otra de las ventajas es el trato directo con los clientes o beneficiarios directos (Izquierdo, 2017).

Desventajas de la Mypes

Una de las desventajas con las que cuentan los directivos o administradores de las compañías es que las mypes están limitadas a un mercado reducido, otra de las limitaciones es los pocos recursos humanos o materiales, asimismo las dificultades de financiación, las escasas posibilidades de inversión y expansión y el reconocimiento limitado (Izquierdo, 2017).

Importancia de las Mypes en el Perú

Según (Unknown, 2013) nos afirma que; “En la actualidad las MYPES representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9 % del total de establecimientos nacionales, porcentaje este que se incrementa hasta 97,9% si se añaden las pequeñas empresas”.

Las MYPES son de suma importancia, pues, nos ayuda a incrementar los puestos de trabajos; disminuye a pobreza por medio de actividades para generar más ingresos; incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población; son la principal fuente del desarrollo del sector privado; mejoran la distribución de los ingresos; contribuyen el ingreso para la nación y al crecimiento económico.

Gestión de Calidad

Gestión

Podemos mencionar que la gestión es una acción de gestionar y administrar una actividad profesional en una organización pública como privada que nos ayuda a alcanzar nuestros objetivos y medios para su ejecución, aportando ideas estratégicas para el desarrollo y optimizando de los recursos para ser más eficientes. (Thompson, 2012).

Calidad

Es donde nosotros tenemos que enfocarnos más, en un adecuado producto o servicio, con el propósito o uso que se pretenda hacer de él; para así poder satisfacer a

nuestros clientes cubriendo sus necesidades de consumidores y así superar sus posibles expectativas. (Bolaños, 2015).

Gestión de Calidad

La gestión de calidad son métodos sistemáticos que va ayudar a cualquier tipo de organización a planear, ejecutar y controlar diferentes actividades que se lleve a cabo, con el objetivo de garantizar estabilidad en el desempeño y cumplir las necesidades de los clientes, esto se enfoca en la mejora continua de la calidad (Raffino, 2019).

Los principios de la gestión de calidad

Estos principios asumen un rol importante para las organizaciones con el objetivo de dirigir y orientar de manera exitosa, se recalcan en ocho principios.

El primero se enfoca en al cliente donde debemos de cumplir sus expectativas y así satisfacer sus exigencias como consumidor y fidelizarlos; el otro enfoque es el liderazgo, donde debemos de crear y mantener un clima estable, con el propósito de orientar a los trabajadores y poder involucrarlos en el logro de los objetivos tanto de ellos con de la organización, el otro enfoque es participación del personal, nos permite a que todas sus habilidades del colaborador sean participe dentro de la organización, así mismo el enfoque basado en el proceso, el cual dice que un resultado deseado se alcance eficientemente, cuando sus tareas y recursos se relacionen y se administren correctamente, el siguiente enfoque es sistema para la gestión, es donde vamos a llevar todos los procedimientos al campo de practica para generar interacción entre el elemento de calidad, el siguiente enfoque es la mejora continua las cual nos dice que el desempeño de la organización debería ser un objetivo permanente para adecuar los estándares y mejorar en los procedimientos, así el enfoque basado en la toma de decisiones es para analizar los datos tantos cuantitativos como cualitativos y que nos sirve también para medir el rendimiento de la empresa, y por último el enfoque de relación con los proveedores, por es importante mantener una comunicación beneficiosa y recíproca, así mismo formar un alianza entre proveedor y empresa (Chamorro, 2016).

Como bien señalamos estos ocho principios, y teniendo en cuenta y aplicando de manera correcta la implementación y administración del sistema de gestión de calidad las organizaciones serían más eficientes y más fáciles.

Importancia de la gestión de calidad

Es de suma de importancia implementar un sistema de gestión de calidad porque ayuda como estrado a desenvolver el interior de la empresa, con un proceso de actividades en lo cual nos encaminaran a lograr las características del producto o servicio con las expectativas de los clientes, siendo adquiridos con frecuencia alcanzando nuestros resultados (De la Cruz Bovea, 2016).

Alcances de la gestión de calidad

El propósito y objetivo de este sistema de calidad no se basa solo en el producto o servicio, también reúne los medios para obtenerlos. Lo cual utiliza el control de procesos en cuatro componentes, donde lo mencionamos.

- **Planeamiento:** Es donde se plantea todo el proceso a seguir para alcanzar los objetivos
- **Control:** Es donde se supervisa constantemente donde hay posibles fallas.
- **Aseguramiento:** Donde se pone aprueba tanto el proceso como el producto obtenido y de comprobar el objetivo.
- **Mejoras:** Donde se lleva acabo tanto el producto como el proceso con único propósito de mejor los resultados (Riquelme, 2017).

Ventajas y desventaja de la gestión de calidad

También existen ciertos aspectos positivos como también negativo con respecto a la gestión en las empresas, de cómo puede ser muy ventajoso como también no según (Concepción , 2015).

Ventaja

- Logra concentrar todo el esfuerzo en el desempeño como va a estar organizado y de los procesos competitivos.
- Logra resultados en un corto plazo con resultados claros.

- Ayuda a la aplicación de los avances tecnológicos.

Desventaja

- Es aplicar un cambio dentro de la empresa, pero si todo el personal y los de la alta dirección no está comprometido no podrán lograr el éxito.
- Viendo hacia un cambio drástico puede llegar a ser un proceso muy largo para la organización.

Elementos de la gestión de calidad

Dentro de este sistema existen 4 elementos de gestión de calidad en cual ayuda a las empresas a alcanzar sus objetivos.

La estructura organizacional:

Es donde señala sus funciones y responsabilidades y tareas para alcanzar el objetivo de la empresa.

La planificación de estrategias:

Es donde se forma un conjunto de actividades que hacen posible alcanzar las metas y objetivos de la organización.

Los recursos:

Eso todo aquello que se requiere dentro de la organización para funcionar y llegar a los objetivos (personal, equipamiento, infraestructura, capital).

Procedimientos:

Son los procesos que se llevara a cabo paso a paso en realizar la tarea o actividad, donde se transformara el material en producto o servicio (Raffino, 2019).

Benchmarking

Bueno al momento de hablar de benchmarking hacemos referencia en tomar los productos y servicios y lo procesos de trabajo de las organizaciones líderes en el

mercado, para compararlos con tu propio negocio para luego hacer mejoras e implementarlas.

Esta herramienta no es de copiar lo que tu competencia está haciendo, si no de enseñarnos y aprender de las empresas líderes, lo que están haciendo, para así nosotros implementarlas en nuestra empresa y agregando mejoras, su finalidad es elegir datos de interés para tomar buenas decisiones, donde las empresas identifiquen los casos de éxito y perfeccionen sus estrategias y alcanzar un alto nivel de competitividad (Espinosa, 2019).

Principales objetivos del Benchmarking

El benchmarking tiene objetivos como meta (Hernández E. , 2017).

- Establecer los resultados de otras empresas tomando como referencia lo puntas claves de éxitos de las organizaciones.
- Averiguar de qué manera logran esos resultados.
- Aplica la información recabada como base para puntualizar lo objetivos y estrategias, para ponerlo en práctica dentro de la empresa.

Pero también existen dos tipos más de objetivos que brinda el benchmarking como desarrollo a las empresas según (Rojas K. , 2016).

➤ **Nivel de calidad.**

Es donde se agrega un valor agregado al servicio o producto, referente al costo de producción y al precio de fabricación y venta que se va a dar.

➤ **Productividad.**

Es la comparación de cuanto vamos a producir y a cuanto consumirán dicha cantidad con la finalidad de comparar eficiencia en el proceso.

Tipos de Benchmarking

Existe tres tipos de benchmarking donde permitirá, mirar a los administradores hacia fuera de sus departamentos de sus empresas, hacia sus competidores o donde hay compañías que son mejores en el rubro (Espinosa, 2019).

➤ **Competitivo.**

El benchmarking competitivo se puede mencionar que es el más complicado el cual es donde se mide los productos y o servicios, y analizando a nuestros competidores más agresivos y más directos y líderes en el mercado, para así hacer una comparación con nuestra empresa, así mismo mejorar y superar a nuestra competencia.

➤ **Interno.**

El benchmarking interno es el más fácil de aplicar, porque se da dentro mismo de las empresas, y suelen usarse mayormente en grandes empresas que tienen varios tipos de departamentos, y también sirve para comparar los niveles logrados dentro de la organización.

➤ **Funcional**

El benchmarking funcional es donde vamos a tomar las mejores prácticas en el área donde se planea mejorar, y hacer comparaciones de otras empresas que no sean de nuestro mismo rubro, y así obtendremos información valiosa por no ser competencia nuestra.

Etapas del benchmarking

Es importante señalar como diseñar correctamente etapas de un proceso de benchmarking para tu empresa la cual contamos con cinco pasos (Espinosa, 2019).

➤ **Planificar.**

En esta etapa se planeará como se va a llevar a cabo esta investigación en la cual se tiene que responder tres preguntas.

- ❖ **¿Qué quiero medir?** En este tipo de pregunta, debemos conocer qué área de nuestra empresa vamos a mejorar para actuar, e investigar en otras empresas.

❖ ¿Qué quien voy a medir?

En esta pregunta, es lo primordial, es identificar qué tipo de benchmarking vamos a elegir si es (competitivo, interno, o funcional), luego de elegir el tipo, analizaremos un sector propio o de la competencia.

❖ ¿Cómo vamos hacerlo?

En esta pregunta vamos a crear un equipo de trabajo responsable y encargado de ejecutar el benchmarking.

Siguientes cuatro pasos son:

- **Datos.** Luego de recoger la base de información necesario para mejorar la organización que dependerá el éxito o el fracaso del proceso, se analizarán diferentes fuentes de investigación o estudios de las empresas de competencia.
- **Análisis.** En este paso vamos hacer un análisis de información y compararlas con nuestra empresa, e iniciar un plan de mejora, donde nos arrojaran puntos importantes, el por qué la competencia tiene éxitos en relación a nuestra compañía.
- **Acción.** Es donde vamos a llevar acabo la implementación y ejecución del plan de mejora a nuestra empresa y estar en un nivel superior de las demás competencias.
- **Seguimiento y mejora.** En esta etapa se hará un informe donde describiremos detalladamente el proceso del benchmarking, esto ayudará como antecedentes futuros para optar una mejora continua.

Aspectos del benchmarking

Esta herramienta ha sido presentada para mejorar las prácticas de las empresas para así llegar ser más competitivos dentro del mercado cada vez más difícil, a través este análisis conoceremos ciertos aspectos que posee, tomados por (Spendolini, 2005) según (Hernández C, 2017).

➤ **Calidad.**

Debemos de tomar en cuenta que, al momento de aplicar una estrategia de calidad, se están implicando tareas de planificación, organización, estudios que indican el objetivo específico de enseñanza, encaminando a descubrir, emplear, adecuar nuevas estrategias para diferentes departamentos de las organizaciones, es muy importante conocer el manejo de sistema de otras empresas de calidad, y siendo muy diferente viendo los aspectos de calidad como la perspectiva de los clientes.

➤ **Productividad.**

El benchmarking de producción, busca excelencia en todas las áreas donde controlan los recursos de entrada de productividad, alcanza a ser referida por el volumen de producción y el consumo de los recursos, además pueden ser costosos.

➤ **Tiempo.**

Es importante por que simboliza el desarrollo industrial en los años más recientes, este factor es relevante y se ha convertido en potenciador de ventas, administración, producción y distribución, logrando una mayor productividad, estos programas de tiempo han conseguido recortar los tiempos de entrega y siendo más competitivos.

Ventajas y desventajas del benchmarking

Podemos mencionar que a medida que utilizamos un sistema o herramienta para mejorar nuestra empresa, siempre vamos a tener buenos resultados y también malos resultados. (Uriarte, 2019).

Ventajas

Como sabemos dicha ventaja que obtendremos con este sistema es que no habrá restricciones, podremos hacer pronósticos útiles con la finalidad de actuar rápido, nos beneficia a crear mejores estrategias ya guarda ciertos registros de otras empresas que hayan pasado, nos incentiva mejorar constantemente para alcanzar nuestros objetivos dentro del mercado y aprovechar oportunidades.

Desventajas

En vista que también obtendremos desventajas al usar este sistema, es a la violación de la privacidad de las demás empresas, con un alto costo que nos puedan dar, y se considera su aplicación en situaciones oportunas.

El benchmarking y la calidad de servicio

Es muy importante por destaca la responsabilidad de la empresa de la alta dirección hacia la parte operativa relacionándose directamente o indirectamente con el cliente, dependiendo la calidad de servicio y el comportamiento de recursos humanos, corriendo el riesgo a que no resulte el acorde establecido (Hernández C, 2017).

Importancia del benchmarking

Esta herramienta es importante y ayuda a las empresas a mejor continuamente, pero no solo implica copiar, se centra en el aprendizaje, se enfoca en mejorar la eficiencia propia con la experiencia de las empresas exitosas, también se basa en la investigación de los competidores tanto (directos como indirectos) o también que no sean del mismo rubro y en las compañías más grandes del sector competitivo (Pérez, 2018).

Marco Conceptual

Reseña histórica de los hoteles en el Perú

Es claves destacar como surgieron los primeros hoteles en el Perú - Lima en el siglo XIX, para el crecimiento y desarrollo económico y social, en ese tiempo eran muy escaso conseguir un hotel ya que solo había ocho hoteles, doce posadas, y 42 tambos, en el centro de lima, todo surge después de una bonaza guerra que origina la llegada de numerosos extranjeros europeos con el fin de hacer negocio, otros por conocer y también por intelectualidad, donde ellos hacían viajes vía marítima por falta de carretera. En los años de 1850 los hoteles eran acreditados con el nombre de alojamiento y hospedajes, donde les brindaban reposo, pensión y lo primordial era que sus habitaciones eran rusticas para sus huéspedes. Se conoce algunos primeros hoteles que se fundaron con el hotel el universo, hotel americano, hotel de la Europa en otros.

Definición de un hotel

El hotel viene hacer un establecimiento comercial accesible al público en general, con el propósito de brindar alojamiento turístico de estancias cortas y otros tipos de servicio complementarios, el cual acoge a huéspedes o viajeros que pagan por su estadía y comida y diferentes tipos de servicio brindado por dicha empresa.

Mypes

Las micro y pequeñas empresas, son unidades económicas que están conformados por personas natural o jurídica con el objetivo principal desarrollar ocupaciones de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes y prestaciones de servicio.

Las Micro y pequeñas empresas en el rubro hoteles

Las mypes en el rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, fueron creadas con la finalidad de generar rentabilidad, con un estilo de vida diferente para los dueños o administradores y crecimiento y desarrollo para la ciudad, otorgando puestos de trabajo a las personas de bajo recursos económicos tales como a los jóvenes estudiantes y amas de casa, también obteniendo ingresos financieros, el cual brinda oportunidades para combatir la pobreza.

Gestión de calidad

Es una herramienta valiosa ayuda a las micro y pequeñas empresas en este caso al sector hoteles a tomar acciones que complemente planificadas y sistematizadas que son primordiales para predecir la seguridad de un bien y servicio hacia sus clientes y ser más eficientes en el mercado.

Benchmarking

El benchmarking puede ser definido como un proceso que permite la evaluación de la situación actual que atraviesan las empresas, mediante la comparación de los servicios y/o productos, además de cada una de las actividades que se desempeñan para

llegar a ellos dentro una organización, frente a la competencia no considerándola como tal, sino más bien como modelo a seguir para su posicionamiento en el mercado.

En la actualidad la aplicación del benchmarking como estrategia para permanecer en el mercado es la más utilizada por las pequeñas y medianas empresas, para realizar una comparación con empresas más grandes y reconocidas en el mercado como líderes, y que desarrollan sus actividades con características similares a las suyas, y como resultado de la misma se pueda obtener resultados positivos para mejorar el comportamiento de los individuos que forman parte de la organización frente al cambio. La comparación como tal no es el objetivo principal del benchmarking, sino más bien es el primer paso a seguir para lograr la aceptación al cambio por el personal dentro de cualquier organización, la tarea fundamental es lograr obtener un cambio positivo en el comportamiento del mismo.

III. Hipótesis

La presente investigación “Gestión de calidad con el uso del Benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018”, no se planteó hipótesis por ser de tipo descriptivo.

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

Para la elaboración de esta investigación se utilizó el diseño: No experimental – transversal – descriptivo.

No experimental:

Porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se indica, que se observó que la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking y Plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018, tal como se encontró dentro de su contexto, conforme a la realidad, si sufrir modificaciones.

Fue transversal:

Porque el estudio de investigación de Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking y Plan de Mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles), en la ciudad de Huaraz, 2018, se observó y se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde tuvo un inicio y un final detallado del año de su realización.

Fue descriptivo:

Porque solo se describió las características más relevantes de Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking y Plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles), en la ciudad de Huaraz, 2018.

4.2 Población y muestra

La población se obtuvo mediante la técnica del sondeo personal y fue constituida por 54 micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Muestra

La muestra se determinó por conveniente y fue dirigida a 54 micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Datos complementarios	Definición de variables	Dimensión	Indicadores	Medición
Representantes y/o Administradores	(Thompson, 2012) obtenemos sugerir que la gestión es una acción de gestionar y administrar una actividad profesional en las empresas pública como privada que nos ayuda a lograr nuestros objetivos y medios para su ejecución, contribuyendo con ideas estratégicas para el desarrollo y mejorando los recursos para ser más eficientes.	Edad	- 18 a 30 años - 31 a 50 años - 51 a más años	Razón
		Género	- Masculino - Femenino	Nominal
		Grado de instrucción.	- Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitario - Superior universitario	Nominal
		Cargo que desempeña.	- Dueños - Administradores	Nominal
		Tiempo en el cargo.	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
Datos complementarios	Definición de variables	Dimensión	Indicadores	Medición
Micros y pequeñas empresas.	(La República, 2018) en la ley 28015 es la unidad económica por personas jurídicas bajo cualquier forma que tiene como cualquier objeto desarrollar actividades de extracción, transformación o producción,	Permanencia en el rubro.	- 0 a 3 años - 0 a 6 a más años - 7 a más trabajadores	Razón
		N° de trabajadores.	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Razón
		Personas que trabajan en la empresa	- Familiares - Personas no familiares	Nominal
		Objetivo de la creación.	- Generar ganancias - Subsistencia	Nominal

	comercialización de bienes o prestación de servicio.			
Variable	Definición de variables	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad con el uso del Benchmarking.	(Raffino, 2019) la gestión de calidad son métodos sistemáticos que va ayudar a cualquier tipo de organización a planear, ejecutar y controlar diferentes actividades que se lleve a cabo, con el objetivo de garantizar estabilidad en el desempeño y cumplir las necesidades de los clientes, esto se enfoca en la mejora continua de la calidad.	Conoce el término gestión de calidad.	- Si - No	Nominal
		Técnica moderna de gestión de calidad.	- Benchmarking - Red corporativo - Empowerment - Las 5S - Outsourcing - Otros	Nominal
		Dificultad del personal en la implementación de la gestión de calidad.	- Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los Cambios - Desconocimiento del puesto - Otros	Nominal
		Técnica para medir el rendimiento del personal.	- La observación - La evaluación - Escala de puntuación - Evaluación de 360° - Otros	Nominal
	(Espinosa, 2019) esta herramienta no es de copiar lo que tu competencia está haciendo, si no de enseñarnos y aprender de las empresas líderes, lo que están haciendo, para así nosotros implementarlas en nuestra empresa y agregando mejoras, su finalidad es elegir datos de interés para tomar buenas decisiones, donde las			

	empresas identifiquen los casos de éxito y perfeccionen sus estrategias y alcanzar un alto nivel de competitividad			
		Gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa	- Si - No	Nominal
		La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas.	- Si - No	Nominal
		Significado de la palabra Benchmarking	- Si - No	Nominal
		Las estrategias que toma como referencia de otras empresas es para mejorar	- Producto - Servicio - Proceso de trabajo - Todos	Nominal
		Benchmarking encaminará al mejoramiento de la empresa.	- Si - No - A veces	Nominal
		El personal de la empresa muestra resiste al cambio.	- Si - No - A veces	Nominal
		Resistencia del personal al cambio	- Por qué no está acostumbrado - Por qué desean incentivos económicos - Por qué desean incentivos simbólicos - No se resistente al cambio	Nominal

	Benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado	- Si - No - A veces	Nominal
	Fortalezas para implementar el benchmarking en la empresa.	- La cultura al cambio - Aprendizaje continuo - Competencia en el mercado - Todas - Ninguna	Nominal
	Un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente	- Si - No - A veces	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En este estudio de investigación se utilizó la técnica de la encuesta, dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

El instrumento que se utilizó para el desarrollo de esta investigación fue un cuestionario, en ellas tenemos 23 preguntas cerradas y de intervalos, estructurados en 3 partes, en las cuales 5 está dirigido a los representantes, y 4 siguientes dirigidas a las micro y pequeñas empresas, y finalmente 6 preguntas de gestión de calidad, y las 8 últimas dirigidas a la técnica administrativa que es la variable del uso del benchmarking.

4.5 Plan de análisis

En la presente investigación se utilizó el análisis descriptivo de las variables en estudio, se elaboraron tablas de frecuencia y figura estadísticas, en las cuales se utilizó los siguientes programas.

- Se utilizó el Microsoft Word, para la elaboración del informe de investigación.

- Se aplicó el Microsoft Excel, este programa se utilizó para realizar la tabulación, elaboración y diseños de las figuras correspondientes obtenidas en las encuestas.
- Se manejó el PowerPoint, para la elaboración de las diapositivas.
- Por último, se usó el Acrobat Reader XI, que permite leer archivos digitales en PDF.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y Muestra	Métodos	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas	<p>OBJETIVOS GENERAL: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: a) Describir las principales características de los representantes de las</p>	Gestión de calidad con el uso del benchmarking	<p>Población: La población en estudio estuvo conformada por un total de 54 MYPES rubro actividades de alojamientos para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.</p> <p>Muestra: Para la determinación de la muestra se recopiló la información de la</p>	<p>Diseño de investigación Para la elaboración de esta investigación fue; diseño no experimental - transversal. Fue no experimental porque se estudió conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones. Fue transversal, porque se estudió en un espacio de tiempo determinado donde se tiene un inicio y un fin. Se recolecto la información en</p>	<p>Técnica: En la investigación se aplicó la técnica de la encuesta, porque se recopiló información exacta. Instrumento: Como instrumento se aplicó un cuestionario estructurado,</p>	Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos, se recurrió a los informantes, donde fueron ingresado al programa de cómputo como MS Word, MS Excel y el programa estadístico para

empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018?	micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018. b) Conocer las principales características de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas en la ciudad de Huaraz 2018. c) Detallar las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking y		Inei siendo un total de 54 MYPES rubro hoteles.	un solo momento con el propósito de describir y analizar la variable de la motivación laboral en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas como ámbito de estudio. Tipo y nivel de investigación La investigación fue descriptiva, porque solamente se describió las características más importantes de la variable de la motivación laboral en la gestión de calidad tal conforme a la realidad como se presentan. Así mismo fue de tipo cuantitativo ya que	validado, conformado por (23) preguntas con respuestas cerradas. El instrumento estuvo dirigido a los gerentes o dueños de los hoteles, en donde se desarrolló mediante las variables e indicadores del modelo a estudiar en los hoteles en la ciudad de Huaraz, 2018.	el procesamiento de datos y presentados en tablas y figuras; para su posterior interpretación y análisis.
--	--	--	---	--	---	---

	<p>plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.</p> <p>d) Proponer un plan de mejora sobre la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas, Sector Servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.</p>			<p>los datos obtenidos se analizaron e ingresaron a programas estadísticos.</p>		
--	--	--	--	---	--	--

4.7 Principios éticos

Esta investigación, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, la beneficiará, siendo viable su ejecución en beneficio de la micro y pequeña empresa bajo los principios éticos de confidencialidad y respeto a la persona humana.

Protección a la persona:

En esta investigación se protegió la entidad de las personas que participan en las diferentes investigaciones se debe asegurar su bienestar, en ese sentido corresponde al investigador tener una conducta y en lo posible responder a algunas reglas como, el no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Cuidado del medio ambiente y biodiversidad:

La reciente investigación conto con una plataforma virtual para la revisión de los trabajos de investigación, en el cual se pudo minimizar el papel bond el cual beneficia al medio ambiente.

Libre participación y derecho a estar informado:

Dicha investigación tuvo como principales a las personas que manifestaron con voluntad la información donde se realizó esta investigación.

Beneficencia y no maleficencia:

Porque se debe garantizar la integridad del investigador y este a su vez debe respetar las reglas como: no causar daño, aminorar los efectos adversos e incrementar los beneficios.

Justicia:

El investigador hará ejercer la ponderación de un juicio razonable para que pueda tomar algunas precauciones que sean necesarias para asegurar algunos sesgos y limitaciones de sus propias capacidades y conocimientos, para no dar lugar o tolerar prácticas injustas.

Integridad científica:

La integridad no solo debe aplicarse en la investigación, sino que también debe practicarse tanto en el quehacer diario como en las aplicaciones laborales y profesionales.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas, empresas sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad Huaraz 2018.

Características de los representantes	N	%
Edad		
18 a 30 años	16	29.60
31 a 50 años	23	42.60
51 a más años	15	27.80
Total	54	100.00
Género		
Masculino	32	51.90
Femenino	22	48.10
Total	54	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	16	29.60
Primaria	18	33.30
Secundaria	13	24.10
Superior no universitario	4	7.40
Superior universitario	3	5.60
Total	54	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	32	59.30
Administrador	22	40.70
Total	54	100.00
Tiempo que desempeña		
0 a 3 años	18	25.40
4 a 6 años	30	55.60
7 a más años	6	19.00
Total	54	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Características en las micro y pequeñas empresas	N	%
Trabajadores que laboran en la empresa		
0 a 3 años	17	31.50
0 a 6 años	25	46.30
7 a más trabajadores	12	22.20
Total	54	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	20	48.10
6 a 10 trabajadores	28	33.30
11 a más trabajadores	10	18.60
Total	54	100.00
Las personas que trabajan en su empresa		
Familiares	14	25.90
Personas no familiares	40	74.10
Total	54	100.00
Objetivo de creación de la empresa		
Generar ganancia	29	53.70
Subsistencia	25	46.30
Total	54	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro (hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Benchmarking en la gestión de calidad	N	%
Conocimiento del término de gestión de calidad		
Si	19	35.20
No	35	64.80
Total	54	100.00
Técnicas de gestión de calidad		
Benchmarking	5	9.20
Red corporativa	5	9.30
Empowerment	12	22.20
Las 5s	8	14.80
Outsourcing	7	13.00
Otros	17	54.17
Total	54	100.00
Dificultada para la implementación gestión de calidad		
Poca iniciativa	17	31.50
Aprendizaje lento	5	9.30
No se adapta a los cambios	7	13.00
Desconocimiento del puesto	10	18.40
Otros	15	27.80
Total	54	100.00
Que técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	15	27.80
La evaluación	10	18.50
Escala de puntuación	8	14.80
Evaluación de 360°	9	16.70
Otros	12	22.20
Total	54	100.00
Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	34	63.00
No	20	37.00
Total	54	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización		
Si	31	57.40
No	23	42.60
Total	54	100.00

Continúa...

Conoce usted el significado de		
La palabra Benchmarking		
Si	20	37.00
No	34	63.00
Total	54	100.00
Que estrategias toman como referencia de otras empresas para mejorar		
Producto	13	24.10
Servicio	24	44.30
Proceso de trabajo	12	22.30
Todas	5	9.30
Total	54	100.00
El benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa		
Si	17	31.50
No	19	35.20
A veces	18	33.30
Total	54	100.0
El personal muestra resistencia al cambio		
Si	20	37.10
No	18	33.30
A veces	16	29.60
Total	54	100.00
Porque cree que el personal de su empresa se resiste al cambio		
Porque no están acostumbrados	23	42.00
Porque desean incentivos económicos	10	18.50
Porque desean incentivos simbólicos	12	22.20
No se resisten al cambio	9	17.30
Total	54	100.00
El benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado		
Si	27	57.10
No	16	28.90
A veces	11	14.00
Total	54	100.00

Continúa...

Que tipos de fortalezas considera que necesita Su empresa para poder implementar el benchmarking		
La cultura al cambio	8	14.70
Aprendizaje continuo	13	24.10
Competencia en el mercado	17	31.50
Totas	9	16.70
Ninguna	7	13.00
Total	54	100.00
El buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente		
Si	23	42.60
No	22	40.70
A veces	9	16.70
Total	54	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividad de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Tabla 4

Propuesta de mejora de las características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las mis micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro (hoteles) en la ciudad de Huaraz 2018.

Problemas encontrados resultados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsable
El 33.30% tiene dificultad en el grado de instrucción	En la mayoría de los representantes tuvieron un aprendizaje limitado en los cuales no pudieron culminar sus estudios primarios	Hacer que los representantes puedan culminar o terminar sus estudios.	Representante
En temas empresariales el 64.80% desconoce la Gestión de Calidad y el 63% también desconocen el Benchmarking.	La mayoría de los dueños no conoce el termino de gestión de calidad y el benchmarking	Hacer que nuestros representantes reciban y participen de los asesoramientos y capacitaciones empresariales para poder administrar correctamente sus negocios, desarrollando principios eficaces sobre la gestión de calidad y el benchmarking dentro de su entorno.	Representante
El 54.17% conocen otras técnicas modernas de la gestión de calidad	Los representantes como los trabajadores de las empresas, se rigen a otras técnicas el cual no tienen conocimiento sobre estas técnicas modernas y solo aplican actividades empíricas.	Capacitar al personal para enriquecer sus conocimientos y que se vuelva eficiente dentro de la empresa para la productividad de la empresa.	Representante

El 31.50% tienen dificultad en la Implementación a la gestión de calidad	La falta de compromiso de los dueños impiden implementar una adecuado gestión de calidad	El desinterés y la irresponsabilidad de los representantes con la empresa, ya que muchos de ellos tienen mayor prioridad en otras actividades de negocio	Representante
El 42% del personal se resiste al cambio	Porque no están acostumbrados	Se les hace difícil adaptarse a nuevos cambios y tienen miedo de empeorar sus trabajos en la empresa.	Representante

Fuente: Elaborado por el autor deficiencia

5.2 Análisis de los resultados

Tabla 1

Características generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Edad de los representante

El 42.60% de los representantes de las pequeñas empresas, tienen una edad entre 31 a 50 años, dato que coincide con los resultados encontrados por Tello (2018), quien afirma que el 66.7% tienen de entre 31 a 50 años, y con Ortiz (2018) quien menciona que el 58.3% tienen de 31 a 50 años de edad, y a su vez con los resultados encontrados por Pérez (2018) con el 71.4% tiene de entre 31 a 50 años, también con los resultados encontrados por Díaz (2018) quien certifica que el 62.5% don entre 30 a 50 años de edad, en el mismo contesto contrasta a su vez con lo señalado por Rojas (2019) quien afirma que el 46.7% tienen una edad entre 18 a 30 años, con Mata (2019) con él 50% tienen entre 18 a 30 años . Se puede concluir que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas adultas, que buscan desarrollar un trabajo responsable con el fin del bienestar del cliente.

Género del representante.

El 51.90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, coincide con los resultados encontrados por Rojas (2019) quien menciona que el 53,3% son de género masculino, también coincide con los resultados encontrados por Ortiz (2018) quien afirma que el 66.7% son de género masculino, y con los resultados encontrados por Pérez (2018) con el 100% que son de género masculino, coincide también con los resultados encontrados por Días (2018) con el 50% que son de género masculino, en el mismo contesto contrasta a su vez con lo señalado por Tello (2018) quien afirma que el 58.3% son de género femenino, se asemeja también a los resultados encontrados por Mata (2019) con el 75% son de género femenino, y con los resultados encontrados por Díaz (2018) con el 50% son de género femenino. Demostrando con estos resultados que la gran mayoría de representantes en el rubro de hoteles son las de género masculino.

Grado de Instrucción.

El 33.30% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción primaria, con Tello (2018) donde menciona que el 75% tienen grado de instrucción secundaria, así mismo contrasta con los resultados encontrados por Rojas (2019) quien afirma que el 33.3% tienen un grado superior universitario, y coincide con los resultados encontrados por Ortiz (2018) con el 50% con un grado superior universitario, también se asemeja con los resultados encontrados por Mata (2019) quien menciona que el 66.60% tiene un grado superior universitario, y contrasta con los resultados encontrados por Pérez (2018) con el 100% que tienen un grado superior universitario, y a si mismo coincide con los resultados encontrados por Díaz (2018) con el 62.5% que tienen un grado superior universitario. Se puede mencionar que en el negocio dedicado a este rubro poseen un grado de instrucción superior universitario.

Cargo que desempeña.

El 59.30% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeñan el cargo de dueño, coincide con los resultados encontrados por Ortiz (2018) quien menciona que el 58,3% son dueños, se asemeja con lo determinado por Rojas (2019) donde menciona que el 60% de los empresarios son dueños de sus propios negocios, esto se asemeja a los resultados encontrados por Díaz (2018) quien afirma que el 87.5% son dueños, a su vez coincide con los resultados por Mata (2019) que afirma que el 66.60% también son dueños de sus negocios, contrasta con los resultados encontrados por Tello (2018) quien menciona que el 58.3% son administradores de la empresa, también con los resultados encontrados por Pérez (2018) que señala que el 71.4% son administradores. Se concluye que la mayoría son dueños en su propio negocio y a la vez cuentan con sus administradores.

Tiempo que desempeña en el cargo.

El 55.60% de los representantes de los hoteles con respecto al tiempo en el cargo tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, esta información coincide con los resultados encontrados por Tello (2018) quien menciona que el 41,7% desempeñan

en el cargo entre 4 a 6 años, a su vez este dato coincide con el resultado encontrado por Rojas (2019) que indica que el 46.7% también desempeñan en el cargo entre los 4 a 6 años en el rubro, con los resultados encontrados por Pérez (2018) quien afirma que el 57,1 desempeñan también en el cargo entre los 4 a 6 años, esta información contrasta con Ortiz (2018) donde el 41.7% se desempeñan en el cargo de 7 a más años, y con Díaz (2018) que manifiesta con un 62,5% de los representantes tienen 7 a más años en la actividad. Se llega a la conclusión que los representantes llevan poco tiempo desempeñándose en el cargo.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.

El 46.30% de las microempresas tienen entre 0 a 6 años de permanencia en el rubro, esta información se asemeja con lo mencionado por Rojas (2019) donde el 53,3% de las mypes tienen entre 4 a 6 años en el rubro, coincide también con los resultados encontrados por Tello (2018) que indica que el 50% tienen entre 4 a 6 años en el rubro, también con los resultados encontrados por Ortiz (2018) quien menciona que el 50% tienen de antigüedad entre 4 a 6 años, contrasta con los resultados encontrados por Mata (2019) quien menciona que el 58.3% tienen entre 5 a 10 años, y este dato contrasta con lo mencionado por Pérez (2018) dado a que detalla que el 85.7% tienen de antigüedad entre 7 a más años en el rubro, se asemeja también por los resultados encontrados por Díaz (2018) quien afirma que el 75% tienen entre 7 a más años de antigüedad en el rubro. Se concluye que las mypes no tienen varios años dentro del rubro, lo cual afirman que es porque no les genera una ganancia positiva.

Número de trabajadores.

El 48.10% de las micro y pequeñas empresas tienen un número de trabajadores entre 1 a 5 trabajadores en su negocio, coincide con los resultados encontrados por Tello (2018) quien dice que el 58.3% tiene de 1 a 5 trabajadores, también coincide con los resultados encontrados por Ortiz (2018) quien menciona que el 51.6% cuentan con

1 a 5 trabajadores, dato que se asemeja con Pérez (2018) donde el 100% de las mype tienen entre 1 a 5 trabajadores, estado que contrasta con los resultados referido por Rojas (2019) donde indica que el 53.3% tienen entre 6 a 10 trabajadores, y con Mata (2019) quien afirma que el 66.60% tienen entre 6 a 10 años, se asemeja con Díaz (2018) quien afirma que el 62.5% tiene entre 6 a 10 trabajadores. Se puede mencionar que las micro empresas actualmente cuentan con menos de 5 trabajadores debido a que su establecimiento es aun pequeño, pero como objetivo de ampliarse a un corto plazo.

Las personas que trabajan en su empresa.

El 74.10% de las microempresas cuentan con personas no familiares en su negocio, dato que se asemeja con los resultados encontrados por Rojas (2019) quien afirma que el 46.7% tienen como trabajadores a personas no familiares, y con Ortiz (2018) donde detalla que el 58.3% tiene como trabajadores no familiares, así mismo con los resultados encontrados por Pérez (2018) quien detalla que el 57,1% tienen como trabajadores a personas no familiares, estado que contrasta con lo referido por Mata (2019) donde refiere que el 75% tiene a trabajadores a familiares, y con Díaz (2018) donde indica que el 75% que cuentan con trabajadores familiares, Se puede mencionar que las mypes actualmente no cuentan con familiares en su empresa.

Objetivo de creación de la empresa.

El 53.70% de las microempresas tuvieron como fin de generar ganancias al crear su mype, estos resultados se asemejan con lo expresado por Tello (2018) donde detalla que el 83.3% crean la empresa para generar ganancias, del mismo modo con Rojas (2019) donde el 86.7% de los empresarios revelaron que el objetivo de la creación de las mypes fue el de generar ganancia, también los resultados encontrados por Ortiz (2018) donde afirma que el 83.3% tienen como objetivo generar ganancia, y también con los resultados encontrados por con Mata (2019), Pérez (2018) y Díaz (2018) que afirman que el 100% crea la empresa para generar ganancias. Se puede afirmar que, de acuerdo a estos resultados, las pequeñas empresas son creadas con el objetivo de generar ganancias para que puedan ser distribuidos a diferentes gastos que pueda tener los representantes del negocio.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en la micro y pequeñas empresas.

Gestión de calidad

¿Conoce el término gestión de calidad?

El 64.80% de los representantes de las microempresas no conocen el término de gestión de calidad, coincide con los resultados encontrados por Tello (2018) donde el 100% de los encuestados aseguran que no conocen el término de gestión de calidad, pero contrasta con lo mencionado por Ortiz (2018) donde el 66.7% certifican que si conocen el término de gestión de calidad, información que se asemeja con lo indicado por Mata (2019) donde ostenta que el 100% de los representantes encuestados manifiestan que conocen el término gestión de calidad, coincide con los resultados aplicados por Pérez (2018) quien dice que el 71.4% tienen conocimiento sobre el término de gestión de calidad, pero contrasta los resultados obtenidos por Díaz (2018) quien afirma que el 62.5% indican que tienen los representantes encuestados ciertos conocimientos, se puede concluir que los representantes hoy en día tienen conocimiento sobre la gestión de calidad y la importancia que tiene ello en su negocio.

¿Qué técnica moderna de la gestión calidad conoce?

El 31.50% de los representantes de las microempresas conocen otros tipos de técnicas de gestión de calidad, estos resultados se asemejan con los resultados encontrados por Pérez (2018) quien afirma que el 71.4% de los representantes encuestados conocen también otros tipos de gestión de calidad, pero contrasta con los resultados encontrados por Tello (2018) quien menciona que el 75% de los representantes encuestado no conocen ninguna técnica de gestión de calidad, también con los resultados encontrados por Ortiz (2018) el 50% no conocen ninguna técnica de gestión de calidad, este dato contrasta con lo mencionado por Díaz (2018) dado que detalla que el 37,5% si conocen una técnica moderna que es el benchmarking. En

conclusión, se demuestra que los representantes no conocen otras y ninguna técnica de gestión de calidad.

¿Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad?

El 31.50% de los representantes tienen como dificultad la poca iniciativa para implementar la gestión de calidad en su personal, y con Ortiz (2018) quien dice que el 33.3% poseen muy poca iniciativa para implementar la gestión de calidad, estos resultados encontrados contrastan por Tello (2018) debido a que los representantes consideran con un 83.3% tienen desconocimiento sobre la implementación de la gestión de calidad, datos que contrasta con Pérez (2018) quien menciona que el 42.8% tiene como impedimento otros motivos para la implementación de la gestión de calidad, se asemeja los resultados encontrados por Díaz (2018) quien menciona que el 37.5% tiene dificultades debido a que el personal no se adapta a los cambios. Se concluye que las mypes tienen diferentes dificultades para la implementación de una adecuada gestión de calidad, pues los problemas que presenta cada mype es diferente y pueden influir varios factores.

¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?

El 27.80% de los representantes de las microempresas conocen la técnica de la observación como medición del rendimiento del personal, coincide con los resultados encontrados por Tello (2018) con el 83,3% que emplea la observación, información que se asemeja con lo indicado por Ortiz (2018) donde el 50% de los encuestados utilizan la técnica de la observación, y con lo mencionado por Pérez (2018) que afirma que el 57.1% usa la técnica de la observación, dato que contrasta con los resultados obtenidos por Mata (2019) quien indica que el 41.70% utilizan la técnica de la evaluación y el periodo de prueba para medir a su personal, y con lo mencionado por Díaz (2018) que el 62.5% utilizan la técnica de la evaluación. Las mypes actualmente optan por emplear la observación como medio para medir el rendimiento de sus trabajadores, ya que aseguran que pueden tener mejores resultados.

¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

El 63% de los representantes de las microempresas si consideran que la gestión de calidad contribuye a la mejora del rendimiento del negocio, resultado que coincide con Ortiz (2018) donde el 91.7% de los representantes consideran que la aplicación de la gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio, y con los resultados obtenidos por Pérez (2018) quien afirma que el 100% considera la aplicación de la gestión de calidad contribuye al mejoramiento y rendimiento del negocio, se asemeja los resultado obtenidos por Díaz (2018) indica que el 87.5% cree que la gestión de calidad contribuye a la mejora del rendimiento del negocio, discrepa con los resultados obtenidos por Tello (2018) quien menciona que el 66.7% de los representantes menciona que la aplicación de la gestión de calidad no contribuye al mejoramiento del negocio. La totalidad de las pequeñas empresas afirman que la adecuada gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento de su negocio.

¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización?

El 57.40% de los representantes de las microempresas si consideran que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, coincide con los resultados por Mata (2019) quien menciona que el 100% expresa que la gestión de calidad si ayudara alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, se asemeja este resultado obtenidos por Pérez (2018) indica que el 100% afirme que la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, coincide con los resultados obtenidos por Díaz (2018) quien menciona que el 87.5% aprueba que la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa. Se puede concluir que las microempresas si creen que la gestión de calidad ayuda en el logro de objetivos y metas.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Benchmarking

¿Conoce usted el significado de la palabra benchmarking?

El 63% de los representantes de las microempresas no conocen el término del benchmarking, resultado que concuerda con lo mencionado por Pérez (2018) donde indica que el 100 % de los representantes no conocen la palabra del benchmarking, contrasta con los resultados encontrados por Mata (2019) donde revela que el 50% de los representantes si conocen el significado benchmarking, información que se asemeja con lo indicado por Díaz (2018) donde el 37.5% de los representantes si conocen el termino benchmarking y poseen cierto conocimiento de dicha palabra. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro (Hoteles) si conocen la palabra benchmarking porque ayudara a encaminar al mejoramiento de sus empresas.

¿Las estrategias que toma como referencia de otras empresas es para mejorar?

El 44.30% de los representantes legales toman como estrategia los servicios de otras empresas como estrategia, coincide con los resultados obtenidos por Díaz (2018) que afirma que el 50% de los representantes también toman como estrategia los servicios de otras organizaciones, estos datos contrastan con los resultados obtenidos por Pérez (2018) que menciona que el 42,9% toman todas las estrategias de otras empresas, en conclusión se demostró que, la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican el servicio y producto como estrategia de otras empresas.

¿El benchmarking encamina al mejoramiento de la empresa?

El 35.20% de los representantes consideran que el benchmarking no encamina al mejoramiento de la empresa, estos datos contrastan con los resultados obtenidos por

Mata (2019) quien mencionan que si el benchmarking si encamina al mejoramiento de las empresas, y se asemeja con los resultados obtenidos por Díaz (2018) quién afirma que también el benchmarking encamina al mejoramiento, en conclusión las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro (Hoteles) creen que están yendo por el buen camino, esto se debe a que dichas empresas tratan de hacer lo correcto.

¿El personal muestra resistencia al cambio?

El 37.10% de los representantes de las microempresas menciona que, si muestran resistencia al cambio su personal, y coincide estos resultados encontrados por Díaz (2018) indican que el 37.5% que también muestras si y a veces se resistencia al cambio sus trabajadores, datos que contrastan con Pérez (2018) debido a q los representantes revelan que sus personales no muestran residencia al cambio. En conclusión, esto demostró que, la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen problemas con la resistencia al cambio en su personal, esto se debe a que estas empresas no se adaptan a los cambios que se presentan en su rubro.

¿Por qué crees que el personal de su empresa se resiste al cambio?

El 42% de los representantes legales mencionan que su personal se resiste al cambio porque no están acostumbrando, datos contrata con los resultados obtenido por Díaz (2018) mencionan que el 50% de los representantes afirman que sus trabajadores no se resisten al cambio. En conclusión, se demuestra que el colaborador no está acostumbrado al cambio la cual es desventaja para la organización.

¿El benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado?

El 57.10% de los representantes afirman que, si el benchmarking es primordial para las empresas, y coincide con los resultados encontrados por Pérez (2018) que menciona que el 85.7% de los representantes afirman que el benchmarking si es primordial en las empresas para las nuevas incursiones, estos resultados contrastan por los resultados obtenidos por Díaz (2018) donde indica que el 50% de los representantes aluden que a veces es el benchmarking es primordial en las incursiones nuevas de las organizaciones. En conclusión, se demuestra la gran mayoría de las

micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades (hoteles) reconocen que es una buena técnica para poder implementarla, esto se debe a que dichas empresas lo aplicaban sin saber del término.

¿Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking?

El 31.50% de los representantes consideran como fortaleza la competencia en el mercado, así mismo discrepa con los resultados obtenidos por Pérez (2018) que el 42.8% de los representantes toman como fortaleza la mejora continua, de modo contrasta con los resultados obtenidos por Díaz (2018) donde mencionan que el 37.5% de los representantes poseen todas como fortaleza y el aprendizaje continuo. En conclusión, esta fortaleza aun no es suficiente para que la empresa tenga un óptimo desempeño, necesita ampliar más sus conocimientos en cuanto a gestión de calidad y mejora continua en sus líneas de operaciones y servicios.

¿El buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente?

El 42.60% de los representantes indican que el benchmarking si permite a las empresas ser eficiente, desdice con los resultados obtenidos por Pérez (2018) que afirma que el 71.4% de los representantes certifican que, si el buen uso del benchmarking permite a ser eficientes a las empresas, se asemeja a los resultados de Dais (2018) donde el 50% de los representantes afirman que si el buen uso del benchmarking permite ser eficiente a las empresas. En conclusión, esto demuestra que, la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades (hoteles) reconocen que el benchmarking es una buena herramienta de esto se debe a que estas empresas están tomando consciencia sobre dicha herramienta.

Tabla 4

Plan de mejora propuesto de gestión de calidad con uso del benchmarking

1. Datos generales

Nombre o razón social: Hoteles, en la ciudad de Huaraz.

Dirección: En la ciudad de Huaraz

Nombre del representante: Dueños y/o los gerentes de las Mypes.

Historia.

Los hoteles son establecimientos privados creadas por personas natural o jurídica, así mismo logra ser dirigida por el representante o como una persona individual o constituirse como persona jurídica con el objetivo de prestar y brindan servicios mejorados de alojamiento para estancias cortas a los clientes y turistas o viajeros, contando con una buena infraestructura de habitaciones y un ambiente cómodo y económico.

2. Misión

Aportar con el desarrollo turístico en la ciudad de Huaraz, atendiendo a todos los turistas visitantes, ofreciéndolos un servicio privilegiado y de clase en las habitaciones con muy buena infraestructura para así poder superar las expectativas de nuestros clientes.

3. Visión

Ser reconocido por nuestro prestigio en los mercados locales, nacionales, operando de la mejor manera con un sistema de gestión de calidad y utilizando la técnica administrativa del benchmarking para así poder diferenciarnos de las competencias y asegurando la rentabilidad y así mismo también la estabilidad de las empresas.

4. Objetivos Empresariales

Los hoteles en un establecimiento donde frecuentan las personas, a brindar servicios de alojamiento, alimentación y entretenimiento a los turistas o viajeros, según su estatus económico de vida, cumpliendo sus necesidades, avalando un excelente servicio a los comensales, así mismo contamos con los siguientes objetivos

- Lograr fidelización de los clientes.
- Ofrecer un excelente servicio de hospedaje y cómodo.
- Aumentar la rentabilidad de las organizaciones.
- Ampliar nuestras habitaciones.
- Preparación constante de nuestros colaboradores.

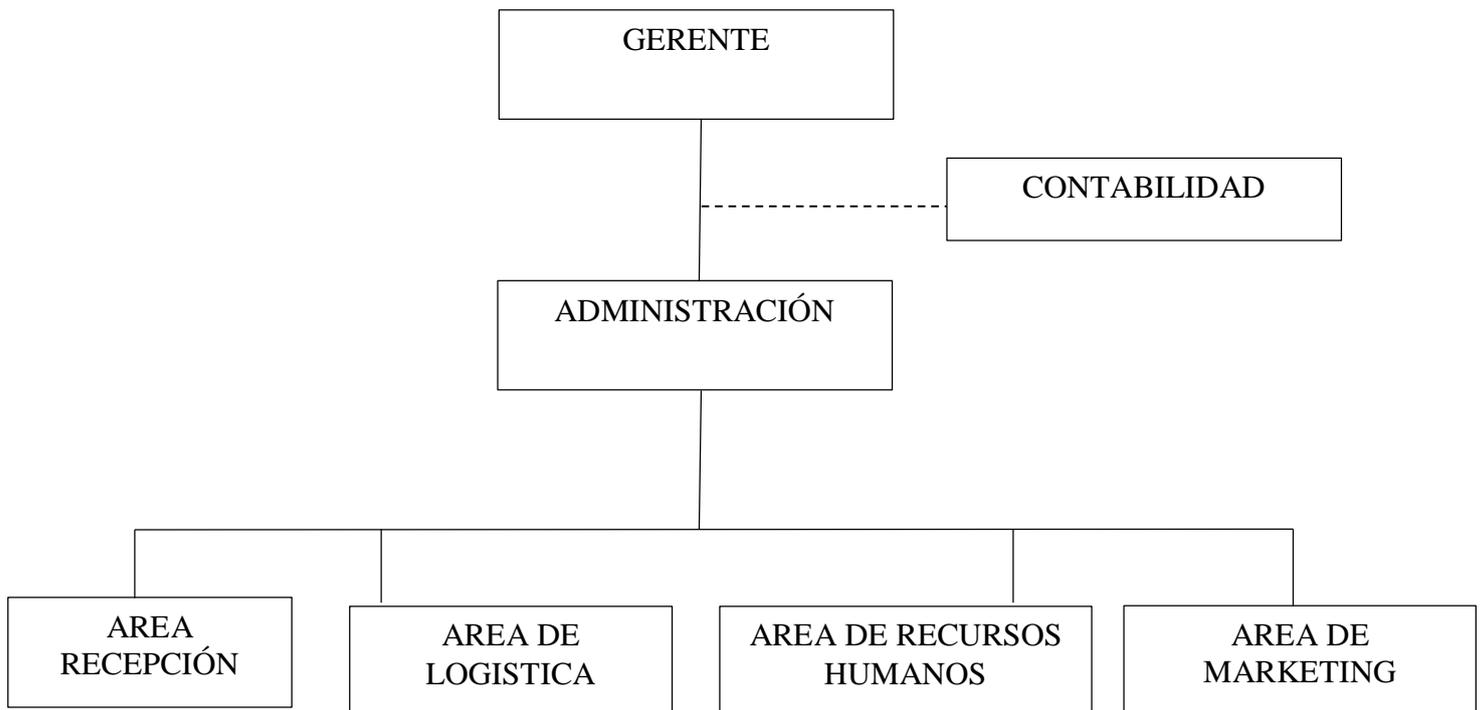
5. Servicios

El hotel brindar una amplia selección y servicios, así mismo una atención individualizada a los todos huéspedes, contar con las mejores remodelaciones de habitaciones y que sean placenteros, para que su estadía en la ciudad de Huaraz sea inolvidable.

Giro del negocio: Brindar servicios de hospedaje

Actividad principal: Ofrecer alojamiento a personas, mediante precio, de forma habitual y profesional, con o sin otros servicios complementarios, mediante la denominación genérica de hotel, hostel.

6. Organigrama



6.1 Funciones

Cargo	Gerente General
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Licenciado en administración de empresas. ✓ Tener experiencia con conocimientos en el rubro.
Funciones	✓ Su función es llevar a cabo los procesos administrativos, asegurar el crecimiento y la consolidación del hotel y verificando a sus colaboradores sus desempeños de labor.
Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Poseer estudios en administración de turismo y hotelería en administración de empresas o últimos ciclos. ✓ Contar con experiencia en GERENCIA EMPRESARIAL RR.HH Y ATENCIÓN AL CLIENTE, y en el manejo del personal
Funciones	✓ Su función es controlar las diferentes actividades y acciones que se realiza en diferentes áreas del hotel
Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios universitarios y/o técnicos. ✓ Experiencia en laborales contables.
Función	✓ Su función la situación financiera de la empresa, los gastos e ingresos, como los pagos y cobros pendientes de la empresa.
Cargo	Jefe de área de Recepción
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios universitarios en administración de hoteles o afines. ✓ Conocer el funcionamiento del hotel. ✓ Dominio de idiomas y buen nivel cultural.
Función	Esta área se encarga de organizar, dirigir, controlar y gestionar la oferta de las habitaciones, teniendo en cuenta las reservas de habitaciones, entradas, salidas de los huéspedes, la facturación, y optimizar los recursos humanos y materiales para ofrecer mejor calidad de servicio al cliente.

Cargo	Jefe del Área de Logística
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener estudios universitarios y/o técnicos. ✓ Tener experiencia mínima de un año en el área de trabajo.
Funciones	✓ La función del encargo de esta área es seleccionar correctamente a los proveedores, conocer las necesidades que tiene el cliente y llevar un control de las compras.
Cargo	Área de Recursos Humanos
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios universitarios y/o técnicos. ✓ Experiencia laboral en el área
Funciones	✓ Las funciones de esta área son reclutar, seleccionar y contratar al personal, además controlar los deberes y derechos del colaborador
Carlo	Área de Marketing
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios universitarios y/o técnicos en marketing, ventas o afines. ✓ Experiencia y conocimiento en planeación estratégica comercial y ventas.
Función	✓ Esta área se encarga de planificar, dirigir, respecto a los servicios, precios, promoción, distribución, diseño de planes de marketing y estrategias de productos de la empresa.

6.2 Diagnostico empresarial

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO
<p>O1: Crecimiento de turismo en nuestra región.</p> <p>O2: Competencia con baja calidad de servicios.</p> <p>O3: Los clientes buscan servicios de calidad.</p> <p>O4: Convenios con empresas de agencia de viajes.</p> <p>O5: Localización accesible para cliente.</p>	<p>F1, F4, O1, O2: Fidelizar a los clientes para mejorar la rentabilidad.</p> <p>F4, O1: Invertir en publicidad que promueva la visita de los turistas.</p> <p>F1, F2, O4: Fortalecer convenios con empresas añadiendo valor agregado al servicio.</p> <p>F1, F3, O2: Desarrollo de nuevas alternativas de servicio.</p>	<p>D1: Falta de compromiso e interés de los representantes con la empresa.</p> <p>D2: La gerencia no realiza un diagnóstico previo de las necesidades del personal.</p> <p>D3: La Gerencia pocas veces programa de capacitación para el personal</p> <p>D4: El tiempo de capacitación que recibe el personal es una sola vez durante el año.</p> <p>D4, O1, O3: Elaborar un plan de presupuesto para la capacitación al personal.</p> <p>D2, O2, O3: Designar un personal responsable para evaluar las dificultades que tiene el personal en sus actividades.</p> <p>D1, O1, O2, O3: Asesorar a los representantes para obtener mayor conocimiento e implementar y aplicar una correcta gestión de calidad.</p>

AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIAS DA
<p>A1: Incremento de la competencia en la zona</p> <p>A2: Clientes exigentes en altos estándares de calidad de producto y servicio.</p> <p>A3: Oferta de costos menores por la competencia.</p> <p>A4: Competencia desleal de otras empresas.</p> <p>A5: Publicidad agresiva</p>	<p>F3, F4, A1, A2: Aprovechar la competitividad del personal para brindar un excelente servicio de atención a los huéspedes.</p> <p>F3, F4, A1, A2: Diferenciación para hacer frente a la competencia.</p> <p>F4, A3, A5: Implementar programas de mercadeo, modernización y creación de nuevos servicios complementarios de alojamiento.</p>	<p>D4, A1, A2: Invertir mayor presupuesto en capacitaciones para el personal.</p> <p>D1, D2, D3, A3: Elaborar un plan de mejora eficiente para hacer frente a los problemas que se presenten.</p>

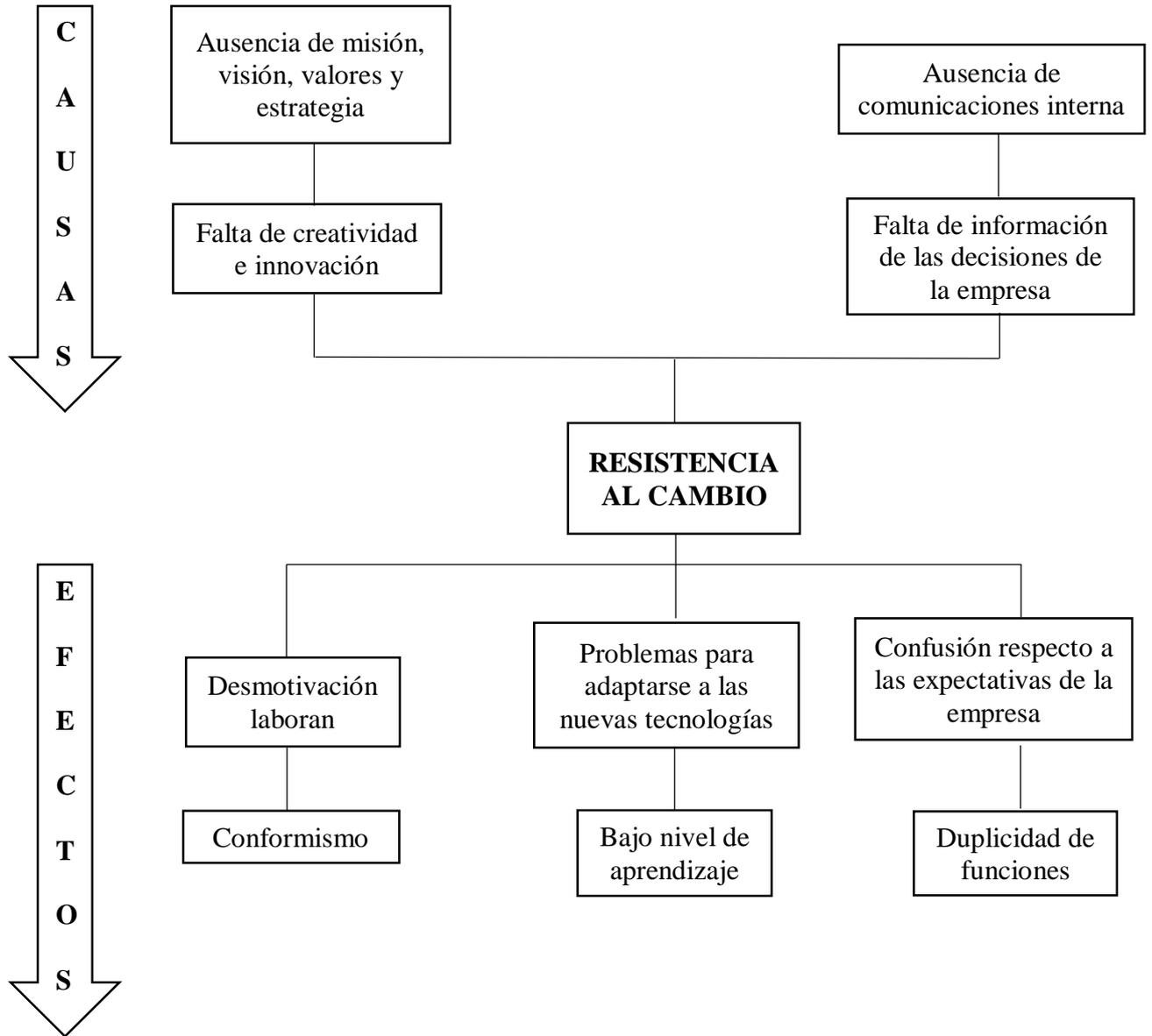
7. Indicadores de Gestión.

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de las Mypes del rubro de (Hoteles)
Dificultad en el Grado de instrucción	Es una gran desventaja porque los representantes solo cuentan con estudios primarios.
En temas empresariales de Gestión de calidad y el Benchmarking	La mayoría de los dueños no conoce el término de gestión de calidad y el benchmarking.
Técnicas modernas de la gestión de calidad	Los representantes como los trabajadores de las empresas, se rigen a otras técnicas el cual no tienen conocimiento sobre estas técnicas modernas y solo aplican actividades empíricas.
Dificultad en la Implementación a la gestión de calidad	No contamos con un personal calificado, porque tiene muy poca iniciativa en poder aprender estas técnicas modernas en su desarrollo.
Porque el personal se resiste al cambio	Este se da a que los trabajadores no están acostumbrados al cambio y desean incentivos simbólicos.

8. Problemas:

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
Dificultad en el Grado de instrucción	Estudios primarios incompletos.	Esto se da porque no tuvieron esa iniciativa de terminar sus estudios primarios.
En temas empresariales de Gestión de calidad y el Benchmarking	Desconocimiento de la Gestión de calidad y el Benchmarking	La falta de responsabilidad de los representantes en no capacitarse en los temas de empresariales de Gestión de Calidad y el Benchmarking
Técnicas modernas de la gestión de calidad	Los representantes y colaboradores conocen otros tipos de técnicas administrativas	El desinterés e irresponsabilidad de los representantes en poder capacitarse.
Dificultad en la Implementación de la gestión de calidad	La falta de compromiso de los dueños impiden implementar una adecuado gestión de calidad	El desinterés y la irresponsabilidad de los representantes con la empresa, ya que muchos de ellos tienen mayor prioridad en otras actividades de negocio
Porque el personal se resiste al cambio	Porque no están acostumbrados	Se les hace difícil adaptarse a nuevos cambios y tienen miedo de empeorar sus trabajos en la empresa.

9. Casusas (Utilizando el diagrama de espina causa-efecto, tormenta de ideas, etc)



10. Establecer soluciones

10.1 Establecer Acciones

Indicadores	Problemas	Acción de mejora
Dificultad en el Grado de instrucción	Estudios primarios incompletos.	Hacer que los representantes puedan primero culminar sus estudios.
En temas empresariales de Gestión de calidad y el Benchmarking	Desconocimiento de la Gestión de calidad y el Benchmarking	Hacer capacitaciones sobre temas empresariales sobre la gestión calidad y el benchmarking para que los dueños conozcan más a profundidad sobre este tema y que puedan aplicarlo.
Técnicas modernas de la gestión de calidad	Los representantes y colaboradores conocen otros tipos de técnicas administrativas	Brindar capacitaciones empresariales a los dueños y colaboradores de técnicas modernas.
Dificultad en la Implementación de la gestión de calidad	La falta de compromiso de los dueños impiden implementar una adecuado gestión de calidad	Incorporar a todos los miembros de cada área, contribuyendo a participar para realizar una correcta gestión de calidad y obteniendo mayor productividad.
Porque el personal se resiste al cambio	Porque no están acostumbrados	Brindar capacitaciones y que nuestros colaboradores conozcan las nuevas técnicas administrativas.

10.2 Estrategias que desean implementar

N°	Acción de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1°	Incorporar a todos los miembros de cada área, contribuyendo a participar, para realizar una correcta gestión de calidad, obteniendo mayor productividad.	Falta de compromiso de todos los integrantes de la empresa.	6 meses	Excelente servicio de atención al cliente, optimización de los recursos, mediante una adecuada gestión de calidad.	Programar y realizar reuniones laborales, para dar a conocer sobre las ventajas que se tiene al aplicar una correcta gestión de calidad.
2°	Designar un personal responsable con experiencia y conocimiento en la tarea asignada.	Falta de confianza para designar un personal responsable para la evaluación de los trabajadores.	8 meses	Trabajadores productivos y mejora de la rentabilidad de la empresa.	Mayor confianza entre representantes y colaboradores, mediante reuniones participativas, para seleccionar un responsable para la evaluación.
3°	Realizar un plan de presupuesto de capacitación	Escaso presupuesto para invertir en capacitaciones	1 año	Permitirá a la empresa contar con un presupuesto fijo y desarrollar exitosamente todas sus actividades planificadas.	Permitirá a la empresa contar con un presupuesto fijo y desarrollar.
4°	La alta dirección debe evaluar constantemente al personal que labora en el área de recursos humanos.	Escaso supervisión de los trabajadores	6 meses	Trabajadores productivos y conocer el nivel de competitividad de la empresa.	Evaluar constantemente al área de recursos humanos, para tomar decisión de mejora.

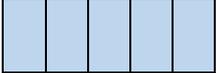
5°	Realizar supervisiones y evaluaciones constantes al personal para conocer que necesidades tienen y así se pueda proponer temas para poder capacitar.	Falta de evaluación y supervisión constante a todo el personal de la empresa.	6 meses	Conocer que trabajadores y en qué área tiene dificultades en las tareas asignados.	Elaborar un cronograma de evaluación para todas las áreas que conforman la empresa.
----	--	---	---------	--	---

10.2 Recursos de implementación de estrategias

- ❖ Humano
- ❖ Económico
- ❖ Tecnológico
- ❖ Tiempo

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1°	Programar y realizar reuniones laborales y contratar un especialista en el tema, para conocer qué ventajas existe al implementar y aplicar una correcta gestión de calidad.	Administrador y área de recursos humanos	s/.1500 mensuales	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo	6 meses
2°	Mayor confianza y comunicación entre representantes y colaboradores, mediante reuniones participativas, para seleccionar un responsable para la evaluación.	Alta dirección y administrador	s/. 1300 mensual	Local, materiales y tiempo	8 meses
3°	Elaborar y aplicar el plan de presupuesto de capacitación.	Contador y administrador	s/. 1500 mensuales	Materiales, equipos, tiempo.	1 año
4°	Evaluar constantemente al área de recursos humanos para tomar decisión de mejora.	Alta dirección y administrador	s/. 1500 mensuales	materiales, equipos, tiempo	6 meses
5°	Elaborar un cronograma de evaluación para todas las áreas que conforman la empresa.	Administrador	s/. 1500 mensual	Materiales equipos, tiempo	6 meses

11. Cronograma de actividades

Nº	Tarea	Inicio	Final	Enero- Diciembre
1	Programar y realizar reuniones laborales y contratar un especialista para aplicar una correcta gestión de calidad.	01-01-2021	30-05-2021	
2.	Seleccionar un personal responsable con conocimiento y experiencia para una correcta evaluación al trabajador.	01-01-2021	30-04-2021	
3.	Elaborar y aplicar el plan de presupuesto de capacitación	01-01-2021	30-06-2021	
4.	Evaluar constantemente al área de recursos humanos, para tomar decisión de mejora.	01-01-2021	30-04-2021	
5.	Elaborar un cronograma de evaluación para todas las áreas que integran la empresa.	01-01-2021	30-06-2021	

VI. Conclusión

Conclusiones

Después de realizar el estudio de investigación de gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

En el presente estudio de investigación, acerca de los representantes tiene edad promedio de 31 a 50 años, son de género masculino, teniendo un grado de estudio primario, siendo ellos mismo los dueños de sus propios negocios, y desempeñando en cargo de 4 a 6 años en el puesto.

Así mismo la mayoría de las empresas fueron creados con el propósito de generar ganancia, teniendo entre 1 a 5 trabajadores y que no son personas familiares “desconocidos”, teniendo una permanencia de 0 a 6 años en el rubro.

La mayoría de los representantes no tienen conocimiento acerca de la gestión de calidad, pero si saben que puede contribuir al mejoramiento y rendimiento de la organización, y saben que es primordial el benchmarking para entrar a nuevos mercados, es beneficioso si hacemos un buen uso del benchmarking para ser eficiente, y podrá alcanzando los objetivos y metas trazados, pero no lo aplican, lo cual conlleva a que tampoco conocen el significado del benchmarking, pero ellos lo aplican de una manera empírica, y solo copian de otras empresas su servicio, y tienen como fortaleza, a la competencia dentro del mercado, y poseen así mismo muy poca iniciativa y dificultad de implementar la técnica, y no saben dicha técnica puede ayudarlos a encaminar al mejoramiento de su empresa, y solo se basan en otras técnicas, y vemos que sus trabajadores muestran resistencia al cambio, porque no están acostumbrados a tal cambio, y mediante la técnica de la evaluación miden el rendimiento de sus trabajadores.

Se elaboró un plan de mejora con la finalidad de aplicar estrategias convenientes para mejorar en las técnicas y herramientas, donde se analizó a las empresas rubro hoteles, en acontecimiento su propuesta de mejora que se encuentra en el **Tabla 4**.

Aspecto complementario

Después de analizar el estudio se les recomienda a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz.

Recibir asesoramiento externo en temas de gestión de calidad y el benchmarking para que puedan mejorar el servicio que están realizando de una mejor manera y adquirir nuevos conocimientos y nuevas tendencias que se están realizando en la atención al cliente no solo en los hoteles sino de la atención al cliente de forma específica buscando la satisfacción de los mismos para que puedan regresar y sus hoteles adquieran mejores ingresos económicos.

Implementar Procedimientos de Buenas Prácticas de Manufactura para el personal que labora dentro de las instalaciones de los hoteles pueda realizarse una buena gestión de calidad con la herramienta del benchmarking en los procesos que se realizan para la atención al cliente.

Aplicar el plan de mejora propuesto a los hoteles, que les permitirá mejorar las estrategias para que brinden un servicio de calidad, basándose en el enfoque en temas empresariales.

Referencias Bibliográficas

- Chamorro, S. (28 de Enero de 2016). *Deusto Formación ¿8 principios de la gestión de calidad?* Recuperado el 14 de Diciembre de 2019, de file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20y%20paginas%20de%20gestion%20de%20calidad/(chamorro)-La%20importancia%20de%20contar%20con%20buenos%20sistemas%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20_%20Deusto%20Formaci%C3%B3n.html
- Concepción , M. (2 de Octubre de 2015). *Slideshare Ventajas y Desventajas del Sistema de Calidad Total.* Recuperado el 6 de Diciembre de 2019, de file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20y%20paginas%20de%20gestion%20de%20calidad/(concepcion)ventajas%20y%20desventajas%20del%20Sistema%20de%20Calidad%20Total.html
- De la Cruz Bovea, C. A. (14 de Mayo de 2016). *Gestiopolis ¿Importancia de implementar un sistema de gestión de la calidad?* Recuperado el 13 de Noviembre de 2019, de file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20y%20paginas%20de%20gestion%20de%20calidad/Gestiopolis-Importancia%20de%20implementar%20un%20sistema%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20la%20calidad%20-.html
- Díaz, C. (2018). *Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes en la Urbanización Santa Cristina, Nuevo Chimbote, año 2016.* Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ancash, Chimbote. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8291/BENCHMARKING_GESTION_DE%20_CALIDAD_DIAZ_OLACUA_CARLO_FRANCISCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Espinosa, R. (2019). *BENCHMARKING ¿Que es el Benchmarking?* Recuperado el 10 de Diciembre de 2019, de file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20del%20Benc

hmarketing/(espinosa)BENCHMARKING_%20qu%C3%A9%20es,%20tipos,%20 etapas%20y%20ejemplos%20_%20Roberto%20Espinosa.html

Fariñas, A. (30 de Marzo de 2016). *Infocif ¿Las causas más frecuentes del fracaso empresarial?* Recuperado el 12 de Octubre de 2019, de <https://noticias.infocif.es/noticia/las-causas-mas-frecuentes-del-fracaso-empresarial>

Gestión. (28 de Enero de 2017). *Gestión Empresas ¿Empresas hoteles en Perú?* Recuperado el 14 de noviembre de 2019, de Empresas hoteles en Perú: <https://gestion.pe/economia/empresas/hoteles-peru-cerraron-2016-caida-3-8-tasa-ocupacion-129686-noticia/?ref=gesr>

Gestión.Org. (2017). *Gestión.Org ¿Clasificación de las empresas?* Recuperado el 21 de DICIEMBRE de 2019, de <file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/Autores%20y%20paginas%20de%20las%20mypes/Clasificaci%C3%B3n%20de%20las%20empresas%20-%20Gestion.Org.html>

Hernández C, F. M. (21 de Noviembre de 2017). *LA IMPORTANCIA DEL BENCHMARKING COMO HERRAMIENTA PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO EN LAS ORGANIZACIONES.* Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/04CA201702.pdf>

Hernández, E. (27 de Octubre de 2017). *Gestiopolis ¿Concepto, objetivos y Filosofía del Benchmarking?* Recuperado el 23 de Diciembre de 2019, de [file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20del%20Benchmarking/\(hernandez\)Concepto,%20objetivos%20y%20Filosof%C3%ADa%20de%20Benchmarking%20-%20GestioPolis.html](file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20del%20Benchmarking/(hernandez)Concepto,%20objetivos%20y%20Filosof%C3%ADa%20de%20Benchmarking%20-%20GestioPolis.html)

Hernández, I. (7 de Mayo de 2019). *Periodico el Ferrol ¿Más del 80 % de las mype son informales en Áncash?* Recuperado el 2 de NOVIEMBRE de 2019, de [file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20de%20de%20introduccion/\(el%20ferrol\)-](file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20de%20de%20introduccion/(el%20ferrol)-)

(saldar%20la%20deuda%20de%20la%20pyme%20son%20informales%20en%20el%20incash.html

Jímenes, V. (18 de Octubre de 2017). *PortalPyme ¿Problemas en tu pyme? Estas son las principales causas de fracaso de una empresa en su primer año de vida?* Recuperado el 2 de Diciembre de 2019, de <https://pyme.emol.com/9579/problemas-pyme-estas-las-principales-causas-fracaso-una-empresa-primer-ano-vida/>

Izquierdo, R. (9 de Octubre de 2017). *Integriaims ¿7 ventajas y 7 desventajas de ser una pyme?* Recuperado el 27 de Noviembre de 2019, de [file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/Autores%20y%20paginas%20de%20las%20mypes/\(Izquierdo\)Ventajas%20y%20desventajas%20de%20las%20PYMES%20frente%20a%20las%20grandes%20empresas.html](file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/Autores%20y%20paginas%20de%20las%20mypes/(Izquierdo)Ventajas%20y%20desventajas%20de%20las%20PYMES%20frente%20a%20las%20grandes%20empresas.html)

La Enbajada. (17 de Febrero de 2015). *Revista Emabajfa de Francia en Madrid .* Recuperado el 15 de Noviembre de 2019, de <https://es.ambafrance.org/Las-pequenas-y-medianas-empresas-5086>

La República. (25 de Mayo de 2019). *La Republica ¿Maximixe: Arribo a hospedajes?* Recuperado el 12 de Diciembre de 2019, de <https://larepublica.pe/economia/1475510-hoteles-arribo-hospedajes-crecera-81-2019-maximixe/>

La República, C. d. (2018). *InfoPublic ¿Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa?* Recuperado el 14 de NOVIEMBRE de 2019, de Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa: <file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/Autores%20y%20paginas%20de%20las%20mypes/congreso%20de%20la%20republica%20Ley%20N%C2%B0%2028015.html>

Lizarzaburu Bolaños, E. R. (25 de Agosto de 2015). *La gestión de la calidad en Perú: Un estudio de la norma ISO9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015.* Colombia. Recuperado el 4 de Diciembre de 2019, de

file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Downloads/Dialnet-LaGestionDeLaCalidadEnPeru-5470394.pdf

- Mata, R. (2019). *Gestión de Calidad con el Uso del Benchmarking en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes de Comidas Criolla, Av Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ancash, Chimbote. Recuperado el 4 de Octubre de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10311/GESTION_DE_CALIDAD_REPRESENTANTES_MATA_BARRIOS_RUTH_NOEMI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Méjia, M. (2017). *Entrepreneur ¿15 Motivos del fracaso emprendedor?* Recuperado el 4 de Octubre de 2019, de <https://www.entrepreneur.com/article/266759>
- Ortiz, D. (2018). *Gestión de Calidad con el Uso del Marketing de las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro Restaurantes del distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu - año 2017*. Universidad Católica Los ángeles de Chimbote, Huánuco, Tingo María. Recuperado el 23 de Noviembre de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4247/GESTION_D_E_CALIDAD_ORTIZ_DIAZ_DANTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pantigoso, P. (17 de Junio de 2015). *Perspectivas Perú ¿Las pymes en el Perú: Impulsando el crecimiento económico'*. Recuperado el 4 de Octubre de 2019, de <https://perspectivasperu.ey.com/2015/06/17/las-pymes-en-el-peru-impulsando-el-crecimiento-economico/>
- Paulise, L. (2016). *Destino Negocio ¿8 factores por los que fracasan el 90% de las Pyme?* Recuperado el 1 de NOVIEMBRE de 2019, de [file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20de%20de%200introduccion/\(paulise\)%C2%BFPor%20qu%C3%A9%20fracasan%20el%2090%25%20de%20las%20PYMES_.html](file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20de%20de%200introduccion/(paulise)%C2%BFPor%20qu%C3%A9%20fracasan%20el%2090%25%20de%20las%20PYMES_.html)
- Pérez , J., & Gardey, A. (15 de Octubre de 2018). *Hospedaje*. Obtenido de <https://definicion.de/hospedaje/>

- Pérez, A. (2018). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ancash, Chimbote. Recuperado el 3 de Noviembre de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8337/MICRO_Y_P EQUENA_EMPRESA_REPRESENTANTES_PEREZ_ALMERI_ALEXIA_YU RICO_KIMBERLY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez, R. (9 de Febrero de 2015). *Dinero ¿Por qué fracasan las pymes en Colombia?* Recuperado el 15 de Noviembre de 2019, de <https://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>
- Raffino, M. E. (9 de Mayo de 2019). *Concepto.de. Gestión de Calidad*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2019, de [file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20y%20paginas%20de%20gestion%20de%20calidad/\(raffino\)Gesti%C3%B3n%20de%20Calidad_%20Concepto,%20Principios%20y%20Normas%20ISO.html](file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20y%20paginas%20de%20gestion%20de%20calidad/(raffino)Gesti%C3%B3n%20de%20Calidad_%20Concepto,%20Principios%20y%20Normas%20ISO.html)
- Riquelme , M. (15 de Noviembre de 2017). La importancia de la gestión de la calidad. *Web y Empresas*, págs. 1-3. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>
- Rojas, J. (2019). *Gestión de Calidad con el Uso del Marketing Mix en las Mypes del Sector Servicio-Rubro Hospedajes, del distrito de Huaura, 2018*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Lima, Lima. Recuperado el 2 de Octubre de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11729/GESTION_CALIDAD_INFLUENCIA_ROJAS_JAIME_JESUS_ANTONIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rojas, K. (19 de Mayo de 2016). *Gestiopolis ¿Benchmarking como herramienta de desarrollo empresarial?* Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de [file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20del%20Benc hmarking/\(rojas\)Benchmarking%20como%20herramienta%20de%20desarrollo%20empresarial%20-%20GestioPolis.html](file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20del%20Benc hmarking/(rojas)Benchmarking%20como%20herramienta%20de%20desarrollo%20empresarial%20-%20GestioPolis.html)

- Tello, R. (2018). *Gestión de Calidad con el uso del Marketing de las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Servicios, Rubro Hoteles del Distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu, año 2017*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Húanuco, Tingo María. Recuperado el 23 de Abril de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5446/EMPODERA_RSE_TELLO_LOZANO_DELVY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Thompson, I. (19 de Abril de 2012). *GESTIÓN DE EMPRESAS ¿Qué es Gestión de Empresa?* Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20y%20paginas%20de%20gestion%20de%20calidad/%C2%BFQU%C3%89%20ES%20GESTI%C3%93N%20DE%20EMPRESA_%20%20GestionEmpresas.com.html
- Unknown. (24 de Setiembre de 2013). *Pymes Peruanas ¿Importancia de las MYPEs en el Perú?* Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de [file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/Autores%20y%20paginas%20de%20las%20mypes/\(Unknown\)Pymes%20Peruanas_%20Importancia%20de%20las%20MYPEs%20en%20el%20Per%C3%BA.html](file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/Autores%20y%20paginas%20de%20las%20mypes/(Unknown)Pymes%20Peruanas_%20Importancia%20de%20las%20MYPEs%20en%20el%20Per%C3%BA.html)
- Uriarte, J. M. (29 de Mayo de 2019). *Características ¿Definición y Características Benchmarking*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2019, de [file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20del%20Benchmarking/\(uriarte\)Benchmarking_%20tipos,%20ventajas,%20caracter%C3%ADsticas%20y%20ejemplos.html](file:///C:/Users/HP%20INTEL%20CEL/Desktop/autores/autores%20del%20Benchmarking/(uriarte)Benchmarking_%20tipos,%20ventajas,%20caracter%C3%ADsticas%20y%20ejemplos.html)

Anexo

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	2018								2019 -I				2021- I			
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre I			
		MES				MES				MES				MES			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X													
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura						X										
7	Elaboración del consentimiento informado							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción de pre informe de Investigación											X					
12	Redacción del informe final												X				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X		
15	Redacción del artículo científico															X	

Anexo 2: Presupuesto.

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.2	100	20
• Fotocopias	0.1	50	5
• Empastado	25	3	75
• Papel bond A-4 (500 hojas)	0.1	500	50
• Lapiceros	1.5	5	7.5
Servicios			
Uso de Turnitin	50	1	50
Sub total	96		
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	20	1	20
Sub total			227.5
Total, de presupuesto desembolsable			227.5
Presupuesto no desembolsable			
(Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120
Búsqueda de información en base de datos	35	2	70
Soporte informático (Módulo de investigación del ERP University - MOIC)	40	4	160
Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50
Matricula del taller Cocurricular	300	1	300
Mensualidad del taller Cocurricular	850	2	1700
Sub total			2500
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252
Sub total			2752
Total, de presupuesto no desembolsable			227.5
Total (S/.)			2979.5

Anexo 3: Hoja de consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DEL BENCHMARKING Y PLAN DE MEJORA EN MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIO, RUBRO ACTIVIDADES DE ALOJAMINETO PARA ESTANCIAS CORTAS (HOTELES) EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2018** y es dirigido por VILLAORDUÑA TUYA, Eric Leoncio investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar sobre el Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Participación

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y preguntas resueltas.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar acerca del grado de incidencia de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si conoce y aplica o no la Gestión de calidad, y el Benchmarking en su micro o pequeña empresa y que resultados o beneficios le están proporcionando.

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planteado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costo para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición

de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, recomendaciones sobre la aplicación de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos de cada participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de la Universidad Sede Central-ULADECH- Católica-EPADM. Al celular 980 259211 si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Escuela Profesional de Administración, Telf: 350190, E- mail: escuela_administracion@uladech.edu.pe

Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará. También se me informó que, si participo o no, mi negativa a responder no afectará negativamente a la empresa. Comprendo que el resultado de la investigación será presentado a la comunidad científica para su mejor comprensión.

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

Anexo 4: Recolección de Datos:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas con el propósito de desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018 Para obtener el título en administración. Se le agradece anticipadamente por la información que usted proporcione.

REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. La Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. ¿Grado de instrucción?

- a) Sin instrucción
- b) primaria
- c) Secundaria
- d) superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. ¿Qué cargo desempeña?

- a) Dueño
- b) Administrador

5. ¿Tiempo que desempeña en el cargo?

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

6. ¿Tiempo de permanencia de la empresa?

- a. 0 a 3 años
- b. 0 a 6 años
- c. 7 a más años

REFERENTE A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

7. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

8. ¿Las personas que trabajan en su empresa son?

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DEL BENCHMARKING

10. ¿Conoce el término gestión de calidad?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento

11. ¿Cuál de las técnicas de Gestión de Calidad conoce?

- a) Benchmarking
- b) Red - corporativa
- c) Empowerment
- d) Las 5S
- e) Outsourcing
- f) Otros

12. ¿Qué dificultades para la implementación de gestión calidad?

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento

- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconoce el puesto
- e) Otros

13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?

- a) La observación
- b) La evaluación
- d) Escala de puntuación
- e) Evaluación de 360°

14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

- a) Si
- b) No

15. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización?

- a) Si
- b) No

REFERENTE A LAS TÉCNICA ADMINISTRATIVAS BENCHMARKING

16 . ¿Conoce usted el significado de la palabra Benchmarking?

- a) Si
- b) No

17. ¿Qué estrategias toman como referencia de otras empresas para mejorar?

- a) Producto
- b) Servicio
- c) Proceso de trabajo
- d) Todos

18. ¿El Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

19. ¿Cree que el personal muestra resistencia al cambio?

- a) Si
- b) No

c) A veces

20. ¿Por qué cree que el personal de su empresa se resiste al cambio?

- a) Porque están acostumbrado a la rutina
- b) Porque desean incentivos económicos
- c) Porque desean incentivos simbólicos
- d) No se resisten al cambio

21. ¿EL Benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

22. ¿Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking?

- a) La cultura al cambio
- b) Aprendizaje continuo
- c) Todas
- d) Ninguna

23. ¿Un buen uso del Benchmarking permite a la empresa ser eficiente?

- a. Si
- b. No
- c. Veces

Anexo 5: Relaciones de Mypes

N°	RAZÓN SOCIAL	CATEGORÍA	CLASE	RUC	DIRECCIÓN	CIUDAD
1	Ag De Viajes Y Turismo Pablo Tours Eirl.	2 estrellas	Hotel	20115593791	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. José De La Mar N°620.	Huaraz
2	Cooperativa De Servicios Múltiples Del Centro Ltda.	3 estrellas	Hotel	20130290320	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Agustín Gamarra. San Francisco N°690.	Huaraz
3	Emp. De Serv. Turísticos Samuel S.R.L.	2 estrellas	Hotel	20322919451	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Simón Bolívar N°504.	Huaraz
4	Empresa De Turismo Andino S.R.L.	3 estrellas	Hotel	20140117499	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Pedro Cochachinurb. Pedregal N°357.	Huaraz
5	Empresa Herreras S.R.L.	2 estrellas	Hotel	20530830994	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Juan De La Cruz Romero N°638.	Huaraz
6	Empresa Hotelera El Tumi S.R.L	3 estrellas	Hotel	20115635388	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. San Martin N°1121	Huaraz
7	Empresa Hotelera Valencia Ii. Eirl	3 estrellas	Hotel	20571203040	Áncash/Huaraz/Huaraz Pj. San Martin Ex 480 (Costado De Zapatería Olaya) N°432.	Huaraz
8	Gran Hotel Alturas S.A.C	2 estrellas	Hotel	20530919031	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Antonio Raimondi (Costado De La Ferretería Huascaran) N°316.	Huaraz
9	Grand Hotel Cesar' S E.I.R.L.	3 estrellas	Hotel	20530960006	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Jose Larrea Y Loredó (Frente De Ex-Local Pip) 721.	Huaraz
10	Grupo Paucar Loli S.R.L.	2 estrellas	Hotel	20530673520	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Luzuriaga N°529.	Huaraz
11	Hatun Wasi S.R.L	3 estrellas	Hotel	20530784437	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Raimondi N°903	Huaraz
12	Hotel Chavín Señorial S.R.L.	2 estrellas	Hotel	20530768075	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. San Martinba. Huarupampa N°873.	Huaraz
13	Hotel El Rubí S.A.C.	3 estrellas	Hotel	20533821856	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Luzuriaga. Cent Huaraz (Costado De Carsa) N°550.	Huaraz
14	Hotel La Joya S.A.C	3 estrellas	Hotel	20488387074	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. San Martin (Esq. Con Psj. Teófilo	Huaraz

					Méndez Ramos) N°1187	
15	Hotel Valencia E.I.R.L	2 estrellas	Hotel	20407975996	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Agustín Larrea Y Laredo N°687 689	Huaraz
16	Las Tejas Hotel Perú E.I.R.L.	2 estrellas	Hotel	20533630244	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Mcal. Andrés Avelino Cáceres. Barrio Huarupampa (Fte. Hostal Rápido) N°328.	Huaraz
17	Mendoza Ramos Alejandro	2 estrellas	Hotel	10316106418	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Diego Ferre N°461.	Huaraz
18	San Sebastián E.I.R.L.	3 estrellas	Hotel	20449365420	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Italia N°1124.	Huaraz
19	Soto Trujillo Uldarico	1 estrella	Hotel	10316233274	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Hualcan. Huarupampa N°346.	Huaraz
20	Veliz Bernabé José Dolores	2 estrellas	Hotel	10091424261	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Teófilo Castillo. Belén N°441.	Huaraz
21	Alejo Alejo Raúl Lorenzo	2 estrellas	Hostal	10316368544	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Fitzcarrald N°240.	Huaraz
22	Barreto Cuisano Ana María	2 estrellas	Hostal	10316568977	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. 28 De Julio. Belén (Espalda De La Corte Superior De Justicia) N°634 A	Huaraz
23	Camones Melgarejo Yolanda Dina	2 estrellas	Hostal	10316169266	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. 13 De Diciembre urb. Cono Aluvionico N°319.	Huaraz
24	Chincha Miranda Agripina Zenas	2 estrellas	Hostal	10323814703	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Lucar Y Torre N°468 A	Huaraz
25	Comercio Y Transporte Condorcocha. S.r.l	1 estrella	Hostal	20504960316	Áncash/Huaraz/Huaraz Pj. Julián De Morales N°368.	Huaraz
26	Corporacion Jaimar S.R.L.	2 estrellas	Hostal	20533753168	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Federico Sal Y Rosasba. Belén (Dentro De Local De Hostal Apu Wasi) N°820.	Huaraz
27	Empresa Hotelera Alpamayo Perú E.I.R.L	3 estrellas	Hostal	20530731821	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Luzuriaga (Segundo Piso) N°629.	Huaraz
28	Empresa Hotelera Golden E.I.R.L. - Ehg E.I.R.L.	2 estrellas	Hostal	20571406315	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Eduardo Lucar Y Torrea. Br Zona	Huaraz

					Comercial (Segundo Piso De La Vidreria Alpamayo) N°414-416.	
29	Fernández Salazar Javier Claudio	2 estrellas	Hostal	10063915438	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Fidel Olivas Escuderoba. Soledad Baja N°960	Huaraz
30	Gamarra De Robles Norma	2 estrellas	Hostal	10316197120	Áncash/Huaraz/Huaraz Pj. Carlos Valenzuela Guardiaba. Belén N°837.	Huaraz
31	Gomez Diaz Amelia Gladis	2 estrellas	Hostal	10316272831	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. José De La Mar N°520.	Huaraz
32	Hinostroza Milla Humberto Raymundo	2 estrellas	Hostal	10441895963	Áncash/Huaraz/Huaraz Pj. Nn 216 N°. 134 Tacllan Alto (Altura Del Puente Tacllan).	Huaraz
33	Hostal Concorde S.R.L.	2 estrellas	Hostal	20534171839	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. José De La Marba. San Francisco (Costado De Comercial Araujo) N°624.	Huaraz
34	Hostal Paraíso Azul S.A.C.	2 estrellas	Hostal	20571318378	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Luzuriaga N°482	Huaraz
35	Inversiones Turísticas La Brasa Red Eirl	3 estrellas	Hostal	20530711472	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Mariscal Toribio De Luzuriaga N°915.	Huaraz
36	Inversiones Y Servicios Generales Alvarado S.A.C.	1 estrella	Hostal	20533949143	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Caras Cono Aluvionico Oeste (Entre Jirón Hualcan Y Jirón Caraz) N°487.	Huaraz
37	Lliuya Bueno Segundina Donata	1 estrella	Hostal	10316083779	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Juan De La Cruz Romero N°435	Huaraz
38	Mina Azul Servicios Generales S.R.L.	3 estrellas	Hostal	20407824351	Áncash/Huaraz/Huaraz Mza Única Lote 22 - Parq. Ginebra.	Huaraz
39	Palacios Osorio Rosana Ysabel	1 estrella	Hostal	10088050644	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Raimondi N°318	Huaraz
40	Paucar Pérez Gerardo Benjamín	1 estrella	Hostal	10316086794	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Julián De Morales N° 541.	Huaraz
41	Poma Robles Dante Alejandro	2 estrellas	Hostal	10316139219	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Hualcan (Antes 219) Cono Aluvionico Oeste N°252.	Huaraz

42	Rodríguez Figueroa Karina Alejandrina	2 estrellas	Hostal	10442359437	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Juan De La Cruz Romero N°562.	Huaraz
43	Rurush Tarazona Feliciano Nelba	2 estrellas	Hostal	10102076309	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Julián De Morales N°845	Huaraz
44	Tumi Global Service E.I.R.L.	2 estrellas	Hostal	20530731236	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. San Martinba. Belén N°1085	Huaraz
45	Valdez García Lindolfo José	2 estrellas	Hostal	10319350140	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Mariscal Caceresba. Huarupampa (Frente A La Agencia Sandoval) N°321	Huaraz
46	Verde Sanchez Edith	2 estrellas	Hostal	10316822539	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. 27 De Noviembreag. Barr. Huarupampa (Costado De Goyita 2) N°533	Huaraz
47	Zarzosa Gonzales Nicefara Apolonia	1 estrella	Hostal	10316249189	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Fitzcarrald N°240 A	Huaraz
48	Hostal El Pacifico E.I.R LTDA	2 estrellas	Hostal	20115522931	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Luzuriaga N° 630	Huaraz
49	Hostal Cesar S.R.L	2 estrellas	Hostal	20530635431	Áncash/Huaraz/Huaraz. 13 de Diciembre N°756	Huaraz
50	Cuna de Oro S.A.C	2 estrellas	Hotel	20533744681	Áncash/Huaraz/Huaraz PSJ. Julián de Morales Mza.20 Lte41	Huaraz
51	Alojamiento Paris E.I.R.l	1 estrella	Alojamiento	20571182701	Áncash/Huaraz/Huaraz. Eduardo Lucar y Torre N° 564	Huaraz
52	Santa Cruz Company S.A.C	2 estrellas	Hostal	20530819834	Áncash/Huaraz/Huaraz Jr. Gabino Uribe 09Lte 12A	Huaraz
53	Monkeywasi E.I.R.L	2 estrellas	Hospedaje	20571190631	Áncash/Huaraz/Huaraz. Agustín Mejía °N 797 (soledad alta)	Huaraz
54	Barcelona	2 estrellas	Hospedaje	20571176212	Áncash/Huaraz/Huaraz Av. Raimondi N° 612 (costado de electrónica)	Huaraz

Anexo 6: Hoja de Tabulación

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia	Frecuencia
			Absoluta	Relativa
1. Edad	a) 18 a 30 años	IIII IIII IIII I	16	29.60
	b) 31 a 50 años	IIII IIII IIII IIII III	23	42.60
	c) 51 a más años	IIII IIII IIII	15	27.80
	TOTAL		54	100.00
2. Genero	a) Masculino	IIII IIII IIII IIII IIII IIII II	32	51.90
	b) Femenino	IIII IIII IIII IIII II	22	48.10
	TOTAL		54	100.00
3. Grado de instrucción	a) Sin instrucción	IIII IIII IIII I	16	29.60
	b) Primaria	IIII IIII IIII III	18	33.30
	c) Secundaria	IIII IIII III	13	24.10
	d) Superior no universitario	IIII	4	7.40
	e) Superior universitario	III	3	5.60
	TOTAL		54	100.00
4. Cargo que desempeña	a) Dueño	IIII IIII IIII IIII IIII IIII II	32	59.30
	b) Administrador	IIII IIII IIII IIII II	22	40.70
	TOTAL		54	100.00
5. Tiempo que desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años	IIII IIII IIII III	18	25.40
	b) 4 a 6 años	IIII IIII IIII IIII IIII IIII	30	55.60
	c) 7 a más años	IIII I	6	19.00
	TOTAL		54	100.00
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 a 3 años	IIII IIII IIII II	17	31.50
	b) 0 a 6 años	IIII IIII IIII IIII IIII	25	46.30
	c) 7 a más años	IIII IIII II	12	22.20
	TOTAL		54	100.00
7. Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	IIII IIII IIII IIII IIII I	26	48.10
	b) 6 a 10 trabajadores	IIII IIII IIII III	18	33.30
	c) 11 a más trabajadores	IIII IIII	10	18.60
	TOTAL		54	100.00
8. Las personas que trabajan en su empresa son	a) Familiares	IIII IIII III	14	25.90
	b) Personas no familiares	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII	40	74.10
	TOTAL		54	100.00

9. Objetivo de creación de la empresa	a) Generar ganancia	IIII IIII IIII IIII IIII IIII	29	53.70
	b) Subsistencia	IIII IIII IIII IIII IIII	25	46.30
	TOTAL		54	100.00
10. Conoce el término de gestión de calidad	a) Si	IIII IIII IIII IIII	19	35.20
	b) No	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII	35	64.80
	TOTAL		54	100.00
11. Que técnica moderna de la gestión de calidad conoce	a) Benchmarking	IIII	5	9.20
	b) Red corporativas	IIII	5	9.30
	c) Empowerment	IIII IIII II	12	22.20
	d) Las 5 S	IIII III	8	14.80
	e) Outsourcing	IIII II	7	13.00
	f) Otros	IIII IIII IIII II	17	31.50
	TOTAL		54	100.00
12. Que dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad	a) Poca iniciativa	IIII IIII IIII II	17	31.50
	b) Aprendizaje lento	IIII	5	9.30
	c) No se adapta a los cambios	IIII II	7	13.00
	d) Desconocimiento del puesto	IIII IIII	10	18.40
	e) Otros	IIII IIII IIII	15	27.80
	TOTAL		54	100.00
13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	a) La observación	IIII IIII IIII	15	27.80
	b) La evaluación	IIII IIII	10	18.50
	c) Escala de puntuación	IIII III	8	14.80
	d) Evaluación de 360°	IIII IIII	9	16.70
	e) Otros	IIII IIII II	12	22.20
	TOTAL		54	100.00
14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	a) Si	IIII IIII IIII IIII IIII	34	63.00
	b) No	IIII IIII IIII IIII IIII IIII	20	37.00
	TOTAL		54	100.00
15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización	a) Si	IIII IIII IIII IIII IIII IIII I	31	57.40
	b) No	IIII IIII IIII IIII III	23	42.60
	TOTAL		54	100.00
16. Conoce usted el significado de la palabra benchmarking	a) Si	IIII IIII IIII IIII	20	37.00
	b) No	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII	34	63.00
	TOTAL		54	100.00
17. Qué estrategias toman como referencia de otras	a) Producto	IIII IIII III	13	24.10
	b) Servicio	IIII IIII IIII IIII IIII	24	44.30
	c) Proceso de trabajo	IIII IIII II	12	22.30

empresas para mejorar	d) Todas	IIII	5	9.30
	TOTAL		54	100.00
18. El benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa	a) Si	IIII IIII IIII II	17	31.50
	b) No	IIII IIII IIII IIII	19	35.20
	c) A veces	IIII IIII IIII III	18	33.30
	TOTAL		54	100.00
19. El personal muestra resistencia al cambio	a) Si	IIII IIII IIII IIII	20	37.10
	b) No	IIII IIII IIII III	18	33.30
	c) A veces	IIII IIII IIII I	16	29.60
	TOTAL		54	100.00
20. Porque cree que el personal de su empresa se resiste al cambio	a) Porque no están acostumbrados	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII	23 10	42.60 18.50
	b) Porque desean incentivos económicos	IIII IIII II	12	22.20
	c) Porque desean incentivos simbólicos	IIII IIII	9	16.70
	d) No se resisten al cambio			
	TOTAL		54	100.00
21. El benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado	a) Si	IIII IIII IIII IIII IIII II	27	57.10
	b) No	IIII IIII IIII I	16	28.90
	c) A veces	IIII IIII I	11	14.00
	TOTAL		54	100.00
22. Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking	a) La cultura al cambio	IIII III	8	14.70
	b) Aprendizaje continuo	IIII IIII III	13	24.10
	c) Competencia en el mercado	IIII IIII IIII II IIII IIII	17 9	31.50 16.70
	d) Todas	IIII IIII	9	16.70
	e) Ninguna	IIII II	7	13.00
	TOTAL		54	100.00
23. El buen uso del benchmarking permite a la empresa a ser más eficiente	a) Si	IIII IIII IIII IIII IIII	23	42.60
	b) No	IIII IIII IIII IIII II	22	40.70
	c) A veces	IIII IIII	9	16.70
	TOTAL		54	100.00

Anexo 7: Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

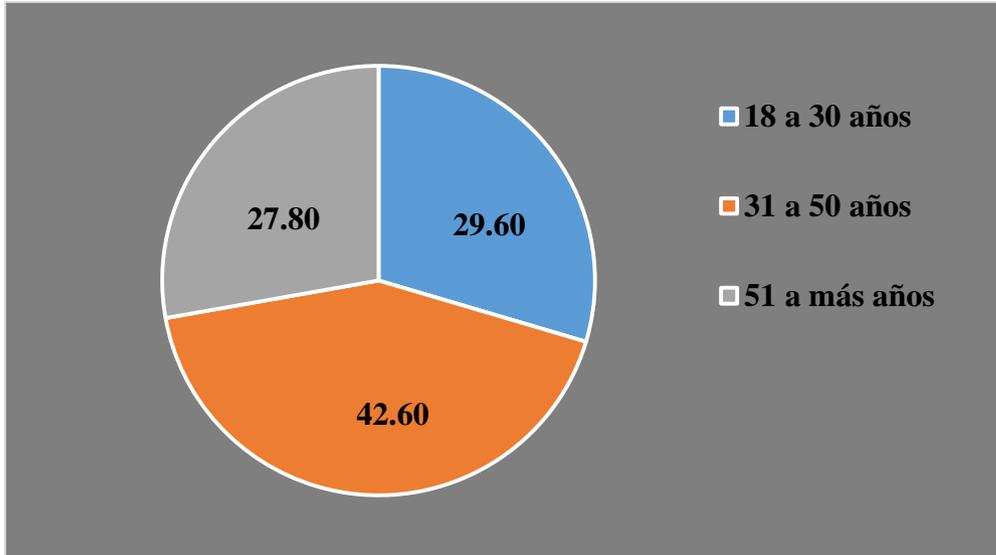


Figura 1. Edad
Fuente. Tabla 1

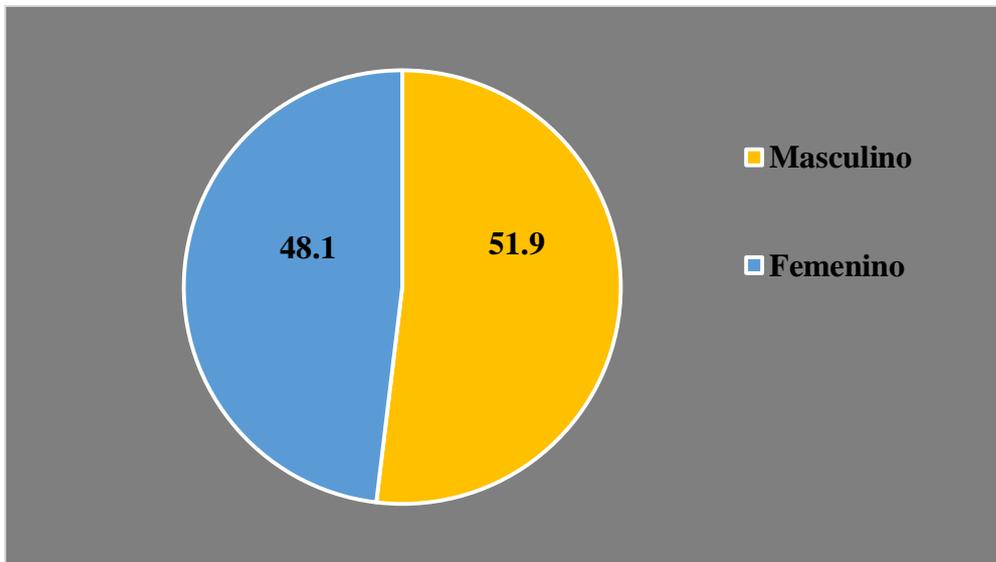


Figura 2. Género
Fuente. Tabla 1

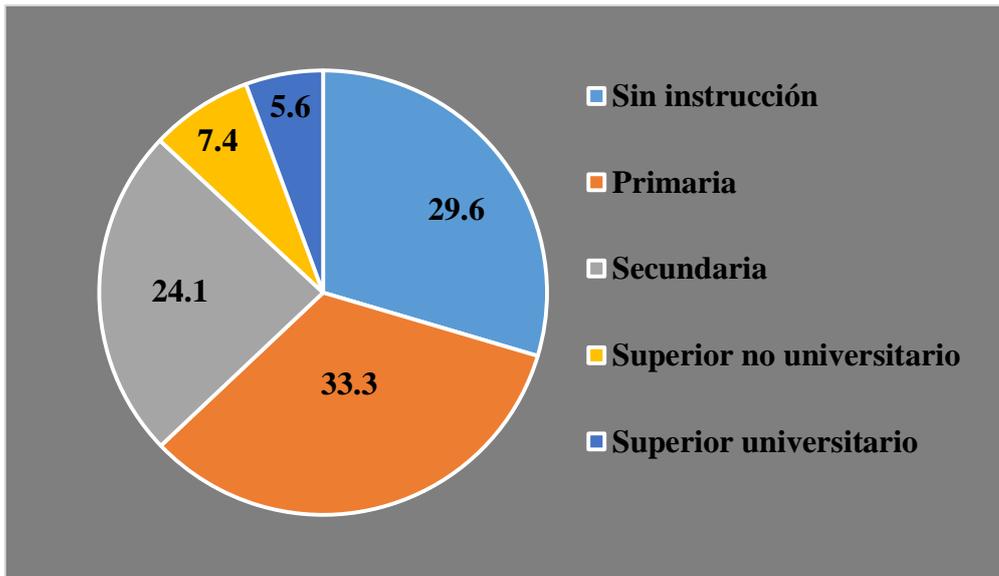


Figura 3. Grado de instrucción
Fuente. Tabla 1

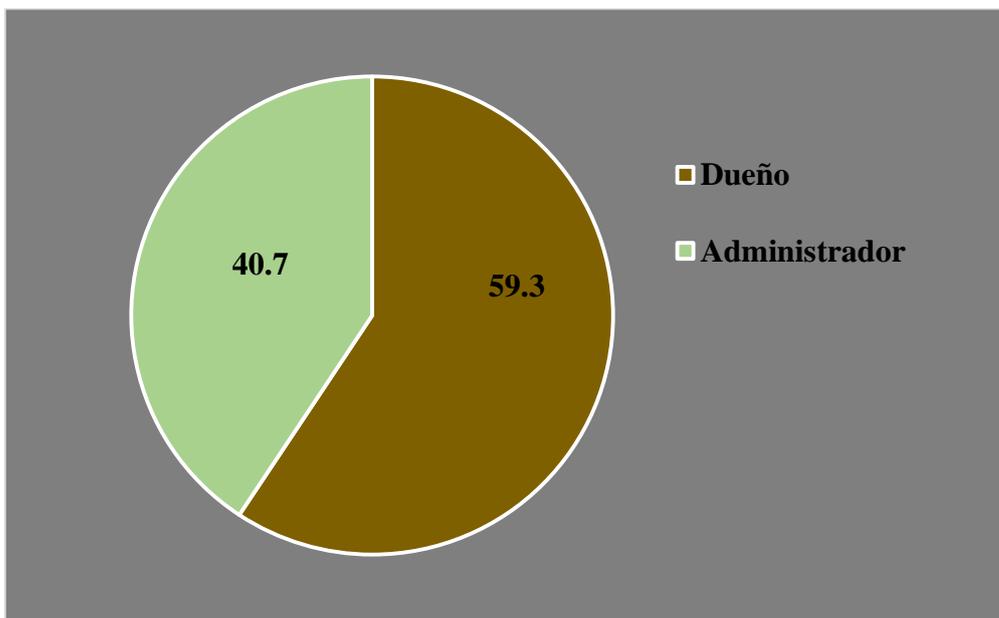


Figura 4. Cargo que desempeña
Fuente. Tabla 1

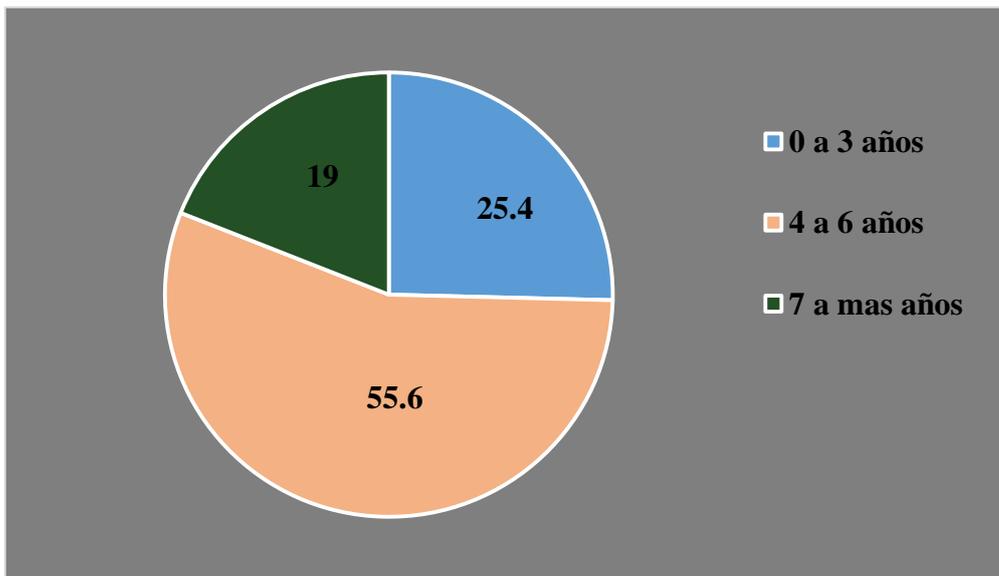


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo
Fuente. Tabla 1

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas

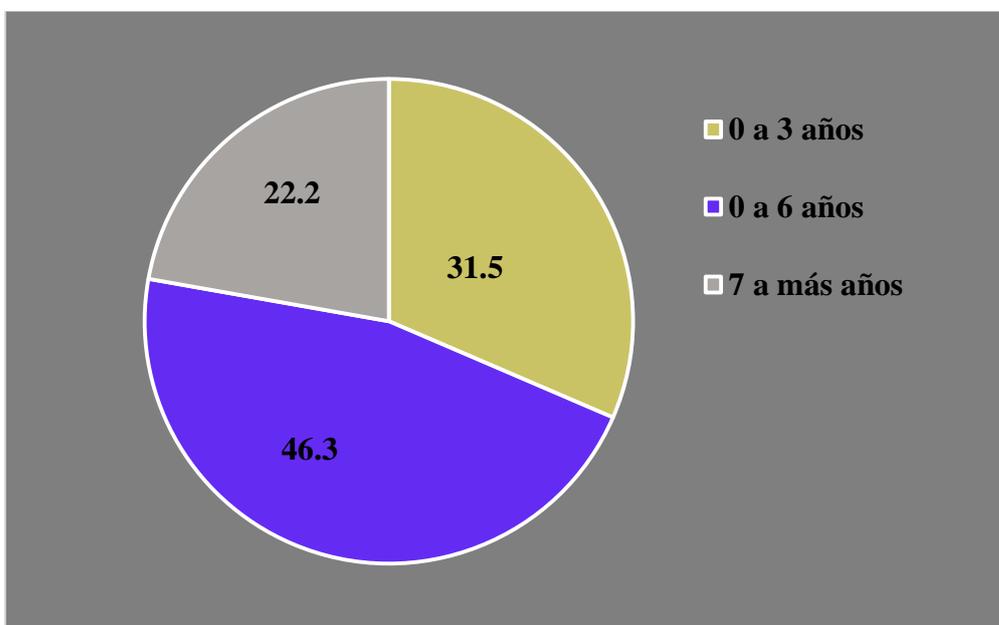


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro
Fuente. Tabla 2

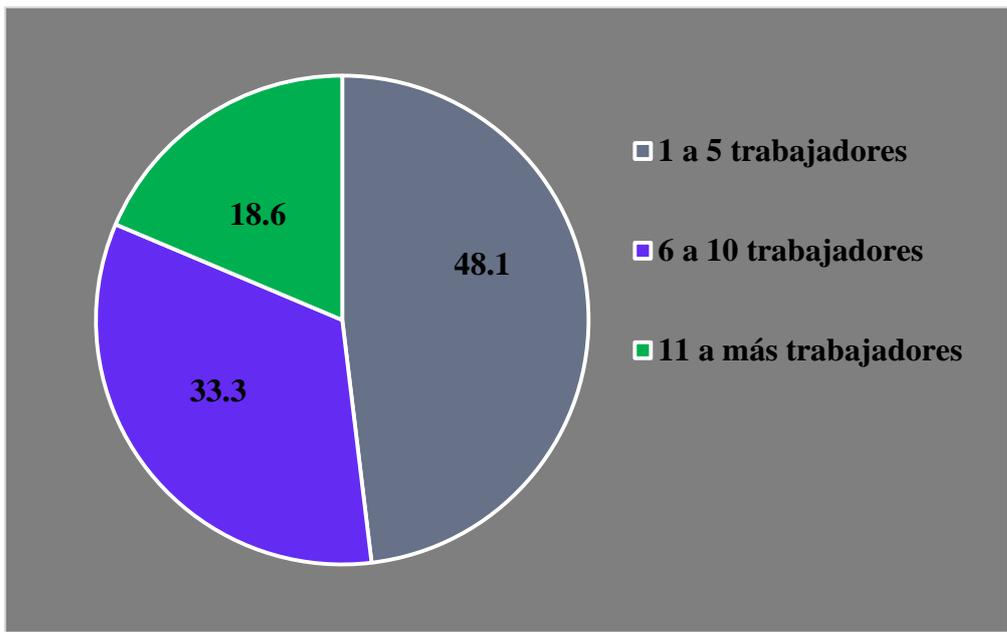


Figura 7. Trabajadores que laboran en su empresa
Fuente. Tabla 2

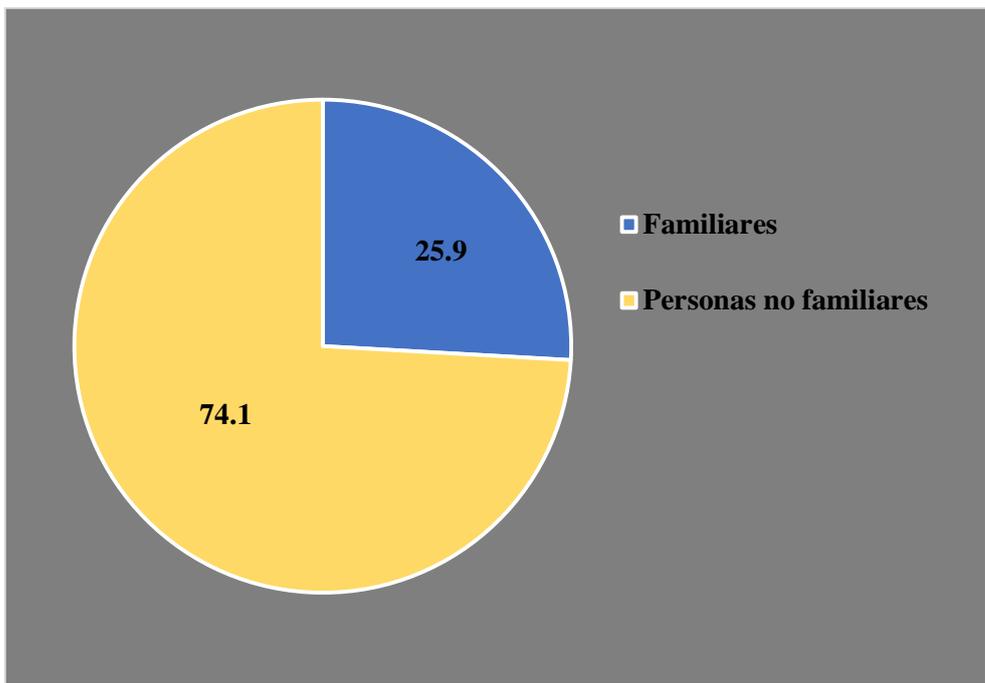


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa
Fuente. Tabla 2

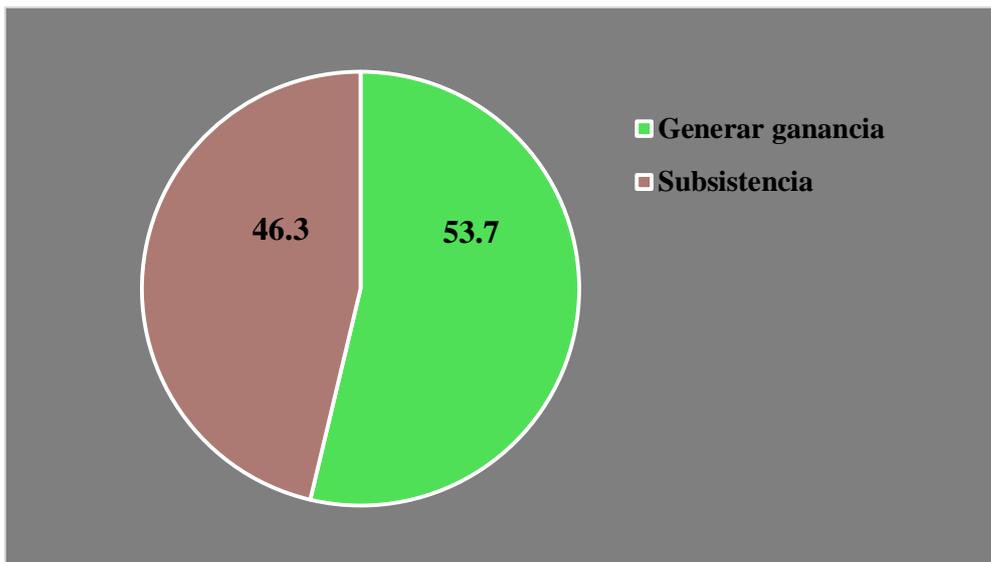


Figura 9. Objetivo de creación
Fuente. Tabla 2

Tabla 3

Características de gestión de calidad con uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas.

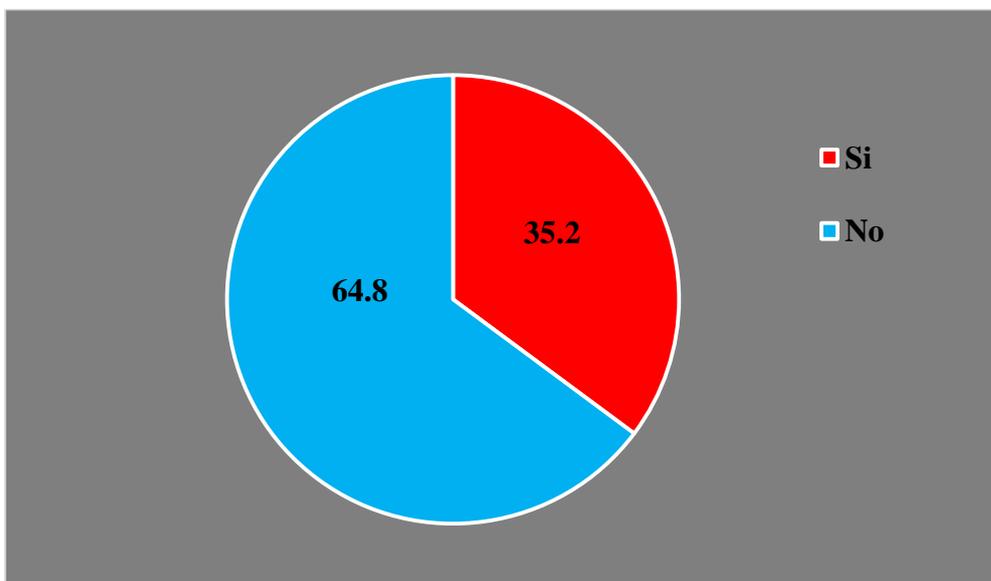


Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

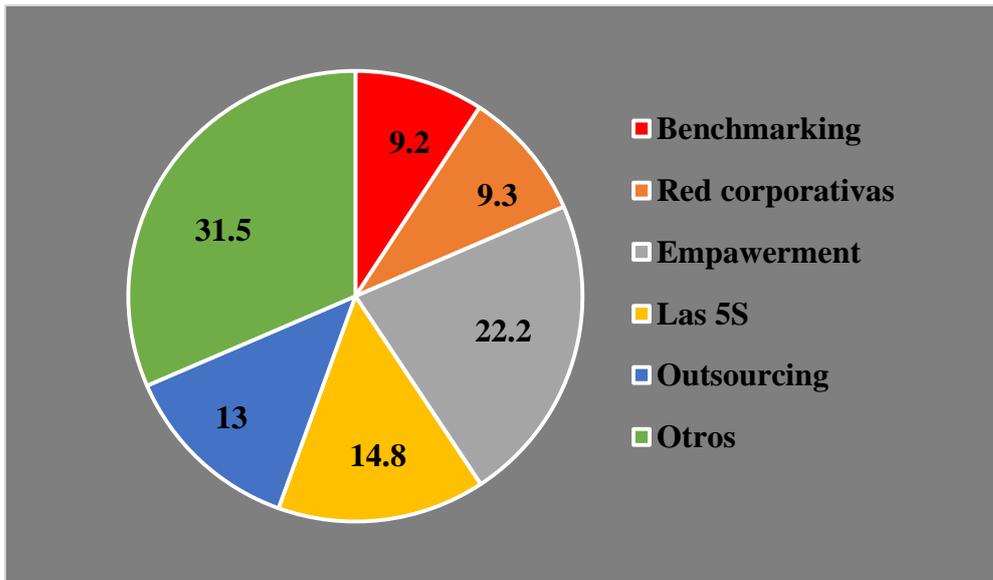


Figura 11. Técnicas de gestión de calidad aplica
Fuente. Tabla 3

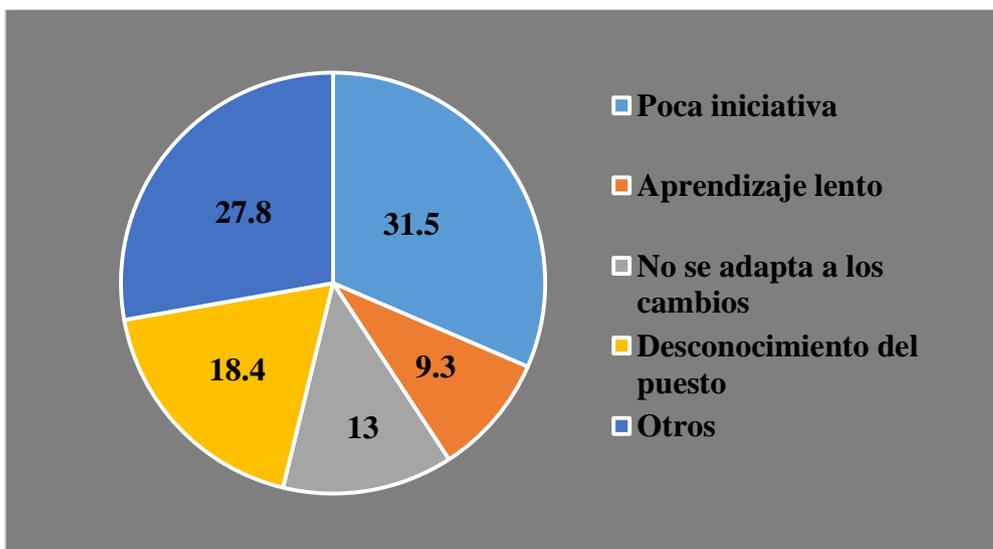


Figura 12. Dificultades del personal en la gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

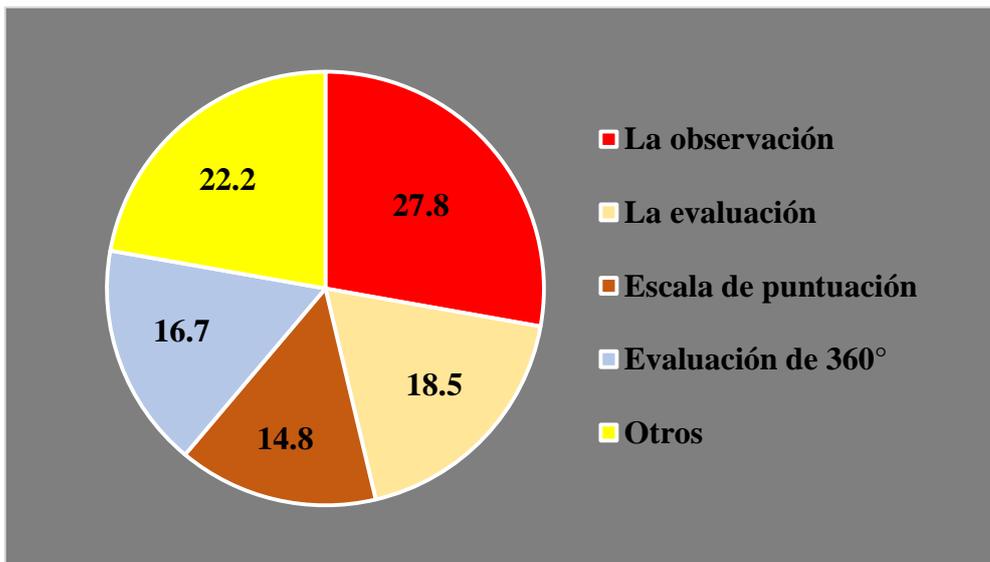


Figura 13. Técnica para medir el rendimiento
Fuente. Tabla 3

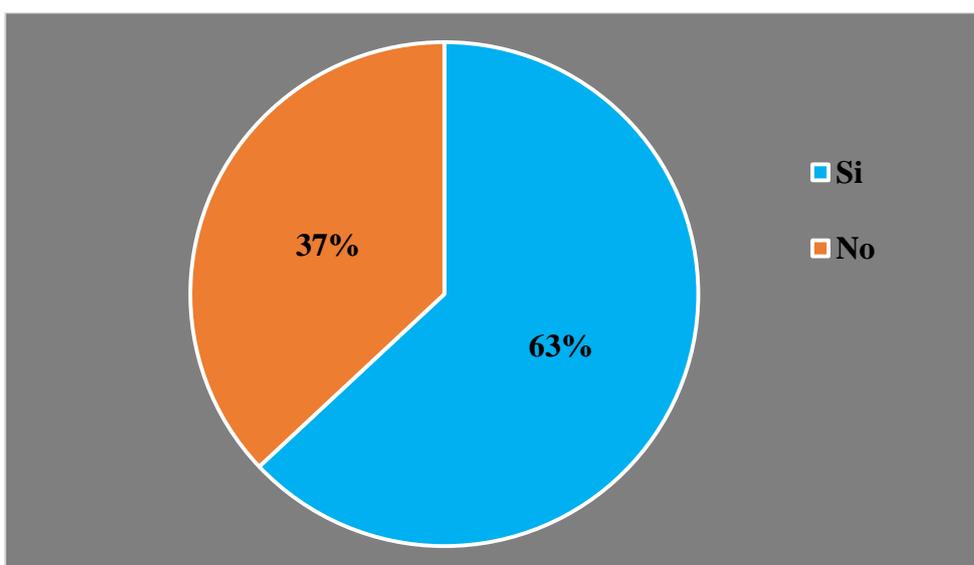


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio
Fuente. Tabla 3

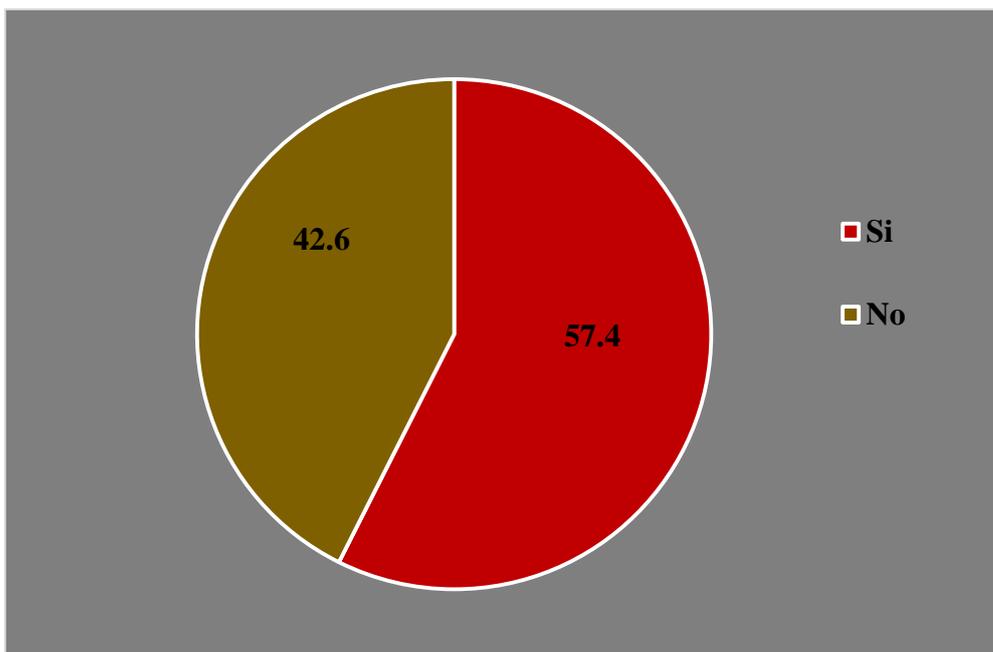


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización
 Fuente. Tabla 3

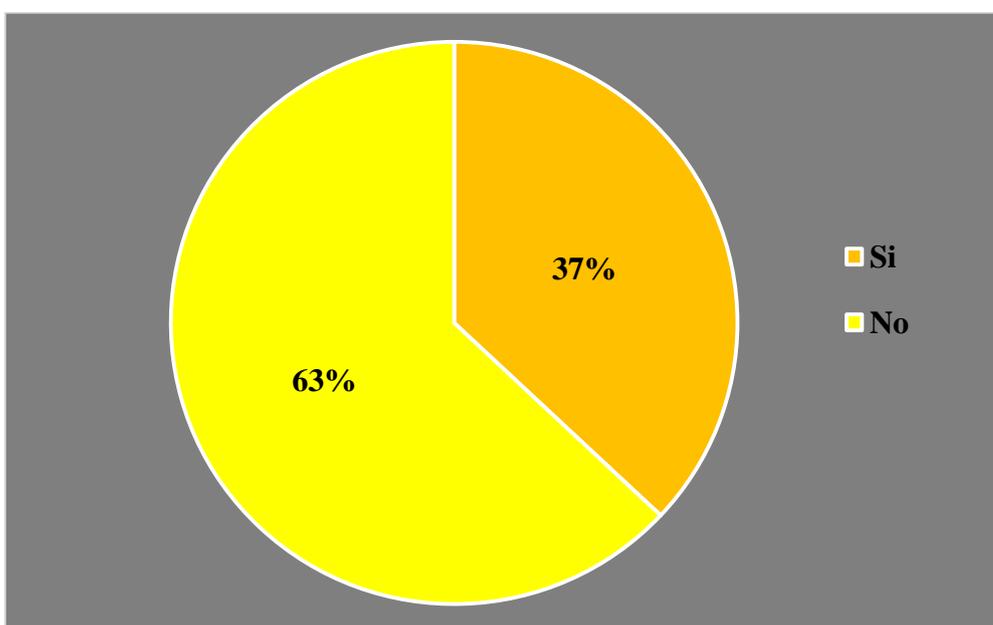


Figura 16. Conocimiento del termino benchmarking 1
 Fuente. Tabla 3

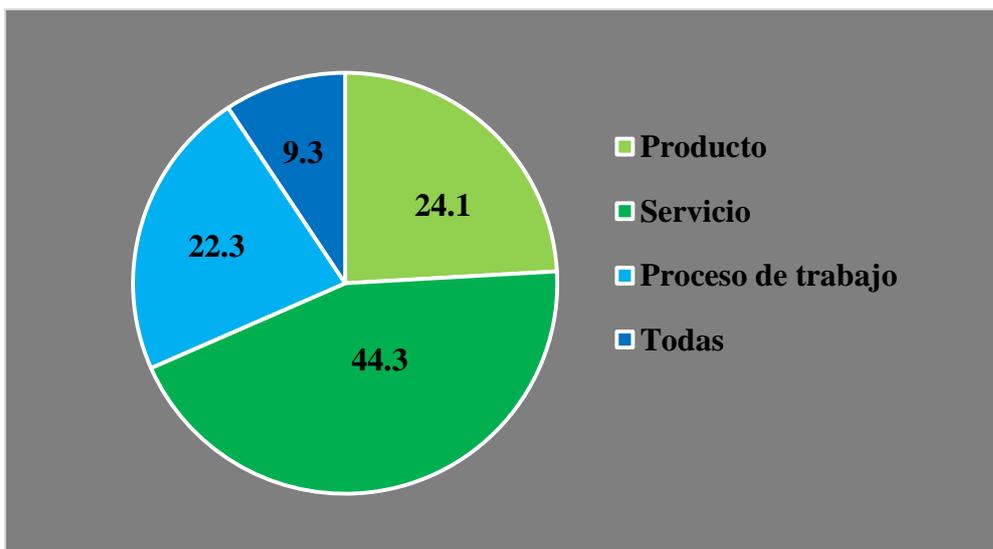


Figura 17. La estrategia que toma como referencia es para mejorar
Fuente. Tabla 3

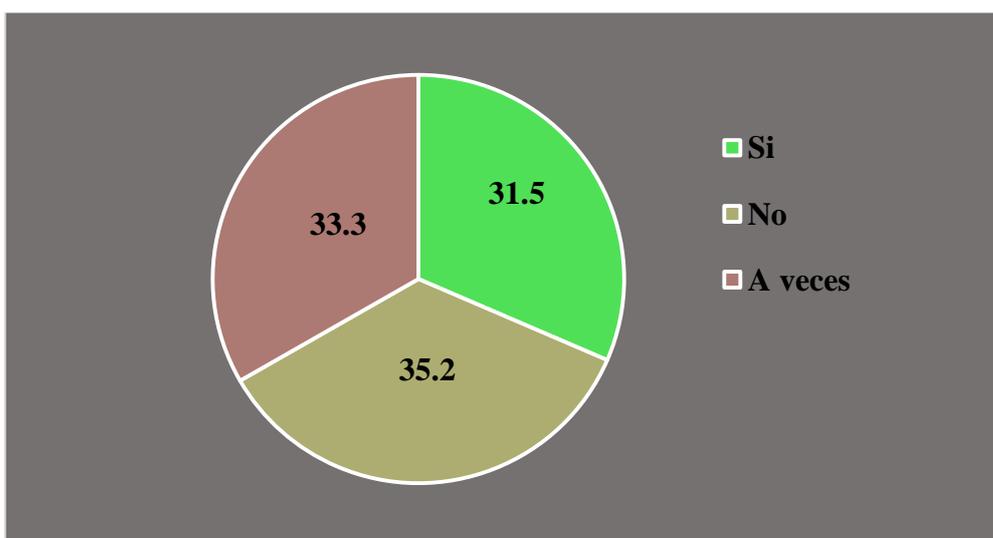


Figura 18. El benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa
Fuente. Tabla 3

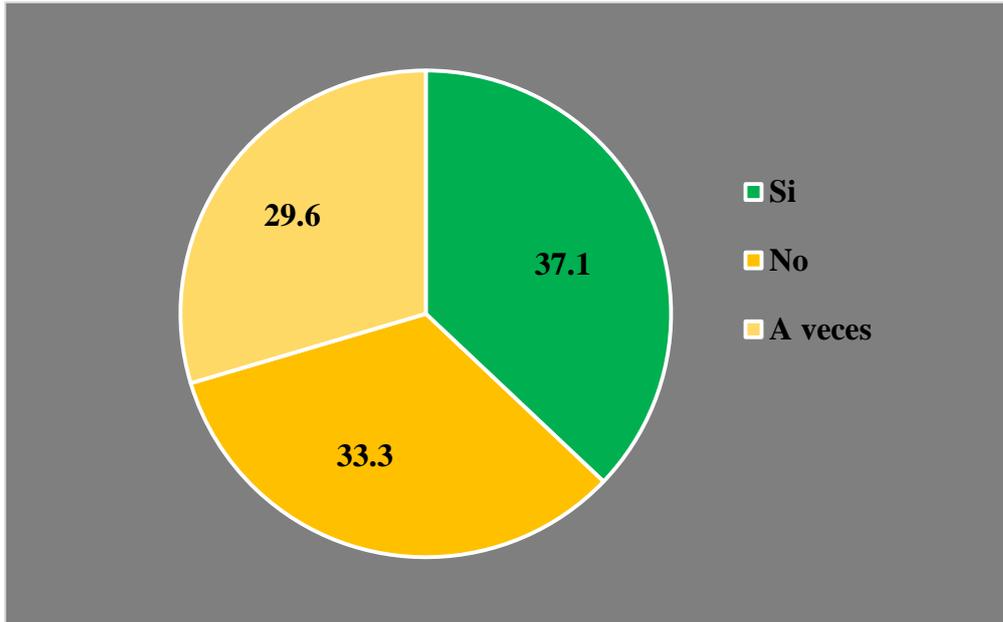


Figura 19. Personal muestra resistencia al cambio
Fuente. Tabla 3

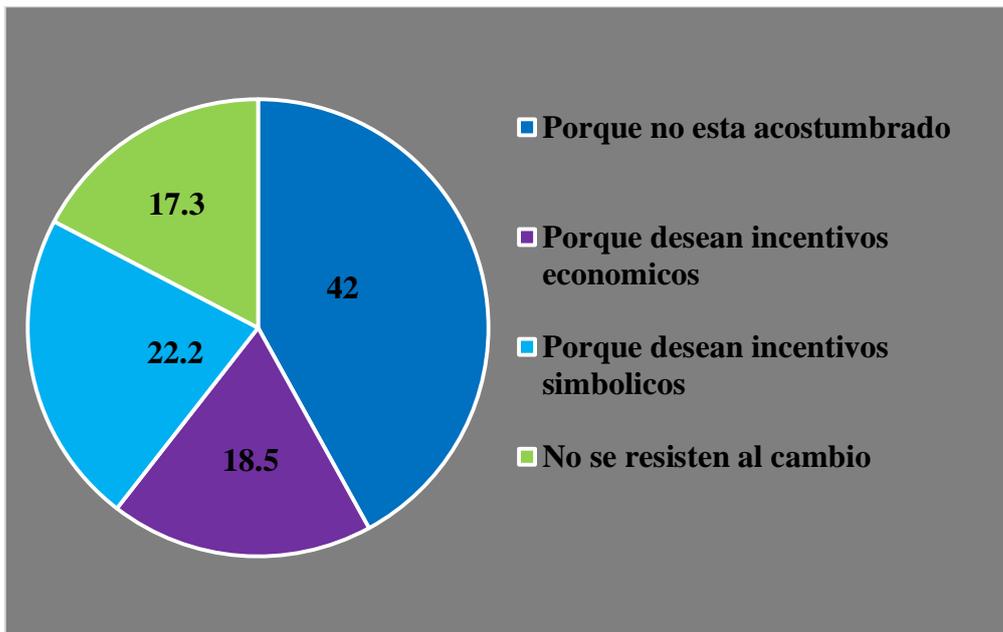


Figura 20. Porque el personal de su empresa se resistencia al cambio
Fuente. Tabla 3

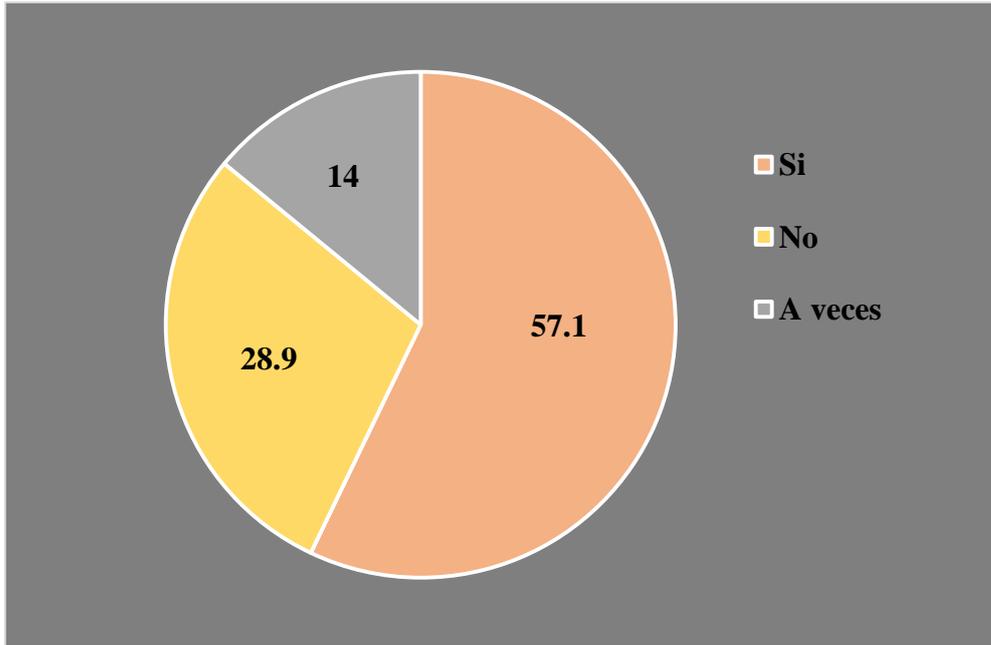


Figura 21. EL Benchmarking es primordial para las organización cuando se desea incursionar en un nuevo mercado
Fuente. Tabla 3

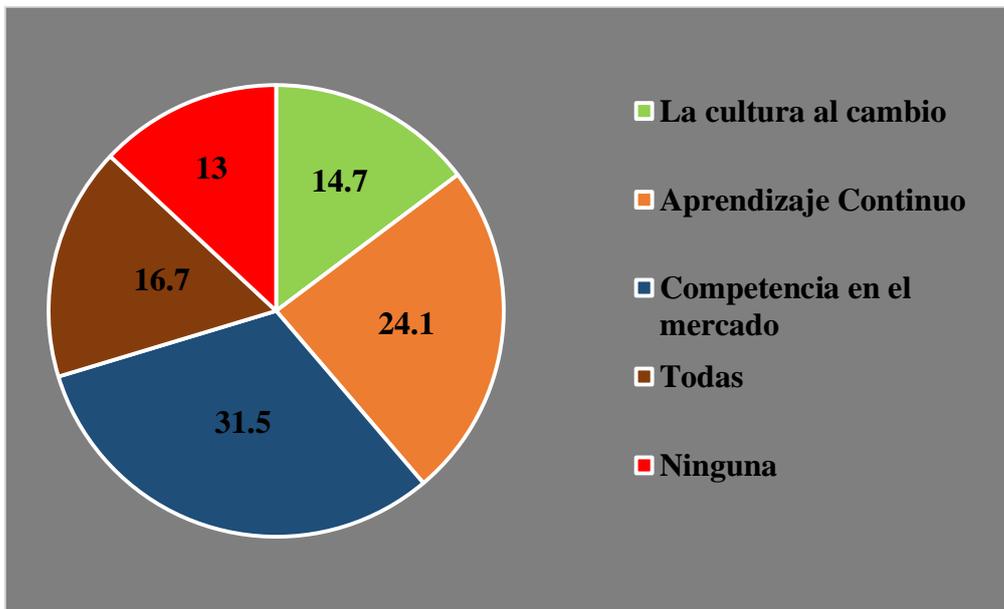


Figura 22. Fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking
Fuente. Tabla 3

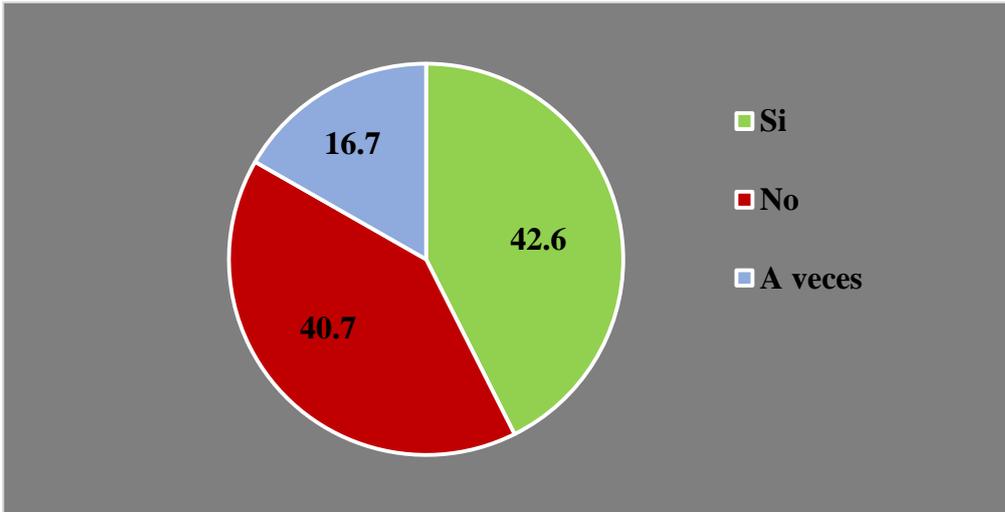


Figura 23: Buen uso del benchmarking permite a la empresa a ser más eficiente
Fuente. Tabla 3