



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE
BENCHMARKING Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO
Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO –
RUBRO HOTELES, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE
CHIMBOTE, AÑO 2018

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

AUTOR

PISCOYA SIMPALO, LISSETH TATIANA

ORCID: 0000-0002-2202-0083

ASESOR

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE-PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Piscoya Simpalo, Lisseth Tatiana

ORCID: 0000-0002-2202-0083

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú.

ASESOR

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

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

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Angel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Angel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

Asesor

AGRADECIMIENTO

A mi familia

Quienes me brindaron sus consejos, apoyo y comprensión en los momentos difíciles, por brindarme los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, valores, principios, carácter, empeño y perseverancia.

A los Docentes de ULADECH católica.

Quienes contribuyeron grandes enseñanzas de vida educativa y moral durante mi formación universitaria.

DEDICATORIA

A Dios quien me dio vida y salud y la ha llenado de bendiciones en todo este tiempo, a él que con su infinito amor me ha dado la sabiduría y perseverancia suficiente para culminar mi carrera universitaria.

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 de sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo, para la recolección de información se utilizó una muestra de 10 de una población de 11 micro y pequeñas empresas a quienes se aplicó un cuestionario estructurado por 22 preguntas, a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 40% tienen conocimiento del término de Gestión de Calidad, el 30% conoce el benchmarking como técnica moderna de gestión de calidad, el 40% presenta aprendizaje lento como dificultad para implementar la gestión de calidad, el 40% conoce del término benchmarking, el 40% menciona que a veces el benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa y el 40% refiere que el benchmarking permite a la empresa a ser más eficiente. Lo que nos lleva a la conclusión que no todos los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen conocimiento de Gestión de calidad, es por ello que encontramos una administración ineficiente en las empresas, además podemos observar que la mayoría no conoce el término de benchmarking y por ende no saben la importancia de su aplicación, debido a ello, son pocos los que refieren que obtengan algún beneficio de ella.

Palabras clave: Benchmarking, Gestión de calidad, micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

The present research work had as general objective: To determine the characteristics of Quality Management with the use of Benchmarking and improvement plan in micro and small companies in the service sector - hotels, urban area of the Chimbote district, 2018. The research was of a non-experimental-transversal-descriptive design, for the collection of information a sample of 10 of a population of 11 micro and small companies to whom a questionnaire structured by 22 questions was applied, through the survey technique, obtaining the following results: 40% have knowledge of the term Quality Management, 30% know Benchmarking as a modern quality management technique, 40% show slow learning as difficulty in implementing quality management, 40% do know the term benchmarking, 40% mention that sometimes benchmarking leads to the improvement of their company and 40% refer that benchmarking allows the company to be more efficient. Which leads us to the conclusion that not all representatives of micro and small companies have knowledge of Quality Management, that is why we find inefficient administration in companies, we can also observe that most do not know the term of benchmarking and therefore, they do not know the importance of its application, due to this, few who report that they obtain any benefit from it.

Keywords: Benchmarking, Quality management, micro and small companies.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras	iv
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	9
III. HIPÓTESIS	31
IV. METODOLOGÍA.....	32
4.1 Diseño de la investigación.....	32
4.2 Población y muestra.....	32
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	33
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35
4.5 Plan de análisis.....	36
4.6 Matiz de consistencia.....	37
4.7 Principios éticos.....	38
V. Resultados.....	39
5.1 Resultados.....	39
5.2 análisis de resultados	45
VI. CONCLUSIONES.....	62
Aspectos complementarios	64
Referencias bibliográficas	65
Anexos	68

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018	39
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hoteles del distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018.....	40
Tabla 3. Características de una gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio- rubro peluquerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018	41
Tabla 4. Plan de mejora de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hoteles, distrito de Chimbote, 2018.....	44

Figuras

Figura 1. Edad.....	82
Figura 2. Género	82
Figura 3. Grado de instrucción.....	83
Figura 4. Cargo que desempeña.....	83
Figura 5. Permanencia en el cargo	84
Figura 6. Permanencia en el rubro	84
Figura 7. Número de trabajadores.....	85
Figura 8. Vinculo de los trabajadores	85
Figura 9. Objetivo de creación.....	86
Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad... ..	86
Figura 11. Conocimiento de técnicas modernas administrativas.....	87
Figura 12. Dificultades para una implementación de gestión de calidad.. ..	87
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	88
Figura 14. La gestión de calidad ayuda al rendimiento de un negocio	88
Figura 15. Conocimiento del término benchmarking	89
Figura 16. Estrategias que toma como referencia para mejorar	89
Figura 17. El Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa.....	90
Figura 18. El personal muestra resistencia al cambio.....	90
Figura 19. Razones del personal para una resistencia al cambio.....	91
Figura 20. El benchmarking es primordial para incursionar en un mercado	91
Figura 21. Tipo de fortaleza para poder implementar el benchmarking	92
Figura 22. El benchmarking permite a la empresa ser eficiente	92

I. INTRODUCCIÓN

En el Perú, en la década de 1970 surgió un hecho predominante en la economía peruana, que a su vez se expandió en la economía a nivel mundial. Tanto fue su impacto en las relaciones comerciales que instituciones financieras avaladas por el estado apoyaron sus actividades productivas y de servicio. Es debido a dichas circunstancias que nace el fomento de las micro y pequeñas empresas, las cuales surgen de ideas emprendedoras de personas con ímpetu de lograr su objetivo, abriéndose paso a la creación de negocios familiares con el fin de obtener un ingreso económico. Dichas empresas se enfocaban en desarrollar actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o servicios con el propósito de cubrir las necesidades sociales de la población. La expansión de estas microempresas no solo se dio en nuestro país, sino también en otros países del mundo en los diversos sectores económicos, logrando que las microempresas generen rápidamente la creación directa e indirecta de puestos de trabajo, así como el crecimiento del producto bruto interno (PBI). Según el diario oficial El Peruano (2018) señala que “las microempresas, pequeñas y medianas empresas (pymes) tienen un papel importante en la economía nacional porque brindan empleo al 75% de la población económicamente activa (PEA), y también el 99.8% de las unidades productivas son micro y pequeñas empresas”.

Asimismo, otro aspecto fundamental en nuestro país es la capacidad de personas con emprendimiento y que se resalta también en América Latina, es la intención de emprendimiento, solo en nuestro país el 43% de personas están dispuestas a iniciar un negocio, pero a pesar de contar con un alto índice de emprendimiento existen factores que repliegan la decisión para realizar el proyecto, cabe resaltar que dicha intención emprendedora solo refleja la predisposición para poner en marcha el proyecto, no la

disposición para identificar oportunidades en el mercado y sacarlas adelante ante las circunstancias adversas; seguidamente se conoce de otros factores que obstruyen el camino e impiden su desarrollo del emprendedor peruano como temas de escasos de capital humano adecuado, la falta de financiamiento y expansión regional, por esta razón la permanencia de algunas micro y pequeñas empresas es limitada ya que son administradas por sus propios dueños quienes carecen de conocimiento y habilidades administrativas (Gestión, 2018).

Por tal razón, dichos problemas presentados en las micro y pequeñas empresas se originan en la gestión llevada a cabo por sus dueños quienes realizan la actividad de administración con conocimientos empíricos, es decir que no se encuentran altamente capacitados para ocupar el cargo, ya que no cuentan con las habilidades gerenciales acorde a las tendencias actuales, del mismo modo el desconocimiento de las nuevas técnicas modernas administrativas, en específico, el no utilizar técnicas de benchmarking para mejorar su negocio. La falta de conocimiento y aplicación de dicha técnica en una micro y pequeña empresa es uno de los causantes de limitación de crecimiento y permanencia en el mercado puesto que el desarrollar un benchmarking permitirá mejorar las áreas problemáticas de una empresa, ejerciendo mejores prácticas en los procesos de trabajo de una organización que busca mantenerse hábil en el mercado.

De lo expuesto, se evidencia que esta problemática no solo radica en las micro y pequeñas empresas de nuestro país sino también a nivel mundial, un ejemplo de ello se da en el país de Italia, según la revista periodística EURONEWS (2015) refiere: “Italia está compuesta en su mayoría por microempresas, y emplean al 86% de los italianos” (parr.1). En este país las previsiones de crecimiento económico son bajas, y existen factores que limitan el crecimiento y permanencia de la microempresa en el mercado, los cuales están enfocados a temas de gestión, causada por la administración de los dueños, no permitiéndole a las micro

y pequeñas empresas implementar estrategias de cambio. Por otro lado, el desconocimiento de estrategias modernas como el benchmarking, les inhibe el crecimiento de las empresas.

Hechos similares ocurren en América Latina y el Caribe como es el caso de Costa Rica, según el diario El Financiero escrito por Pérez (2016) menciona: “el 99% de las empresas de Costa Rica son micro y pequeñas empresas, según datos de la caja costarricense del seguro social (CCSS), que incluye a las empresas que reportan sus planillas” (parr.1). En este país las Pymes juegan un rol importante para su economía, su aporte se ve reflejado en un 30% en el producto interno bruto, contribuyendo a su vez, a un 50 % de la generación de puestos de trabajo en el sector privado. Sin embargo, dichos beneficios se han visto afectados por el poco interés en el crecimiento de las empresas, ya que cierta parte de ellas no se adaptan en implementar estrategias modernas como lo es el benchmarking, medida que les permitirá realizar cambios implicados en la gestión administrativa de las empresas. Ante esto, es notorio que el desarrollo de las empresas tenga ciertas limitaciones (Leandro, 2015). En Guatemala ocurre algo distinto, las pymes en este país son reconocidas como el sector empresarial de mayor importancia en la generación de sostenibilidad. Estas se rigen por una política nacional de desarrollo para las micro pequeñas y medianas empresas, cuya finalidad es el fomento de la productividad y competitividad del sector empresarial de ese país, permitiéndole igualar condiciones con las empresas de mayor tamaño, con la perspectiva de absorber todas las oportunidades previstas en el mercado nacional. Sin embargo, existen un gran porcentaje de las empresas que están siendo afectadas por deficiencia en la gestión administrativa, el poco conocimiento de no saber cómo emplear las estrategias de benchmarking ha generado que el servicio brindado a los clientes sea deficiente. (Ministerio de Economía de Guatemala, 2015).

En Colombia las micro y pequeñas empresas han migrado positivamente a diferencia

de los años anteriores. Hoy en día, este país se encuentra posicionado en el cuarto lugar con la mejor economía de América Latina, tal crecimiento es protagonizado por la existencia de las micro, pequeñas y medianas empresas, quienes han generado grandes impactos en la economía del país. Según Dane como lo cita la revista Dinero (2016) afirma: “las Mypimes generan alrededor de 67% del empleo y aportan 28% del producto bruto interno (PIB), asimismo según El Registro Único Empresarial y Social, en el país el 94.9% de las empresas registradas son microempresas” (parr.3). Pero, sin embargo, existe un gran porcentaje de empresas que carecen de educación en cuanto a gestión, además otro gran error que cometen es el emplear personal que no está capacitado para el puesto, como es el caso de un familiar o un amigo quien termina siendo deficiente para el cargo. A esto se suma que no usan estrategias modernas como es el caso de benchmarking por el desconocimiento de ello (Suárez, 2017).

En el Perú la actividad emprendedora está ubicado en el tercer lugar, con un 24.6% en el marco empresarial vigente en los países de América Latina. El inicio de los emprendedores se da por una necesidad más que por una oportunidad, mucho tiene que ver que el estado peruano que no llega a cubrir dichos vacíos de necesidades sociales de la población, es por tal razón que los emprendimientos parten de familias peruanas que nacen de lo empírico que posteriormente se constituyen como microempresas y son administradas por sus propios dueños que muchas veces no están capacitados para desempeñar eficientemente el cargo, ocasionando que la gestión de las microempresas sea deficiente (Gestión, 2018). También se puede apreciar que en el Perú el 81.2% de empresas no hacen uso de estrategias innovadoras como el benchmarking, ya sea por el desconocimiento que los representantes pueden tener de ello, siendo una de las barreras de desarrollo de las unidades económicas.

En Ancash las micro y pequeñas empresas son un factor importante en la contribución de la economía regional, en un informe por parte del instituto nacional de estadística e informática (INEI), menciona que el 88% de empleo en la población económicamente activa (PEA) es por causa de la existencia de las micro, pequeñas o medianas empresas. Por otro lado, el periódico Diario de Chimbote (2018) menciona que “las pequeñas empresas juegan un papel importante en la cohesión social, ya que contribuyen significativamente a la generación de empleo, ingresos, a la erradicación de la pobreza y a dinamizar la economía productiva de las economías locales”.

De lo expuesto anterior tomamos como premisa que las micro y pequeñas empresas son importantes en la economía de cada país, pero esto a su vez están sujeto a factores que limitan su crecimiento y permanencia en el mercado. Por un lado tenemos a los mismos dueños realizar muy bien las actividades de administración de sus negocios mientras estos se den en un entorno local, pero por otro, si estas microempresas empiezan a desarrollarse y a expandirse los dueños no están capacitados e instruidos en desarrollar actividades administrativas con el uso de técnicas modernas, tal es el caso en específico del benchmarking que permite atraer nuevos modelos administrativos para implementarlos en un negocio con un enfoque de mejora continua de sus actividades.

Por último, en Chimbote específicamente en el casco urbano lugar donde se desarrolló la investigación existen micro y pequeñas empresas del sector servicios dedicadas al rubro de hoteles que desempeñan sus actividades diarias de alquiler de habitaciones a los clientes que buscan satisfacer necesidades de un descanso placentero y de calidad, en un buen ambiente. Estos negocios se caracterizan porque crecen empíricamente, en su mayoría están dirigidas por sus propios dueños, los cuales carecen de conocimientos administrativos, no utilizan técnicas modernas de administración tales como el benchmarking que les permita

gestionar con calidad para tener la capacidad de crecer y posicionarse en este mercado. Por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente 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 de sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Lo que conllevó que, para alcanzar el objetivo general, planteamos los siguientes objetivos específicos: Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio- rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Identificar las características en las micro y pequeñas empresas sector servicio- rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Establecer las características de una gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas sector servicio-rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Proponer un plan de mejora de la gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas sector servicio- rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

El presente trabajo de investigación se justifica porque nos permitirá conocer las principales características de la gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles casco urbano de Chimbote, 2018.

Esta información es importante porque servirá de orientación para que los representantes desarrollen estrategias del Benchmarking, de tal modo que sea para el mejoramiento continuo de las micro y pequeñas empresas y sus colaboradores, garantizando

así el dar un buen servicio y atención de primera al cliente. También servirá de guía para resolver los problemas que tengan los futuros emprendedores en el mercado de los negocios.

Además, es importante porque será de referencia para las próximas investigaciones que desarrollen los estudiantes en este mismo rubro.

Así mismo será de provecho para la sociedad, ya que se beneficiarán con los cambios administrativos enfocados una buena gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de la localidad de Chimbote.

Y finalmente, la investigación se justifica porque servirá como base para futuras investigaciones.

En cuanto a la metodología empleada, fue una investigación no experimental-transversal-descriptivo. Fue no experimental debido a que no se alteró la variable de gestión de calidad con el uso del benchmarking, fue transversal porque la variable fue estudiada en un tiempo y espacio determinado y fue descriptivo debido que solo se describió las partes más importantes de la variable en estudio, para el recojo de información se utilizó una muestra de 10 de micro y pequeñas empresas de una población de 11, a quienes se aplicó un cuestionario estructurado por 22 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 40% tienen conocimiento del término de Gestión de Calidad, el 30% conoce el benchmarking como técnica moderna de gestión de calidad, el 40% presenta aprendizaje lento como dificultad para implementar la gestión de calidad, el 30% no conoce del término benchmarking, el 40% menciona que a veces el benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa y el 40% refiere que el benchmarking permite a la empresa a ser más eficiente. Lo que nos lleva a la conclusión que no todos los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen conocimiento de Gestión de calidad, es por ello que encontramos una administración ineficiente en las empresas, además podemos observar que la mayoría no

conoce el termino de benchmarking y por ende no saben la importancia de su aplicación, debido a ello, son pocos los que refieren que obtengan algún beneficio de ella.

La investigación concluyó que la mayoría de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles del distrito de Chimbote, año 2018, están entre las edades de 31 a 50 años, son de género femenino, tienen un grado de instrucción superior universitaria, refieren conocer el término de la gestión de calidad, manifiestan tener cierto conocimiento de las técnicas moderna de benchmarking y que toma como referencia para mejorar la empresa, las estrategias basadas en los servicios.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes internacionales

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

Suyo (2015) en su investigación *Factores de éxito de las empresas gallegas del sector Hotelero* tuvo como objetivo general: Identificar y evaluar la importancia de la gestión de los factores del área operativa. Y en qué medida son determinantes del éxito competitivo de las Pymes gallegas del sector hotelero. Tuvo los siguientes objetivos específicos: Desarrollar el marco teórico para el estudio del éxito competitivo de las Pymes, siguiendo el enfoque basado en recursos y capacidades y desarrollar un modelo que explique la relación entre las prioridades competitivas en las áreas de decisión del ámbito de operaciones de las Pymes del sector hotelero, y su éxito competitivo. Determinar la relación que existe entre los factores del entorno intra-empresa (considerando como tal, los subsistemas financieros, de marketing y de recursos humanos) y las decisiones de las diversas áreas de operaciones de las Pymes del sector hotelero. Identificar y evaluar si el énfasis en la toma de decisiones de la función de operaciones que agrupamos en "capacidad", "localización", "protocolos de presentación de servicios", "tareas productivas/fuerza de trabajo", y "gestión logística", influye en el éxito competitivo de las Pymes del sector hotelero. Identificar la influencia de una selección de las competencias distintivas, del área de operaciones (costo/productividad; calidad; gestión de reservas y recepción; flexibilidad y estacionalidad de la demanda; y, servicios complementarios), en el éxito competitivo de las Pymes del sector hotelero. Identificar los factores que sustentan las competencias distintivas, en particular los ligados al área de operaciones y clasificar en conglomerados las Pymes del sector hotelero, según sus prioridades. La metodología de la investigación, se utilizó el diseño no experimental – descriptivo. Se obtuvo los siguientes resultados: en la muestra obtenida, el 46,67% de las Pymes del sector hotelero tienen más de 20 años de antigüedad de la actividad empresarial. Respecto a la distribución de la muestra en función del volumen de negocio, el 66,67% de las Pymes del sector hotelero tienen ventas de menos de 2 millones en su actividad empresarial. En relación con el número de empleados en las Pymes del sector hotelero, la mayoría de los hoteles tienen menos de 25 empleados en un 65,56%. El 51,11% de las Pymes

de sector hotelero se han constituido en las dos últimas décadas. El tipo de sociedades mercantiles que son las Pymes del sector hotelero, observamos cómo un 72,22% son “sociedad limitada”. Por su parte, con relación a si forman parte de algún tipo de cadena o grupo, se observa que el 73,33% de los establecimientos. En lo que al margen sobre ventas netas de la empresa se refiere, las empresas de la muestra tuvieron en el ejercicio 2011, un 38,89% de las unidades de análisis tienen un margen sobre ventas entre 0,05 y 0,10 por ciento. Por último, con relación al nivel del importe de los activos de las Pymes del sector hotelero de la muestra, que el 44,44% de los establecimientos poseen importes de activos entre 1.000.000 y 2.850.000 euros. En relación con la categoría de los establecimientos hoteleros encuestados, las 32 Pymes del sector hotelero que tienen tres estrellas, suponen el 35,56% de la muestra. En relación al número de habitaciones que poseen, el 55,56% de las Pymes del sector hotelero tienen menos de 100 habitaciones. La provincia de Lugo presenta el sector hotelero más envejecido, con un 66,67% de los hoteles con antigüedad de 19 años o más. Con respecto a la forma jurídica que presentan, se ha podido comprobar una cierta relación entre la antigüedad y la forma elegida, de manera que el 61,90% de Pymes “maduras” del sector hotelero son sociedades anónimas. La mayoría de quienes dirigen las Pymes son hombres. Así, un 78,89% de los encuestados son hombres. Con respecto a la edad de los directivos y/o gerentes, se observa que en su mayoría se trata de personas comprendidas entre los 40 y los 55 años de edad (un 44,44%, de la muestra). Con respecto a la posible relación entre el tamaño (medido con el número de empleados) y la edad de los directivos, se observa que la mayoría de las pequeñas (entre 10 y 50 empleados), están dirigidas por personas de entre 40 y 55 años de edad, con un 46,25% de la muestra. El 50% de los directivos que están en Pymes “maduras”, tienen una edad entre 40 y 55 años. El 50,0% de los encuestados indicaron cuentan con estudios universitarios de grado superior. Respecto a las edades de los empleados de las Pymes del sector hotelero, el 57,78% tienen entre 35 y 40 años edad. En cuanto a la relación contractual, el promedio del total de empleados de la muestra con contrato estable, asciende al 75,11%. En cuanto a la distribución por sexo de los empleados de las Pymes del sector hotelero que conforman la muestra, el promedio del total de empleados es del 53,90% de mujeres y el 46,10% de hombres. El porcentaje de volumen ventas anuales, como es lógico, las empresas grandes venden más que las pequeñas: entre las pequeñas el 75,22 % venden menos de 2 millones; entre las medianas, el 50% venden de 2 a

cinco millones de euros. Con referente al planeamiento estratégico formal que realizan las Pymes del sector hotelero, el 56,67% de las empresas indicaron que sí lo realizan. Con respecto al horizonte temporal del planeamiento estratégico formal, el 73,91% de las empresas indicaron que lo realizan a un año. Conclusiones: las conclusiones más relevantes de los resultados de nuestra investigación empírica, daremos cuenta del cumplimiento de los objetivos planteados, de las limitaciones al alcance de los resultados de la investigación y, por último, de algunas posibles líneas de investigación futura que el presente trabajo abre.

Antecedentes nacionales

Espinoza (2019) en su investigación *Propuesta de mejora de benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hostales de la urbanización Lobatón del distrito de Lince 2018* tuvo como objetivo general: Proponer las mejoras del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector de servicios, rubro hostales de la urbanización Lobatón del distrito de Lince 2018. Planteándose los siguientes objetivos específicos: Identificar los factores relevantes del benchmarking para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector de servicios, rubro hostales de la urbanización Lobatón del distrito de Lince 2018. Describir los factores relevantes del benchmarking para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector de servicios, rubro 2018. Elaborar la propuesta de mejora del benchmarking para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector de servicios, rubro hostales de la urbanización Lobatón del distrito de Lince 2018. o, la investigación fue de tipo cuantitativa, no experimental, descriptiva y transversal. La población y muestra de esta investigación fue de 10 hostales de la Urbanización Lobatón en el distrito de Lince. Para el levantamiento de información se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados con respecto a las características de los representantes son que el 100% tienen más de 40 años de edad, 70.0% son varones. 100.0% tienen educación universitaria. Sobre las MYPE: 40.0% tienen más de 11 años en el sector y el 100.0% tienen entre 6 a 10 trabajadores. Sobre la gestión de calidad: 46.0% es de nivel medio. En cuanto a las dimensiones Planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad, los resultados fueron

50.0% medio, 50.0% medio y 60.0% alto respectivamente. Del mismo modo los resultados con respecto al Benchmarking: 53.3% es de nivel bajo. Así también en las dimensiones benchmarking, interno, competitivo y funcional, se tiene que fueron 60.0% medio, 50.0% bajo y 100.0% bajo respectivamente.

Bravo (2018) en su investigación *La gestión de calidad con el uso de benchmarking y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la Avenida José Leal del distrito de Lince, 2018* tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio del “Gran Hotel Nacional” de la ciudad de Aguas Verdes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas. Su objetivo específico fue: Determinar las características de una gestión de calidad con el uso de Benchmarking en las MYPE del sector servicio – rubro restaurantes, de la avenida José leal, distrito de Lince, 2018. Determinar la rentabilidad que se logra con la aplicación de una gestión de calidad con el uso de Benchmarking de las MYPE del sector servicio – rubro restaurantes, de la avenida José leal, distrito de Lince, 2018. Determinar si la gestión de calidad con el uso de Benchmarking influye en la rentabilidad de las MYPE del sector servicio – rubro restaurantes, de la avenida José leal, distrito de Lince, 2018. La metodología que utilizó la investigación fue del tipo cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 31 microempresas, representando el 100% de la población, se les aplicó un cuestionario de 54 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Los resultados obtenidos referente a los representantes: el 61 % su rango de edades está entre 31 a 50 años, el 61% son femenino, el 48% tienen secundaria, el 87.5% son dueños del negocio, el 39% lo desempeña entre 0 y 3 años y otro 39% entre 4 y 6 años; referente a las mypes: el 39% tiene una permanencia en el mercado de 0 a 3 años, el 74% que tiene entre 1 a 5 trabajadores, el 74% sus trabajadores son familiares, el 87% indica que la finalidad de creación fue la de generar ganancia, Con respecto a la constitución de la empresa, se observa que el 61 % de las mismas son persona natural; referente a la gestión de calidad: el 39% realiza planificación de las políticas de servicio algunas veces, el 48% realiza planificación de objetivos para el próximo año casi siempre, el 48% indicó planificación de implementar un sistema de gestión de calidad algunas veces, el 32% indicó que nunca lo hacen capacitaciones para el personal, el 39% indicó algunas veces maneja de las normas ISO; referente a la gestión de calidad con el uso de benchmarking, en cuanto a la

identificación en el mercado de la empresa que tiene la mejor tecnología del medio, se observa que el 39% indicó que siempre, identificación de la empresa que tiene la mejor logística del medio, se observa que el 48% indicó algunas veces, si las MYPE averiguan y estudian los métodos que aplican estas empresas para obtener esa eficiencia en el medio, se observa que el 39% indicó que casi siempre, reconoce y aprende de las estrategias observadas, se observa que el 42% indicó algunas veces, examina e investiga las políticas usadas por estas empresas para obtener mejores resultados, se observa que el 48% indicó que algunas veces, programan capacitaciones con las nuevas técnicas o procesos que se llevaran a cabo, se observa que el 39% indicó algunas veces, realizan procesos de seguimiento y control de las actividades, se observa que el 48% indicó que muy pocas veces, implementación de acciones necesarias para la mejora continua de los procesos, se observa que el 87% indicó que algunas veces. Se concluye que la mayoría de las MYPE perciben que el benchmarking como una herramienta que influye favorablemente en su rentabilidad.

Antecedentes locales

Mata (2019) en su investigación *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*, tuvo 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 restaurante de comida criolla, Av. pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016. Sus objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante de comida criolla, Av. Pacífico, distrito de nuevo Chimbote, 2016. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante de comida criolla, Av. Pacífico, distrito de nuevo Chimbote, 2016. Describir las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante de comida criolla, Av. Pacífico, distrito de nuevo Chimbote, 2016. La metodología que se utilizó 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 le aplicó el cuestionario de 19 preguntas cerradas. Resultados, referente a los representantes: el 67%

empresas son dueños de su propio negocio, el 50 % tiene edad entre 18 a 30 años, El 75% son de género femenino, el 67 % tienen el grado de instrucción superior universitario, el 59% tienen permanencia dentro del rubro de 5 a 10 años, el 67% tienen de 6 a 10 trabajadores, el 75% refieren trabajar con personas familiares, el 100 % consideran que el objetivo de creación de su empresa es generar ganancias; referente a la variable gestión de calidad: el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas creen que la gestión de calidad es una herramienta útil para el rendimiento del negocio, el 42% consideran que evalúa a su personal en un periodo a prueba, el 100% consideran que la gestión de calidad contribuye en sus objetivos y sus metas que se trazaron, el 50% si conocen el significado de la palabra benchmarking, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que si es importante aprender de otras organizaciones para que el negocio sea más eficiente, el 100% consideran que si es necesario usar como modelo las buenas prácticas de atención al cliente de otras micro y pequeñas empresas, el 100% consideran que si evalúan el desempeño de otra micro y pequeña empresa para aplicarlos en su negocio. Conclusiones: La mayoría de las micro y pequeñas empresas están dirigidas por sus propios dueños, tienen edad promedio de 18 a 30 años, son de género femenino, con estado civil de conviviente, tiene un grado de instrucción universitario y están constituidas por micro y pequeñas empresas. La totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen permanencia en el rubro entre 5 a 10 años, contando con 6 a 10 trabajadores, teniendo a personas familiares que trabajan dentro de la empresa y como objetivo de la empresa es generar ganancia. La totalidad de las micro y pequeñas empresas cree que la gestión de calidad contribuye en el negocio, evalúa el desempeño del personal mediante un periodo de prueba, administran con calidad su negocio y la gestión de calidad ayuda a alcanzar sus objetivos y metas trazadas asimismo conoce el término benchmarking, en su mayoría creen que si es necesario aprender de otras organizaciones, solo a veces suelen comparar su servicio con otras micro y pequeñas empresas, los representantes creen que si es necesario usar como modelo las buenas prácticas de otras micro y pequeñas empresas y a veces suelen evaluar el desempeño de otras micro y pequeñas empresas para aplicarlos en su negocio.

Herrera (2019) en su trabajo de *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, casco urbano de Chimbote, año 2018*, tuvo como objetivo general Determinar las

características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, casco urbano de Chimbote, 2018. Sus objetivos específicos fueron: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, casco urbano de Chimbote, año 2018. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, casco urbano de Chimbote, año 2018. Describir las características de la gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, casco urbano de Chimbote, año 2018. La investigación fue No experimental-Transversal-Descriptiva. Para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 15 micro y pequeñas empresas de una población de 25 micro y pequeñas empresas, a los cuales se les aplico un cuestionario de 13 preguntas, a través de la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados principales: El 80% tienen entre 31 a 50 años y el 73.33% son del género femenino; el 86.67% cuentan de 4 a 3 años en el rubro, el 100% considera que la gestión de calidad permite un mejor rendimiento en sus trabajadores y procesos organizacionales y el 60% conoce el Benchmarking. Concluyendo que: La mayoría de los representantes legales tienen entre 31 a 50 años y son del género femenino; las micro y pequeñas empresas cuentan con un número de 1 a 5 colaboradores y consideran que la gestión de calidad permite un mejor rendimiento en sus trabajadores y procesos organizacionales.

Villaorduña (2021) en su trabajo *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*, 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. Sus objetivos específicos fueron: 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 5 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 metodología que utilizo fue n 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 aplico 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.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Definición de micro y pequeñas empresas:

Las micro y pequeñas empresas (mypes), son organizaciones conformadas una o más personas, ya sea como persona natural o jurídica, se desarrollan bajo diferentes formas de actividades económicas. Todas las mypes cumplen un papel importante en el mercado económico de cada país, este varía según la constitución de las leyes promulgada en los distintos países. Según Reuters (2014) define:

Las micros y pequeñas es una unidad económica que opera mediante una persona

natural o jurídica, esta puede desarrollarse bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial que este dentro de las normas legales vigentes, como pueden ser, Sociedad Anónima Abierta, S.A., Sociedad Anónima Cerrada, S.A., Sociedad de responsabilidad limitada, S.R.L., Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, E.I.R.L.; dichas empresas están sujetas a desempeñar actividades extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (p.13).

Es importante resaltar que las microempresas no necesitan estar constituida por una persona jurídica, también se puede establecer por su propietario (persona natural con negocio) empleando cualquier forma asociativas o societarias determinadas por la ley.

Características de las micro y pequeñas empresas

Según la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, las Mypes peruanas se tienen que regir de las siguientes características: Microempresa, tiene que estar constituida por un número de trabajadores es de 1 a 10 trabajadores, cuenta con ventas anuales de hasta un monto de 150 unidades impositivas tributarias (UIT), por otra parte, una Pequeña empresa, abarca de 1 hasta 50 trabajadores sus ventas anuales superiores a 150 UIT hasta un máximo de 1700 UIT.

De acuerdo a esta normativa, el estado peruano está fomentando el desarrollo integral, además facilita a que los emprendedores tengan acceso a los servicios empresariales. Dichas normas son aplicables a MYPES constituidas desde el 03 de julio del 2013.

Importancia de las Mypes en el Perú.

Las mypes dentro del territorio peruano cumplen un factor muy importante en el mercado económico: contribuyen a generar más puestos de trabajo para la población económicamente activa, lo cual origina que el índice de desempleo disminuya, aporta al Producto Bruto Interno (PBI), aportan en las exportaciones.

Gestión de calidad Concepto de calidad

Según Joubert (2015) define:

La calidad no es un concepto nuevo, sino que siempre ha existido; simplemente ha

ido evolucionando según los avances de cada siglo. Se habla de calidad cuando se pueden comparar productos y/o servicios. Por lo tanto, la calidad es un factor subjetivo que dependerá de lo que cada persona necesita según su necesidad.

Según Crosby (como se citó en Aldana, Álvarez, & Bernal, 2015) define que:

La calidad como cumplimiento de requisitos; el sistema de calidad es prevención, el estándar de realización es cero defectos, y la medida de la calidad es el precio de incumplimiento. La calidad responde a la conformidad con los requisitos establecidos por los clientes (p.34).

Como se menciona el párrafo anterior para obtener una calidad total en el proceso del marketing hay que tomar la prevención, y estandarizar los procesos con el fin de lograr resultados eficientes con los clientes.

Principios de gestión de la calidad

Los principios sirven de guía de referencia para la dirección de la organización, con la finalidad de la mejora en el desempeño de sus actividades. Según González (2015) publica la nueva ISO 9001-2015 que actualmente contiene 7 principios de la gestión de calidad y los describe de la siguiente manera:

Principio 1: Enfoque al Cliente

Este principio tiene el objetivo de poder llegar a satisfacer las necesidades de los clientes y poder lograr superara las expectativas de este. Esto implicaría para una empresa: indagar y analizar cuáles son las necesidades de los clientes, que los objetivos de mejoras de la organización, tienen que coincidir con las necesidades de los clientes, hacerles llegar a los colaboradores de la empresa cuales son las expectativas y necesidades de los clientes, medir cual es grado de satisfacción de los clientes y en base de los resultados actuar.

Principio 2: Liderazgo

Los líderes establecen las condiciones en las personas con el propósito de orientación de la empresa. Deben de mantener y crear un ambiente idóneo en el cual los trabajadores se involucren en lograr los objetivos de la empresa. Esta aplicación conduce a lo siguiente: se considera las necesidades de los clientes, proveedores, propietarios, accionistas, comunidades y sociedades en su conjunto, implantar metas y objetivos desafiantes, mantener los valores de la empresa, brindar las capacitaciones respectivas, recursos y libertad de actuar con responsabilidad.

Principio 3: Compromiso del Personal

Es importante el personal en la empresa, asimismo su compromiso posibilita que sus habilidades se utilicen en beneficio de la empresa. Para lo cual se debe tomar los siguientes aspectos: identificar las habilidades de los trabajadores para el buen cumplimiento de sus tareas asignadas, tener una evaluación constante del desempeño del personal. Tener una clara comunicación de las responsabilidades de cada rol.

Principio 4: Enfoque a Procesos

Se basa en identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados, lo cual conllevará potenciar el desenvolvimiento de la empresa. Su ejecución permite lo siguiente: define las actividades con la finalidad de lograr el resultado planteado, medir y analizar la capacidad de las actividades, evaluar los impactos, riesgos y consecuencias de las actividades en las partes involucradas (clientes, proveedores).

Principio 5: Mejora Continua

En toda organización el objetivo permanente es la mejora continua del desempeño global de la organización para ello es indispensable mantener el rendimiento, realizar los cambios internos y externos y establecer nuevas oportunidades.

Principio 6: Toma de decisiones basadas en la evidencia.

Las decisiones se centran en el análisis de los datos y la información de los resultados esperados. Cuando se aplicación de este principio, conduce: hacer que los datos sean accesibles para quien los requiera, empleando métodos válidos para analizar los datos, se toma las decisiones basadas en los datos analizados, equilibrados con la intuición y experiencia.

Principio 7: Gestión de relaciones

Las organizaciones gestionan las relaciones con las partes interesadas para el éxito de empresa, como por ejemplo los proveedores. Su aplicación conlleva: constituir un equilibrio de la ganancia, comunicación abierta y clara, formación de expertos grupos de trabajos.

Benchmarking

Definición

El benchmarking, es la secuencia de acciones continuas de medir productos y servicios, ya que no solo se realiza una vez, sino que siempre va estar en constante medición de la empresa y de otras que sean modelos de comparación, tomando como modelo empresas y funciones de negocios que seas reconocidas como los líderes de la industria o que sean las mejores en el mercado según Morales (2009). También es definida como un estándar para la comparación de otras actividades, que servirá con referencia para medir otras empresas.

El benchmarking aparece como una evolución de la planificación estratégica y sus herramientas empleadas, empleándose como un apoyo, tiene el poder emplear en cualquier empresa que este brindando el mismo producto o servicio en el mercado actual.

Benchmarking, es un proceso de variación y de mejoras de las empresas teniendo como sustento la información que ha sido obtenida, en el cual se va midiendo su desempeño

de ella, así como las de otras instituciones. El proceso determinado tiene que ser sistemático, formal y organizado, del cual denote una secuencia coherente. También permite diagnosticar, medir, comparar y evaluar las diferentes actividades y funciones en cuales estén enfocadas los procesos de trabajo. Este proceso estratégico puede ser aplicado en cualquier institución o establecimiento, siempre buscando las mejores prácticas para ser empleadas en las distintas áreas (Fabiola & Walter, 2009).

El Proceso de Investigación de Benchmarking

El proceso de Benchmarking tiene como punto de partida encontrar las instituciones más prestigiosas dentro del mercado y determinar cuál es la mejor. El núcleo del Benchmarking es el proceso de recopilación y análisis de la información que estén referidas a las prácticas empleadas para el mejor desenvolvimiento de la empresa en las áreas escogidas. El grupo de investigación tiene la responsabilidad de planificar y ejecutar la evaluación comparativa del desempeño de la organización, en análisis de los datos va a depender del caso que este en estudio, de su naturaleza y de las necesidades de la organización (Fabiola & Walter, 2009).

Origen y evolución del benchmarking

La historia del benchmarking está definida por diferentes autores como por ejemplo Camp, Spendoline, Boxwell, Watson entre otros. En la denominación y definición formal del benchmarking, se le atribuye a la publicación de la obra de Camp de 1989, donde se describe la experiencia la empresa Xerox con la aplicación de la herramienta de benchmarking, término que fue empleado por la empresa en el año 1976. A pesar de que muchos autores establecen que esta práctica se inicia con esta empresa norteamericana, otro grupo amplio de

autores determinan que esta estrategia se ejercita desde hace mucho tiempo atrás, basándose en que no es una actividad nada novedosa: Aprender de otros, imitar, comparar, evaluar, mejorar, superar (Ochoa, 2008).

Para el autor Valls (1995) (como lo citó Ochoa, 2008) el benchmarking no es nada novedoso, para que una empresa pueda mejorar y llegar a sobresalir, es necesario incorporar creativamente a la organización, aquello que le permita ser mejor y diferenciarse de las demás empresas.

Según el profesor Yasin (2002) (como lo citó Ochoa, 2008) define que la herramienta de gestión benchmarking se ha convertido en una técnica practicada desde finales de los ochenta, que ha ido evolucionando con el pasar de los años. Esta técnica, afirma el autor, que ha experimentado numerosos cambios y adaptaciones, a la vez han surgido nuevas metodologías.

Por otro lado, para otros autores como Leibfreid y McNair (1992) (como lo citó Ochoa, 2008) afirman que el inicio del benchmarking se dio con la aparición de las corporaciones japonesas como líderes de mercado en algunos sectores industriales. Concluyen que el benchmarking tuvo su origen en Japón, y se está imponiendo en todo mundo. Los japoneses sobresalen en el benchmarking, por el análisis profundo que realizan a las mejores organizaciones de cada industria, para luego realizar en mejoramiento oportuno de su performance con la finalidad de que sus productos y servicios sean de calidad.

En aquella época se le había tildado al empresario japonés de practicar competencia desleal, por presentar características de imitación y de espionaje industrial, prácticas que irían en contra a lo que corresponde la teoría del benchmarking en la actualidad.

Como se mencionó, Xerox Corporation fue la primera de la empresa que empleo la metodología de benchmarking, al descubrir que su filial japonesa Fji-Xerox producía

fotocopias con las mismas características, pero a precios bajos, es por ello que deciden emplear en esta técnica en su filial, descubriendo así que sus costes de producción era elevados, más que los de su filial. Es por ello que deciden emplearlos en todas sus filiales japonesas, obteniendo como resultado que el empleo de benchmarking logre alcanzar la calidad de los procesos, asimismo de los productos (Sáez, 2009).

Tipos de benchmarking

Según Sáez (2009) menciona que existen tres tipos: *Benchmarking interno*, es un proceso de comparación que se efectúa dentro de la misma empresa, busca aprender de las empresas grandes y que cuentan con varios departamentos o con asociaciones empresariales que contengan varias empresas. Se basa en identificar un departamento o área a seguir que haya tenido buenos resultados, tomarlo como ejemplo, llevar a cabo un benchmark y aplicarlo en el resto de los departamentos de la empresa. *Benchmarking competitivo*, se basa en buscar medir los productos, servicios, procesos y funciones de las principales competencias para realizar una comparación con nuestra empresa, luego detectar los puntos a mejorar, adaptarlas en la gestión a tal punto que superen a las de la competencia. *Benchmarking funcional*, se basa en identificar las mejores prácticas de una excelente empresa en el área que se desea mejorar. No hace falta que la empresa sea competidora o incluso que pertenezca al mismo sector.

Modelo de metodología de benchmarking.

Según Sáez (2009) este modelo se basa en incluir todos los requisitos que permitirán a la organización su desarrollo eficiente, resaltando dicha metodología en el sistema de gestión de la empresa.

Etapa 0. Generar el ambiente necesario para iniciar el benchmarking

Como primera instancia, la organización debe realizar la dirección, siendo esta lo suficientemente humilde para considerar el empleo de prácticas que mejoren la empresa, para lo cual deberá comprometerse activamente con el benchmarking, adoptando los siguientes compromisos: aportando los recursos humanos. Materiales y técnicos necesarios, permitiendo los ensayos pertinentes para la adaptación de prácticas externas en nuestros procesos, aprobando definitivamente las prácticas que se implanten con éxito, participando activamente en la búsqueda de socios de benchmarking, divulgando y recompensando a los equipos de benchmarking, con objetivo de motivar al personal.

Luego de plantear los objetivos estratégicos de la organización, formar un equipo de benchmarking y afirmar la implementación de mejoras, no termina ahí, la dirección deberá hacer un seguimiento continuo, estando en contacto con los líderes para obtener de primera fuente los acontecimientos y avances obtenidos, evitando así, que los procesos tengan algún obstáculo por falta de interés, de motivación del personal que le impida su desarrollo del método.

Etapa 1. Determinación de objetivos estratégicos para la organización

En el desarrollo de esta etapa la organización deberá establecer que es lo realmente necesario para mejorar la empresa dentro del mercado, es por ello que tendrá que definir cuáles son los indicadores necesarios que pondrán en manifiesto los resultados, en términos de rentabilidad económica y la satisfacción del cliente. Algunos de los indicadores que muestren los resultados alcanzados son: facturación anual, factura por línea de producto/ servicio, ventas por unidad de negocio, beneficio por el número de trabajadores, venta anual, número de clientes, número de nuevos clientes, coste post venta.

Dichos indicadores vienen a ser los efectos críticos de éxito, estos se pueden recopilar dentro

un cuadro de mando integral, que a su vez hayan realizado una autoevaluación precisa, que le permita hacer una comparación externa que le permita establecer cuáles serían sus objetivos estratégicos en base a datos reales y objetivos.

Etapa 2. Determinación del elemento objeto del benchmarking

Los especialistas han determinado que el benchmarking se puede aplicar en la mejora de varios elementos, estos podrían ser: Productos, Servicios, Procesos de trabajo, Funciones de apoyo y Estrategias.

Los procesos es un punto importante en cualquier organización, vienen a ser el alma de la empresa, ya que sus productos y servicios que desarrollan, son los resultados directos de la calidad de procesos. Es por ello que, a la hora de determinar el objetivo específico de benchmarking, se tiene que determinar los procesos, ya que estos influyen decisivamente en los logros estratégicos planteado en la etapa anterior, denominándose así procesos críticos. Para obtener mejores resultados de los procesos críticos de éxitos, se tiene que dividir el objetivo estratégico para obtener mejores resultados enfocándose un 37% en la participación de mercado. Estas metas pueden ser, por ejemplo: mejora de calidad, diseño de nuevos productos, disminución de precios, mejora del servicio postventa, etc.

Etapa 3. Determinación del equipo de benchmarking

Hay que resaltar que el benchmarking es un trabajo en equipo donde intervienen tanto los especialistas internos, así como especialistas externos, también los empleados que intervengan directamente relacionados en el proceso. Este equipo será seleccionado y orientado por la dirección para los planes y objetivos ya establecidos de benchmarking. La elección tendrá una valoración objetiva de los empleados en función de las siguientes cualidades: capacidad innovadora, prestigio en el seno de la organización, conocimientos del proceso objeto de benchmarking, etc. Estos grupos formaran Grupos funcionales, Equipos

internacionales, equipos interdepartamentales y equipos interrogativos.

Etapa 4. Selección de socios de benchmarking

En esta etapa se va identificar los socios del benchmarking y su relación con la investigación, mediante un establecimiento de intercambio de conocimientos que realicen mejora en el objeto del benchmarking. Para identificar los socios potenciales, se deberá definir las fuentes de información básicas donde obtendrá la información objetiva del desempeño logrado en otras organizaciones. Las informaciones básicas pueden ser: Fuentes gubernamentales, Expertos en la materia, organizaciones o redes profesionales, Publicaciones y Proveedores.

Etapa 5. Recopilación de la información

Se realizará la recopilación de información, en la cual se profundizará en el estudio de los procesos que han sido desarrollados por los socios del benchmarking, quienes han sido elegidos con anterioridad. En esta etapa se tiene que tener cuidado con los derechos de propiedad, los cuales están protegidos por la organización- cliente como los socios de benchmarking. Estos principios del código de conducta son los siguientes: a. Principios de preparación, b. Principio de contacto, c. Principios de cambio, Principio de confiabilidad, e. Principios de uso, Principio de legalidad, Principio de consecución, h. Principios de comprensión y acuerdo.

Etapa 6. Análisis de la información

En esta etapa se desarrollará la comparación y asimilación de la información que han sido obtenidas en las etapas anteriores y poder determinar cuáles son las mejores prácticas encontradas en el proceso del benchmarking. Para el análisis de la información, se asignará un grupo o gabinete que segregará la información recopilada en datos cuantitativos y cualitativos, dicha información será de suma importancia a la hora de tomar cualquier decisión.

Una vez que se haya homogenizado u normalizado los datos, se procederá a su tabulación y representación que representara la evaluación competitiva entre esta y los socios de benchmarking.

Etapa 7. Implantación de las mejoras

En esta etapa se va adaptar en la empresa las prácticas que han dado resultados contrastados en otras organizaciones. Para lo cual se empezará las acciones de mejora a partir de análisis que han sido obtenidas de las etapas anteriores. Después de identificar las acciones de mejora, se determinará la priorización de las mismas. Sobre la acción de mejora seleccionada se realizará una evaluación, donde los datos estructurados serán presentados a la dirección de la empresa. En el informe se incluirá el presupuesto del coste, puede incluir: coste de adquisición de tecnología, coste de mantenimiento de nueva tecnología, costes de información, costes debidos a pérdidas de producción ocasionados por las pruebas piloto.

Etapa 8. Presentación de los resultados

En esta se ejecutará la comparación de los resultados obtenidos con los previstos, y si en caso hubiese desviaciones surgidas, encontrar las posibles causas, con la finalidad que nos pueda ser útil en futuras mejoras que se desarrollen. Y si fuese el caso de que el benchmarking no se hay obtenido los resultados exitosos, se tendrá que informar a toda la organización para proporcionarle el reconocimiento público de la labor que desempeño el equipo.

Marco conceptual

Micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas son organizaciones que están constituidas por una unidad económica, está conformado por una persona natural o jurídica. Estas se desarrollan en diferentes sectores según su actividad económica, como son el sector primario o sector

agropecuario, sector secundario o sector industrial, sector terciario o sector de servicio.

En el Perú una mypes se caracteriza por sus ventas anuales que relación de sus ventas anuales: una microempresa, llega hasta un monto de 150 unidades impositivas y una pequeña empresa tiene ventas superiores a 150 UIT hasta 1700 unidades impositivas, así lo determino la SUNAT mediante las leyes dadas en el país.

Gestión de calidad

La gestión de calidad es adoptada con la filosofía empresarial, esta se aplica en todas las personas que representan la unidad económica que implica gestionar y verificar el cumplimiento de todos los procesos que establece tanto la empresa como otros organismos externos por parte del estado con el fin de que el producto que se ofrece a los clientes sea saludable y con la calidad para garantizar el consumo o uso por parte de los consumidores.

Benchmarking

El benchmarking es un procedimiento estratégico, que empieza con la búsqueda e identificación de las mejores organizaciones y prácticas de éxitos, para hacerles un análisis exhaustivo de la performance de la propia organización, procesa la información obtenida y luego lo concluye con el análisis de los resultados, así como las recomendaciones e implementación del conocimiento adquirido sobre la práctica. El benchmarking es plantearse dos cosas fundamentales: tratarse metas empleando normas externas y objetivas y aprendiendo de otros.

La integración de benchmarking con las herramientas de calidad, proporciona a los gestores económicos de la actualidad un conjunto de herramientas para el desarrollo y mejora de la competitividad.

Hoteles

El hotel es un establecimiento planificado y acondicionado para huéspedes y viajeros, los cuales pagan por su alojamiento, comida y otros servicios que puede brindar el hotel. Tienen la finalidad y el objetivo de brindar un confort a sus huéspedes, quienes por diferentes motivos buscan el servicio por algún tiempo indeterminado.

III. HIPÓTESIS

El presente trabajo de investigación de Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas en el sector servicio-rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018, no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

En el presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental- transversal-descriptivo.

- Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable gestión de calidad con el uso de Benchmarking tal y como se presenta en la realidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles en el distrito de Chimbote, año 2018.
- Fue transversal porque se estudió en un espacio de tiempo determinado donde se tiene un inicio y un fin especialmente el año 2018. Se recolectó la información en un solo momento y tiempo con el propósito de describir y analizar la variable Gestión de calidad con el uso del benchmarking y su incidencia en un grupo de micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio.
- Fue descriptivo porque solamente se describió las características más importantes de la variable gestión de calidad con el uso del benchmarking de las micro y pequeñas empresas con la realidad como se presenta.

4.2 Población y muestra Población

La población del presente trabajo de investigación fue de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018. La información de los datos fue obtenida por la municipalidad del Santa (anexo 3).

Muestra

Se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles del distrito de Chimbote, año 2018.

4.3 Definición y operacionalización de la variable

Datos complementarios	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Es la figura representativa que, según sus motivaciones, persigue objetivos coherentes con los fines a conseguir por la empresa en un intervalo temporal. En definitiva, constituye como el órgano individual o colectivo encargado de administrar (establecer los objetivos empresariales y la toma de decisiones oportunas para alcanzarlos (Reuters, 2014).	Edad	<ul style="list-style-type: none"> - 18 a 30 años - 30 a 40 años - 40 a 50 años - mayor de 50 años 	Razón
		Género	<ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino 	Nominal
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior universitario - Superior no universitario 	Nominal
		Cargo que desempeña	<ul style="list-style-type: none"> - Dueño - Administrador 	Nominal
		Tiempo desempeñando el cargo	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años 	Razón
Datos complementarios	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas es una unidad económica que opera mediante una persona natural o jurídica, esta puede desarrollarse bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial (Reuters, 2014).	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a más 	Razón
		Número trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores 	Razón

		Las personas que trabajan en su empresa.	<ul style="list-style-type: none"> - Familia - Personas no familiares 	Nominal
		Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancia - Subsistencia 	Nominal
Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	medición
Gestión de calidad con el uso de benchmarking	<p>La gestión de calidad es aquel aspecto de la función directiva que determina y aplica la política de calidad. Comprende tres aspectos: la planificación, organización, y control (Cubillos & Rozo,2010).</p> <p>“El benchmarking, es el estándar para la comparación de otras actividades, que servirá con referencia para medir otras empresas” (Morales, 2009).</p>	Conocimiento de término gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tiene poco conocimiento 	Nominal
		Técnicas modernas de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Marketing - Empowerment - Las 5 c - Outsourcing - Otros 	Nominal
		Dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	Nominal
		Técnicas para medir el Rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - Escala de puntuaciones - Evaluación de 360° -Otros 	Nominal
		La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Conocimiento del término benchmarking	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tiene cierto conocimiento 	Nominal

		Estrategias que toma como referencia para mejorar	<ul style="list-style-type: none"> - productos - Servicios - Procesos de trabajo - Todas 	Nominal
		El benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal
		El personal muestra resistencia al cambio	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal
		Razones del personal para una resistencia al cambio	<ul style="list-style-type: none"> - Porque están acostumbrados a la rutina - Porque desean incentivos económicos - Porque desea incentivos simbólicos - No se resisten al cambio 	Nominal
		El benchmarking es primordial para incursionar en un nuevo mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal
		Tipo de fortalezas para poder implementar el benchmarking	<ul style="list-style-type: none"> - La cultura al cambio - Aprendizaje continuo - Competencia en el mercado - Todas - Ninguna 	Nominal
		El benchmarking permite a la empresa ser eficiente	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación, se utilizó la técnica de la encuesta, la cual estuvo dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018, con finalidad de recoger la información necesaria para la elaboración del trabajo de investigación.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario estructurado con 22 preguntas, 5 de ellas dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 enfocadas a las micro y pequeñas empresas y 14 preguntas relacionadas sobre la variable gestión de calidad con el uso de Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hoteles del distrito de Chimbote, año 2018.

4.5 Plan de análisis

En este trabajo de investigación se aplicó la encuesta para determinar las características de los representantes y las características de las micro y pequeñas empresas en el rubro hoteles, posteriormente se hizo las tabulaciones de los resultados estadísticamente que fueron elaboradas con el programa Microsoft Excel, además se utilizó el Microsoft Word para el trabajo de investigación que me permitió tener más seguridad en el sistema de PDF para evitar distorsiones para la presentación y evaluación del jurado de investigación.

4.6 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	POBLACIÓN Y NUESTRA	METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión con el uso de benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas de sector servicio- rubro hoteles, en el distrito de Chimbote, año 2018?</p>	<p>General: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en la micro y pequeñas empresas en el sector servicio- rubro hoteles del distrito de Chimbote, año 2018.</p> <p>Específicos: Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles del distrito de Chimbote, año 2018. Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles, en el distrito de Chimbote, año 2018. Establecer las características de una gestión de calidad con el uso del benchmarking y pequeñas empresas sector servicio-rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Proponer un plan de mejora de la gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas sector servicio- rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p>	<p>Gestión de calidad Con el uso del marketing</p>	<p>Población: El estudio fue constituido por 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hoteles del distrito de Chimbote, año 2018.</p> <p>Muestra: Fue dirigida tan solo para 10 micros y pequeñas empresas del rubro hoteles que se encontraron disponibles en el momento.</p>	<p>Diseño: Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad con el uso del marketing Fue transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2018. Fue descriptivo solo se describió las características más relevantes de las micro y pequeñas empresas, representantes legales y la variable en estudio.</p>	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: -Cuestionario estructurado</p>

4.7 Principios éticos

Este trabajo de investigación se hará con el uso de los principios éticos, los cuales están basado en el código de ética de la universidad:

- **Protección a las personas:** se respetó los derechos fundamentales de dignidad, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad de la persona, en el desarrollo de la investigación.
- **Beneficencia y no maleficencia:** Se aseguró el bienestar de las personas que participaron en las investigaciones.
- **Justicia:** Se ejerció un juicio razonable, se tomó las precauciones necesarias para asegurarse de que sus géneros, y sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas.
- **Integridad científica:** Se rigió no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional.
- **Consentimiento informado y expreso:** se contó con la manifestación de voluntad, informada, libre y específica mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consintieron el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

Características de los representantes	n	%
Edad		
18 a 30 años	2	20.00
31 a 50 años	6	60.00
51 a más años	2	20.00
Total	10	100.00
Género		
Masculino	3	30.00
Femenino	7	70.00
Total	10	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	0	0.00
Superior no universitaria	2	20.00
Superior universitaria	8	80.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	0	0.00
Administrador	10	100.00
Total	10	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	5	50.00
4 a 6 años	2	20.00
7 a más años	3	30.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

Características de las micro y pequeñas empresas	n	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	1	10.00
4 a 6 años	2	20.00
7 a más años	7	70.00
Total	10	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	5	50.00
6 a 10 trabajadores	4	40.00
11 a más trabajadores	1	10.00
Total	10	100.00
Las personas que trabajan en su empresa son		
Familiares	3	30.00
Personas no familiares	7	70.00
Total	10	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	10	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

Tabla 3

Características de gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

Características de gestión de calidad como factor relevante	n	%
Conoce el termino gestión de calidad		
Si	4	40.00
No	3	30.00
Tengo cierto conocimiento	3	30.00
Total	10	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad conoce		
Benchmarking	3	30.00
Marketing	5	50.00
Empowerment	0	0.00
La 5 c	1	10.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	1	10.00
Total	10	100.00
Dificultades para implementar gestión de calidad		
Poca iniciativa	1	10.00
Aprendizaje lento	4	40.00
No se adapta a los cambios	2	20.00
Desconocimiento del puesto	2	20.00
Otros	1	10.00
Total	10	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	4	40.00
La evaluación	5	50.00
Escala de puntuaciones	1	10.00
Evaluacion 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio		
Si	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00

Continúa....

Tabla 3

Características de gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

Características de gestión de calidad con el uso de benchmarking	n	%
Conoce el término benchmarking		
Si	3	30.00
No	6	60.00
Tengo cierto conocimiento	1	10.00
Total	10	100.00
Estrategias que toma como referencia para mejorar		
Productos	3	30.00
Servicios	7	70.00
Proceso de trabajo	0	0.00
Todas	0	0.00
Total	10	100.00
El benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa		
Si	3	30.00
No	3	30.00
A veces	4	40.00
Total	10	100.00
El personal muestra resistencia al cambio		
Si	5	50.00
No	3	30.00
A veces	2	20.00
Total	10	100.00
Razones del personal para una resistencia al cambio		
Porque están acostumbrados a la rutina	4	40.00
Porque desean incentivos económicos	3	30.00
Porque desean incentivos simbólicos	2	20.00
No se resisten al cambio	1	10.00
Total	10	100.00
El benchmarking es primordial para incursionar en un nuevo mercado		
Si	3	30.00
No	3	30.00
A veces	4	40.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

	n	%
Tipo de fortalezas para poder implementar el benchmarking		
La cultura al cambio	3	30.00
Aprendizaje continuo	3	30.00
Competencia en el mercado	4	40.00
Todas	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	10	100.00
El benchmarking permite a la empresa ser eficiente		
Si	3	30.00
No	3	30.00
A veces	4	40.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

Tabla 4

Plan de mejora de la Gestión de calidad con el uso de Benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, distrito de Chimbote, 2018.

Problemas encontrados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsables
Solo el 30% conocen la técnica moderna del benchmarking, la mayoría conoce al marketing	La mayoría de los representantes solo conocen al marketing como técnica administrativa, y no emplean otras técnicas beneficiosas para el desarrollo óptimo de la empresa.	Capacitar al personal en temas enfocados al manejo y aplicación adecuada de las herramientas de benchmarking.	Representantes
El 40% tiene Aprendizaje lento para implementar una gestión de calidad.	Se presenta por la falta de motivación hacia personal y porque no cuentan con las tecnologías adecuadas.	Motivar al personal mediante incentivos económicos, o crecimiento profesional.	Representantes
El 60% desconoce el termino de benchmarking.	La falta de conocimiento hace que su empleo sea nulo en las gestión de las mayoría de las empresas.	Actualizar al personal dando capacitaciones del tema.	Representantes
El 40% del personal muestra resistencia al cambio.	El personal muestra resistencia porque llegan acostumbrarse a la rutina y les resulta complicado adaptarse a los cambios tecnológicos.	Motivar al personal mediante delegación de actividades específicas o rotación del personal.	Representantes

Fuente: Plan de mejora elaborado por el autor

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

Edad: el 60% de los representantes están entre las edades de 31 a 60 años de edad. Coincide con la investigación de Espinoza (2019) quienes el 100% de los representantes tiene más de 40 años de edad, también coincide con los resultados de Herrera (2019), menciona que le 80% están entre 31 a 50 años de edad, asimismo coincide con los resultados de Villaorduña (2021), refiere que el 23% de los dirigentes están entre los 31 a 50 años de edad, a su vez coinciden con Bravo (2018) que manifiesta que el 61% están entre las edades de 31 a 50 años de edad. Contrasta con la investigación de Mata (2019) quien refiere que el 50% de los están entre 18 a 30 años de edad. Con esto se concluye que la mayoría los representantes son personas adultas con la experiencia y habilidades necesaria, la cual es favorable para llevar cabo la administración de cualquier negocio.

Género: el 70% son de género femenino. Coincide con los resultados de Bravo (2018) donde el 61% de los encuestados son de género femenino, asimismo coincide con Espinoza (2019) cuyos resultados fueron que el 30% son de género femenino, a su vez coincide con Herrera (2019), el 73.33% son de género femenino, del mismo modo coinciden con la investigación de Mata (2019) quienes el 75% de los encuestados son de género femenino. Contrasta con la investigación de Suyo (2014) donde el 78.89% son de género masculino, del mismo modo contrasta con Villaorduña (2021) donde el 51.90% de los encuestados son de género masculino. Se concluye que las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hoteles, están siendo dirigidas por personas del género femenino, lo que refleja que en la actualidad se está dando el empoderamiento femenino, demostrando que las mujeres también pueden llevar a cabo una gestión eficiente, aplicando los conocimientos precisos.

Grado de instrucción: el 80% tienen grado de instrucción superior universitaria. Coincide con los resultados de la investigación de Suyo (2014) donde el 50% de los encuestados indicaron tener estudios universitarios de grado superior, a su vez coinciden con Espinoza (2019) quienes el 100% tienen estudios superior universitarios, también coincide con Mata (2019) donde el 67% tienen un grado de instrucción superior universitario. Contrasta con los resultados de Herrera (2019), donde los refiere que el 86.67% tienen grado superior no universitario, también contrasta con Villaorduña (2021) donde el 33.30% los encuestados refieren tener estudios secundarios, del mismo modo contrasta con Bravo (2018) donde el 48% tienen un grado de instrucción secundario. Con esto se demuestra que en su mayoría las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles, tienen como dirigentes a personas que cuentan con un grado de instrucción superior universitaria, lo cual es su suma

importancia para la eficiente administración de la empresa.

Cargo que desempeña: el 100% manifiesta ser administradores de la empresa. Coincide con los resultados de la investigación de Espinoza (2019) quienes el 100% tienen el cargo de administradores. Contrasta con los resultados de Bravo (2018) donde el 87.5% son dueños de la empresa, también coincide con Herrera (2019), refiere que el 100% son los dueños, de del mismo modo coincide con Villaorduña (2021) donde el 59.30% son dueños del negocio. Se concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles, tienen el cargo de administrador en la empresa, lo cual se deduce que los negocios en la actualidad están siendo dirigidas por administradores que cuenten con el perfil profesional idóneo que requiere toda empresa para la debida gestión de la empresa.

Permanencia en el cargo: el 50% manifiesta tener entre 0 a 3 años desempeñándose en el cargo. Coincide con los resultados de Bravo (2018) quienes el 39% refieren que tienen entre 0 a 3 años desempeñando en el cargo. Contrasta con los resultados de la investigación de Espinoza (2019) donde el 70% tiene de 11 años a más de permanencia en el cargo, a su vez contrasta con Herrera (2019) quien tiene por resultado que el 73.33% tienen de 4- 6 años, asimismo contrasta con Villaorduña (2021) quienes el 55.60% mencionan que tienen entre 4 a 6 años en el cargo, del mismo modo contrasta con Mata (2018) donde el 59% refieren tener en el rubro de 5 a 10 años de permanencia. Con esto se concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas, tienen de 0 a 3 años de permanencia en el cargo, lo cual demuestra que tienen la experiencia en el cargo, permitiendo que los dirigentes tomen las mejores decisiones, pues conocen a la perfección el entorno interno y externo de la empresa

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas

Permanencia en el rubro: el 70% refiere que la empresa tiene una permanencia en el rubro de 7 años a más. Coincide con la investigación de Suyo (2014) donde el 46,7% manifiesta que las empresas tienen más de 20 años de permanencia en el rubro, del mismo modo coincide con Espinoza (2019) donde el 75% mencionan tener más de 11 años en el rubro, a su vez coincide con Mata (2018) quienes 59% tienen una permanencia en el rubro de 5 a 10 años. Contrasta con los resultados de Herrera (2019), quien refiere que el 73.33% tiene de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, a su vez contrasta con Villaorduña (2021) donde el 46.30% de los encuestado refieren que tienen una permanencia en el mercado de 4 a 6 años, asimismo, contrasta con Bravo (2018) quien manifiesta que 39% tienen una permanencia en el mercado de 0 a 3 años. Se concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen una permanencia en el rubro más de 7 años, lo cual demuestra que han podido lograr

tener su permanencia en el mercado, quizás con algunas deficiencias de gestión, pero gracias a su empeño en seguir en el rubro, han podido mantenerse vigentes.

Número de trabajadores: el 50% manifiesta tener en su empresa de 1 a 5 trabajadores. Coincide con Bravo (2018) donde el 74% refieren tener de 1 a 5 trabajadores en el negocio. Contrasta con los resultados de la investigación de Espinoza (2019) quienes el 100% tienen entre 6 a 10 trabajadores, a su vez coincide con Herrera (2019) quien refiere tener el 60% en su empresa de 1-5 de trabajadores, también coincide con los resultados de Villaorduña (2021), quien refiere que 33.30% cuentan de 6 a 10 trabajadores, asimismo contrasta con Mata (2018) donde el 67% de las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores en el negocio, del mismo modo contrasta con los resultados de Suyo (2014) donde el 65,56% refieren tener menos de 25 empleados en los hoteles. Se concluye que las micro y pequeñas empresas, cuenta con un personal de 1 a 5 trabajadores en promedio laborando, empleados que están comprometidos en desempeñar su labor en función de brindar una buena atención a los clientes.

Parentesco con los trabajadores: el 70% refiere que los colaboradores son personas no familiares. Coincide con los resultados de Villaorduña (2021) menciona que el 74.30% son trabajadores no son familiares, a su vez coincide con Herrera (2019), quien tienen por resultados que el 100% de los trabajadores son eventuales. Contrasta con la investigación de Bravo (2018) quien manifiesta que el 74% de las empresas cuentan con trabajadores con parentesco familiar, asimismo contrasta con los resultados de Mata (2018) quien refiere que el 75% empleados son familiares. Si bien es cierto la mayoría de las micro y pequeñas empresas se inician con la participación de los miembros familiares, pero a medida que la empresa crece, se ven en la obligación de contratar personal que cuenten con el perfil ideal para el puesto.

Objetivo de la creación: el 100% de los encuestados manifiesta que el objetivo de creación de la empresa es para generar ganancia. Coincide con los resultados de Bravo (2018) donde el 87% manifiestan que la finalidad de la creación de la empresa es generar ganancias, a su vez coincide con Herrera (2019), donde manifiesta el 100% que el objetivo es generar ganancias, del mismo modo coincide con los resultados de Villaorduña (2021) donde el 53.70% de los encuestados refieren que la creación de la empresa tiene la finalidad de generar rentabilidad, de igual forma coincide con Mata (2018) quienes el 100% refieren que el objetivo de la creación de su empresa es generar ganancias. Es evidente que todas las micro y pequeñas empresas parten con un mismo fin, que es generar ganancias, además con el propósito de seguir invirtiendo en el negocio para que siga creciendo, sino que también

busca mejorar la calidad de vida los empresarios y de paso brindar puestos de trabajo a la población

Tabla 3. Características de gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas

Conoce la gestión de calidad: el 40% manifiesta que sí conoce el termino gestión de calidad. Contrasta con los resultados de Villaorduña (2021) donde el 64.80% no conoce el termino de gestión de calidad. Con esto se evidencia que las micro y pequeñas empresas en su mayoría no conocen el término de gestión de calidad y esto se ve reflejado en la deficiente administración de algunas de ellas, muchas no logran posicionarse o establecerse dentro del mercado ocasionándoles perdidas, mal prestigio o en el peor de los casos el cierre del negocio.

Técnicas modernas: el 50% mencionan conocer al marketing como técnica moderna de gestión de calidad, contrasta con los resultados de Herrera (2019) refiere que el 60% emplea el benchmarking, asimismo contrasta con lo que refiere Villaorduña (2021) en su trabajo de investigación, manifiesta que el 54.17% conocen otras técnicas modernas. Se concluye que las micro y pequeñas empresas tienen escaso conocimiento de las técnicas modernas, esto debido a la deficiente o desactualización de información en cuanto a gestión, solo toman en cuenta al marketing como estrategia de desarrollo para la empresa.

Dificultades para implementar la gestión de calidad: el 40% de los representantes encuestados refieren que la dificultad para implementar la gestión de calidad es el aprendizaje lento. Contrasta con la investigación de Villaorduña (2021) donde el 31.50% refiere que la poca iniciativa es el cómo problema para implementar las herramientas de gestión de calidad. Se puede deducir que en las micro y pequeñas empresas encontramos diferentes causales para no implementar la gestión de calidad, una de ellas es el aprendizaje lento, el cual ocasiona un bajo rendimiento del personal en las actividades de la empresa.

Técnicas para medir el rendimiento: el 50% mencionan que las técnicas que utiliza es la evaluación. Coincide con los resultados de Mata (2018) donde el 42% de los encuestados refiere que mide el rendimiento del personal con la evaluación. Contrasta con lo que refiere Villaorduña (2021) en su investigación el 27.80% utilizan la técnica de la observación. Con esto se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, utilizan diferentes técnicas, la que mejor se adapte a la empresa, esto les ayudará en llevar un control el cumplimiento de las condiciones establecidas en la política de la empresa, a su vez permitirá medir las fortalezas y debilidades de los empleados.

La gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio: el 90% refieren que la gestión de calidad Si contribuye a mejorar el negocio. Coincide con los resultados Herrera (2019), donde el 100% refiere que, si permite al mejor rendimiento de la empresa, también coincide con Villaorduña (2021) donde el 63% indican que la gestión de calidad si contribuye con mejorar el negocio. Con estos resultados se determinan que los representantes utilizan y si creen que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, ya que les brinda una oportunidad clave, no solo para planificar sino también para establecer mecanismos para el seguimiento y la mejora para lograr resultados deseados.

Conoce el término benchmarking: el 60% refieren no tener conocimiento del término benchmarking. Coincide con Villaorduña (2021) donde el 63% refiere no conocer el benchmarking. Esto contrasta con los resultados de Herrera (2019), quien el 60% refiere si conocer el benchmarking, a su vez contrasta con Mata (2018) donde el 50% refieren si conocer el significado de la palabra benchmarking. Lo que nos lleva a la conclusión que los representantes manifiestan tener cierto conocimiento ya sea porque no se especializan en cuanto a las nuevas técnicas, no innovan, o no buscan un asesoramiento especializado.

Estrategia que toma como referencia para mejorar: el 70% manifiestan que la estrategia que toma como referencia para mejorar es el servicio, esto coincide con lo que refiere Villaorduña (2021) que tiene por resultados que el 44.30% toma como referencia de otras empresas los servicios. Como se puede apreciar, los representantes de las empresas toman como ejemplo a los servicios, debido a que en la actualidad se da mucha importancia a la calidad del servicio al cliente, priorizando que se brinde una excelente atención, lo cual garantice el retorno del cliente.

El benchmarking encamina al mejoramiento: el 40% manifiesta que el benchmarking a veces encamina al mejoramiento de la empresa, esto contrasta con los resultados de Mata (2018) quien refiere que el 50% de los encuestados afirma que el benchmarking es importante para que el negocio sea más eficiente, asimismo contrasta con Villaorduña (2021) quien el 35.20% considera que el benchmarking no encaminara el mejoramiento de la empresa. Con lo que se concluye que los representantes presentan un escaso conocimiento del benchmarking, y no toman conciencia que estas nuevas estrategias son de mucha importancia para el desarrollo de empresa.

Resistencia al cambio: el 50% de los representantes encuestado refiere que el personal Si muestra resistencia al cambio. Coincide con los resultados de Villaorduña (2018) quien indica el 37,10% del personal presenta resistencia al cambio. Como se puede apreciar la resistencia al cambio es común en las organizaciones, ya sea por miedo o por dificultad de

realizar algo nuevo. Y es que, para algunas personas solo se limitan en preservar sus costumbres que adecuarse a lo nuevo. Es por eso que suele ser una de las ventajas el reclutar colaboradores jóvenes, ya que su adaptación es fácil que una persona adulta. Sin embargo, los cambios son mecanismos necesarios que toda organización debe realizar, dejando su zona de confort para enfrentarse al ritmo actual que el mercado demanda.

Razones del personal para la resistencia al cambio: el 40% respondieron que la razón por la cual el personal se resiste al cambio, es porque están acostumbrados a la rutina. Coincide con Villaorduña (2021) quien refiere que el 42% no están acostumbrados. Existen diferentes razones por las cuales el personal tiende a resistirse al cambio, la rutina es una de ellas, algunas de las personas les gusta la rutina en sus actividades, ya que tienen un patrón de actividades predecibles en su desempeño laboral. Ante esto, los representantes deberían realizar los cambios necesarios, como colocar nuevos retos para motivarlos al cambio.

El benchmarking es primordial para incursionar en un nuevo mercado: el 40% refiere que a veces. Contrasta con los resultados de Villaorduña (2021) quien el 57.10% refiere que el benchmarking si es primordial para incursionar en un nuevo mercado. Se concluye que, por el poco conocimiento de la técnica de benchmarking, su empleo es escaso en la gestión de las micro empresas.

Fortalezas para implementar el benchmarking: el 40% manifestaron que el tipo de fortaleza para implementar el benchmarking es la competencia en el mercado. Coincide con los resultados de Villaorduña (2021) quien el 31,5% usa la competencia de mercado a que requiere la empresa. Por consiguiente, los representantes tienen como fortaleza la competencia de mercado, ya que esto implica la recaudación de información de sus principales competidores a nivel nacional como internacional, sus estrategias, debilidades y fortalezas. Dicha información les permitirá tomar las decisiones más acertadas, que les ayude a marcar la diferencia de la competencia.

El benchmarking permite a la empresa ser eficiente: el 40% respondieron que el benchmarking a veces permite a la empresa ser eficiente. Esto contrasta con los resultados de Villaorduña (2021) quien el 50% de los encuestados manifiesta que el buen uso del benchmarking si permitirá al negocio ser más eficiente. Se puede concluir que para aquellas empresas que saben cómo hacer uso la técnica de benchmarking, logran tener empresas más eficientes, mientras tanto las empresas que no hacen buen uso de ella, no pueden tener los resultados deseados.

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales:

- Nombre o razón social: hoteles casco urbano de Chimbote
- Giro de la empresa: servicio y comercio
- Dirección: Chimbote – Perú

Historia:

Los hoteles de Chimbote son establecimientos que brindan alojamiento a los huéspedes o viajeros. Es un edificio que cuenta con los servicios básicos para albergar a las personas temporalmente y de forma placentera. Se enfocan en brindar un servicio de calidad con la finalidad de fidelizar al cliente. Cumplen un papel importante en la actividad económica local, ya que brindan trabajo a los ciudadanos y fomenta el turismo de la localidad. Actualmente existen 11 establecimientos hoteleros en el casco urbano de Chimbote.

2. Misión.

Brindar un diseño exclusivo y de modernas instalaciones, con un nivel de servicio inigualable y una atención al cliente esmerada y creativa para que tu estancia en nuestra localidad sea memorable.

3. Visión.

Lograr ser líderes en el mercado nacional, cumpliendo con los estándares de calidad requeridos en la presentación de servicios a los clientes, utilizando la técnica administrativa de benchmarking como un proceso de mejora continua y así lograr la rentabilidad y permanencia de la empresa dentro del mercado.

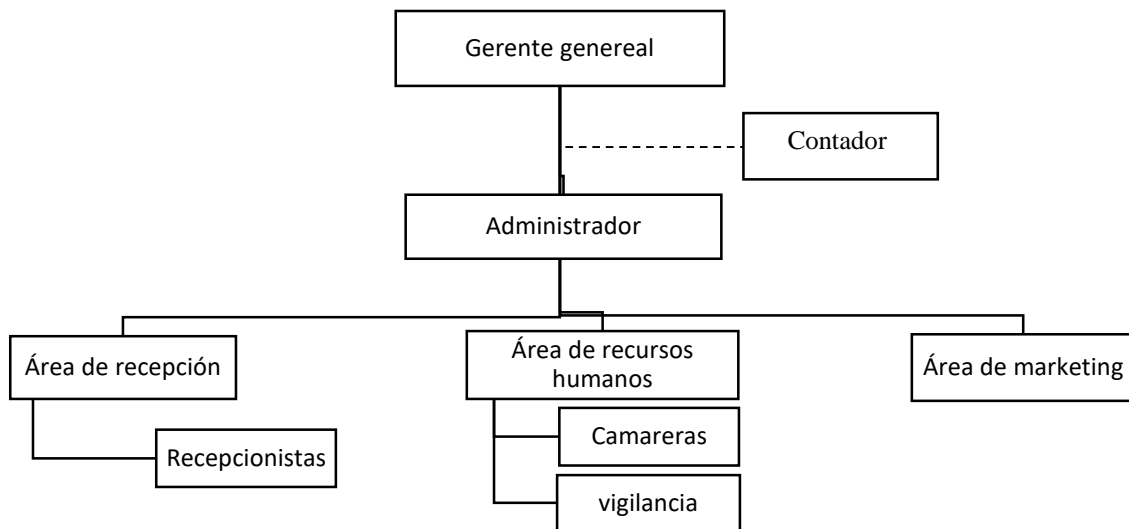
4. Objetivos

- Brindar la mejor calidad de los servicios y productos para satisfacer a los clientes.
- Tener las mejores instalaciones dentro del mercado hotelero local.
- Aumentar y fidelizar a los clientes

5. Productos y/o servicios

Los servicios básicos incluyen una habitación bien implementada con cama, armario, y baño. Además de servicios de televisión, cable, internet, una heladera pequeña, juego de comedor pequeño. Instalaciones de uso común (piscina, gimnasio y restaurante).

6. Organigrama



6.1 Descripción de Funciones

Cargo	Gerente general
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Titulado en administración de empresas o en contabilidad. - Con experiencia en gestión hotelera o en puestos similares.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Planear, ejecutar y dirigir la gestión administrativa y operativa del hotel. - Llevar el control administrativo y disciplinado del personal y coordinar toda la actividad de producción del hotel. - Realiza la programación, organización, control y registro contable de los

	<ul style="list-style-type: none"> - actos administrativos vinculados con la gestión económica-financiera. - Supervisar las actividades de las unidades administrativas-contables
--	---

Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Titulado en Administración de Empresas. - Experiencia en el rubro - Experiencia en manejo de personal y comunicación con el cliente.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Tiene como responsabilidad planificar, organizar, delegar y controlar las funciones y actividades que se realizaran en el hotel. - Supervisa, además firma que los convenios con los proveedores y clientes. - Es responsable de todo el funcionamiento del hotel, asimismo de velar por el buen servicio a los clientes. - Controlar las actividades de cada trabajador.

Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Titulado en contabilidad. - Experiencia en labores contables
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de registrar las operaciones contables del hotel, relacionado con reportes, informes, transacciones tributarias, etc. esencial para el control económico del hotel. - Realizar correctamente las declaraciones juradas mensuales y anuales que exige las SUNAT, asimismo participar en las acciones de control interno del hotel, como inventarios, arqueos de caja.

Cargo	Jefe del área de recepción
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Egresado de la carrea de administración o similares. - Tener conocimientos básicos de inglés u otros idiomas. - Manejo de programas de Windows.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Tener conocimiento general del hotel: servicios, habitaciones, etc. - Llevar un control al día de los clientes hospedados y de sus consumos para generar su factura correspondiente. - Tener un registro de datos de todos los huéspedes. - Manejar eficientemente los medios tecnológicos: teléfono, celular, internet, POS.

Cargo	Jefe de área de recursos humanos
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios universitarios o técnicos - Experiencia en el rubro
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar el control de entrada y salida de los empleados. - Supervisar que los empleados laboren adecuadamente.

	<ul style="list-style-type: none"> - Administrar el sueldo de los empleados. - Manejar y establecer los horarios. - Administrar las actividades de los empleados. - Vigilar el buen desempeño en el área de recepción, Housekeeping, seguridad.
--	---

Cargo	Jefe de área de marketing
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios universitarios o técnicos en marketing, ventas o afines. - Experiencia en pociones similares. - Conocimiento de idiomas, Microsoft Office.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Es el encargado de elaborar un plan de marketing para la propaganda y publicidad del hotel. - Tiene como responsabilidad lograr el posicionamiento de la marca. - Controla y gestión la página web y las redes sociales como Facebook e Instagram del hotel.

Cargo	Recepción
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Egresado de la carrera de administración, hotelería, turismo o similares. - Contar con conocimientos en idiomas. - Manejo de programas de Microsoft
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Tener un trato amable y cortés con los clientes y personal de trabajo. - Orientación y asignación de las habitaciones a los clientes. - Responsable de garantizar la buena estadía de los huéspedes.

Cargo	Camareras
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria Completa. - Con experiencia en posiciones similares.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de mantener limpia las instalaciones del hotel: habitaciones, salas de espera, recepción, baños, cafeterías, oficinas, etc. - Controlar la limpieza y el orden de las habitaciones, asimismo verificar el estado de las habitaciones después de retirarse los clientes.

Cargo	Vigilancia
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria Completa. - Con experiencia en posiciones similares.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable de velar por la seguridad de los huéspedes y personal. - Siempre estar bien presentable mostrando una buena postura y trato amable con los clientes en el momento de ingreso y salida - Monitorear el ingreso de los clientes y todo el personal.

6.2 Diagnostico empresarial

Análisis FODA	Fortalezas	Debilidades
	<p>F1 Excelente atención a los clientes.</p> <p>F2 Excelentes servicios e instalaciones modernas.</p> <p>F3 Trabajo en equipo entre el representante y personal.</p> <p>F4 Precios de los servicios con descuentos por reactivación</p>	<p>D1 Falta de compromiso e interés de los representantes con la empresa.</p> <p>D2 Falta de promoción publicitaria: redes sociales, revistas, tv, anuncios, etc.</p> <p>D3 Capacitaciones esporádicas.</p> <p>D4 Endeudamiento por cambios estructurales y nuevos protocolos.</p>
<p>Oportunidades</p> <p>O1 Crecimiento de turismo por reactivación económica.</p> <p>O2 Competencia con baja calidad de servicios.</p> <p>O3 Ubicación ideal, casco urbano de Chimbote.</p> <p>O4 Descenso de casos de covid-19</p>	<p>F – O</p> <p>F1, f4, O1, O2 Ser prestigiosa, por la excelente atención y además por la variedad de precios en los servicios que brinda.</p> <p>F2, F3, O2 Fidelizar a los clientes brindando una excelente atención con un personal capacitado.</p> <p>F2, O3 Ubicación estratégica, lo que facilita la rápida localización del establecimiento y seguridad de la zona.</p> <p>F4, O4 Aprovechar el descenso de casos covid-19 para atraer nuevos clientes con paquetes promocionales para familias, parejas o grupos de amigos.</p>	<p>D – O</p> <p>D2, O1, O2 Atraer nuevos clientes mediante publicidad en redes sociales, promocionando los descuentos por reactivación.</p> <p>D4, O4 Realizar los cambios estructurales y protocolares que garanticen la salud de los clientes.</p> <p>D1, D3 Crear en los representantes y personal un compromiso con la empresa mediante capacitaciones profesionales, bonos, descuentos especiales.</p>
<p>Amenazas</p> <p>A1 Nuevos competidores.</p> <p>A2 Pandemia mundial.</p> <p>A3 Crisis financiera de los clientes.</p> <p>A4 Oferta de costos menores de la competencia.</p>	<p>F – A</p> <p>F1, F2, F4, A1, A2, A3, A4 Brindar ofertas en todos los servicios debido a la crisis financiera, pandemia, nuevos competidores, con la misma calidad de atención y excelente infraestructura.</p>	<p>D – A</p> <p>D2, D4, A1, A4 Incrementar la publicidad en todos los medios, promocionando los descuentos del establecimiento, cumpliendo con todos los protocolos de seguridad por causa de la pandemia</p>

7. Indicadores de gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la Micro y pequeñas empresas.
Conocimiento de técnicas modernas	La mayoría solo conoce como técnica moderna el marketing.
El personal demuestra tener un aprendizaje lento	Es personal demuestra tener un aprendizaje lento por la falta de motivación o porque no cuentan con las tecnologías modernas.
Conocimiento del término benchmarking	La mayoría de los representantes no conocen el benchmarking y lo importante de su uso, debido a ello no lo ponen en práctica en la gestión de las empresas.
Razones del personal de resistencia al cambio	Porque están acostumbrados a la rutina y les resulta complicado adaptarse a los cambios tecnológicos.

8. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Conocimiento de técnicas modernas	La mayoría conoce como técnica moderna al marketing.	La mayoría de los representantes solo conocen al marketing, ya sea porque no están actualizados o no tener interés por conocer de otras técnicas.
El personal demuestra tener un aprendizaje lento	Deficiencia de los recursos tecnológicos.	El personal no cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para su óptimo desempeño en sus funciones.
Conocimiento del término benchmarking	Desconocimiento de la técnica benchmarking y su buen uso.	Por la irresponsabilidad y desinterés del área de recursos humanos para elaborar un programa de capacitación al personal.
Razones del personal de resistencia al cambio	La resistencia se da porque están acostumbrados a la rutina.	La resistencia se da porque están acostumbrados a la rutina y les resulta complicado adaptarse a los cambios tecnológicos.

9. Establecer soluciones

9.1 Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Conocimiento de técnicas modernas	La mayoría conoce como técnica moderna al marketing.	Capacitar al personal en temas enfocados al manejo y aplicación adecuada de las herramientas de benchmarking
El personal demuestra tener un aprendizaje lento	Deficiencia de los recursos tecnológicos.	Adquirir nuevas herramientas tecnológicas que les ayude a desempeñar mejor su cargo.
Conocimiento del término benchmarking	Desconocimiento de la técnica benchmarking y su buen uso.	Actualizar al personal brindando capacitaciones
Razones del personal de resistencia al cambio	La resistencia se da porque están acostumbrados a la rutina.	Motivar al personal mediante delegación de actividades específicas o rotación del personal.





9.2 Estrategias que se desean implementar.

Nº	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Brindar asesoramiento o charlas a cargo de profesionales especializados, al menos dos veces al año.	Pocos conocen sobre gestión de calidad, por el desinterés o por la falta de compromiso de los representantes.	6 meses	Mejor desempeño en los cargos, dado que tienen un mayor conocimiento y es puesto en práctica.	Programar y realizar reuniones laborales, para dar a conocer sobre las ventajas que se tiene al aplicar una correcta gestión de calidad.
2	Capacitar al personal en temas enfocados al manejo y aplicación de las herramientas de benchmarking	La mayoría conoce como técnica moderna al marketing.	1 año	El uso de nuevas técnicas modernas, hace que la empresa optimice sus recursos y brinde un mejor servicio.	Elaborar y llevar a cabo un cronograma de capacitaciones en todo el año.
3	Adquirir nuevas herramientas tecnológicas que les ayude a desempeñar mejor su cargo.	Deficiencia de los recursos tecnológicos.	3 meses	Mejor desempeño en los cargos, gracias a la eficiencia de los trabajadores.	Mayor confianza del rendimiento del personal, debido al uso de equipos modernos.
4	Actualizar al personal brindando capacitaciones.	Desconocimiento de la técnica benchmarking y su buen uso.	1 año	La implementación de benchmarking hace que la empresa alcance un mejor nivel de competitividad y rentabilidad.	Implementar un modelo de gestión en la empresa, adecuándolo a las necesidades y posibilidades de la empresa.
5	Motivar al personal mediante delegación de actividades específicas o rotación del personal.	La resistencia se da porque están acostumbrados a la rutina.	3 meses	Trabajadores productivos y excelente servicio al cliente.	Evaluar constantemente el desempeño de los trabajadores.

9.1 Recursos para la implementación de las estrategias.

N°	Estrategia	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Elaborar y llevar a cabo un cronograma de capacitaciones en todo el año.	Área de recursos humanos	S/ 1,500.00	Loca, materiales, equipos	1 año
2	Mayor confianza del rendimiento del personal, debido al uso de equipos modernos.	Personal	S/ 2,000.00	Computadora, internet, equipos	3 meses
3	Implementar un modelo de gestión en la empresa, adecuándolo a las necesidades y posibilidades de la empresa.	Alta dirección y administración	S/ 1,500.00	Materiales, equipos	1 año
4	Evaluar constantemente el desempeño de los trabajadores.	Personal de atención (2)	S/ 1,000.00	Materiales, equipos	3 meses

10. Cronograma de actividades

N °	Tarea	Inicio	Final	Enero – Diciembre
1	Realizar capacitaciones relacionado a temas de benchmarking	01/0/21	31/12/21	
2	Buscar asesoramiento especializado de técnicas modernas de Benchmarking	01/01/21	31/03/21	
3	Capacitar al personal en temas enfocados al manejo y aplicación adecuada de las herramientas de Benchmarking	01/01/21	31/12/21	
4	Motivar al personal a crecer profesionalmente aprendiendo nuevas Técnicas	01/01/21	31/03/21	

VI. CONCLUSIONES

Luego de realizar el estudio de investigación de gestión de calidad con el uso de benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas del sector servicio-rubro hoteles, en el casco urbano de Chimbote, 2018.

En el presente estudio de investigación, se demuestra que la mayoría de los representantes tienen en edad promedio de 31 a 50 años de edad, son de género femenino, con grado de instrucción superior universitaria, desempeñan el cargo de administrador y vienen operando en el cargo hace 3 años.

Del mismo modo la mayoría de las empresas fueron creadas con la finalidad de generar ganancias, cuentan con una permanencia en el rubro de 7 años a más, teniendo como trabajadores a personas sin parentesco, contando con un personal de 1 a 5 trabajadores.

Asimismo, la mayoría de los representantes refiere que la gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio, tomando como referencia a los servicios, tienen conocimiento de gestión de calidad, pero no conocen el término de benchmarking, en vez de ello conocen al marketing como técnica moderna, vienen utilizando la evaluación para medir el rendimiento del personal, quienes muestran resistencia al cambio. A su vez presentan aprendizaje lento para implementar la gestión de calidad, por ello refiere que a veces el benchmarking encamina al mejoramiento de la empresa, tienen como resistencia al cambio la costumbre a la rutina, pero sin embargo creen que el benchmarking a veces es primordial para incursionar en un nuevo mercado, toman como fortaleza a la competencia de mercado para implementar el benchmarking, lo cual hace que a veces la empresa sea eficiente.

Se elaboró un plan de mejora, con la finalidad de mejorar las estrategias empleadas en las empresas hoteleras y puedan seguir operando en manera eficiente en el mercado local. Para ello se planteó realizar brindar asesoramiento o charlas a cargo de profesionales especializados, del mismo modo pocos manifiestan conocer la técnica moderna de

benchmarking, para esto se recomienda actualizar al personal mediante capacitaciones cada cierto tiempo. Y por último se observó tener aprendizaje lento para implementar una gestión de calidad, ante esto se sugiere motivar al personal mediante incentivos económicos, o crecimiento profesional.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

RECOMENDACIONES

Brindar capacitaciones frecuentes a los representantes empresariales en temas de gestión de calidad y técnicas de benchmarking, asimismo poner en práctica los conocimientos adquiridos. Dicho proceso se realizará en un trabajo de equipo con los colaboradores, apuntando a un solo propósito, el brindar una excelente experiencia a los visitantes durante su estadía.

Mantener un personal motivado con aspiraciones a crecimiento, que les permita romper la barrera del miedo al cambio y salir de la rutina, una vez superado este proceso será más fácil que la empresa logre sus metas trazadas.

Aplicar las técnicas modernas de benchmarking. Para que una empresa se mantenga en el mercado debe adaptarse a los cambios constantes que sufre este, diferenciándose de la competencia, para ello se deben fijar metas y objetivos a largo y corto plazo en la que se necesite de una dirección inmediata para elaborar una gestión efectiva que traiga los resultados deseados. No solo el benchmarking se debe utilizar como referente de copia sino que estos procesos serán previamente analizados y adaptados a realidad de la empresa para que puedan tener los resultados esperados.

Implementar el plan de mejora usando técnicas administrativas como el Benchmarking, dado que solo lo aplican empíricamente y no obtienen los resultados suficientes, en este caso es importante que los representantes entiendan que no se trata de copiar, si no de adaptar, dado que no todas las técnicas de la competencia son totalmente adecuadas para la empresa, por ello es importante que se analicen bien los procesos de la competencia y evaluar si realmente será benéfico para la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldana, L., Alvarez, M., & Bernal, C. (2015). *Administración por Calidad*. México: Alfaomega grupo Editor
- Bravo, V. (2019). *La gestión de calidad con el uso de benchmarking y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la Avenida José Leal del distrito de Lince, 2018*. Lima. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11741/MICRO_EMPRESAS_CALIDAD_BRAVO_MEZA_VIRGINIA_GRACIELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diario De Chimbote (2018). *Micro y pequeñas empresas exhiben productos en una vistosa feria* Obtenido de <http://diariodechimbote.com/portada/noticias-locales/101064-2018-05-20-06-55-51>
- Dinero (2016). *Mipymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia*. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impres/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>
- El peruano (2018). *Pymes emplean 75% de la pea y destacan en emprendimientos. El desafío es lograr mayor competitividad, Según la ccl*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-pymes-emplean-75-de-pea-y-destacan-emprendimientos-67499.aspx>
- Espinoza, E. (2019). *Propuesta de mejora de benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hostales de la urbanización Lobatón del distrito de Lince 2018*. Lima. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15400/GESTION_CALIDAD_BENCHMARKING_ESPINOZA_CACERES_EUSEBIO%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Euronews (2015). *El motor económico de Europa. El futuro de las pymes*, pág. parr. 1. Obtenido de <https://es.euronews.com/2015/09/28/el-futuro-de-las-pymes-el-motor-economico-de-europa>
- Fabiola, M., & Walter, S. (2009). *Outsourcing & Benchmarking*. El Cid Editores.

Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3181636&query=benchmarking+>

Gestión (2018). *Perú es el tercer país con mayor cantidad de emprendimientos en fase temprana a nivel mundial*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/peru-tercer-pais-mayor-cantidad-emprendimientos-fase-temprana-nivel-mundial-240264>

Gestión (2018). *Tres anclas que impiden su desarrollo y seis alternativas de solución, Perú es el país con mayor espíritu emprendedor en América Latina y el quinto en el mundo. Emprendimiento en Perú*. Obtenido de <https://gestion.pe/noticias/emprendimiento-en-peru>

González, H. (2015). *Principios de gestión de la calidad en ISO 9001:2015*. Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/2013/12/09/principios-de-gestion-de-la-calidad-en-iso-90012015/>

Hernández (2015). *Gestión y planificación de rutas turísticas gastronómicas: estudio de caso en la provincia de Córdoba*. Obtenido de <https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/13107/2015000001211.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Herre ra, K. (2019). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, casco urbano de Chimbote, año 2018*. Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15820/GESTION_DE_CALIDAD_HERRERA_TANK_KRISTEL_MIRELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ICIM SPA. (2013). *Uni en ISO 9001 – sistema de gestión de la Calidad. Icim*. Obtenido de <http://www.icim.it/es/iso-9001-sistema-di-gestione-per-la-qualita/>

Leandro, C. (2015 de enero de 2015). *Principales errores que genera la muerte de las pymes en Costa Rica*. Obtenido de <http://www.laprensalibre.cr/Noticias/detalle/10146-principales-errores-que-genera-la-muerte-de-las-pymes-en-costa-rica>

- Mata (2019). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comidas criolla, Av. Pacifico, distrito de Nuevo Chimbote, 2016*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10311/GESTION_DE_CALIDAD_REPRESENTANTES_MATA_BARRIOS_RUTH_NOEMI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ministerio de Economía de Guatemala (2015). *Sistema Nacional de información Mipyme Guatemala Año Base 2015*. Guatemala: Gobierno de la república de Guatemala. Obtenido de http://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/Comunicacion%20Social/sistema_nacional_de_informacion_mipyme_guatemala_ano_base_2015.pdf
- Morales, G. (2009). *Benchmarking*. El Cid Editores. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3181940&query=benchmarking+> Pérez, C. C. (27 de septiembre de 2016). Según datos de la CCSS a junio del 2016 de empresas que reportan sus planillas. *¿A qué se dedican las mipymes en Costa Rica?* Obtenido de <https://www.elfinancierocr.com/pymes/gerencia/a-que-se-dedican-las-mipymes-en-costa-rica/35UD62IRLFD73AHTEBZUS4LKVM/story/>
- Ochoa, C. (2008). *Una version teorica de las herramienta de Benchmarking*. España.
- Pérez, C. C. (2016). Según datos de la CCSS a junio del 2016 de empresas que reportan sus planillas. *¿A qué se dedican las mipymes en Costa Rica?* Obtenido de <https://www.elfinancierocr.com/pymes/gerencia/a-que-se-dedican-las-mipymes-en-costa-rica/35UD62IRLFD73AHTEBZUS4LKVM/story/>
- Reuters, T. (2014). *Micro, Pequeñas y Medianas Empresas*. Lima: Tingo S.A.
- Sánchez, B. (2014). *LAS MYPES EN PERÚ. SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA TRIBUTARIA*. Lima: QUIPUKAMAYOC.
- Sáez, J. (2009). *Benchmarking aplicado a la reingeniería de procesos*. El Cid Editor. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3>

180558&query=benchmarking+

Suyo, G. (2015). *Factores de éxito de las empresas gallegas del sector hotelero. Especial consideración del ámbito de operaciones*. Santiago de Compostela. Obtenido de <https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/12390>

Villaorduña, E. (2021). *Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking Y plan de mejora en las micro y empresas del sector servicio, rubro alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018*. Huaraz. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22487/GESTION_DE_CALIDAD_HOTELES_VILLAORDUNA_TUYA_ERIC_LEONCIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1

Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	2018				2019								2020			
		SEMESTR E II				SEMESTR E I				SEMESTR E II				SEMESTR E I			
		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	x	x	x								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información									X							
7	Elaboración del consentimiento informado (*)										x						
8	Recolección de datos										x						
9	Presentación de resultados											x					
10	Análisis e Interpretación de los resultados											x					
11	Redacción del informe preliminar												x				
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													x			
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														x		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															x	
15	Redacción de artículo científico																x

Anexo 2

Presupuesto

Presupuesto desembolsable			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros			
• Impresiones	0.50	200	100.00
• Fotocopias	0.10	500	50.00
• Empastado	100.00	1	100.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	10.00	1	10.00
• Lapiceros	5.00	1	5.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			365.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	10	4	40.00
Sub total			40.00
Total de presupuesto desembolsable			405.00
Presupuesto no desembolsable			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1057.00

Fuente: Universidad católica los Ángeles de Chimbote.

Anexo 3

Cuadro de sondeo

Nombre del hotel	Nombre de los representantes	Ubicación
HOTEL CANTONES	CHUYAO XIAN	JR. MANUEL VILLAVICENCIO N° 197 CASCO URBANO
HOTEL TANY	INVERSIONES NSVA E.I.R.L.	JR. ENRIQUE PALACIOS N° 553 CASCO URBANO
HOTEL LUZANTY	PEREDA PAREDES VDA. VIZCAINO AMPARO DORIS	JR. ELIAS AGUIRRE N° 127 CASCO URBANO
HOTEL SAN PIETRO	MEZZICH GIRALDO MONICA JANET	AV. ENRIQUE MEIGGS MZ. C2 LOTE 17 URB. EL TRAPECIO 3ERA ETAPA
HOTEL VERTIZ SAC	EMPRESA DE SERVICIOS HOTELEROS Y TURISTICOS VERTIZ SAC	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N°305 -309 - CASCO URBANO
HOTEL BUENOS AIRES SRL	HOTEL BUENOS AIRES SRL	JR. MANUEL VILLAVICENCIO N°231 - CASCO URBANO
HOTEL IVANSINO INN S.A.	HOTEL IVANSINO INN S.A.	AV. JOSE PARDO N° 738 CASCO URBANO
HOTEL SAN FELIPE S.R.L.	HOTEL SAN FELIPE SRL	AV. JOSE PARDO 514 CASCO URBANO
HOTEL VIERA	RESORT VIERA S.A.C	JR. LEONCIO PRADO N° 690 ESQUINA CON JR. MANUEL RUIZ CASCO URBANO
HOTEL IGUAZU	GRUPO FABIAMAR E.I.R.L.	JR. ELIAS AGUIRRE N° 648 - 650 CASCO URBANO

Documento de la municipalidad

“Año de la lucha contra la corrupción e impunidad”

Sr.
ROBERTO BRICEÑO FRANCO
ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL SANTA
Presente.-

Atención: Sub Gerencia de Licencia, Comercialización y Mercado.

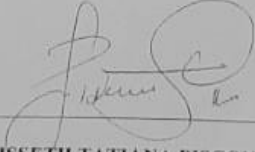
LISSETH TATIANA PISCOYA SIMPALO, identificada con DNI N° **45948956** con domicilio en Av. Argentina, R-21, Los Cipreses - Nuevo Chimbote, ante Ud., con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente:

Que, como parte de mi formación profesional de la carrera de Administración de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote - **ULADECH**, y dentro del Plan Curricular de la misma, para nuestro **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN** para la obtención de nuestro título profesional, razón por la que **SOLICITO** a su despacho se me proporcione información con respecto a **HOTELES formalizadas** del Distrito de Chimbote, con su respectiva ubicación y propietario, de ser el caso.

POR LO EXPUESTO:

A Ud., Señor Alcalde sirvase acceder a lo solicitado por ser de justicia que espero alcanzar.

Chimbote, 15 de Mayo de 2019.



LISSETH TATIANA PISCOYA SIMPALO
DNI N° 45948956

Municipalidad Provincial Del Santa
Area De Trámite Documentario



Documento

0000018017 - 2019

EXPEDIENTE

Recepcionado

28/05/2019 02:18:49 (P.S.)

Anexo 04

Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad con el uso de benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. 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. Cargo que 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

1.2. Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

- 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

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No
- c) Tiene poco conocimiento

11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

- a) Benchmarking
- b) Marketing
- c) Empowerment
- d) Las 5 c
- e) Outsourcing
- f) Otros

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

- a) poca iniciativa
- b) aprendizaje lento
- c) no se adapta a los cambios
- d) desconocimiento del puesto
- e) otros

13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) otros

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

- a) si
- b) no

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: BENCHMARKING

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

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

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

- a) Productos
- b) Servicios
- c) Proceso de trabajo
- d) Todas

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

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

18. ¿El personal muestra resistencia al cambio?

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

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

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

20. El Benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado

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

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

- a) La cultura al cambio
- b) Aprendizaje continuo
- c) Competencia en el mercado
- d) Todas
- e) Ninguna

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

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

Anexo 5

Hoja de tabulación

Tabla 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Edad	18 a 30 años	II	2	20.00%
	31 a 50 años	IIIIII	6	60.00%
	51 a más años	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%
Género	Masculino	III	3	30.00%
	Femenino	IIIIIIII	7	70.00%
	Total		10	100.00%
Grado de instrucción	Sin instrucción		0	0.00%
	Primaria		0	0.00%
	Secundaria		0	0.00%
	Superior no universitaria	II	2	20.00%
	Superior universitaria	IIIIIIII	8	80.00%
	Total		10	100.00%
Cargo que desempeña	Dueño		0	0.00%
	Administrador	IIIIIIIIII	10	100.00%
	Total		10	100.00%
Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	IIII	5	50.00%
	4 a 6 años	II	2	20.00%
	7 a más años	III	3	30.00%
	Total		10	100.00%

Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3 años	I	1	10.00%
	4 a 6 años	II	2	20.00%
	7 a más años	IIIIII	7	70.00%
	Total		10	100.00%
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIII	5	50.00%
	6 a 10 trabajadores	III	4	40.00%
	11 a más trabajadores	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Parentesco con los trabajadores	Familiares	III	3	30.00%
	Personas no familiares	IIIIII	7	70.00%
	Total		10	100.00%
Objetivo de creación	Generar ganancia	IIIIIIII	10	100.00%
	Subsistencia		0	0.00%
	Total		10	100.00%

Tabla 3: Características de gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conocimiento de gestión de calidad	Si	III	4	40.00%
	No	III	3	30.00%
	Tengo cierto conocimiento	III	3	30.00%
	Total		10	100.00%
Conocimiento de técnicas modernas de gestión de la calidad	Benchmarking	III	4	40.00%
	Marketing	IIII	5	40.00%
	Empowerment		0	0.00%
	La 5 c	I	1	10.00%
	Outsourcing		0	0.00%
	Otros	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Dificultades para implementar la gestión de calidad	Poca iniciativa	I	1	10.00%
	Aprendizaje lento	III	4	40.00%
	No se adapta a los cambios	II	2	20.00%
	Desconocimiento del puesto	II	2	20.00%
	Otros	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	IIII	4	40.00%
	La evaluación	IIII	5	50.00%
	Escala de puntuaciones	I	1	10.00%
	Evaluación 360°		0	0.00%
	Otros		0	0.00%
	Total		10	100.00%
La gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio	Si	IIIIIIII	9	100.00%
	No	I	1	0.00%
	Total		10	100.00%
Conocimiento del término de benchmarking	Si	III	3	30.00%
	No	IIII	6	60.00%
	Tengo cierto conocimiento	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Estrategias de referencias para mejorar	Productos	III	3	30.00%
	Servicios	IIIIII	7	70.00%
	Proceso de trabajo		0	0.00%

	Todas		0	0.00%
	Total		10	100.00%
el benchmarking encamina al mejorar su empresa	Si	III	3	30.00%
	No	III	3	30.00%
	A veces	III	4	40.00%
	Total		10	100.00%
Resistencia del personal al cambio	Si	IIII	5	50.00%
	No	III	3	30.00%
	A veces	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%
Razones del personal al cambio	Porque están acostumbrados a la rutina	III	4	40.00%
	Porque desean incentivos económicos	III	3	30.00%
	Porque desean incentivos simbólicos	II	2	20.00%
	No se resisten al cambio	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
El benchmarking primordial para incursionar en un nuevo mercado	Si	III	3	30.00%
	No	III	3	30.00%
	A veces	III	4	40.00%
	Total		10	100.00%
Tipos de fortalezas para implementar el benchmarking	La cultura al cambio	III	3	30.00%
	Aprendizaje continuo	III	3	30.00%
	Competencia en el mercado	III	4	40.00%
	Todas		0	0.00%
	Ninguna		0	0.00%
	Total		10	100.00%
El benchmarking permite a la empresa a ser eficiente	Si	III	3	30.00%
	No	III	3	30.00%
	A veces	III	4	40.00%
	Total		10	100.00%

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE BENCHMARKING Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO HOTELES, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, AÑO 2018

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la gestión de calidad con el uso de benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

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 de la gestión de calidad con el uso de benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la gestión de la gestión de calidad con el uso de benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

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 y un plan de mejora sobre la gestión de calidad con el uso del marketing para su micro o pequeña empresa.

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 período de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Nuevo Chimbote, Perú estudiante Piscoya Simpalo Lisseth Tatiana al celular 951295196, o al correo: Tali_370@hotmail.com

Y 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@uladtech.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.

Zuleymmi Piscoya Simpalo
Nombre participante

[Firma]
Firma participante

Lisseth Piscoya Simpalo
Nombre del investigador

[Firma]
Firma del investigador

08-06-19
Fecha

12:05 pm
Hora

Anexo 7

Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

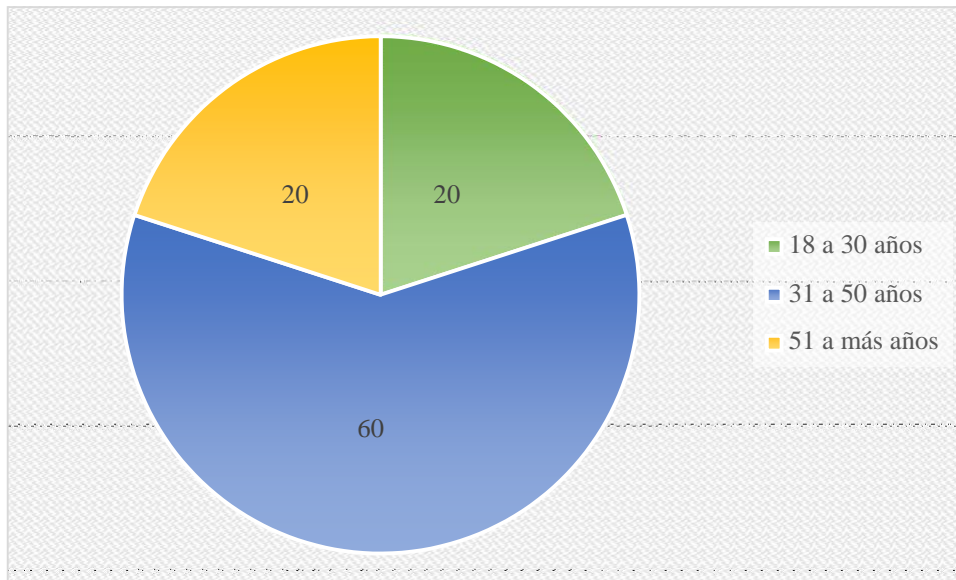


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

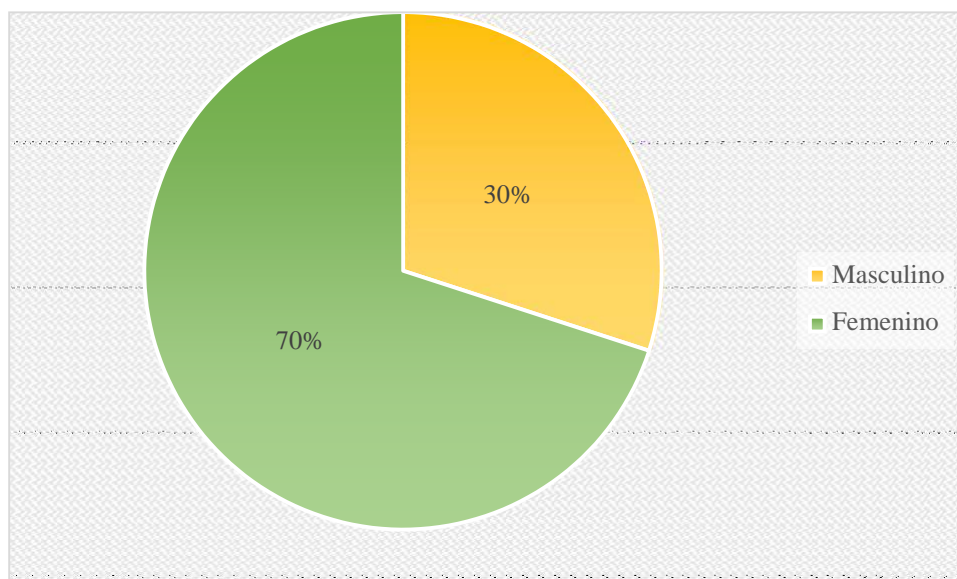


Figura 2. Género

Fuente. Tabla 1

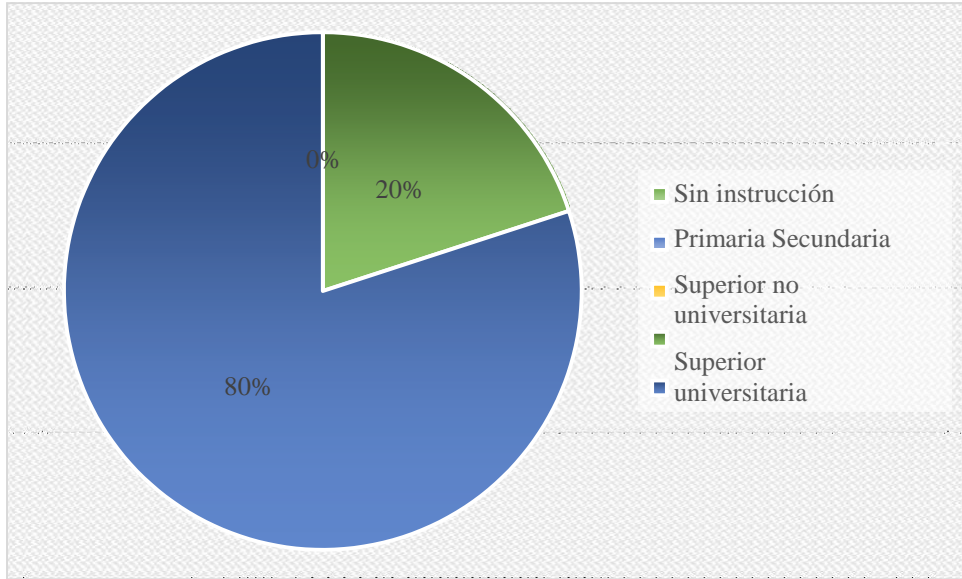


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

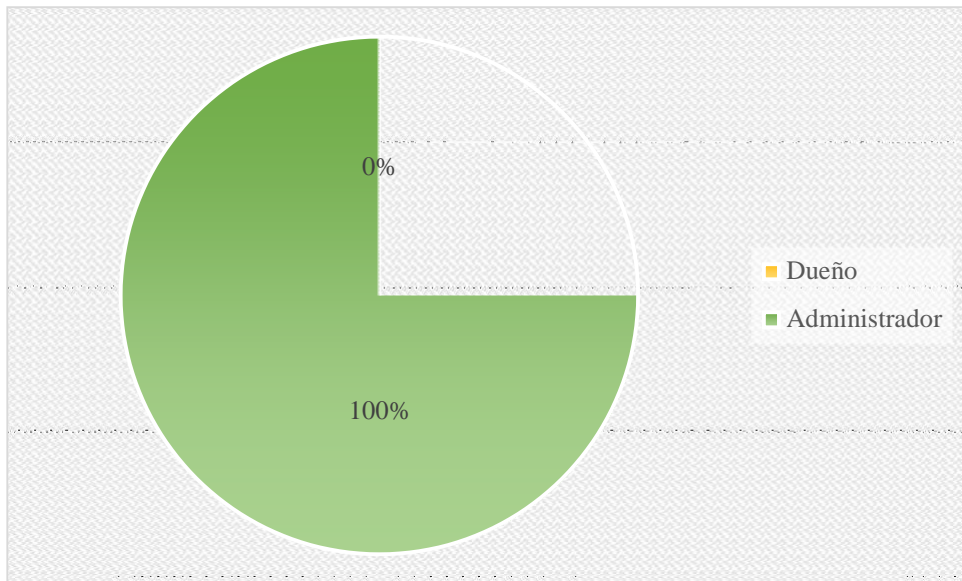


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

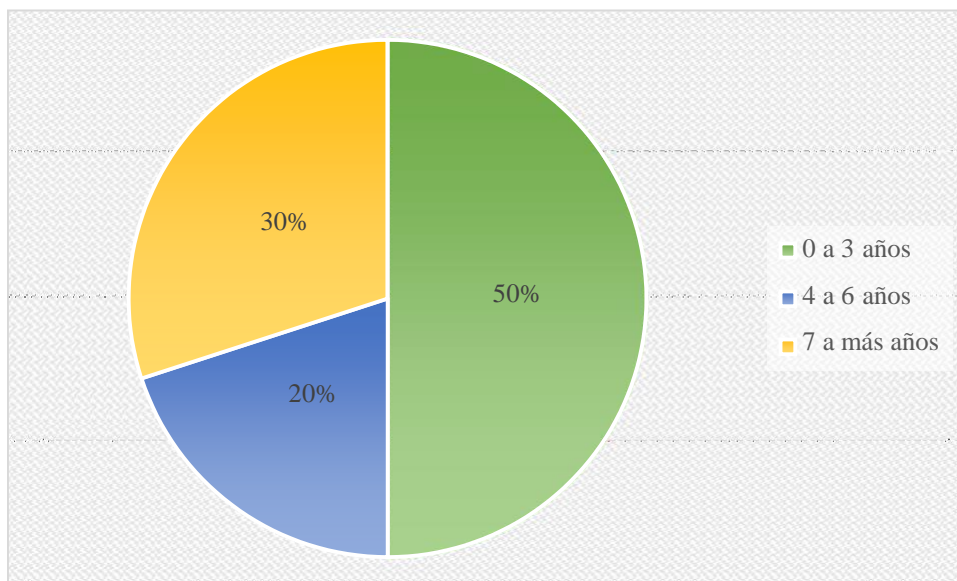


Figura 5. Permanencia en el cargo

Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.

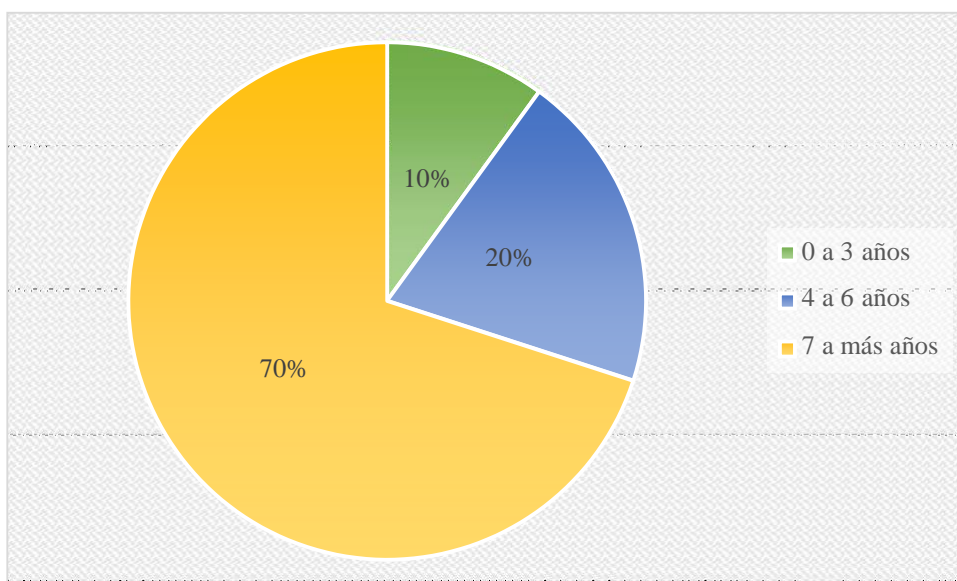


Figura 6. Permanencia en el rubro

Fuente. Tabla 2

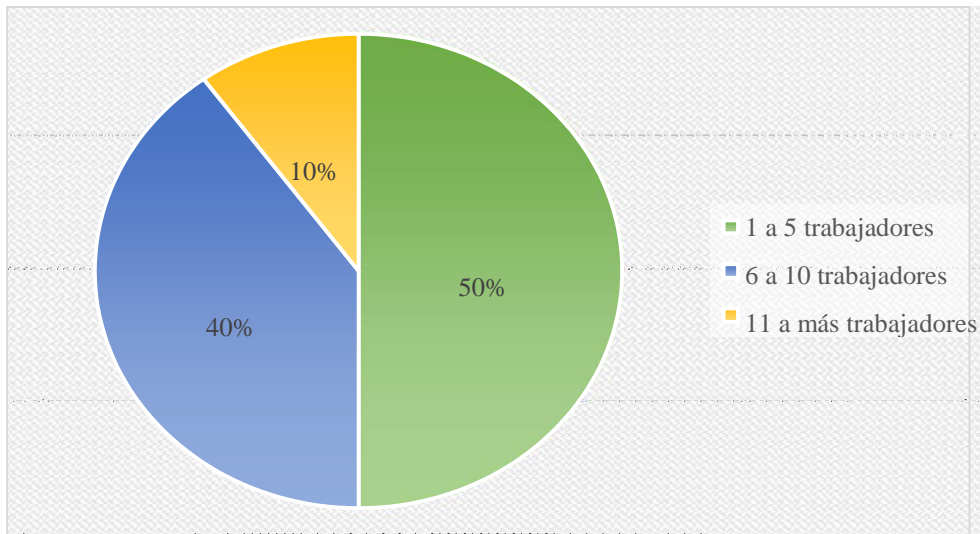


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

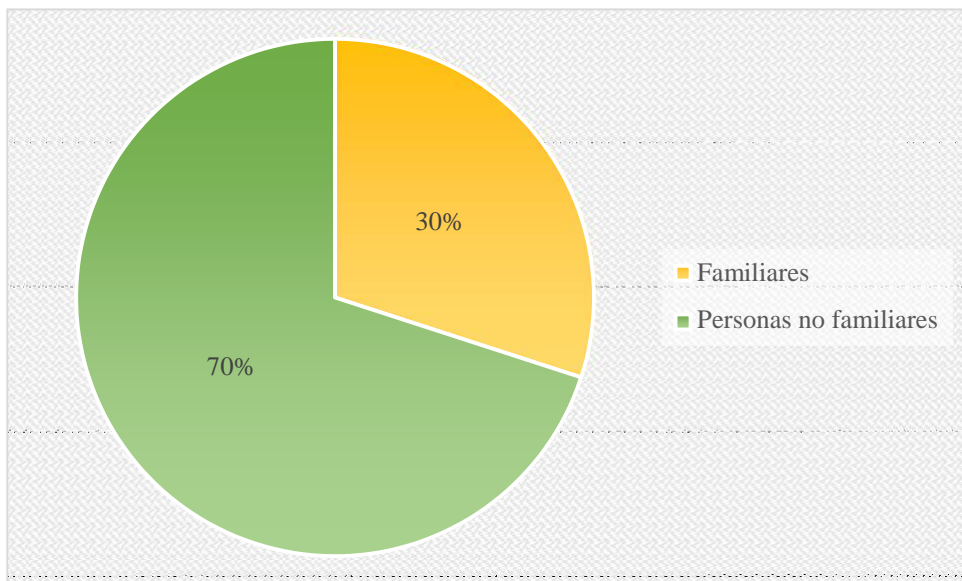


Figura 8. Vinculo de los trabajadores

Fuente. Tabla 2

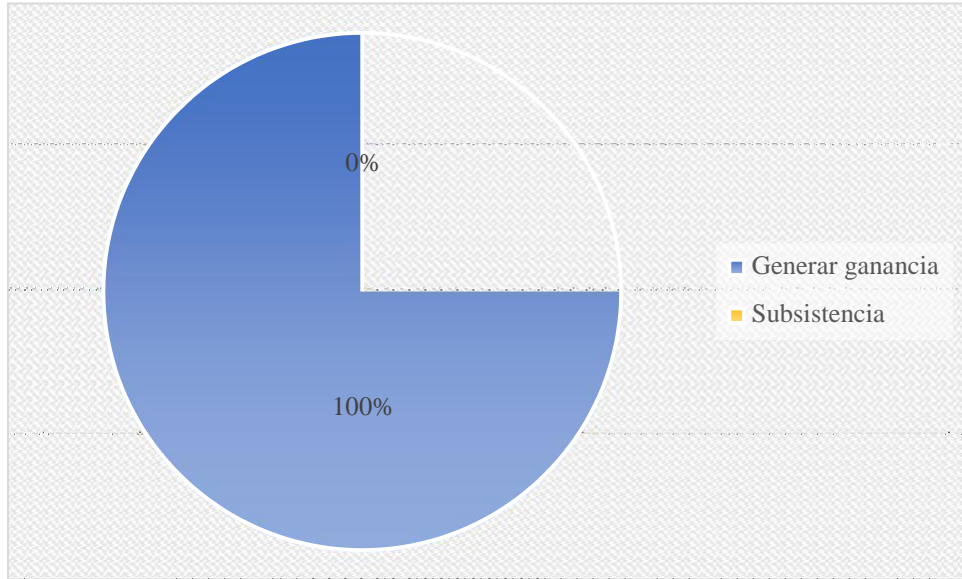
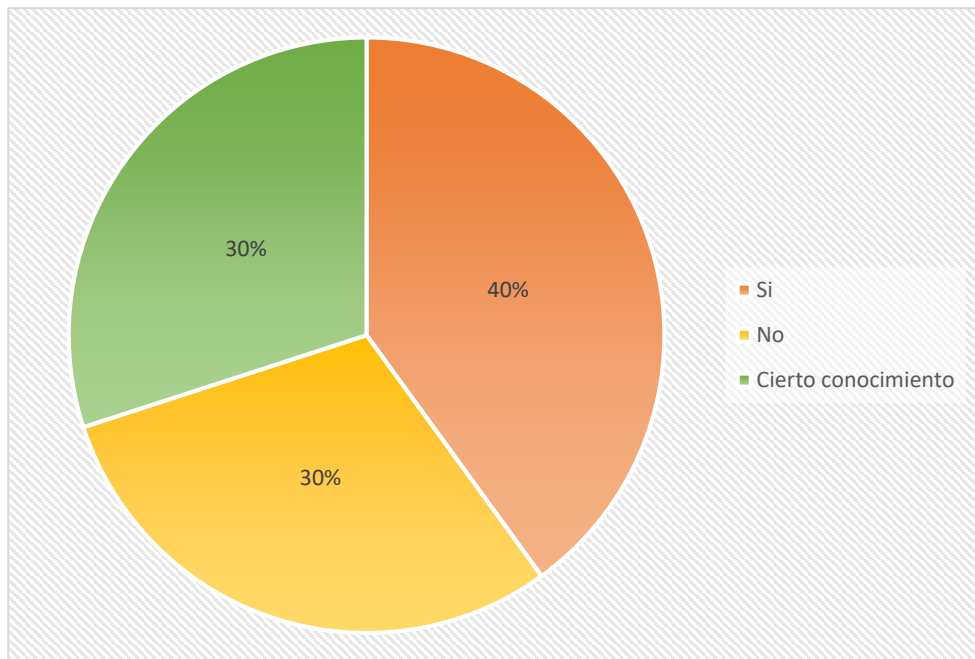


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2



Características de gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chiclayo, año 2018

Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

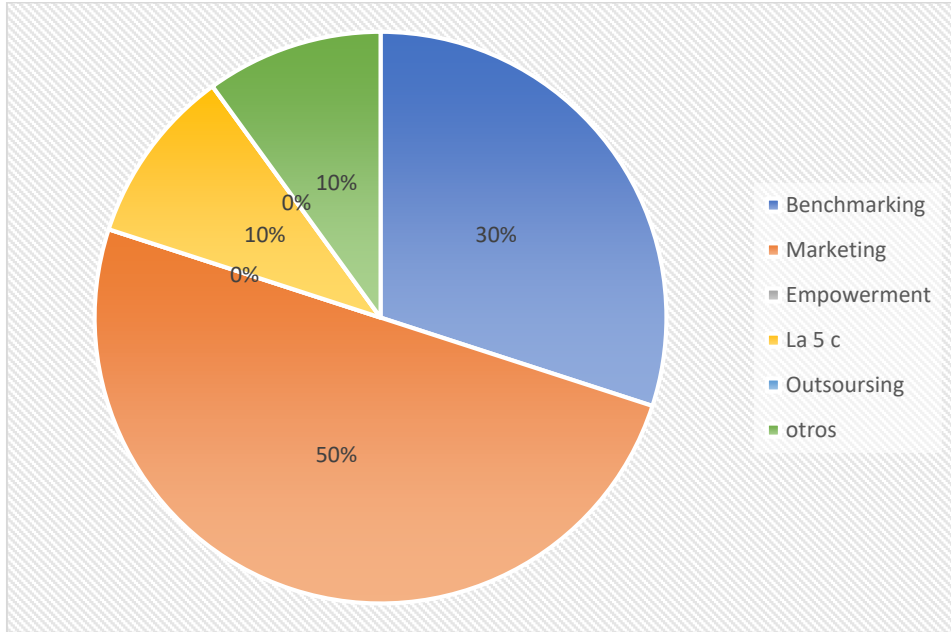


Figura 11. Conocimiento de técnicas modernas administrativas

Fuente. Tabla 3

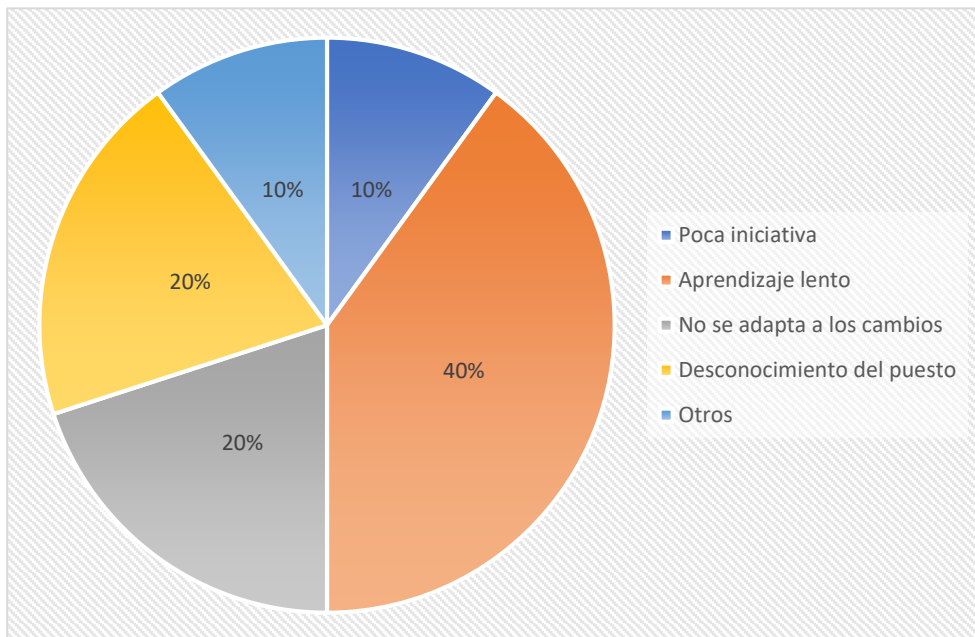


Figura 12. Dificultades para una implementación de gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

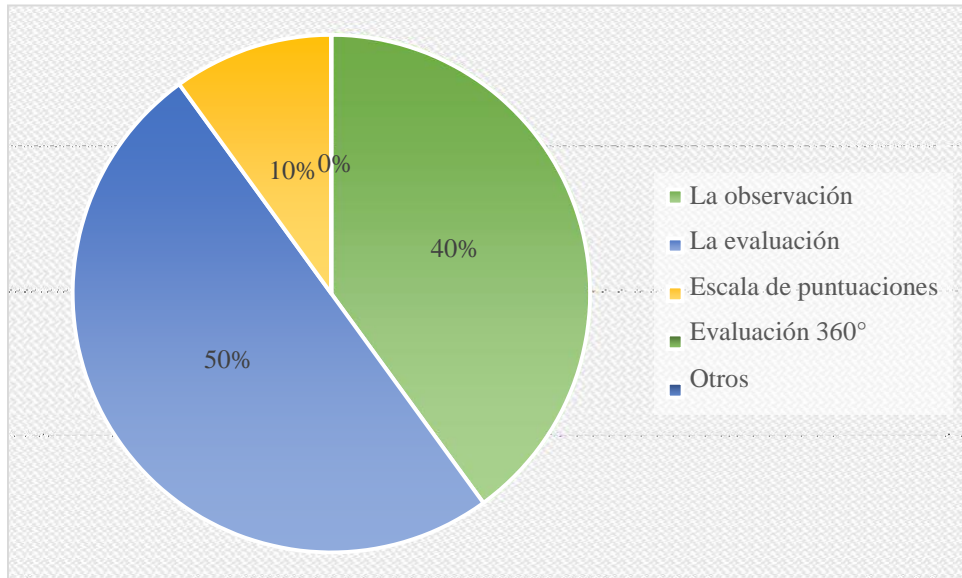


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente. Tabla 3

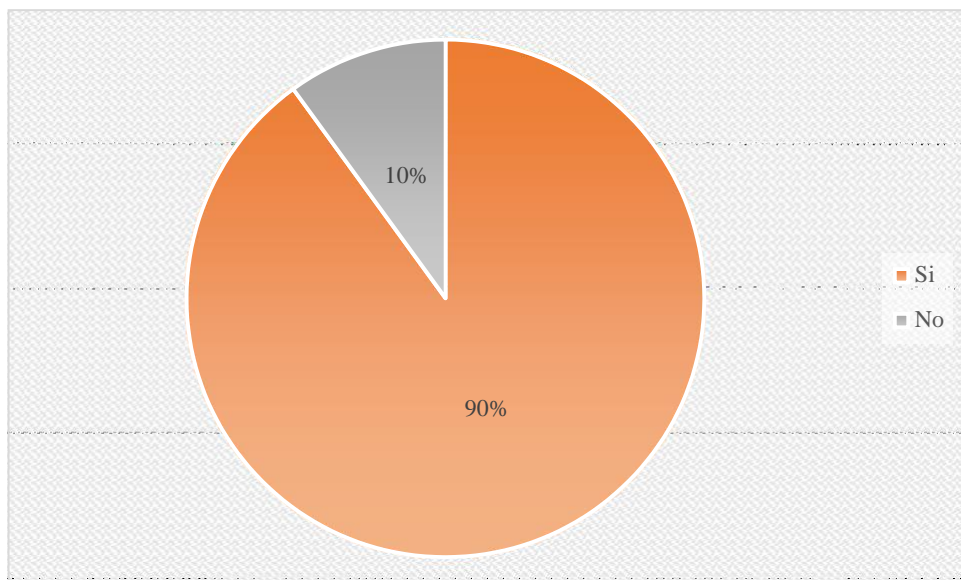


Figura 14. La gestión de calidad ayuda al rendimiento de un negocio

Fuente. Tabla 3

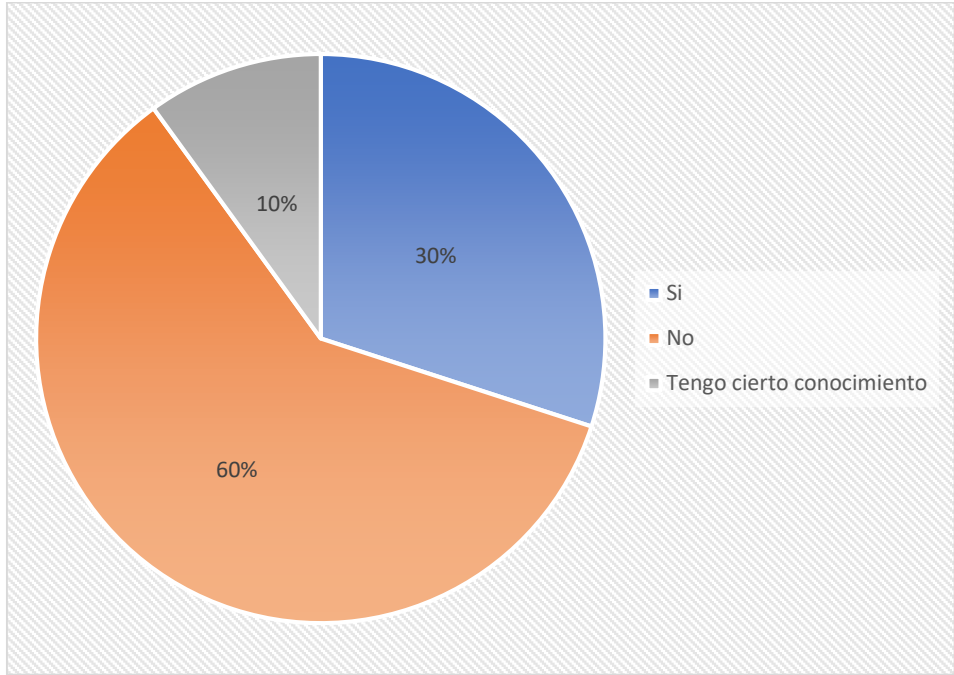


Figura 15. Conocimiento del término Benchmarking

Fuente. Tabla 3

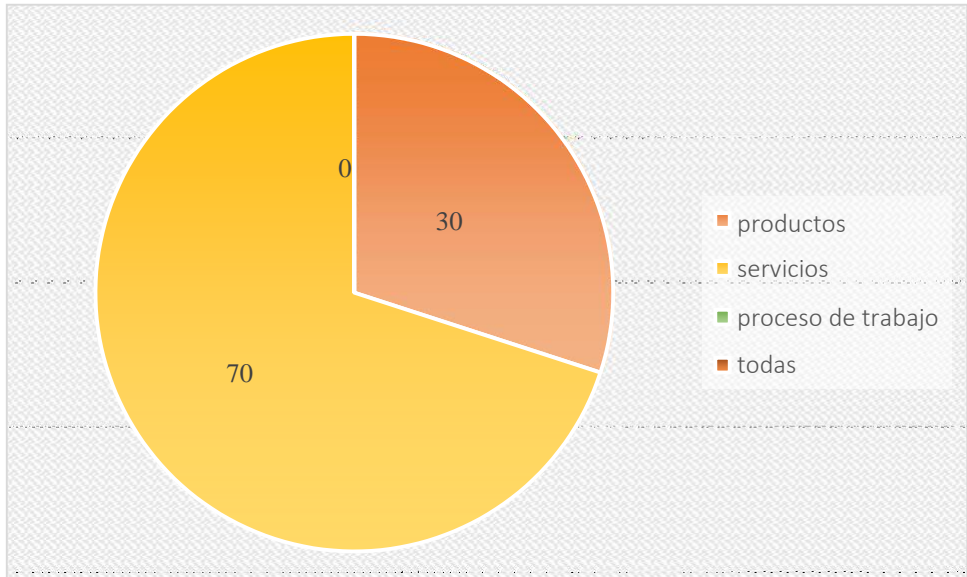


Figura 16. Estrategias que toma como referencia para mejorar

Fuente. Tabla 3

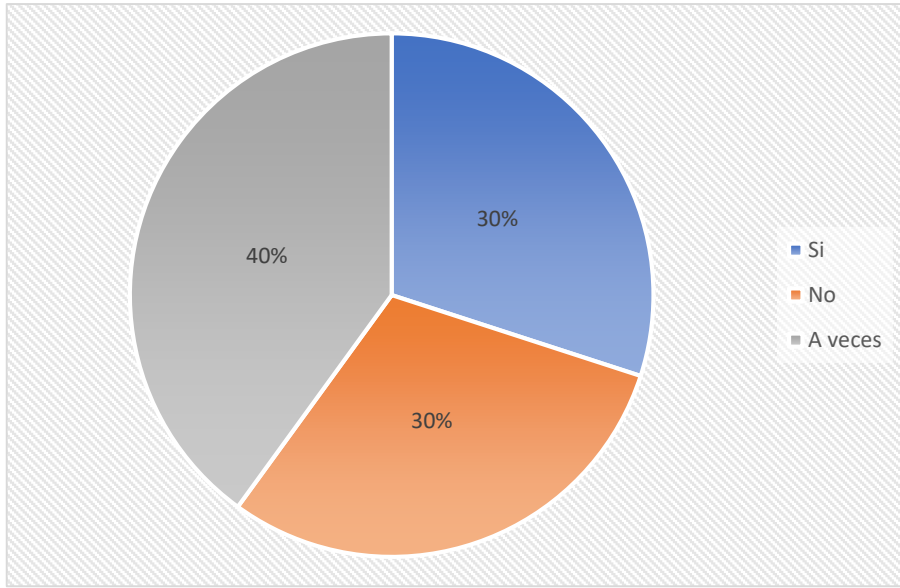


Figura 17. El Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa

Fuente. Tabla 3

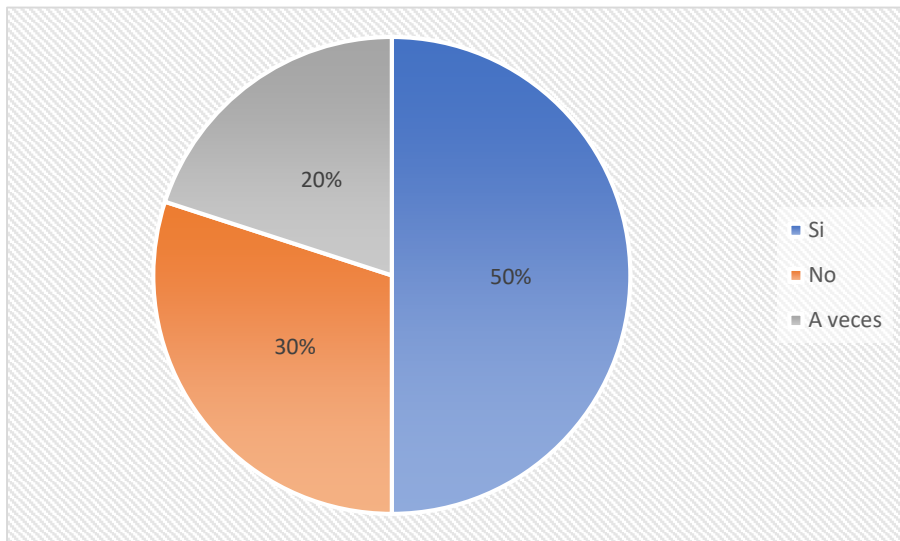


Figura 18. El personal muestra resistencia al cambio

Fuente. Tabla 3

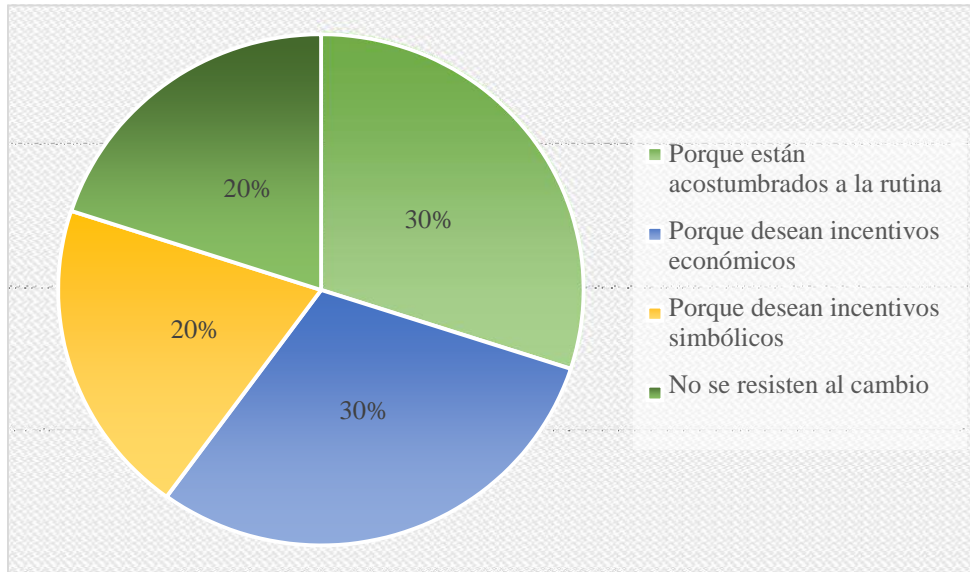


Figura 19. Razones del personal para una resistencia al cambio

Fuente. Tabla 3

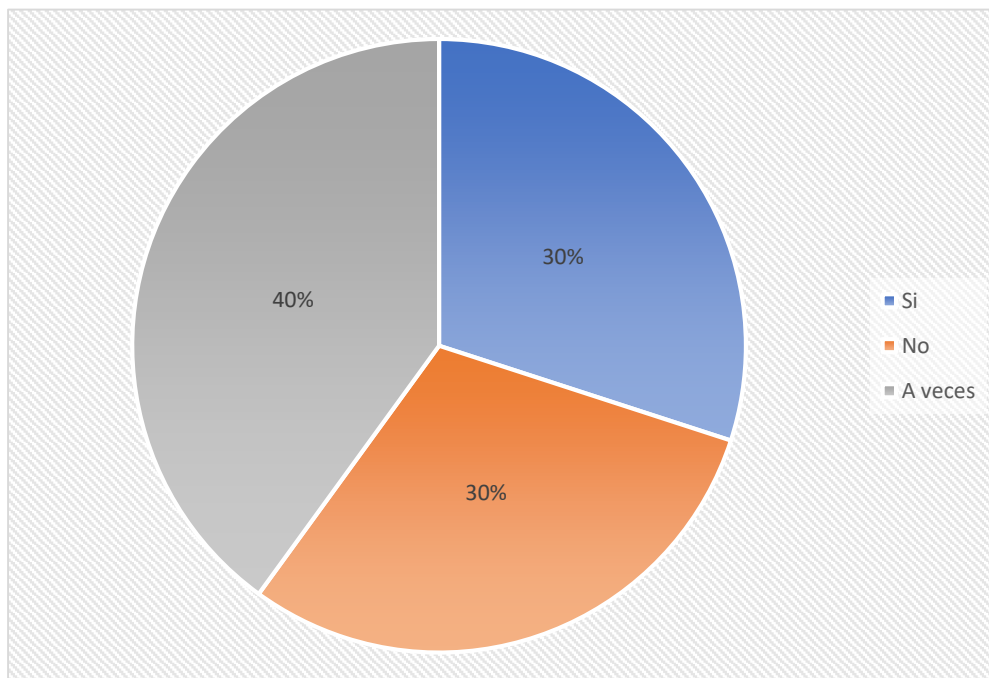


Figura 20. El Benchmarking es primordial para incursionar en un mercado

Fuente. Tabla 3

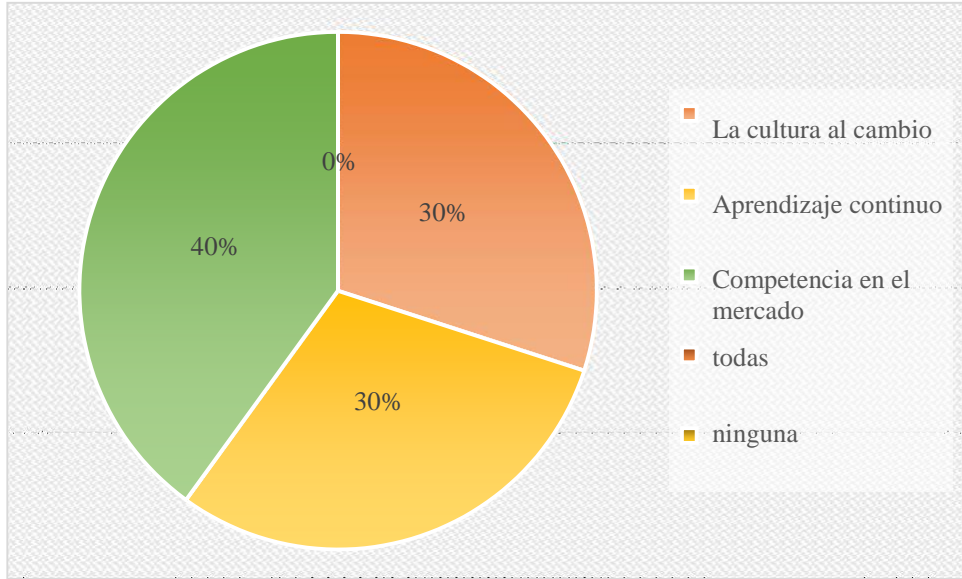


Figura 21. Tipo de fortalezas para poder implementar el benchmarking

Fuente. Tabla 3

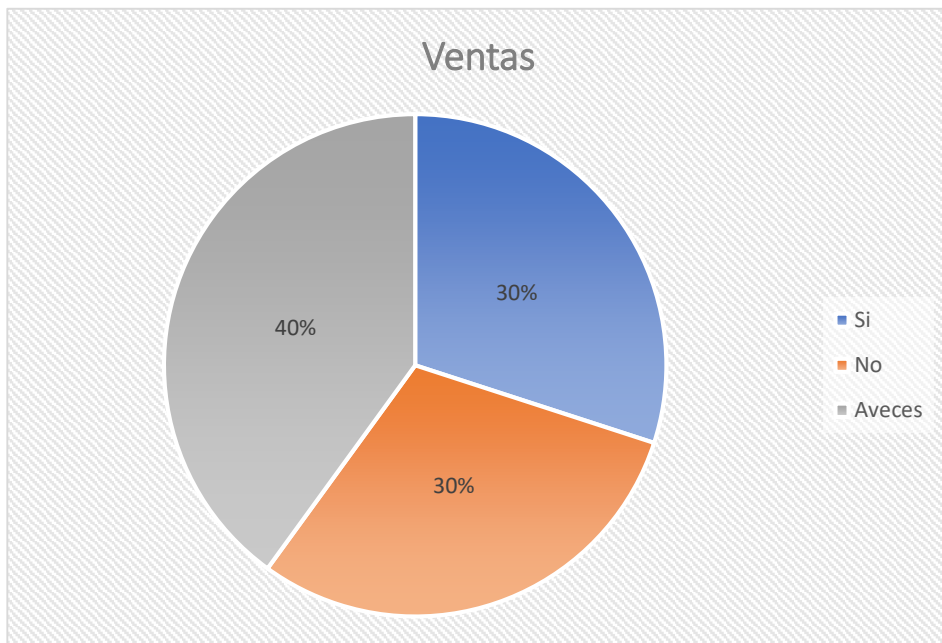


Figura 22. El Benchmarking permite a la empresa ser eficiente

Fuente. Tabla 3

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE BENCHMARKING Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO HOTELES, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, AÑO 2018

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

PISCOYA SÍMPALO, LISSETH TATIANA

ORCID: 0000-0002-2202-0083

ASESOR

Resumen de coincidencias

12 %

1 repositorio.uladech.ed... 12 % >
Fuente de Internet

Informe Final

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

12%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo