



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE CALZADO JANILOP BAJO
EL ENFOQUE DE BENCHMARKING, TRUJILLO 2017 Y
PROPUESTA DE MEJORA**

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

AUTORA:

Br. KEYLA LISSETTE GAITAN ULLOA

ASESOR:

Ms. MARIO ARTURO LANDERS MOSCOL

TRUJILLO – PERÚ

2018

TÍTULO DE LA TESIS.

Gestión de la Micro y pequeña empresa comercializadora de calzado Janilop
bajo el enfoque de Benchmarking, Trujillo 2017 y propuesta de mejora

FIRMA DEL JURADO

Dr. José Germán Salinas Gamboa

Presidente

Dra. Gisela Benites Pacherras de Soto

Miembro

Mgr. Carolina Esther Castellares Jhonson

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios, por su infinito amor, por ser fuente de esperanza y de alegría para mi vida y estar conmigo cuando más lo necesito.

A mis padres y hermanos, por ser autores principales de mi vida, por sus consejos, dedicación, cuyo esfuerzo logrado dan resultado a una meta más.

A mi docente tutor, Mario Landers Moscol, por guiarme en cada etapa del desarrollo de mi tesis.

La posibilidad de realizar un sueño es lo que hace que la vida sea interesante.

Paulo Coelho

DEDICATORIA

A Dios por ser el proveedor y portador de mi vida, de quien recibo fortaleza para seguir siempre adelante.

A mis padres quienes fueron que incentivaron desde un principio mis estudios y fueron influyentes en demostrarme que todo lo que uno se propone se puede lograr siempre llevando los valores morales y cristianos.

RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo general describir la gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado “*janilop*” bajo el enfoque de benchmarking – Trujillo 2017, es de tipo transversal- nivel descriptivo, se escogió una muestra de 10 colaboradores de la micro y pequeña empresa calzado “*janilop*”, y se le aplicó un cuestionario de 10 preguntas cerradas. Obteniendo los siguientes resultados. Que el 80% sí cuenta con una buena gestión, pero no profesional sino empíricamente teniendo en cuenta que el 50% tiene conocimiento sobre la misión y visión, y el 80% sí considera a la herramienta de benchmarking, pero desconocían el nombre. El 50% de los colaboradores no se plantean objetivos para llegar a su meta. El 80% de los encuestados no ha escuchado sobre la herramienta de benchmarking, pero sí indica que el 70% lo aplican preferentemente en el área de ventas, indicando que el 90% les gustaría innovar nuevos modelos para estar al mismo nivel que su competencia. Concluyendo que la gestión se relaciona con el benchmarking aplicando una nueva cartera de productos, la Mype de calzado no tiene bien definidos sus objetivos lo cual perjudica en parte a la organización.

Palabras claves: Gestión, Ventas, Benchmarking

ABSTRACT

The general objective of the research was to describe the management of the micro and small “*janilop*” footwear marketing company under the benchmarking approach and proposals for improvement in the implementation of a new product portfolio - Trujillo 2017, it is of a cross-level type - a descriptive level, chose a sample of 10 employees from the micro and small “*janilop*” footwear company, and a questionnaire of 10 closed questions was applied. Obtaining the following results. That 80% does have good management, but not professionally, but empirically taking into account that 50% have knowledge about the mission and vision, and 80% do consider the benchmarking tool, but they did not know the name. 50% of employees do not set goals to reach their goal. 80% of respondents have not heard about the benchmarking tool, but it does indicate that 70% apply it in the sales area, indicating that 90% would like to innovate new models to be at the same level as their competition. Concluding that management is related to benchmarking by applying in the sales area, innovating its product, the Mype of footwear does not have its objectives well defined, which in part harms the organization

Keywords: Management, Sales, Benchmarking

CONTENIDO

Título de la tesis	ii
Hoja de firma del jurado y asesor	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Resumen.....	vi
Abstract	vii
Contenido	viii
Contenido de tablas	ix
Contenido de Gráficos.....	x
I. Introducción	11
II. Revisión de literatura.....	16
III. Hipótesis.....	35
IV. Metodología	35
4.1 Diseño de la investigación	35
4.2 Población y muestra	36
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	37
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
4.5 Plan de Análisis.....	39
4.6. Matriz de consistencia.....	40
4.7. Principios éticos	42
V. Resultados	43
5.1 Resultados	43
5.2. Análisis de resultados.....	53
VI. Conclusiones	56
Aspectos complementarios.....	58
Referencias bibliográficas.....	66
Anexos.....	69

CONTENIDO DE TABLAS

Variable: Gestión de la Micro y pequeña empresa comercializadora de calzados “Janilop”

Tabla 1. Conocimiento de la Gestión Administrativa de la Mype.....	43
Tabla 2. Conocimiento de la Misión y Visión de la Mype	44
Tabla 3. Objetivos claros para una meta establecida de la Mype	45
Tabla 4. Niveles de jerarquía de la Mype	46
Tabla 5. Obtención del manual de organizaciones y funciones de la Mype	47

Variable: Benchmarking de la Micro y pequeña empresa comercializadora de calzados “Janilop”

Tabla 6. Conocimiento del benchmarking en la Mype	48
Tabla 7. Aplicación del benchmarking en una de las áreas de la Mype	49
Tabla 8. Consideración del Benchmarking dentro del plan estratégico en la Mype.	50
Tabla 9. Nivel de competencia de la Mype	51
Tabla 10. Productos mejorados de la Mype.....	52

CONTENIDO DE FIGURAS

Variable: Gestión de la Micro y pequeña empresa comercializadora de calzados “Janilop”

Figura 1. Conocimiento de la Gestión Administrativa de la Mype	43
Figura 2. Conocimiento de la Misión y Visión de la Mype.....	44
Figura 3. Consideración del Benchmarking dentro del plan estratégico en la Mype.	45
Figura 4. Niveles de jerarquía de la Mype.....	46
Figura 5. Obtención del manual de organizaciones y funciones de la Mype.....	47

Variable: Benchmarking de la Micro y pequeña empresa comercializadora de calzados
“Janilop”

Figura 6. Conocimiento del benchmarking en la Mype.....	48
Figura 7. Aplicación del benchmarking en una de las áreas de la Mype	49
Figura 8. Consideración del Benchmarking dentro del plan estratégico en la Mype.	50
Figura 9. Nivel de competencia de la Mype	51
Figuras10. Productos mejorados de la Mype.....	52

I. Introducción

Desde los años 2000 las empresas de calzado se han expandido globalmente y cada año van innovando diferentes modelos que hoy en día podemos observar las grandes empresas competidoras, aplican el benchmarking donde logran una competitividad en el mercado desarrollando un alto nivel de rendimiento.

Las empresas de calzado son uno de los sectores industriales que muestra mayores cambios a nivel mundial donde se elaboran unos 12 mil millones de pares donde exportan a diferentes países como son la China y la India donde fabrican cerca de 6500 pares al año, en lo cual tuvieron un realce bastante extraordinario en la industria del calzado (Econlink, 2013).

La gestión empresarial en general es el resultado de un proceso evolutivo a lo largo del tiempo. Teniendo como aspectos tan importantes como las innovaciones tecnológicas, la globalización de la economía o el incremento constante de la competencia que han obligado a muchas empresas a mejorar su producto de manera que estas proporcionen una mayor satisfacción al cliente.

El benchmarking en la actualidad juega un papel importante en una organización en la empresa de calzado *Janilop* vamos ver cómo se puede aplicar un benchmarking competitivo, donde vamos a identificar su calzado, sus procesos y sus resultados comerciales de nuestras competencias como son (Chany, Cazz y Castelli).

Para incluir el benchmarking en los negocios de calzado, ayudará a implantar con eficiencia y eficacia, ya que este método ha obtenido resultados positivos que han satisfecho las necesidades de sus clientes, también nosotros obtener los mismos resultados que beneficien a la empresa y que esta obtenga mejores ingresos y mejoras.

También algunas empresas aplican el benchmarking como una parte total de un proceso global de solución de problemas con el propósito de mejorar a la organización, como otras posicionan un mecanismo más activo en el sentido que tienen que actualizarse en las prácticas más modernas del negocio.

Las empresas de calzado al aplicar el benchmarking deben investigar qué es lo que deberían mejorar quizás en la fabricación, en la distribución; en la atención al cliente hay muchos factores por el cual las grandes empresas quizás tengan la ventaja en alguna de ellas que les hace una organización con mayores porcentajes de ventas.

Con la teoría de Speddolini, (2005) segunda versión nos afirma que el benchmarking puede determinar las operaciones de las grandes empresas que sobresalen en el mercado competitivo y que tienen mejores prácticas con un único propósito de mejorar a la empresa.

Para el autor de esta investigación hay una relación entre el benchmarking y los nuevos productos para que las ventas realcen los ingresos de la organización y es por ello que calzados *Janilop* va a situarse en implementar una nueva cartera de productos y qué puntos puede mejorar para que la Mype tenga más ingresos y esté más posicionada en el mercado competitivo.

Para aplicar un buen trabajo de benchmarking se debe realizar una evaluación comparativa con las mejores competencias de calzado y verificar cuales son las mejores prácticas que la competencia realiza y cómo debemos aplicarla, quizás teniendo un mejor estudio y aprender lo que está haciendo la competencia directa, teniendo éxitos o también adaptando las prácticas en función a lo aprendido y a la realidad del negocio generando mejoras continuas en forma de ventajas y un valor añadido sobre la competencia al producto o servicios.

Para esto pienso que debe haber una muy buena relación entre gestión y benchmarking, trabajar en conjunto porque si no tiene una de estas variables todo sería un caos y definitivamente la empresa no crecería. La mayoría de Mypes desconocen o no lo toman en cuenta y esto le conlleva a un declive muy rápido, con ayuda de estas dos herramientas los gerentes o administradores van a saber qué hacer, que métodos utilizar y en qué áreas se van a aplicar.

En la ciudad de Trujillo existen muchos micros y pequeñas empresas que se dedican a la fabricación y venta de calzado, convirtiéndose en una de las fuentes de trabajo más rentable en el mercado laboral. Estas empresas cada día se exigen por innovar nuevos productos con diferentes modelos para un público exigente.

Muchas de las empresas se encuentran en declive por falta de innovación, publicidad o miedo al fracaso por no aplicar las herramientas estratégicas del benchmarking.

La empresa de calzado *Janilop* viene calzando a las familias trujillanas por más de 15 años con diversos modelos para cada ocasión, siempre llevando una cultura tradicional en zapatos de vestir elegante para dama, caballeros. Uno de los problemas que tiene la empresa *Janilop* es que no innovan su producto constantemente y siempre producen los mismos modelos y esto les conlleva a un estancamiento en el área de almacén, ocasionando pérdidas (ingresos) para la empresa.

Otro de los problemas es que no cuenta con un sistema especializado para el inventario de cada uno de sus productos y no que manualmente se realiza toda la operación de una venta que consiste en buscar y verificar si queda en stock la talla y el modelo que el cliente desea, generando pérdida de tiempo tanto al vendedor como al cliente.

Por lo tanto, se planea investigar la gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado *Janilop* bajo el enfoque de benchmarking y propuesta de mejora. Donde nos va a ayudar a encontrar alternativas de solución para la empresa y que esta genere más ingresos satisfaciendo las necesidades de nuestra distinguida clientela. Teniendo en cuenta todo lo mencionado se planteó el siguiente enunciado en la investigación.

¿Cuáles son las principales características de la gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado *Janilop* bajo el enfoque de benchmarking, Trujillo 2017?

Para tener una respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo general:

Describir la gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado *Janilop* bajo el enfoque de benchmarking Trujillo 2017.

Y para llegar a concretar nuestro objetivo general, líneas arriba se propuso los siguientes objetivos específicos.

Determinar las principales características de la gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado *Janilop* Trujillo 2017.

Determinar las principales características del benchmarking de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado *Janilop* Trujillo 2017.

Proponer un plan de mejora enfocado en el benchmarking,. El problema que tiene la empresa *Janilop*, es que debe garantizar un buen funcionamiento rotativo de su producto, generando ingresos de tal manera que pueda incluirse dentro del mercado competitivo aplicando el benchmarking. Identificando la gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado *Janilop* bajo el enfoque de benchmarking y propuesta de mejora, Trujillo 2017.

Para la empresa de calzado *Janilop* también tiene que hacer un estudio de mercado con la finalidad de ver si le es factible o no el poner sucursales a nivel nacional, generándolo más ingresos para la organización y es por ende que este proyecto debe realizarse debido a que busca mejorar su competitividad en la industria del calzado con modelos innovadores y la minimización de tiempo en la búsqueda del producto para afrontar la competencia a la que se enfrenta un mundo globalizado con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, según los criterios de los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010,p. 40 y 41).

Justificación teórica:

Desde el punto teórico, se puede ver que, en la actualidad son varios estudios que se han realizado el benchmarking en la gestión de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de calzado teniendo así una teoría donde otras organizaciones puedan acoplarse y de tal manera puedan más adelante debatirse u obtener información con nuestras variables

Justificación práctica:

Se puede observar que las micro y pequeñas empresas de calzado propone dar propuestas de mejora muchas de estas organizaciones de calzado hoy en día minimizan las gestiones administrativas y nuestra investigación pretende describir

qué alternativas pueden ayudar a las Mypes para que tengan más conocimientos administrativos.

Justificación social:

Se busca reafirmar que la organización tenga más posicionamiento en el mercado aplicando al benchmarking que es una herramienta muy indispensable para el crecimiento de esta, al igual que a su personal que laboran en las diferentes organizaciones de calzado dando más oportunidades.

Justificación metodológica:

La elaboración y aplicación de la presente investigación pretende utilizar el instrumento que ayudará con las variables de estudio: Gestión de la Mype y Benchmarking dentro de las empresas comercializadoras de calzado o empresas similares. También se usarán como instrumentos de investigación (encuesta y entrevista) con el fin de tener eficientemente la información correcta.

Esta investigación se aplicará con la finalidad de mejorar los productos de calzado que forman parte de las ventas, buena atención al cliente, y como parte de la herramienta de benchmarking mejorar el posicionamiento en el mercado, con ayuda de más publicidad. Con estas herramientas la Mype de calzado *Janilop* tendrá mayor rentabilidad tanto económica como productiva donde va a satisfacer las necesidades de los clientes exigentes.

II. Revisión de la Literatura

2.1 Antecedentes.

2.1.1 Internacionales

Flores (2015) en su tesis *Proceso administrativo y gestión empresarial en Coproabas Jinotega*, tesis presentada para optar el título de Maestría en Gerencia Empresarial. El objetivo de esta investigación es analizar el proceso administrativo y su incidencia de la gestión empresarial. Teniendo como resultado que el 100% desconoce que la empresa cuente con un organigrama y que los niveles de jerarquía estén bien definidos y en cuanto al proceso administrativo el 80% piensa que sí llevan una buena gestión en la empresa.

Comentario

Las organizaciones cada vez son más exigentes y en su mayoría a estas les falta tener más conocimiento, solo lo aplican empíricamente y no están bien definidos sus procesos administrativos ya que es de vital importancia que las micro y pequeñas empresas tengan conocimiento sobre los organigramas ya que en él describen el nivel de cada miembro que posee cada órgano en su área y la gestión empresarial para llegar al logro de sus metas y objetivos sin estas, la empresa tendría muchas falencias y por ende corren el riesgo de desaparecer en el mercado competitivo.

Aravena, Farra y Torres (2012) en su tesis *Creación de una herramienta de diagnóstico para la micro y pequeña empresa*. Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios, Escuela de Economía y Administración Santiago, Chile.

Metodología: El nivel de investigación se define como investigación aplicada descriptiva, a través de la creación de una herramienta ayudará a solucionar la gestión en las Mypes obteniendo como conclusión: La herramienta de diagnóstico intenta aportar el desarrollo de micro y pequeñas empresas y su colaboradora, mediante la estandarización de criterios esenciales de gestión, que les permita medir su desempeño y mejorar su situación actual, en pos de ser más competitivo,

eficientes y tener mayores proyecciones económicas y de permanencia en el mercado.

Considera 3 sub modelos: El primero extendido y con puntaje único e igual para cada uno de los criterios; el segundo enfocado específicamente a empresas unipersonales y con criterios con igual puntaje entre sí; y un tercer modelo que permitirá la personalización en base a los requerimientos de la institución que hará uso de este, o de las características del rubro al que pertenece la empresa a analizar, preliminarmente, la herramienta había sido concebida para que entregara resultados no comparativos entre empresas.

Ruiz (2014) el presente trabajo de investigación Benchmarking del producto para la asociación de artesanos productores de calzado y afines Aprocalza del cantón Cevallos, utilizó la metodología de aplicar el paradigma cualitativa-cuantitativa, el tipo de investigación es de carácter investigativo bibliográfico de tal forma que está dirigida a determinar la situación de las variables y aplicación, al ofrecer propuestas factibles, donde obtuvo como resultado que la mayoría opina que para realizar un benchmarking se debe aplicar innovando y mejorando los productos con el propósito de alcanzar las metas y objetivos.

Comentario

Para la mayoría de dueños o empresarios desconocen la herramienta de benchmarking, lo cual es muy importante porque se va a saber en qué área se debe aplicar para que funcione correctamente con el propósito de mejorar las ventas en este caso fue para el área de ventas lo que arrojó que sus productos para que tengan una buena rotación se debe de innovar modelos más exclusivos que la competencia no los tenga o ponerle un valor agregado para que el cliente se vaya satisfecho y la micro y pequeña empresa se pueda mantener en el mercado competitivo.

2.1.2 Nacionales

Baque (2014) en su tesis titulada: *Modelo de gestión organizacional orientado a la mejora del rendimiento del talento humano en las empresas hoteleras de la zona sur de la provincia de Manabí*, tiene como objetivo: Analizar la incidencia del modelo de gestión organizacional en el rendimiento del talento humano en las empresas hoteleras de la Zona sur de Manabí; para ello, la metodología empleada fue de tipo cuasi-experimental, lo que permitió la aplicación de instrumentos de encuesta y entrevista.

Con lo cual se pudo obtener valiosas conclusiones, entre las cuales se destaca que un nuevo modelo de gestión organizacional posibilitará un incremento en el rendimiento del talento humano; que en la empresa hotelera no se encuentra definida claramente la asignación de objetivos, teniendo como resultado de la aplicación de su encuesta que El 10,61% de empleados manifiestan que siempre se utilizan mecanismos para poder clasificar los puestos de acuerdo a los objetivos, el 15,91% de empleados consideran que a veces y el 73,48% de empleados dicen que nunca se ha aplicado algún tipo objetivo o meta .

Comentario:

En una empresa se debe tener bien en claro los objetivos y metas con la finalidad de desarrollar todas las actividades de acuerdo a la planificación, esto nos servirá para tener un buen desempeño laboral de los colaboradores, así logrando un buen rendimiento económico y crecimiento de la organización. Por lo tanto, toda empresa debe contar con un organigrama bien estructurado y específico con cada función de los colaboradores.

Vigo (2014) en su tesis titulada *Implementación del Benchmarking en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector transporte Chiclayo, año 2014*, para optar el título de Licenciado en Administración, su objetivo principal fue identificar los procesos de implementación del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector transporte en la ciudad de Chiclayo, año 2014. Obtuvo como resultado de su investigación que las empresas competidoras el 67% de trabajadores y trabajadoras manifiestan que los competidores tienen unidades

modernas (innovar), destacando la opinión de los hombres con el 71% y las mujeres con el 54%, esta respuesta es categórica. Sin embargo, en menores porcentajes el indicador de mejor trato al trabajador con el 23% y atención al cliente con el 10%, respuesta de trabajadores y trabajadoras del total de la muestra. La empresa en estudio está limitada ante las exigencias del mercado, las unidades existentes con que cuentan han cumplido su vida útil técnicamente y en esta actividad empresarial se requiere de cambios constantes e innovadores.

Comentario

Con la herramienta del benchmarking, la empresa busca identificar en que área será aplicada y verificar qué le falta para ser más eficiente y pueda generar más ingresos para la empresa. El benchmarking no radica solo en el acto comparativo en sí mismo, sino también en la capacidad para medir el potencial impacto de la aplicación de esas nuevas medidas que se han tomado gracias a un ejercicio previo de investigación detallada.

2.1.3 Locales

Sánchez (2013) en su tesis titulada *Las herramientas de gestión y su relación con la competitividad empresarial en las Mypes del sector calzado del Distrito el Porvenir, año 2013*, tesis para optar el título de Licenciado en Administración; Universidad César Vallejo; el trabajo concluye en lo siguiente:

La herramienta de diagnóstico de innovar intenta aportar al desarrollo de micro y pequeñas empresas y sus colaboradores, mediante la estandarización de criterios esenciales que les permita medir su desempeño y mejorar su situación actual en busca de ser más competitivos, eficientes y tener mayores proyecciones económicas y de presencia en el mercado.

Panizo (2017) en su tesis *Benchmarking competitivo: análisis comparativo de empresas líderes de servicios de seguridad en el área de recursos humanos con corporación watchman, Trujillo 2017*, teniendo como objetivo establecer el modo más adecuado de cómo debería aplicarse la herramienta del benchmarking competitivo en el diseño de una propuesta de mejora en el área de RR.HH. de una microempresa de servicios de seguridad del distrito de Trujillo, donde obtuvo que la

mayoría de las áreas sí aplican la herramienta del benchmarking para que la empresa siga mejorando cada día más y ponerse al mismo nivel que las empresas líderes a nivel nacional.

Comentario

El benchmarking es una herramienta donde se tiene que tener conocimiento en qué puntos o áreas debes aplicarla saber al detalle. Las empresas competidoras aplican esta herramienta del benchmarking para mejorar su producto trabajando más eficientemente y a la vez generando más ingresos y esto les beneficia tanto a la empresa como al colaborador.

2.2 Bases teóricas de la investigación.

2.2.1 Gestión

La presente definición le pertenece al autor de esta investigación que gestión se define como la responsabilidad de llevar a la empresa a un crecimiento hacia los objetivos en tiempos muy específicos como reglas, procedimientos, la planificación, las actividades que se van a realizar sean necesaria para la organización, teniendo los recursos disponibles, dirigiendo al personal de producción y de ventas para un mejor producto y que suplan las necesidades de los clientes, y controlando que todo lo planificado vaya realizándose con éxito, a continuación tenemos autores que nos definen acerca de la variable (Gestión).

2.2.1.1 Conceptos.

Domínguez (2014) la gestión empresarial también conocida como administración de empresas estudia lo interno y el externo de una organización, gestionando sus recursos, procesos y también los resultados de las actividades que se realizan. Se puede decir que es una actividad empresarial que busca a través de personas que pueden ser directores institucionales, gerentes, productores, expertos o consultores el poder mejorar la productividad y por ende la competitividad de las organizaciones.

Koontz y Donnell (2012) la gestión administrativa está relacionada al cumplimiento de las acciones y al proceso administrativo de la empresa; tal como lo establece la gestión empresarial moderna. La gestión eficaz, es el proceso emprendido por una o

más personas para coordinar las actividades laborales de otras personas con la finalidad de lograr resultados que una persona no podría alcanzar por si sola.

En este marco entra en juego la competitividad, que se define como la medida en que una empresa, es capaz de producir bienes y servicios que superen las expectativas de los clientes exigentes.

Las gestiones en una empresa permiten tener un gran rendimiento y haciendo que los trabajadores laboren en equipo y que desarrollen sus destrezas y habilidades y que sean buenos representantes de la empresa.

Díaz (2014) los entornos empresariales se hacen cada vez más complejos y exigentes, obligando a que las empresas sean día a día mucho más productivas y competitivas. Es decir, para las empresas hoy en día tienen que ir acorde a las exigencias y comodidad de los clientes siendo más competente el mercado laboral, siendo que las Mypes tengan mayor rotación de mercadería y estas tengan mayores ventas generando mayores ingresos para la empresa.

2.2.1.2. Origen y Evolución de la Gestión Administrativa

La administración como disciplina es relativamente nueva, la historia del pensamiento administrativo es muy antigua ya que esta nace con el hombre pues en todos los tiempos ha habido la necesidad de coordinar actividades.

En el siglo XIX aparecen las publicaciones donde hablan de la administración de manera científica, en el siglo XX la administración fue evolucionando en la medida en que las empresas estaban siendo más complejas, mientras que en el siglo XXI la existencia de las empresas y múltiples estilos de gestión y avances administrativos toman una mayor importancia para el logro de las metas y el logro de la competitividad.

Edad Antigua

Se encuentran muchos de los fundamentos administrativos de la antigüedad y que pueden observarse en el código de Hammurabi, en el Nuevo Testamento, así como en la forma de conducir los asuntos en la Antigua Grecia, Egipto, Roma y China, en

donde se encuentran vestigios del proceso administrativo. En Egipto existía un sistema administrativo amplio con una economía planificada y un gobierno central de gran poder, basado en la fuerza y la compulsión, aquí se creó el primer sistema de servicio civil. La administración del Imperio Romano se caracterizó por la descentralización.

Edad Media

En la edad media la administración tuvo un desarrollo en donde su forma de organizar era mejor, se delegaba autoridades con responsabilidades a personas eficientes que tengan la capacidad de liderar a la empresa. La iglesia católica fue la que se interesó por el estudio de la administración por su forma de organizar y de su funcionamiento en esa época la gestión administrativa tuvo un gran impulso cuando surgió en Italia los fundamentos de la contabilidad por Lucas Pacioli y se empezó hacer uso del libro diario y libro mayor.

Edad Moderna

En la Edad Moderna surgió el comercio y el interés por selección del personal, especialización de funciones, establecer control, se interesó por mejorar el sistema administrativo anterior. Un personaje de esta época fue Adam Smith donde publicó *Las riquezas de las naciones* en donde su doctrina *Laissez faire* fue de base importante para la administración

Época contemporánea

En esta época la ciencia administrativa adquiere ya una mejor transformación. Los principales personajes desde los inicios de la administración son Fayol y Taylor cómo va el tiempo evolucionando la mente de las personas van teniendo más aportaciones que ayudan al crecimiento y buen funcionamiento de la organización.

2.2.1.3. Proceso Administrativo

Para Velastegui (2012), es una metodología que permite al gerente o encargada de dicha organización pueda manejar eficaz y eficientemente, también consiste en estudiar la administración como un proceso integrado por varias etapas y cada etapa responde a seis preguntas fundamentales que son ¿Qué?, ¿para qué?, ¿cómo?, ¿con quién?, ¿cuándo? y ¿dónde? Interrogantes que siempre se van a plantear durante la gestión administrativa.

Planificación

En la planeación se determina los escenarios futuros y del rumbo a donde se dirige la empresa, y de los resultados que se pretenden obtener con el fin de minimizar riesgos y tener bien definido las estrategias que se pretenden realizar para lograr la misión de la empresa con una mayor probabilidad de éxito. Implica que los administradores piensen, a través de sus objetivos y acciones, y con anticipación, que sus acciones se basen en algún método, plan o lógica, más que una suposición. Los planes dan a la organización sus objetivos y fijan el mejor procedimiento para obtenerlos. El primer paso en la planeación es la selección de las metas de la organización.

Teniendo como importancia encaminar y aprovechar los esfuerzos y recursos, permite hacer frente a las contingencias, es un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las corazonadas.

Elementos

- Propósito o misiones: Se identifica la función o tarea básica de una empresa o institución o de una parte de esta.
- Objetivos o metas: Son los fines que se persiguen por medio de una actividad
- Estrategias: Es la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa teniendo los recursos necesarios para su cumplimiento.
- Políticas: Son enunciados o criterios generales que orientan o encausan el pensamiento en la toma de decisiones.

- Procedimientos: Son planes por medio de los cuales se establece un método para el manejo de actividades futuras.
- Reglas: Son normas que se establecen dentro de una organización.
- Programas: Son un conjunto de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos por emplear y otros elementos necesarios para llevar a cabo un curso de acción dado.
- Presupuestos: Es la formulación de resultados esperados expresada en términos numéricos

Organización

Consiste en el diseño y determinación de las estructuras y procesos, funciones y responsabilidades, así como el establecimiento de métodos, y la aplicación de técnicas tendientes a la simplificación del trabajo.

Teniendo como importancia suministrar los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente, también reduce costos e incrementa la productividad y elimina la duplicidad de funciones.

Funciones

La identificación y la clasificación de las actividades requeridas.

- La agrupación de las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos. La asignación de cada grupo de actividades a un administrador dotado de la autoridad (delegación) necesaria para supervisarlos
- La estipulación de coordinación horizontal (en un mismo o similar nivel organizacional) y vertical (entre las oficinas generales, una división y un departamento) en la estructura organizacional.
- Jerarquías: Fijar la autoridad y la responsabilidad correspondiente a cada nivel existe dentro de una organización.
- Puestos: Las obligaciones y requisitos que tienen en concreto cada unidad de trabajo susceptible de ser desempeñada por una persona.

Integración

Consiste en los procedimientos para dotar al organismo social de todos aquellos elementos, tanto humanos como materiales, que la mecánica administrativa señala como necesarios para su más eficaz funcionamiento, escogiéndolos, introduciéndolos, articulándolos, y buscando su mejor desarrollo. Aunque la integración comprende cosas y personas lógicamente es más importante lo de las personas y, sobre todo, la de los elementos administrativos o de mando.

- Selección: Es el proceso para elegir entre varios candidatos, dentro o fuera de la organización a la persona más indicada para ocupar un puesto.
- Introducción: Es la mejor manera para lograr que los nuevos elementos se articulen lo más óptima y rápidamente que sea posible al organismo social.
- Desarrollo: Es un método sistemático integrado y planeado que se realiza a través de la capacitación, el adiestramiento y la formación del personal para elevar la eficacia de grupos de personas y de la organización o de una unidad organizacional importante.

Dirección

En esta etapa se ejecuta todas las partes del proceso administrativo, mediante la conducción y orientación del factor humano, y el ejercicio de liderazgo hacia el logro de la misión, visión y objetivos de la organización. Teniendo como importancia la ejecución de actividades, toma de decisión, comportamiento, actitudes y conductas adecuadas, influir guiar o dirigir a grupos de trabajo. Su elemento principal, que es la dirección o liderazgo arte o proceso de influir en las personas.

- Comunicación: Es la transferencia de información de un emisor a un receptor, el cual debe estar en condiciones de comprenderla.
- Delegación: Es la forma técnica para comunicar a los subordinados la facultad de decidir sin perder el control de lo que se ejecuta.
- Supervisión: Es revisar si las cosas se están haciendo tal y cómo se habían planeado y ordenado.

Control

Es el establecimiento de los estándares para evaluar los resultados obtenidos con el objetivo de comparar y corregir desviaciones, previniéndolas con el fin de mejorar continuamente teniendo como importancia comprobar la efectividad de la gestión protegiendo los activos de la empresa y establece las medidas para prevenir errores y reducir costos y tiempo.

- Establecimiento de normas, es sencillamente criterio de desempeño, son los puntos seleccionados de un programa de planeación para que los administradores puedan saber si la empresa va por un buen camino.
- Medición del desempeño, debe realizarse idealmente con fundamento en la previsión a fin de que las desviaciones puedan detectarse antes de que ocurran y evitarse mediante las acciones apropiadas, la empresa corre el riesgo de salir fuera del mercado competitivo.
- Corrección de las variaciones respecto de normas y planes, es el punto de control puede concebirse como parte del sistema total de administración y ponerse en relación con las demás funciones administrativas.

2.2.1.4. Tipos de Gestión

Pacheco (2013) tiene diversas definiciones de los tipos de gestión que son:

Gestión del conocimiento

Es el proceso por el cual una organización, facilita la trasmisión de informaciones y habilidades a sus empleados, de una manera sistemática y eficiente. Es importante aclarar que las informaciones y habilidades no tienen por qué estar exclusivamente dentro de la empresa, sino que pueden estar o generarse generalmente fuera de ella.

Gestión ambiental

Constituye una propuesta que conjuga la visión de justicia social en la educación para el desarrollo humano integral, la soberanía nacional y la construcción de una sociedad democrática y participativa, que garantice la transformación social mediante la sistematización, difusión y aprovechamiento creativo de los saberes y quehaceres inherentes a las diversidades culturales y naturales de un país.

Gestión gerencial

Es un proceso que consiste en guiar a las divisiones de una empresa hacia los objetivos fijados para cada una de ellas, mediante planes y programas concretos para asegurar el correcto desarrollo de las operaciones y de las actividades (planeamiento táctico), posibilitando que sus miembros contribuyan al logro de tales objetivos y controlando que las acciones se correspondan con los planes diseñados para alcanzarlos. Las gerencias adoptan decisiones sobre distribución y asignación de recursos, control de las operaciones y diseño de acciones correctivas.

Gestión pública

Es un término de límites imprecisos que comprende el conjunto de organizaciones públicas que realizan la función administrativa y de gestión del Estado y de otros entes públicos con personalidad jurídica, ya sean de ámbito regional o local.

Las organizaciones públicas se enfrentan al desafío de responder a las exigencias del consumidor. Estas exigencias se generan por las demandas de una ciudadanía más informada, más atenta, espera recibir buenos productos y que, por otra parte, cuestiona el funcionamiento de la prestación de los servicios.

Gestión privada

Es la creación y administración de portafolios de inversión personalizados, diseñados de acuerdo a sus objetivos financieros, tolerancia al riesgo y horizonte temporal de inversión.

Esto implica el servicio administrativo que se va hacer cumpliendo con los objetivos y su eficiencia de gestión, teniendo un servicio personalizado, profesional y fuera de cualquier interés que no sean direccionados de los objetivos trazados.

2.2.1.5. Ventajas y desventajas de llevar una gestión

Ventajas

Tiene como finalidad orientar al grupo a un mismo logro de una meta o un objetivo que tiene la empresa. en cuanto a su proceso permite el uso de mecanismo de ahorro de trabajo y también reúne la misma supervisión habilidades técnicas comunes y así estimular estándares que conlleven a una mejor calidad y que están no produzcan mermas en las organizaciones más bien tengan un curso rotativo que genere ingresos.

Desventajas

Tiende a desarrollar aproximaciones segmentadas a las metas generales y así requiere de mayor atención y la coordinación desde lo alto de la estructura

Para el libro *Gestión Comercial de la Mype*(2012) agrega que los mercados en los que operan las empresas, en la actualidad, son mercados maduros con clientes informados y exigentes , por ello las organizaciones tienen que orientarse al mercado ; ya no es posible ofrecer productos que no guarden relación con lo que el mercado necesita si no que resulta imprescindible actuar en función de lo que los consumidores esperan de la empresa, de forma que los productos satisfagan totalmente las necesidades de los consumidores.

Análisis de la competencia y del sector

En análisis de la competencia supone que primero tienen que identificar a los competidores actuales y potenciales y también verificar los objetivos que tienen los competidores, cuáles son los puntos de fortaleza y debilidades de los competidores, la fortaleza tiene que ver las capacidades y los recursos, que posiciones alcanzadas

han tenido y cuáles son las ventajas competitivas que pueden servir para las oportunidades o superar las amenazas.

2.2.1.6. Importancia de la Gestión Administrativa

La gestión administrativa en una empresa es clave y sirve como base para la ejecución y potencialización de tareas para cumplir con los objetivos planteados y contribuir con la supervivencia y crecimiento de la misma. Esto se hace posible a través de la aplicación de varios procesos como planificación, organización, dirección y control también busca reunir recursos para que la organización pueda alcanzar sus metas y objetivos, los encargados de la empresa deben tener la información o el conocimiento adecuado en los materiales humanos y económicos para que la empresa sea exitosa.

2.2.2 Benchmarking

Es una técnica que realizan las grandes empresas con el fin de mejorar aspectos o detalles de las empresas competidoras que son directas y ponerlo en práctica, adaptándolos a darle una mejora o quizás una diferencia donde el cliente note el cambio que se realizó en dicho producto y que posiblemente es mejorar que de la competencia vamos a ver las teorías de diferentes investigaciones que piensan acerca del benchmarking.

2.2.2.1. Definición

Espinoza (2017) El benchmarking es un proceso continuo, tomándose como referencia productos, servicios y procesos de trabajo de las grandes empresas que lideran en el mercado competitivo con el fin de compararlos con los de tu empresa y ver en que puedes mejorar, claro que no se trata de copiar lo que está haciendo tu competencia, si no de aprender que están haciendo los líderes para implementarlo en tu empresa añadiéndole mejoras.

2.2.2.2. Historia del benchmarking

El benchmarking se desarrolla a partir del año 1982 por parte de Xerox Corporation para comparar su desempeño frente a la competencia. Uno de los objetivos de esta herramienta es no solo conocer el producto terminado como sus procesos. También busca identificar cómo aprender de las mejores prácticas para implementar un mejoramiento progresivo y así tener un cliente satisfecho que repercutirá en crecimiento para la empresa.

Existen varios tipos de benchmarking en función del objetivo que se busca:

- Benchmarking interno, que se enfoca en las mejores prácticas dentro de la organización
- Benchmarking competitivo, que pretende posicionar las prácticas en el mercado
- Benchmarking funcional, que tiene que ver con aprender e intercambiar ideas con quienes presentan las mejores prácticas en áreas funcionales.

Rojo (2014) en su blog SBQ. Consultores da su opinión sobre los diferentes tipos de benchmarking como son el benchmarking competitivo, el benchmarking funcional y el benchmarking interno teniendo la misma importancia para la innovación y mejora de la empresa.

2.2.2.3. Tipos de benchmarking

Benchmarking competitivo

Este tipo de benchmarking es el más conocido pero el más difícil, debido que hay casos que los datos necesarios para realizar el estudio su objetivo es identificar a los productos, servicios, procesos o resultados de la competencia y compararlos con la empresa en este caso de calzado.

Significa medir sus funciones, procesos actividad, productos o servicio comparándolos con los competidores y mejorar los propios de forma que sean, en el

caso ideal, los mejores de su clase, pero, por lo menos mejores que los de sus competidores, quizás deben de hacerse estas preguntas:

- ¿Qué están haciendo la competencia?
- ¿Cómo lo están haciendo?
- ¿Qué tal lo están haciendo?

Esto incrementará en el conocimiento de los competidores.

Benchmarking interno

Este aporta grandes ventajas para la empresa y obtener mayor información interna, es decir, se centra en los departamentos o áreas que tiene la organización e identificar las falencias que posee tal vez en departamento de ventas o de producción y puede que la empresa es más rápida en la atención o en calidad y esto la diferencia de las demás empresas competidoras y también hay preguntas que la empresa debe hacerse.

- Lo que está usted haciendo
- Cómo lo está haciendo

Esto aumentará en el conocimiento más profundo de su organización.

Benchmarking funcional o genérico

Tiene como objetivo identificar las mejores prácticas de cualquier tipo de empresa que haya generado posicionamiento en el mercado en el área en la que va a realizarse la técnica del benchmarking.

Es muy productivo ya que fomenta el interés por la investigación y por los datos compartidos y no existe un problema de confidencialidad al no tratarse de la competencia directa por ser empresas ubicadas en sector muy diferente.

Para calzados *Janilop* utilizaremos el benchmarking competitivo donde vamos a ver su calidad de su calzado y encontrar el por qué no hay una mayoría de ventas al igual o mejor que sus competidores.

2.2.2.4. Fases del benchmarking

Espinoza (2017) en su blog *welcome to the new marketing* menciona que para diseñar y hacer correctamente un proceso de benchmarking en tu empresa, recomiendo seguir los siguientes pasos: planificación, recopilación de datos, análisis, acción y seguimiento refiere las siguientes:

1. De planificación, en la cual se identifica el objeto a ser estudiado, las empresas a comparar y los métodos de recolección de datos.
2. De análisis, donde se mide el desempeño que tienen las organizaciones a comparar y su desempeño futuro.
3. De integración, se comunican los resultados de las comparaciones realizadas las empresas sometidas a estudio, y se establecen los objetivos a perseguir con la implementación del benchmarking.
4. De acción, se desarrollan procedimientos de mejora continua, e implementación de planes para monitorear los resultados, y se desarrollan planes de acción.
5. De madurez, en ella se escoge de todas las organizaciones comparadas, la organización que va a ser sometida a estudio.

2.2.2.5. Qué es y no es Benchmarking.

Benchmarking

- Es un proceso de descubrimiento y una experiencia de aprendizaje.
- Benchmarking es una nueva forma de hacer negocios. Obliga a utilizar un punto de vista externo que asegure la corrección de la fijación de los objetivos.
- Es un nuevo enfoque administrativo, obliga a la prueba constante de las acciones internas contra estándares externos de las prácticas de la industria
- Es una estrategia que fomenta el trabajo de equipo al enfocar la atención sobre las prácticas de negocio para permanecer competitivos, más bien que el interés personal, individual elimina la subjetividad de la toma de decisiones.

Benchmarking

- No es una panacea o un programa. Tiene que ser un proceso continuo de la administración que requiere una actualización constante, la recopilación y selección constante de las mejores prácticas.
- No es un proceso de recetas de libros de cocina que solo requieran buscar los ingredientes y usarlos para tener éxito.
- No es una moda pasajera, sino que es una estrategia de negocios ganadora a tener un desempeño excelente.

2.2.2.6. Áreas de aplicación del benchmarking

El benchmarking es aplicable en varias áreas como:

- Servicios
- Productos
- Funciones
- Operaciones
- Prácticas comerciales
- Desempeño
- Estrategias, entre otros.

2.2.2.7. Aplicaciones del benchmarking

El benchmarking tiene como principio aprender de los mejores e indagar los conocimientos de otras empresa o productos, para sacar el mejor provecho he implementar lo aprendido en su propio beneficio. La herramienta del benchmarking permite contar con una ventaja competitiva a la competencia a través de mejorar su eficiencia y calidad.

Por lo que la implementación del benchmarking se utiliza para mejorar las organizaciones con la práctica de unas razones básicas:

Es una herramienta para introducir mejoras: Descarta el proceso del aprendizaje por medio del tanteo, utilizando la comprobación y la efectividad de las ideas para mejorarlos desde 0 hasta hacerlos procesos eficientes.

Ayuda a introducir mejoras más rápidamente: Forzar a los directivos a tomar decisiones que les permita seguir en la competencia con las demás industrias, mejorando con rapidez los procesos dentro de la empresa.

Ventaja competitiva a capacidad de superación: El benchmarking trabaja en base al mejoramiento continuo de las organizaciones, generando la oportunidad de desarrollar una ventaja en los procesos y ajustarlos a las necesidades de las organizaciones, haciéndolas más competitivas.

III. Hipótesis

Esta investigación no presenta hipótesis por ser descriptivo según lo sostiene Hernández Fernández y Baptista (2010) *Metodología de la investigación*. El propósito de esta investigación consiste en describir los fenómenos, situaciones contextos y eventos, es detallar cómo son los estudios descriptivos, buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que no es sometido a otro análisis, es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente a un conjunto sobre los conceptos a las variables a las que se refiere.

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental- transversal

- No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal y cómo se encuentra dentro de su contexto.
- Transversal, porque la investigación está centrada en analizar cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado, o bien cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto del tiempo.

4.1.1 Tipo y nivel de la investigación

- El tipo de investigación fue **descriptivo** debido a que solo se ha limitado a describir, asimismo también es **transversal**, por todas las variables son medidas en una sola ocasión.
- El nivel de investigación fue **cuantitativo** porque en la recolección de datos y la presentación de resultados se han utilizado procedimientos estadísticos he instrumentos de medición.

4.2. Población y Muestra.

4.2.1. Población.

La población de estudio está conformada por diez colaboradores de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado *Janilop* en la ciudad de Trujillo.

4.2.2. Muestra

La muestra que se utilizó fue a criterio de la investigadora, por ello se tomó a los diez colaboradores de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado *Janilop* y no requiere aplicar la fórmula estadística porque se trata de una población finita.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Gestión de la MYPE	Benavides (2012) La gestión es la más importante a la hora de dirigir un negocio ya que de ella dependerá el éxito o fracaso de la empresa. Viene a hacer el conjunto de actividades orientadas a la producción que busca el escenario perfecto para genera bienes o servicios dentro de la empresa.	La gestión es un proceso que todas las Mypes deben tener conocimiento es una herramienta fundamental ya que sin estas no pueden crecer en el mercado competitivo.	Planeación Organización Dirección Control	Misión, visión y objetivos Organigrama MOF ROF Ejecución de planes Desempeño	Nominal Nominal Nominal Nominal

Benchmarking de la Mype	Espinoza (2014) es un proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes con el fin de compararlos con los de tu propia empresa para realizar mejoras e implementarlas.	El benchmarking es una herramienta de donde se puede mejorar igual o más que la competencia generando mayores ingresos y para ello hay algo que le hace diferentes.	Interno	Áreas de la Mype	Nominal
			Competitivo	Producto Servicios Procesos	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

4.4.1 Técnica

En esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta.

4.4.2. Instrumentos

Para el recojo de la información se utilizó un cuestionario de diez preguntas.

4.5 Plan de análisis.

En esta investigación se realizó un análisis descriptivo y comparativo donde la organización de los datos se utilizó aplicando el programa de Excel el cual se construyeron las tablas y figuras estadísticas con la finalidad de obtener un mejor resultado, cumpliendo con los objetivos planteados en la investigación.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	VARIABLES	Universo y muestra	Métodos	Técnica e Instrumento
¿Gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado de <i>Janilop</i> bajo el enfoque de benchmarking-Trujillo 2017?	<p>Objetivo General: Describir la gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado <i>Janilop</i> bajo el enfoque de benchmarking- Trujillo 2017 y propuesta de mejora.</p> <p>Objetivo Específico: Determinar las principales características de la gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado.</p> <p>Determinar las principales características del Benchmarking de la micro y pequeña empresa de calzados <i>Janilop</i>.</p>	Gestión y Benchmarking	<p>Universo: La población de estudio está conformada por diez colaboradores de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado <i>Janilop</i></p> <p>Muestra: La muestra que se utilizó fue a criterio de la investigación, es decir, se tomó los diez colaboradores de la micro y pequeña</p>	<p>Diseño de la Investigación: Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal y como se encuentra dentro de su contexto. • Transversal, porque la investigación está centrada en analizar cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado, o bien en cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto del tiempo. 	<p>Instrumento cuestionario</p> <p>Técnica Encuesta</p>

Proponer un plan de mejora enfocado en el benchmarking.

empresa comercializadora de calzado *Janilop* y no solo se ha limitado a describir, asimismo requiere aplicar la fórmula estadística porque se trata de una población finita.

Tipo y nivel de la investigación: El tipo de investigación fue descriptivo, debido a que también es transversal, por lo que a todas las variables son medidas en una sola ocasión. El nivel de investigación fue cuantitativo, porque en la recolección de datos y la presentación de los resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

4.7 Principios éticos.

El presente informe fue realizado, aplicando principios éticos, puesto que la información que se presenta es verídica, no tiene fines lucrativos, ya que es de uso exclusivo para fines académicos, esta investigación respeta todas las normas establecidas por la Universidad Los Ángeles de Chimbote, citando y referenciando las fuentes consultadas los datos presentados en los resultados son reales no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

Es importante encontrar criterios de carácter general a los que podamos apelar no sólo en las situaciones de conflicto, sino que ofrezcan una orientación al proyecto global de nuestras vidas. Los principios pueden parecer casi evidentes; pero son de extraordinaria importancia por sus consecuencias prácticas y por sus conclusiones.

V. Resultados

5.1 Gestión

Tabla 1. *Conocimiento de la Gestión Administrativa de la Mype.*

Alternativa	N° Encuestados	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: datos obtenidos de la encuesta aplicada

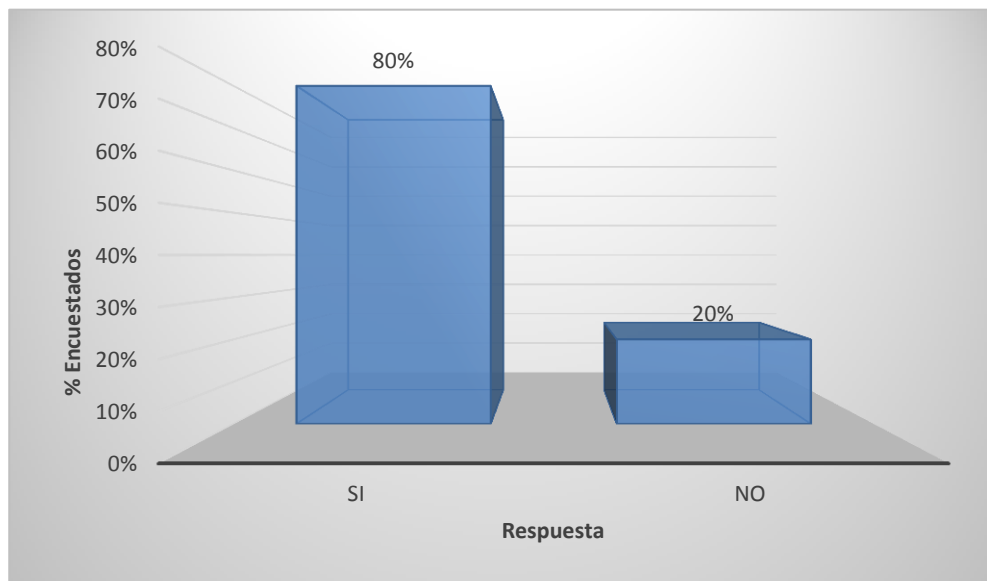


Figura 1. Conocimiento de la Gestión de la Mype

Fuente . Tabla 1

Interpretación: Del cuestionario aplicado a diez personas como muestra de estudio, nos señala la figura 01, que el 80% afirma que tienen una buena gestión empresarial en calzados *Janilop* y que el 20% de los encuestados afirman que no tienen una buena gestión.

Tabla 2. *Conocimiento de la Misión y Visión de la Mype.*

Alternativa	N° de Encuestados	Porcentaje
Si	5	50%
No	5	50%
Total	10	100%

Fuente: datos obtenidos de la encuesta aplicada

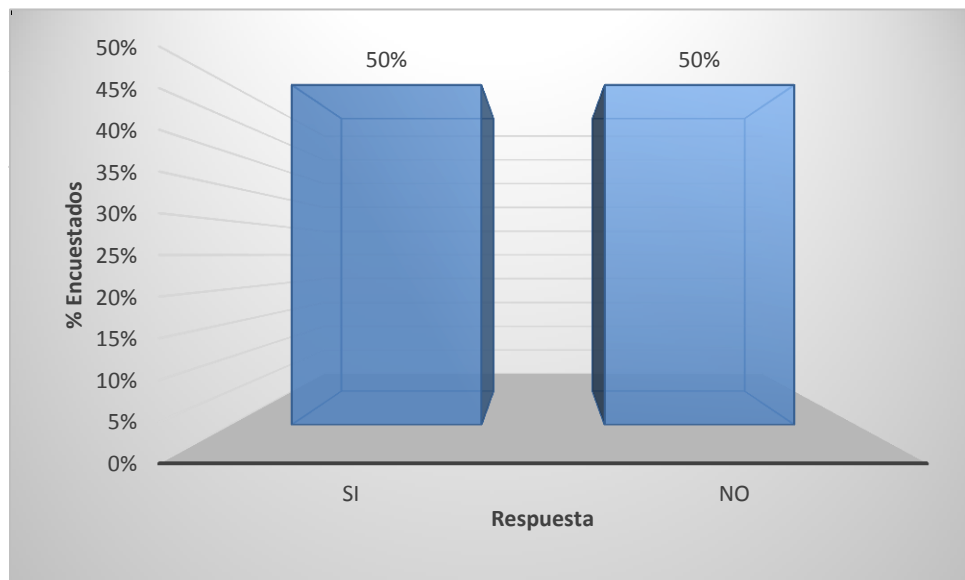


Figura 2. conocimiento de la Misión y Visión de la Mype.

Fuente : Tabla 2

Interpretación: Del cuestionario aplicado a diez personas como muestra de estudio, nos señala la figura 02, que el 50% afirma que tiene conocimiento que la empresa sí cuenta con una misión y visión y el 50% desconoce que la empresa cuente con una misión y visión.

Tabla 3. *Objetivos claros para una meta establecida de la Mype.*

Alternativa	N° de Encuestados	Porcentaje
Si	5	50%
No	5	50%
Total	10	100%

Fuente: datos obtenidos de la encuesta aplicada

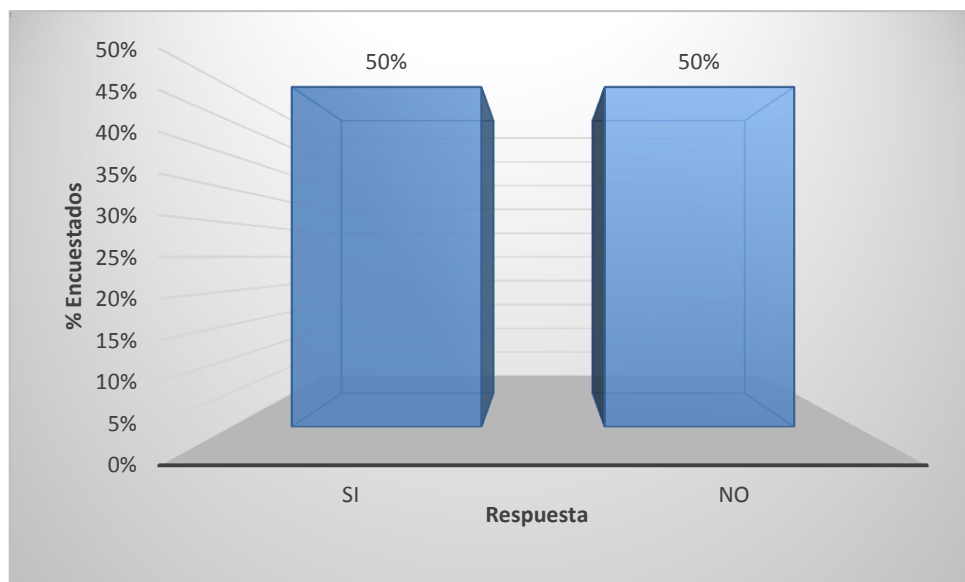


Figura 3. *Objetivos claros para una meta establecida de la Mype.*

Fuente : Tabla 3

Interpretación: Del cuestionario aplicado a diez personas como muestra de estudio, nos señala la figura 03, que el 50% afirma que tiene objetivos claros para lograr una meta establecida dentro de calzados *Janilop* y el 50 % afirma que sus objetivos no son claros.

Tabla 4. Niveles de jerarquía de la Mype.

Alternativa	N° de Encuestados	Porcentaje
Si	7	70%
No	3	30%
Total	10	100%

Fuente: datos obtenidos de la encuesta aplicada

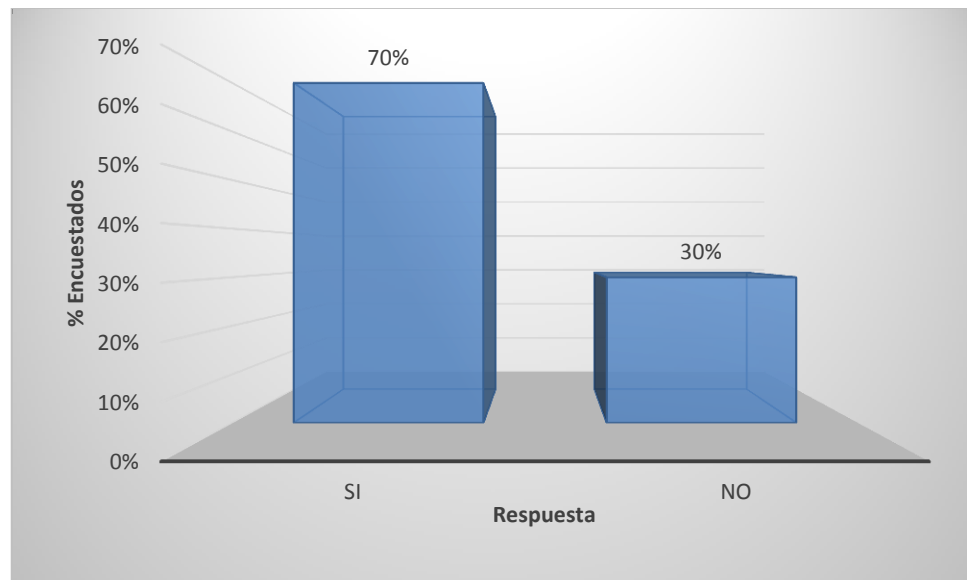


Figura 4. Niveles de jerarquía de la Mype.

Fuente : Tabla 4

Interpretación: Del cuestionario aplicado a diez personas como muestra de estudio, nos señala la figura 04, que el 70% afirma que el nivel de jerarquía sí están bien definidos dentro de la organización, mientras que el 30% dijo que no hay una buena jerarquía.

Tabla 5. *Manual de organizaciones y funciones de la Mype.*

Alternativa	N° Encuestados	Porcentaje
Si	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%

Fuente: datos obtenidos de la encuesta aplicada

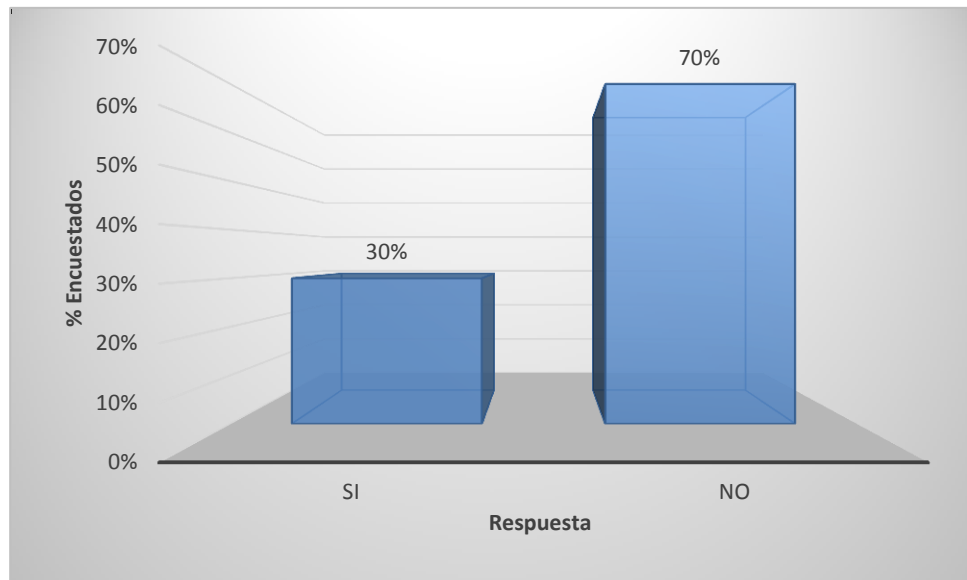


Figura 5. *Manual de organizaciones y funciones de la Mype.*

Fuente: Tabla 5

Interpretación: Del cuestionario aplicado a diez personas como muestra de estudio, nos señala la figura 05, que el 30% afirma que sí cuentan con una manual de organizaciones como es el MOF Y ROF, mientras el 70% de los encuestados manifiesta que la empresa no cuenta con ese manual.

5.2 Benchmarking

Tabla 6. *Conocimiento del Benchmarking en la Mype.*

Alternativa	N° Encuestados	Porcentaje
Si	2	20%
No	8	80%
Total	10	100%

Fuente: datos obtenidos de la encuesta aplicada

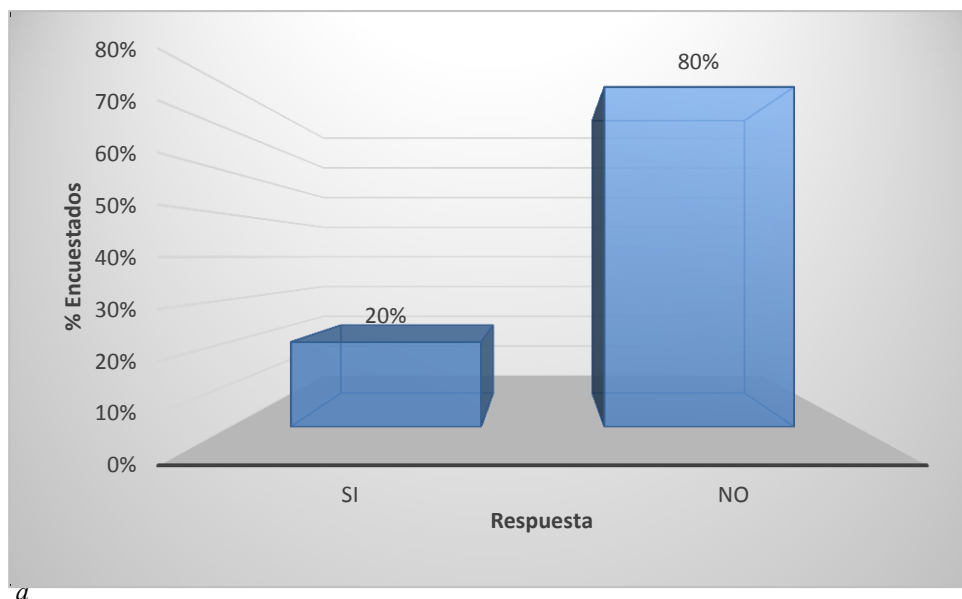


Figura 6. *Conocimiento del Benchmarking en la Mype.*

Fuente : Tabla 6

Interpretación: Del cuestionario aplicado a diez personas como muestra de estudio, nos señala la figura 06, que el 80% afirma que no tiene conocimiento sobre esta herramienta de benchmarking y el 20% confirma que sí ha escuchado o tiene conocimiento sobre Benchmarking.

Tabla 7. Aplicación del Benchmarking en una de las Áreas de la Mype.

Alternativa	N° Encuestado	Porcentaje
Si	7	70%
No	3	30%
Total	10	100%

Fuente: datos obtenidos de la encuesta aplicada.

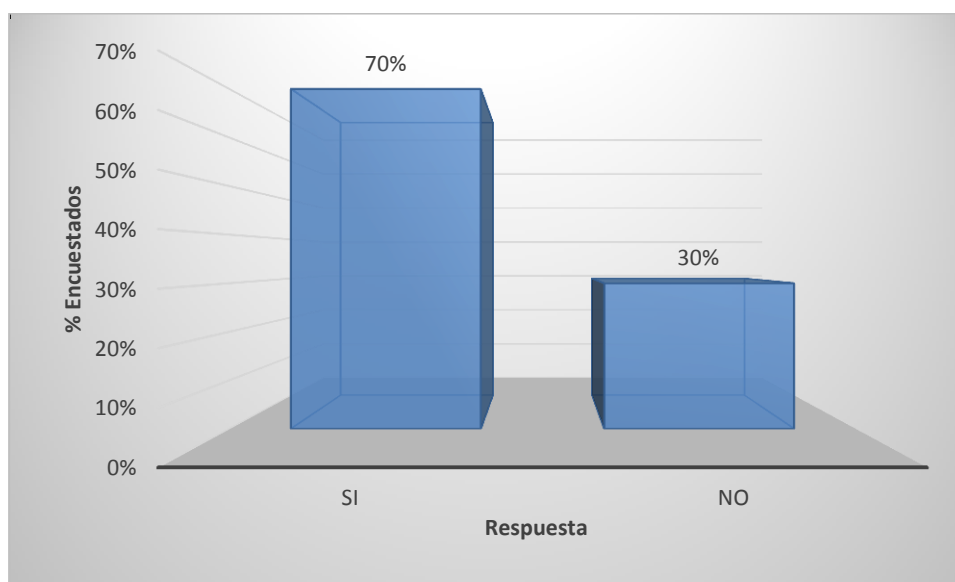


Figura 7. Aplicación del Benchmarking en una de las Áreas de la Mype

Fuente: Tabla 7

Interpretación: Del cuestionario aplicado a diez personas como muestra de estudio, nos señala la figura 07, que el 70% afirma que sí aplican el benchmarking en una de las áreas que es de ventas solo que no tenían de conocimiento cómo se llamaba y el 30% afirma que no aplican el benchmarking en ninguna de las áreas si no que siempre tienen los mismos modelos y no innovan o mejoran el producto.

Tabla 8. Consideración del Benchmarking dentro del plan estratégico en la Mype.

Alternativa	N° de Encuestados	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: datos obtenidos de la encuesta aplicada

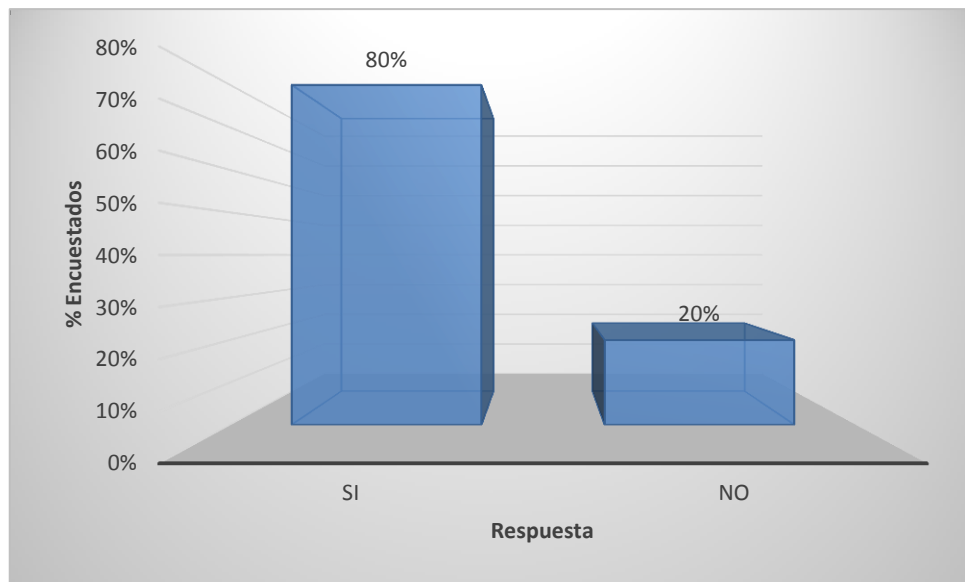


Figura 8. Consideración del Benchmarking dentro del plan estratégico en la Mype.

Fuente: Tabla 8

Interpretación: Del cuestionario aplicado a diez personas como muestra de estudio, nos señala la figura 08, que el 80% afirma que dentro del plan estratégico sí se considera al benchmarking y el 20% desconoce de su aplicación del benchmarking.

Tabla 9. Nivel de competencia de la Mype.

Alternativa	N° Encuestados	Porcentaje
Innovar nuevos modelos	9	90%
Tener más sucursales	0	0%
Brindar una buen servicio	0	0%
Mejorar su producto	1	10%
Total	10	100%

Fuente: datos obtenidos de la encuesta aplicada

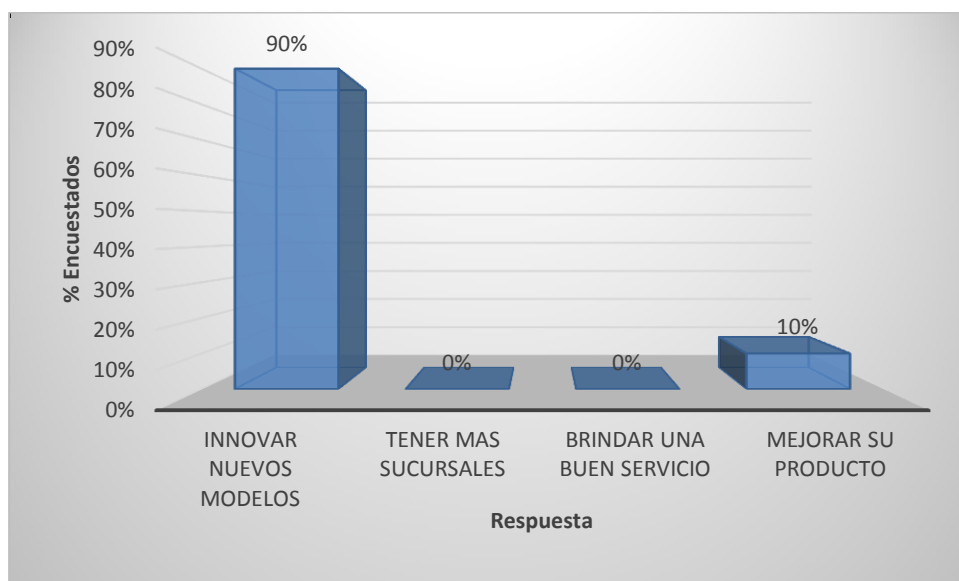


Figura 9. Nivel de competencia de la Mype.

Fuente : Tabla 9

Interpretación: Del cuestionario aplicado a diez personas como muestra de estudio, nos señala la figura 09, que el 90% cree que la empresa debe innovar nuevos modelos para que tenga mayor ingreso, mientras que el 10% dice que solo debe mejorar su producto.

Tabla 10. *Productos mejorados de la Mype.*

F	Alternativa	N° Encuestados	Porcentaje
	Ningún producto	0	0%
	1 producto	7	70%
	2 productos	3	30%
	3 productos	0	0%
	más de tres productos	0	0%
	Total	10	100%

Fuente: datos obtenidos de la encuesta aplicada.

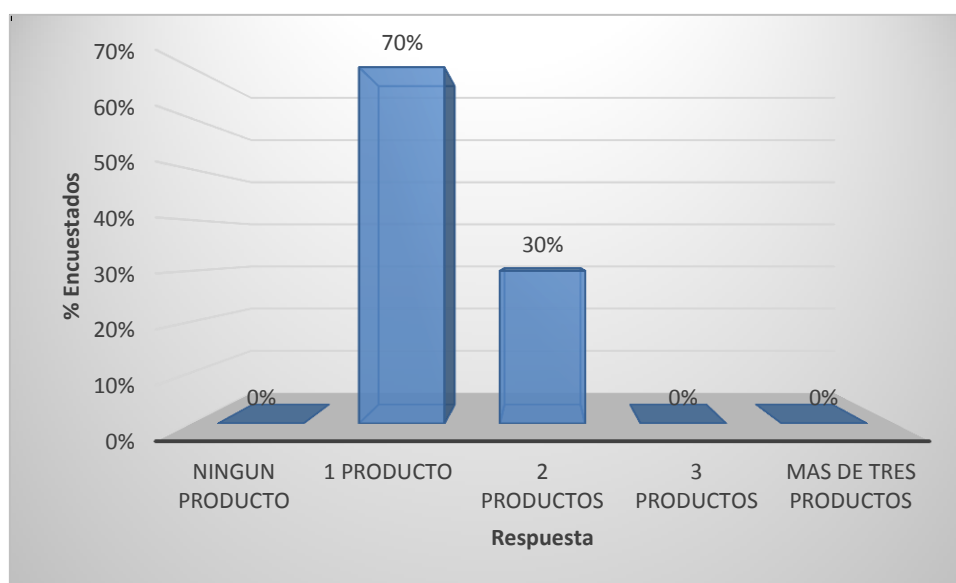


Figura 10. *Productos mejorados de la Mype.*

Fuente: Tabla 10

Interpretación: Del cuestionario aplicado a diez personas como muestra de estudio, nos señala la figura 10, que el 70% afirma que solo un producto ha sido mejorado en la Mype mientras que el 30% confirma que han mejorado dos productos de acuerdo a las exigencias de los clientes.

5.2 Análisis de resultados.

5.2.1 Gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado Janilop Trujillo 2017.

- Según los resultados se observa que el que el 80% afirma que calzados *Janilop* tiene una buena gestión empresarial, así como nos muestra en la figura 01 líneas arriba, dado que esta información coincide parcialmente con la información encontrada por Flores (2015) en su tesis *Proceso administrativo y gestión empresarial en Coproabas*. Donde se puede visualizar que en su objetivo de esta investigación fue analizar el proceso administrativo y su incidencia de la gestión empresarial. Teniendo como resultado que el 100% desconoce que la empresa cuente con un organigrama y que los niveles de jerarquía estén bien definidos y en cuanto al proceso administrativo el 80% piensa que si llevan una buena gestión en la empresa.

- También podemos analizar que en calzados *Janilop* nos señala la figura 04, que el 50% afirma que tiene objetivos claros para lograr una meta establecida dentro de calzados *Janilop* y el 50 % afirma que sus objetivos no son claros, coincidimos nuestra estadística con el autor Baque (2014) en su tesis titulada: *Modelo de gestión organizacional orientado a la mejora del rendimiento del talento humano en las empresas hoteleras de la zona sur de la provincia de Manabí*, teniendo como resultado de la aplicación de su encuesta que el 10,61% de empleados manifiestan que siempre se utilizan mecanismos para poder clasificar los puestos de acuerdo a los objetivos, el 15,91% de empleados consideran que a veces y el 73,48% de empleados dicen que nunca se ha aplicado algún tipo objetivo o meta.

Esto nos quiere decir que la mayoría de las Mypes no tienen muy en claro los objetivos, sin ellos, las empresas están debidamente en error para que una empresa u organización vaya creciendo tiene que

establecerse metas, ya sea quincenales o mensuales así el mismo colaborador se esforzará en cumplir sus objetivos y metas trazadas.

Aplicación del Benchmarking de la Micro y Pequeña empresa comercializadora de calzado *Janilop* Trujillo 2017

- Podemos analizar que en la figura 09 nos indica que el 90% cree que la empresa debe innovar nuevos modelos para que tenga mayor ingreso, mientras que el 10% dice que solo debe mejorar su producto y esto va acorde a los resultados obtenidos por Vigo (2014) en su tesis titulada *Implementación del Benchmarking en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector transporte Chiclayo, año 2014*, para optar el título de Licenciado en Administración, su objetivo principal fue identificar los procesos de implementación del benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector transporte en la ciudad de Chiclayo, año 2014.

Donde obtuvo como resultado de su investigación que las empresas competidoras donde el 85% de trabajadores y trabajadoras manifiestan que los competidores tienen unidades modernas (innovar), y eso hace que su competencia tenga mejor aceptación por el público porque les gusta innovar de acuerdo a las exigencias del cliente.

Podremos decir que el benchmarking es muy útil para las micro y pequeñas empresas por que el tipo de cliente que son muy exigentes entonces tiene que estar acorde a sus comodidades y si aplicamos en el área de ventas se obtendrá mejores resultados ya que el producto se irá innovando, ya sea elaborando modelos ya no tradicionales, si no que modelos juveniles que les llame la atención al cliente, y estos se sientan cómodos.

También tenemos en la figura 08 que en calzados *Janilop* el 70% sí aplican el benchmarking en uno de sus productos, solo que ellos desconocían el nombre de la herramienta aplicada al área de las ventas, tenemos un similitud en la investigación de Panizo (2017) en

su tesis *Benchmarking competitivo: análisis comparativo de empresas líderes de servicios de seguridad en el área de recursos humanos con corporación watchman Trujillo 2017*, teniendo como objetivo establecer el modo más adecuado de cómo debería aplicarse la herramienta del benchmarking competitivo, en el diseño de una propuesta de mejora en el área de RR.HH. de una microempresa de servicios de seguridad del distrito de Trujillo, donde obtuvo que la mayoría de las áreas sí aplican la herramienta del benchmarking para que la empresa siga mejorando cada día más y ponerse al mismo nivel que las empresas líderes a nivel nacional.

VI. Conclusiones

La investigación concluye con el objetivo general que es describir la gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado *Janilop* bajo el enfoque de benchmarking – Trujillo 2017, y propuesta de mejora, diciendo que en calzados *Janilop* sí tiene una buena gestión administrativa, pero empíricamente que le son heredados por sus padres o algún familiar (figura 1), y no tienen una misión y visión estructurada, les falta trabajar en base a los objetivos y metas que se plantee la Mype para obtener más ingresos y que esté más posicionada. En cuanto al benchmarking ellos no han escuchado sobre la herramienta, pero que sí lo aplican. En los dos últimos años calzados *Janilop* indica que sí ha mejorado e innovado solo un producto. Para empezar es una buena ventaja pero aún les falta mejorar.

En cuanto al objetivo específico que es determinar las principales características de la gestión de la micro y pequeña comercializadora de calzado *Janilop* Trujillo 2017. Indica que el 80% de micro y pequeñas empresas de este tipo de rubro (calzado) cuenta con una buena gestión y que el 70% no cuenta con los objetivos bien definidos y esto hace que les dificulte y no se les exija a los colaboradores, perjudicando directamente a sus venta, porque no hay una exigencia de parte de los gerentes o dueños hacia su personal y por eso hay un estancamiento en almacén y no haya una rotación de mercadería. También concluimos que la Mype no cuenta con un manual de organizaciones y funciones, esto hace que tanto, los gerentes como colaboradores no tengan bien definidos cuáles son sus funciones dentro de la empresa.

Y referente al siguiente objetivo específico que es determinar las principales características del benchmarking de las micro y pequeña empresa comercializadora de calzado *Janilop* Trujillo 2017. Concluye que:

La Mype no ha escuchado y tampoco tiene conocimiento sobre la herramienta de benchmarking, pero sí lo aplican empíricamente, pero no sabían cómo se

llamaba, la gran mayoría del mismo rubro, es decir, que sí lo aplica en el área de ventas para que el producto tenga mayor rotación.

También indican que al aplicar el benchmarking, lo harían innovando nuevos modelos exclusivos y que la competencia no los tenga; sean únicos haciéndose diferenciar de la demás y en los dos últimos años han podido mejorar el 70% que equivale a un producto acorde a las exigencias y comodidad de los clientes.

Aspectos complementarios.

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA NUEVA CARTERA
DE PRODUCTOS**

Resumen Ejecutivo

La investigación tiene como propuesta de mejora la implementación de una nueva cartera de productos ya que la Micro y pequeña empresa de calzado "Janilop" no aplica constantemente la herramienta de benchmarking en sus productos, teniendo como debilidad los modelos tradicionales y la falta de modelos más juveniles para damas y caballeros. Esto conlleva a que la Mype no tenga más clientes generando menos ingresos. Además, la falta de un sistema de control de mercadería, dificulta la rápida verificación de sus productos mediante un kardex para disminuir la búsqueda del vendedor como el tiempo de espera del cliente. Para eso la propuesta planteada consta de un presupuesto con fechas que se desarrollarán según las actividades planteadas.

Además, contará con objetivos, presupuestos, personas responsables de las actividades a ejecutar y duración de las mismas.

Objetivos.

- ❖ Implementación de una nueva cartera de productos para la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado “JANILOP”.
- ❖ Proponer un sistema de kardex para optimizar tiempo en el área de almacén.

Actividades a Ejecutar.

Innovación de los productos.

La Mediana y pequeña empresa de calzado “janilop” actualmente se dedica a la venta de calzado única y exclusivamente para clientes tradicionales, hablamos de personas adultas y para ello los diferentes clientes exigen que su producto tenga diseños innovadores y la comodidad que ellos se merecen. Propongo implementar una gama de nuevos diseños que sean exclusivos, llamando la atención de los diferentes clientes: damas, caballeros; con una calidad de producto, implementando cuero nacional guante y el forro de badana para que sientan la comodidad del producto para el público en general. Si hablamos sobre el calzado de varones se trabajaría con nuevos modelos más juveniles utilizando colores más casuales como el negro, marrón claro y oscuro, caoba, plomo, guinda y brashot, teniendo como planta PU (poliuretano) no pesa y es muy suave y flexible, pero con diferentes cortes que sean exclusivos, con tallas del 38 hasta el 45.

Para damas se haría pedido a los proveedores de calzado como sandalias que lleven más piedras decorativas con taco cuña y también con taco separado con numero de taco del 3 hasta el 12, con colores pasteles y contando con tallas desde el 33 hasta el 40.

Modelo caballero



Antes



Modelo de dama



Antes



Después

Sistema de kardex.

En los 15 años que llevan trabajando en calzado siguen trabajando manualmente lo que origina demoras en la búsqueda del producto, conllevando a la pérdida de tiempo tanto para el vendedor de tienda como para el cliente para ello yo propongo que se implemente un sistema de kardex donde tenga sus ingresos, salidas, la cantidad de productos que quedan en stock, las tallas, colores etc. y para ello se tendría que capacitar al personal de ventas tomando cursos que tenga los programas básicos como es el manejo de Excel y Word. También trabajando con formas de pago (POS y efectivo).

The screenshot displays a software interface titled "MANTENIMIENTO PRODUCTOS". It includes a form for product management with the following fields and options:

- General Code:** CODIGO 79
- Category:** SANDALIA T/5
- Type:** CALZADO
- Description:** SANDALIA T/5
- Price:** PRECIO VTA UNIT. 75
- Balance:** SALDO 62
- Stock:** STOCK 5
- Inventory Movement:** MOVER INVENTARIO? (SI/NO radio buttons)
- Image:** A 3D model of a sandal, with a "PRESIONA DOBLE CLICK" instruction and a "BORRAR IMAGEN" button.
- Detailed Inventory Table:** A table titled "***** INVENTARIO DETALLADO DE CALZADO *****" showing stock levels for different sizes and colors.

TALLA=>	37	38	39	L	L	L
AMARELLO	8	5				
AZUL	10	12	6	3		
ROJO			2			
VERDE	7	6	6	2	1	

At the bottom, there are buttons for "INGRESAR" and "Consultar". A callout box states: "Podra visualizar el inventario detallado, permitiendo asignar un codigo unico para diferentes tallas y colores".

Presupuesto

Nueva Cartera de productos

Ítem	Descripción	Cantidad	costo por doc.	Costo Total
1	calzado para caballero de diferentes colores	4 doc.	S/480.00	1920
2	calzado para damas de diferentes diseños y colores	4 doc.	S/300.00	1200
Total				3120

Sistema de Kardex

Ítem	Descripción	Cantidad	costo	Costo Total
1	laptop	1 unid	S/2,500.00	2500
2	Internet	16megas	S/75.00	75
Total				2575

Plan de Acción de la propuesta.

Acciones	Responsable	Fecha	Lugar	Presupuesto
Implementación de una nueva cartera de productos para la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado "JANILOP".	Propietaria	20 de cada mes	C.C. Alameda del calzado stand 74	S/3,120.00
Proponer un sistema de Kardex para optimizar tiempo en el área de almacén.	Propietaria	25 de Julio	C.C. Alameda del calzado stand 74	S/2,575.00
Total				S/5,695.00

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aravena, L., Farra ,B, & Torres ,M. (2012).*Creación de una herramienta de diagnóstico para la Micro y Pequeña empresa* (tesis de pregrado) Universidad de Chile.
- Baque, M. (2014). *modelo de gestión organizacional orientado a la mejora del rendimiento del talento humano en las empresas hoteleras de la zona sur de la provincia de Manabí* (tesis de doctorado) Universidad UPAO-Trujillo.
- Benavides, L (2014). *Gestion, liderazgo y valores en la administración de la unidad educativa “san juan de bucay”* (tesis de pregrado) Bucay.
- Domínguez, P (2014). En su libro “introducción a la gestión empresarial” Recuperado de:
http://www.adizesca.com/site/assets/g_introduccion_a_la_gestion_empresarial-pr.pdf
- Díaz, J. (2014) Diez herramientas de la Administración moderna. Recuperado de:
<https://www.negociosyemprendimiento.org/2014/08/herramientas-administracion-moderna.html>
- Espinoza, R (2017) en su blog welcome to the marketing recuperado de:
<http://robertoespinoza.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos/>
- Econlink(2013). En su blog industria del calzado Recuperado de
<https://www.econlink.com.ar/calzado>
- Flores, S.(2015) *en su tesis “proceso administrativo y gestion empresarial en coproabas jinoteca*(tesis de maestria) Matagalpa.
- Hernández, R. Fernández, C y Baptista, P (2010) Metodología de la investigación.Recuperadode:

https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Koontz y O'Donnell. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial* (tesis de pregrado) Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo.

Panizo, J. (2017) en su tesis “*benchmarking competitivo: análisis comparativo de empresas líderes de servicios de seguridad en el área de recursos humanos con corporación watchman*”(tesis de pregrado) Trujillo 2017”

Pacheco, H. (2013) en su blog “Gestion, tipos, Gestion investigativa, enfoque”.Recuperado de:

http://doctxs6.blogspot.pe/2013/01/gestion-tipos-gestion-investigativa_27.html

Rojo, A(2014) en su blog SBQ recuperado de:

<https://www.s bqconsultores.es/tipos-de-benchmarking/>

Ruiz, B.(2014). *Benchmarking del producto para la asociación de artesanos productores de calzado y afines aprocalza del cantón Cevallos, y la calidad* (Tesis de pregrado) Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Ecuador.

Sánchez, C.(2013).*Las herramientas de gestión y su relación con la competitividad empresarial en las Mypes del sector calzado del Distrito el Porvenir* (tesis de pregrado) Universidad César Vallejo, Trujillo.

Spendolini, M.(2005). la importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad en el servicio en las organizaciones.

Velastegui, Il.(2012) En su tesis titulada: “*Elaboración de un manual de políticas y procedimientos de control interno en el área de inventarios de Prime-Time Comunicaciones Cia Ltda*” (tesis de posgrado) – Ecuador.

Vigo,L.(2014) en su tesis titulada *“Implementación del Benchmarking en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector transporte Chiclayo, año 2014, para optar el título de licenciado en administración. (tesis de pregrado) Chiclayo*

ANEXOS

Actividades Programadas.

ACTIVIDADES PROGRAMADAS	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO		
	1ra semana	2da semana	3ra semana	4ta semana	1ra semana	2da semana	3ra semana	4ta semana	1ra semana	2da semana	3ra semana	4ta semana	1ra semana	2da semana	3ra semana	4ta semana	1ra semana	2da semana	3ra semana
INTRODUCCIÓN AL CURSO			✓																
REVISION DEL TITULO DEL PROYECTO				✓															
REVISION DE INTRODUCCIÓN, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEORICO					✓														
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES E INGRESO AL TURNITIN						✓													
REVISION DEL PROYECTO FINAL E INGRESO AL TURNITIN							✓												
LEVANTAMIENTO DE LAS OBSERVACIONES E INGRESO A LA PLATAFORMA								✓											
REVISION POR TURNITING									✓										
PRESENTACIÓN DE AVANZSE DE TESIS										✓									
APLICACIÓN DE ENCUESTA											✓								
PRESENTACION AL CORREO DEL DOCENTE TUTOR LEVANDADO LAS OBSERVACIONES												✓							
PRESENTACION DE TESIS AL CORRECTOR DE ESTILOS															✓				

Encuestas validadas

Psicólogo:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ENCUESTA

La presente encuesta tiene por finalidad recoger información de Gestión de la Micro y pequeña empresa comercializadora de calzado "JANILOP" bajo el enfoque de Benchmarking, Trujillo 2017 y propuesta de mejora

La investigación que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de la investigación y colaboración.

GESTIÓN


1. ¿Cree usted que la empresa tiene una buena Gestión administrativa?
SI NO
2. ¿Conoce usted si la empresa cuenta con una Misión y Visión?
SI NO
3. ¿Dentro del plan estratégico se considera al benchmarking?
SI NO
4. ¿Conoce usted si la empresa tiene objetivos claros para llegar a una meta establecida?
SI NO
5. ¿Considera que los niveles de jerarquía de la empresa están bien definidos?
SI NO
6. ¿Su empresa cuenta con manual de organización y funciones? (MOF y ROF)
SI NO

BENCHMARKING

7. ¿Tiene conocimiento o a escuchado sobre la herramienta de Benchmarking?
SI NO
8. ¿Usted aplica el benchmarking en una de las áreas de la empresa?
SI NO

9. ¿Qué cree que necesita la empresa para estar al mismo nivel de competencia que las empresas líderes?
- a) Innovar nuevos modelos.
 - b) Tener más sucursales.
 - c) Brindar un buen servicio.
 - d) Mejorar su producto.
10. ¿En los 2 últimos años cuantos productos han sido mejorados en la empresa?
- a) Ningún producto
 - b) 1 producto
 - c) 2 productos
 - d) 3 productos
 - e) Más de tres productos

GRACIAS


M. Tirado Vega
PSICOLOGA
C.Ps.P. 23728

Estadístico:

VALIDEZ DE INSTRUMENTO "GESTION BAJO ENFOQUE BENCHMARKING EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA"

APELLIDOS Y NOMBRES DEL AUTOR	TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
GAITAN ULLOA KEYLA LISSETTE	GESTION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CALZADO" JANILOP" BAJO EL ENFOQUE DE BENCHMARKING, TRUJILLO 2017 Y PROPUESTA DE MEJORA


En la siguiente tabla indique la respuesta: sí concuerdo (S) no concuerdo (N).

Así como puede emitir para cada observación una sugerencia de los ítems considerado

ITEMS	Sí concuerdo (S)	No concuerdo (N)
GESTIÓN		
1. ¿cree que la empresa tiene una buena Gestión?	X	
2. ¿La empresa cuenta con una Misión y Visión?	X	
3. ¿En el plan estratégico considera al benchmarking?	X	
4. ¿La empresa plantea objetivos para llegar a su meta	X	
5. ¿Considera que los niveles de jerarquía de la empresa están bien definidos?	X	
6. ¿su empresa cuenta con manual de organización y funciones? (MOF y ROF)	X	
BENCHMARKING		
7. ¿Tiene conocimiento o a escuchado sobre la	X	

herramienta de gestión? "benchmarking"		
8. ¿Usted aplica el benchmarking en una de las áreas de la empresa?	X	
9. ¿Qué cree que necesita la empresa para estar al mismo nivel de competencia que las empresas líderes?	X	
10. ¿En los 2 últimos años cuantos productos han sido mejorados en la empresa?	X	

OBSERVACIONES	SUGERENCIAS/MEJORA

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO	FIRMA
Dr. Ricardo Martin Gómez Arce	

RICARDO MARTIN GOMEZ ARCE
LICENCIADO EN ESTADISTICA
COESPE N° 291

Fecha: 11 de Abril del 2018

Administrador:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ENCUESTA

La presente encuesta tiene por finalidad recoger información de Gestión de la Micro y pequeña empresa comercializadora de calzado "JANILOP" bajo el enfoque de Benchmarking, Trujillo 2017, y propuesta de mejora

La investigación que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de la investigación y colaboración.

GESTIÓN

1. ¿cree usted que la empresa tiene una buena Gestión administrativa?

SI NO

2. ¿Conoce usted si la empresa cuenta con una Misión y Visión?

SI NO

3. ¿Conoce usted si la empresa tiene objetivos claros para llegar a una meta establecida?

SI NO

4. ¿Considera que los niveles de jerarquía de la empresa están bien definidos?

SI NO

5. ¿su empresa cuenta con manual de organización y funciones? (MOF y ROF)

SI NO

BENCHMARKING

6. ¿Tiene conocimiento sobre la herramienta de Benchmarking?

SI NO

7. ¿Usted aplica el Benchmarking en una de las áreas de la empresa?

SI NO

8. ¿Dentro del plan estratégico se considera al benchmarking?

SI NO

*Asisten Juan Carlos
Dafna Escobar*

9. ¿Qué cree que necesita la empresa para estar al mismo nivel de su competencia?

- a) Innovar nuevos modelos.
- b) Tener más sucursales.
- c) Brindar un buen servicio.
- d) Mejorar su producto.

10. ¿En los 2 últimos años cuantos productos han sido mejorados en la empresa?

- a) Ningún producto
- b) 1 producto
- c) 2 productos
- d) 3 productos
- e) Más de tres productos

GRACIAS



A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Agustin Juan Carlos" followed by a surname, possibly "Escobar". The signature is written in a cursive style.

Datos de la Institución o Empresa.

21/4/2018

Consulta RUC: versión Imprimible

CONSULTA RUC: 10179463020 - GONZALES RUIZ ROSA ELISA			
Número de RUC:	10179463020 - GONZALES RUIZ ROSA ELISA		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 17946302 - GONZALEZ RUIZ, ROSA ELISA		
Nombre Comercial:	CALZADOS JANILOP	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	20/11/1993	Fecha Inicio de Actividades:	03/11/1993
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 52322 - VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

Imprimir