



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DEL BENCHMARKING
EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES EN LA URBANIZACIÓN
SANTA CRISTINA, NUEVO CHIMBOTE, AÑO 2016

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

AUTOR:

Br. CARLO FRANCISCO DÍAZ OLACUA

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARÍAS CENTURIÓN MEDINA

**CHIMBOTE – PERÚ
2018**

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Dr. José Germán Salinas Gamboa

Presidente

Mgr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios, por darme la fuerza necesaria para culminar de manera favorable mi trabajo de investigación

A mis padres, por brindarme su apoyo, confianza y tiempo para así cumplir con mis objetivos planteados.

Al asesor Dr. Adm. Reinerio Centurion Medina y a los docentes por el apoyo que me brindaron para poder culminar satisfactoriamente mi trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A Dios, por su gran amor e iluminación que me ha dado la sabiduría necesaria para realizar este informe de investigación.

A mis padres, por que día a día están conmigo apoyándome para seguir creciendo como persona y profesionalmente, cuando muchas veces quise desistir, para ellos que se sientan orgullosos de los logros que voy obteniendo.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental-transversal, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas, obteniendo los siguientes resultados: El 87,5% son dueños del negocio. El 62,5% tiene una permanencia de más de 7 años en el cargo. El 62,5% tiene de 6 a 10 trabajadores. El 100% tiene como objetivo generar rentabilidad. El 87,5% considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 37,5% conoce el término del benchmarking e indica que esta técnica les puede permitir encaminar mejor el negocio. El 37,5% aplican el aprendizaje continuo como fortaleza que necesita su empresa para implementar el benchmarking y el 50% considera que el buen uso de la técnica del benchmarking sí permitiría a la empresa ser más eficiente. En conclusión, las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad con el uso del benchmarking mejoraría el rendimiento del negocio siendo más eficiente en sus procesos generando mayor competitividad, sin embargo, no lo aplican por falta de conocimiento y capacidad, esto se ve evidenciado en su gestión haciendo que el negocio no de los frutos esperados.

Palabra clave: Benchmarking, Gestión de calidad, pequeñas empresas, microempresas, fortaleza, rendimiento.

ABSTRACT

The main objective of this research work was to: Determine the characteristics of quality management with the use of benchmarking in the micro and small companies of the service-restaurant sector in the Santa Cristina urbanization, Nuevo Chimbote district, 2016. The research was of a non-experimental cross-sectional design, for the collection of information a sample population of 8 micro and small companies was used, to which a questionnaire of 23 closed questions was applied, obtaining the following results: 87.5% are owners of the business. 62.5% have a permanence of more than 7 years in the position. 62.5% have 6 to 10 workers. 100% aims to generate profitability. 87.5% consider that quality management contributes to improving business performance. 37.5% know the term of benchmarking and indicate that this technique can allow them to better direct the business. 37.5% apply continuous learning as a strength that your company needs to implement benchmarking and 50% consider that the proper use of the benchmarking technique would allow the company to be more efficient. In conclusion, micro and small companies consider that quality management with the use of benchmarking would improve business performance by being more efficient in their processes, generating greater competitiveness, however, they do not apply it due to lack of knowledge and capacity, this can be seen evidenced in its management making the business not the expected results.

Keyword: Benchmarking, Quality management, small businesses, micro businesses, strength, performance.

CONTENIDO

TITULO	i
JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
I.- INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	4
2.1.- Antecedentes.....	4
2.2. Bases teóricas:.....	9
2.3. Marco Conceptual.....	24
III. HIPÓTESIS.....	26
IV. METODOLOGÍA.....	27
4.1. Diseño de la Investigación.....	27
4.2 Población y Muestra	27
4.3. Definición y Operacionalidad de las Variables.....	28
4.4. Técnicas e instrumentos	30
4.5. Plan de análisis.....	30
4.6 Matriz de Consistencia.....	31
4.7. Principios Éticos.	32
V. RESULTADOS.....	33
5.1 Resultados.....	33
5.2. Análisis de los Resultados.....	37
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
6.1. Conclusiones	44
6.2. Recomendaciones	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
ANEXOS	49

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

	Pag.
Tabla 1	33
Características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, de la urbanización Santa Cristina, Nuevo Chimbote, 2016.	
Tabla 2	34
Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, de la urbanización Santa Cristina, Nuevo Chimbote 2016.	
Tabla 3	35
Características de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016	
(Anexos)	
Figura 1: Edad del representante	58
Figura 2: Género del representante	58
Figura 3: Grado de instrucción	59
Figura 4: Cargo que desempeñan	59
Figura 5: Tiempo que desempeña en el cargo	60
Figura 6: Tiempo de permanencia en el rubro	60
Figura 7: Número de trabajadores	61
Figura 8: Personas que trabajan en la empresa.	61
Figura 9: Objetivo de creación	62
Figura 10: Conoce el término del benchmarking	62
Figura 11: Técnicas de gestión de calidad conoce	63
Figura 12: Dificultades para implementar la gestión de calidad	63
Figura 13: Técnicas para medir el rendimiento del personal.	64
Figura 14: La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	64
Figura 15: La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización	65

Figura 16: Conoce el término Benchmarking	65
Figura 17: Benchmarking encamina al mejoramiento de la empresa	66
Figura 18: Estrategias que toma como referencia de otras empresas	66
Figura 19: El personal de empresas locales se resisten al cambio	67
Figura 20: Porque cree que el personal de su empresa se resiste al cambio	67
Figura 21: El benchmarking es primordial para ingresar en nuevos mercados	68
Figura 22: Que fortalezas necesita su empresa para implementar el benchmarking	68
Figura 23: El buen uso del benchmarking permite a la empresa ser más eficiente.	69

I.- INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas desde que se crean son unos de los principales motores y fuentes de desarrollo generando empleo y contagiando el espíritu emprendedor, tiene una labor muy grande por atraer clientes, sabiendo que éstos se vuelven cada vez más exigente al momento de decidir por un producto o servicio, es por lo tanto muchos negocios con la intención de captar clientes están tratando de mejorar la manera en cómo se comunican procurando dar soluciones inmediatas con lo que tienen a disposición., sin embargo, no es suficiente para mejorar la relación empresa – cliente. Muchas de las micro y pequeñas empresas solo se concentran en lo que tiene a disposición y no van más allá para mejorar sus procesos, y a pesar de tener estas limitaciones no se han preocupado por buscar estrategias para una buena gestión de calidad que les permita alcanzar sus objetivos a corto y largo plazo, esto se ve reflejado en el rubro de los restaurantes de la urbanización Santa Cristina, Nuevo Chimbote, pues una mala gestión de calidad provoca el quiebre de algunos negocios que no soportan la exigencia del entorno y terminan por cerrar totalmente, es por ello, que deben aplicar una serie de herramientas que les permita tener una adecuada gestión para poder mejorar en todas sus líneas y ser mas competitivo en el mercado y cumplir con las exigencias de los clientes.

En el Perú cada año surgen 12 mil micro y pequeñas empresas, pero solo el 10% superan el año de actividad, esto debido a su mala gestión. Los principales errores que cometen es que se aventuran en un sector si saber cuáles son las necesidades del público, no evalúan a la competencia, no indagan previamente sobre quienes serán sus competidores, cuáles son sus debilidades y, sobre todo, sus fortalezas, no innovan pues algunos caen en el error de creer que el producto o servicio que ofrecen no necesita de cambios o mejoras. (Román, 2013)

De acuerdo con los mencionado líneas anteriores tenemos problemas similares en otros países, como en España, que las micro y pequeñas empresas tienen algunas dificultades en la aplicación de la gestión de calidad, debido a que se han quedado en la época donde el cliente no era cuidado con esmero, había mucha demanda y siempre aparecían nuevos. Hoy sabemos que la innovación y el cuidado al cliente es algo fundamental si queremos que un negocio prospere en la presente situación. Ya no tiene sentido la frase “esto es lo te que ofrezco es lo que soy y tú cliente tienes que aceptar lo que te ofrezco”, el negocio es el que tiene la “sartén por el mango”, pero no es así. Mejorar la relación con el cliente es uno de los mayores problemas de las micro y pequeñas empresas actualmente. (Embid,2013). Por otro lado en

Uruguay las micro y pequeñas empresas enfrentan distintos problemas por ejemplo, no existe información para la correcta toma de decisiones por las gerencias, o la información con la que se cuenta es imprecisa, incorrecta, incompleta y poco fidedigna, no es posible saber si el servicio o producto que se brinda es el que el cliente necesita, no se sabe si los procesos son adecuados para optimizar recursos, no se puede segmentar correctamente a los clientes, por lo que no se puede personalizar el nivel de tratamiento que le damos a cada uno, lo que le ofrecemos a cada uno, el tiempo y los recursos que destinamos, como agregarle más valor, venderle más y mejor, no se sabe cual es el nivel de satisfacción de los clientes, no hay mediciones objetivas o bien se mide enteramente por la subjetividad del vendedor, se ganan o se pierden oportunidades en clientes existentes o potenciales y no se conocen las razones y cuáles son las claves del éxito o de los fracasos (Peralta, 2012). Esto también ocurre en México, pues de acuerdo con las cifras difundidas por el centro de Desarrollo de la competitividad Empresarial (CETRO – CRECE), solo el 10% de las Pymes mexicanas llegan a los 10 años de vida y logran el éxito esperado, mientras que el 75% de las nuevas empresas del país fracasan y deben cerrar sus negocios sólo dos años después de haber iniciado sus actividades, esto debido a que carecen de un sistema de planeación, organización administración y control eficiente, así como de tecnología propias para la gestión y desarrollo de sus actividades productivas, lo que origina una falta de conocimiento real de su competencia, falta de técnicas para planear su producción, provocando una excesiva rotación de personal (Maker, 2015).

Por otro lado, en Ancash la presencia de las micro y pequeñas empresas es muy importante, pero aún no terminan de establecerse, es por eso que la importancia de apoyar en la mejora de sus procesos de gestión de calidad con el uso del benchmarking, aplicando correctamente las herramientas y técnicas administrativas para la toma de decisiones, lo que traerá como consecuencia la mejora y crecimiento de las micro y pequeñas empresas. En Nuevo Chimbote, en la urbanización Santa Cristina los representantes de las micro y pequeñas empresas desconocen de la gestión de calidad en el desarrollo de sus actividades y la aplicación de técnicas administrativas, por lo tanto, debido a este desconocimiento de los negocios se plantea el problema de investigación **¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016?** Para dar solución al problema se planteó 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 restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016 y para conseguir el objetivo general se plantea los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016, de igual manera, determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016, y por último determinar las características de las Gestión de Calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016. Esta investigación se justificó por que permitió conocer las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, en la urbanización Santa Cristina del distrito de Nuevo Chimbote, 2016, teniendo como finalidad mejorar la gestión de calidad en cuanto a servicios y procesos aplicando el benchmarking e imitando a las mejores empresas para que la relación y afianzamiento con los clientes sea oportuna, confiable y eficiente, además la investigación se realizó con el fin de brindar ayuda para futuras investigaciones similares para los estudiantes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, acerca de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

La investigación fue de diseño no experimental, transversal; para el recojo de información se utilizó una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1.- Antecedentes.

Fernández (2017) en su trabajo de investigación titulada: “*Gestión de Calidad y Capacitación al personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del sector Central la Esperanza, año 2016*”. Tiene como objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad y capacitación al personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, sector Central – La Esperanza, año 2016. Para el desarrollo la investigación fue descriptiva, se obtuvo una población de 126 mypes obteniendo una muestra de 50 mypes a quienes se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas cerradas a través de la técnica de la encuesta donde se obtuvo los siguientes resultados: El 60% de los representantes son de género femenino, el 44% tiene entre 18 a 30 años de edad, el 60% tiene experiencia laboral de 5 años a más, el 80% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores, 50% crearon el negocio con la finalidad de obtener ganancias, el 90% aplican la gestión de calidad, el 60% aplica la técnica de lluvia de ideas, el 100% realiza la gestión de enfoque al cliente, 50% aplican una buena atención al cliente, el 41% a veces capacita a su personal, el 70% de su personal tiene buena actitud para con el cliente, el 70% realizan evaluación al personal y esto lo hacen de forma permanente. Se concluye que las micro y pequeñas empresas deben de gestionar aplicando con más énfasis la capacitación de manera constante a su personal para fortalecer la buena atención y actitud con el cliente en los restaurantes del sector central – La Esperanza.

Abanto (2017) en su trabajo de investigación titulada: *Gestión de Calidad en la capacitación de los Recursos Humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017*. Tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017. La investigación fue de diseño no experimental, transversal, y se escogió en forma dirigida, una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas donde obtuvo los siguientes resultados: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una edad entre 31 a 50 años, el 85,7% son de género masculino, el 100% de los representantes tienen estudios secundarios, el 100% de los representantes son dueños del negocio, el 62,5% llevan mas de 7 años en el cargo, el 62,5% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, el 100% tienen entre 1 a

5 colaboradores, el 75% de las micro y pequeñas empresas tienen como trabajadores a no familiares, el 75% fueron creadas para generar ganancias, el 100% de los representantes de los representantes no conocen el término de gestión de calidad, el 75% de los representantes aplican en su gestión el liderazgo empresarial, el 62,5% aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, el 75% de los representantes si se capacitan, el 75% de los trabajadores si reciben capacitación, el 62,5% de los trabajadores si han recibido por lo menos una capacitación en el último año, el 50% de los trabajadores han recibido capacitación referente a Dirección de personal, el 75% de los representantes consideran que la capacitación es relevante y el 100% de los representantes consideran que la capacitación es una inversión. Se concluye que las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017 consideran que la capacitación es una inversión, pero para que ésta sea eficiente se requiere hacer un seguimiento para que lo aprendido sea aplicado correctamente y traiga consigo los resultados que se espera para la mejora constante.

Antúnez (2017) en su trabajo de investigación titulada *Gestión de Calidad en la Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. Tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental, descriptivo, transversal, para el recojo de la información se escogió una muestra poblacional de 26, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas obteniendo los siguientes resultados: El 72,2% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una edad entre 31 a 50 años, el 63,3% son de género masculino, el 45,5% tienen grado de instrucción superior, el 63,3% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 59,1% de las micro y pequeñas empresas son informales, el 68,2% tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 59,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indican que si aplican la gestión de calidad, el 40,9% manifiesta usar la mejora continua como técnica de gestión en sus negocios, el 50% tiene como prioridad planificar actividades, el 34,4% tiene como prioridad sus clientes, el 45,5% de las micro y pequeñas empresas tienen a familiares como trabajadores, el 54,4% no capacitan a sus colaboradores, el 50% se adecuan a los factores externos cambiantes y el 59,1% señala que una atención de calidad aumenta las ventas para el negocio. Se concluye finalmente que la mayoría de las micro y pequeñas empresas encuestadas están aplicando una

gestión de calidad usando la técnica de mejora continua, priorizando el buen trato al cliente pues consideran que esto ayuda a aumentar sus ventas y tener una mejor relación y afianzamiento con el cliente.

Goicochea (2016) en su trabajo de investigación titulada, *La Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, 2015*. Tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del triunfo, provincia del Lima, departamento de Lima periodo, 2015. La investigación que se empleó fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, para el recojo de la información se escogió a una muestra poblacional de 10 mypes a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas donde se obtuvo los siguientes resultados: el 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, el 70% son de género masculino, el 70% son casados, el 100% son peruanos, el 40% tienen estudios secundarios, el 80% son administradores del negocio, el 30% de las micro y pequeñas empresas tiene una antigüedad de más de 7 años, el 60% tienen entre 1 a 4 trabajadores, el 60% cuentan con una estabilidad laboral permanente, el 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si tienen conocimiento de la gestión de calidad, el 70% no desarrolla ninguna política de calidad, el 80% si realiza capacitaciones para sus trabajadores, el 60% de los trabajadores están capacitados para cumplir sus labores a cabalidad, el 100% de los representantes indican que si controlan la preparación de sus alimentos, el 80% realizan publicidad por medio de paneles, el 90% considera que hay un buen clima laboral en sus negocios y el 50% manifiesta que el aspecto de mejora en su establecimiento es la infraestructura. Se concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes si capacitan a sus trabajadores para que puedan cumplir sus funciones con mejor desempeño, sin embargo, indican que a pesar de tener conocimientos de la gestión de calidad no han aplicado ninguna política para desarrollarla pudiendo traer consigo problemas de competitividad en el mercado.

Campos (2015) en su trabajo de investigación titulada: *Gestión de Calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la Primavera Castilla, 2015* donde tiene como objetivo determinar la manera en la cual influye la gestión de calidad

y competitividad en las Mype rubro restaurantes – cevicherías asentamiento Humano la Primavera Castilla, 2015. Empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la unidad de análisis está basada en 3 mypes a los que se les aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 17 preguntas cerradas obteniéndose los siguientes resultados. El 100% de las micro y pequeñas empresas sus procesos es de servicios, el 100% consideran que si desarrollan correctamente los procesos de elaboración de sus alimentos, el 67% no usa información básica para la toma de decisiones, el 100% realiza sus compras de manera planificada, el 67% indican que no plantean estrategias para alcanzar sus objetivos, el 100% indican que si tienen una estructura de responsabilidades, el 100% si tienen un flujo de comunicación con su personal, el 100% no capacitan a su personal, el 100% de los representantes indican que si existe interés por la calidad del restaurante, el 67% no toma decisiones constantemente para la mejora de su empresa, el 60% de los clientes encuestados indican que los servicios adquiridos que les ofrecen no les satisface, el 76% de los representantes indican que no cumplen con el tiempo promedio para la entrega de los pedidos, el 91% de las micro y pequeñas empresas no ofrece promociones atractivas y el 59% de los clientes encuestados indican que la atención recibida no fue muy agradable. Se llega a la conclusión de que las Mypes del sector servicio – rubro cevicherías del Asentamiento Humano la Primavera Castilla muestran resistencia al cambio lo que a repercutido alcanzar altos niveles de competitividad, pero no hay interés por parte de las gerencias en mejorarlo, a pesar de que la gestión de calidad es una estrategia dirigida al éxito competitivo de la empresa.

Hernández (2014) en su trabajo de investigación titulada *Gestión de Calidad, marketing y competitividad de las Mypes del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014*, cuyo objetivo es determinar las características del marketing de las Mypes del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de la Esperanza. El tipo de investigación fue descriptiva y para llevar a cabo escogió una muestra poblacional de 15 micro empresas donde obtuvo los siguientes resultados: El 66,67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, el 40% tienen una edad entre los 30 a 40 años, el 53,33% su grado de instrucción es secundaria completa, el 66,67% tienen algún tipo de capacitación orientada al servicio, el 53,33% indica que la empresa es quien debe ser responsable de la capacitación, el 60% aplica el liderazgo general, el 73% indica que el local donde se ubican no es propio, 73% indican que temen a que otros restaurantes copien sus

características, el 62,5% de los clientes encuestados indican que la calidad de los restaurantes es buena, el 75% indican que la atención también es buena y el 50% indican finalmente que el negocio le parece bueno. Finalmente se concluye que el marketing y competitividad de las Mypes del sector servicio – rubro restaurantes son dos puntos que aún están lejos de estar relacionados, que nos limita a realizar una correcta gestión del negocio. La mayoría de los Gerentes y/o administradores cuentan con estudios secundarios; esto significa una gran desventaja para el negocio ya que se carece de conocimientos profesionales para poder aplicar herramientas de gestión que permita al negocio ser más efectivo y competitivo, solo están llevando la administración de forma empírica.

2.2. Bases teóricas:

Las Micro y pequeñas empresas.

Las micro y pequeñas empresas cumplen un papel clave y muy importante en el crecimiento económico y social del país, es una fuente impulsadora de empleo brindando abundantes puestos de trabajo, incentivando el espíritu creativo y empresarial capaz de contribuir a la reducción de la pobreza.

Según la ley N° 28015, (2003) las micro y pequeñas empresas son una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentran regulada en el TUO (Texto Único Ordenado), de la Ley de Competitividad, formalización y desarrollo de las Micro y pequeñas empresas y del Acceso al Empleo Decente.

Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Las micro y pequeñas empresas se han creado con la finalidad de generar rentabilidad y contribuir con el desarrollo social, brindar puestos de trabajo y ser el motor impulsador de la economía del país, así lo indica el 100% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina, Nuevo Chimbote.

Características de la nueva ley MYPE N° 30056.

Esta ley es la que modifica distintas barreras burocráticas que retrasan la actividad empresarial y facilitan la inversión privada impulsando el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

Así mismo según la nueva ley MYPE N° 30056, (2013) indica que las micro y pequeñas empresas son la inclusión de una nueva categoría empresarial que es la “mediana empresa”, que, si bien no goza de beneficios laborales, dado que con su incorporación se busca impulsar la (re)organización empresarial. En ese sentido, todas las micro, pequeñas y medianas empresas deberán determinar la categoría empresarial que les corresponda en función de sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades impositivas Tributarias (UIT).

-Pequeña empresa: ventas anuales superiores a las 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 UIT.

- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta el monto máximo de 2,300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el ministro de la producción cada dos (2) años. Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permite dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas de promoción y formalización del sector.

Es importante resaltar que una microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, puede ser constituida por su propietario como persona natural individual, o persona natural con negocio.

Importancia

Según Vásquez, (2013) las mypes en el Perú hacen su aparición en los años ochenta, sin embargo, ellos se han venido gestando desde los años cincuenta como solución al problema del desempleo y bajos ingresos, sobre todo en la capital del país, a consecuencia de las olas de inmigración que empezaron a llegar del interior del país. En la actualidad las mypes representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú. Según datos del Ministerio de Trabajo, las mypes brindan empleo a más del 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45% del PBI. Constituyen el principal motor de desarrollo del Perú. Su importancia se basa en:

- Proporciona abundantes puestos de trabajo.

- Reducen el índice de pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.

- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.

- son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

- Mejora la distribución del ingreso.
- Contribuye al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Las micro y pequeñas empresas en el Perú son consideradas las fuerzas impulsadoras del desarrollo económico, no sólo contribuyen a la generación de puestos de trabajo si no que también ayudan al crecimiento socioeconómico de la región donde se encuentran ubicados, sin embargo, aún se debe trabajar mucho en la innovación para poder diferenciarse de sus demás competidores y mantenerse en un mercado que cada vez es más competitivo.

Gestión de Calidad

La gestión de calidad no se centra en un producto o servicio, si no también en los medios para obtenerla, utiliza el aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente.

Según Cuatrecasas, (2012) las empresas hasta el momento han aprendido a producir eficientemente reduciendo sus costos y cada vez con mayor rapidez, tratando de que su producto y/o servicio final llegue en el mínimo tiempo posible con la máxima efectividad, pero esto no es suficiente. La gestión de calidad está encaminada a gestionar todos los procesos de una empresa basándose netamente en calidad, y permitirá obtener el máximo de ventajas competitivas y la satisfacción total de los clientes.

En los últimos años la gestión de calidad a evolucionado considerablemente, y queda atrás aquel concepto de acuerdo con la cual la calidad suponía exclusivamente entregar al cliente productos y servicios funcionalmente correctos.

En la actualidad la calidad va relacionado con la competitividad, no pueden desligarse en ningún momento y, por tanto, la calidad, coste y tiempo son los tres grandes pilares de la competitividad, ya que ésta se supone, no solo entregar productos o servicios correctos, si no a un coste y tiempo razonable, de forma que ambos deben ser lo suficientemente reducidos para que no excedan de lo que sean capaces de reducirlos los competidores. De hecho, la competitividad significa que el sistema productivo debe estar capacitado para alcanzar, por lo menos, los niveles que puedan asumir los competidores.

Entonces podemos decir que la calidad significa pues, entregar productos y servicios funcionalmente correctos como ha sido siempre, pero además no puede evadir otras nuevas

exigencias en favor de la competitividad, que están marcando en el siglo XXI la tendencia en la gestión de calidad. Unas de las exigencias de esta tendencia son:

- **Ajustarse a las necesidades y requerimientos de los consumidores.** Hoy más que nunca la calidad supone que el producto y/o servicio esté totalmente concebido y desarrollado para satisfacer lo que el consumidor espera.

- **Organización y Medios.** Materiales de producción adecuados y recurso humano calificado, motivado y formados (elemento clave) de tal forma que toda la organización esté comprometida con la calidad, por lo que todos los procesos y personas estén involucrados en obtener la calidad *competitiva* que el mercado exige comenzando por un compromiso firme de alta dirección.

- **Minimización competitiva de costes y tiempos de entrega** del producto o servicio. Ello afectará a todas las fases de los procesos de obtención del mismo. Estas etapas conforman el proceso por medio del cual una empresa y su sistema productivo consigue obtener su producto o servicio, con la máxima calidad y eficiencia.

La gestión de calidad permitirá a la empresa mejorar continuamente su productividad volviéndolo más competitivo, pues las cosas saldrán cada vez mejor a la primera dándole al cliente lo que desea. Su buena aplicación de esta gestión es altamente motivante para la organización, sin embargo, el término gestión de calidad es poco conocido por los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina de Nuevo Chimbote, quienes sólo el 62,5% tienen cierto conocimiento de este término, pero no lo aplican en sus negocios.

Herramientas de Gestión Empresarial

En éstos últimos años los hombres han empezado a preocuparse por mejorar la calidad de sus productos, para lograrlo hay que aplicar ciertas técnicas o herramientas que te permita hacer más fácil tu nivel de competitividad y hacer frente a los constantes cambios de un mercado que cada vez es más exigente.

-Empowerment

Según Wilson, (2000) determina que el empowerment es una herramienta que se ha introducido poco a poco en el lenguaje del día a día como un mecanismo de autoayuda, hace saber que las únicas personas que pueden intervenir o cambiar en sus vidas son ellas mismas sin necesidad de consultar con otras personas. La aplicación del empowerment en la empresa sugiere que los colaboradores o los equipos tiene poder de decisión, tienen la autonomía para decidir sobre su funciones y desempeño con total responsabilidad, pues depende de las decisiones y acciones que se tomen en cuanto a sus tareas traerá consigo los resultados que se espera.

Uno de los grandes beneficios de esta herramienta es que favorece al desarrollo y uso de los talentos ocultos que existe en las personas, ellos desean ganar o caer por sus propios esfuerzos, y gracias a este concepto se sienten más atraídos para tratar de conseguirlo.

-Outsourcing

Según Martínez, (2017) el outsourcing, denominado tercerización o externalización de servicios, consiste en que una empresa contrata a otra que se especializa en un área que no tiene la primera. Es una porción del negocio que puede ser desempeñada más eficientemente por otra empresa, la cual es contratada para desempeñarla, esto libera a la primera organización para enfocarse primordialmente en su objetivo.

Algunas características que podemos encontrar son:

- Son actividades que se llevan a cabo por personas externas a la empresa.
- Se aprovechan experiencias y conocimientos de personas externas que pueden llevarlas a cabo dentro de la empresa.
- No es la actividad principal de la empresa por lo que llevarla a cabo desviaría su objetivo primordial.

-Joint Venture

Según Sierralta, (1997) la herramienta del *Joint Venture*, o empresas conjuntas, es la cooperación entre empresas para mejorar y afinar su actividad, a través de esta alianza las empresas implicadas buscan la creación de un nuevo proyecto, producto, servicio o negocio con el fin de mejorar su rendimiento y estabilidad en el mercado.

Las alianzas o fusiones de estas empresas traen consigo beneficios a largo plazo, permitiendo tener un mejor control sobre la producción, mayor acceso a los canales de distribución y obtener la experiencia que la otra empresa tiene.

Para que se del el Joint Venture ambas partes deben tener los mismo intereses y objetivos para poder relacionarse, pues una diferencia en ambas partes podría traer conflictos que pueda afectar la celebración del compromiso.

-Balanced Scorecard

Según Sierralta, (1997) para medir el desempeño de una empresa se requiera de herramientas para que las mediciones sean cada vez más exactas y a partir de estos indicadores poder tomar decisiones para el funcionamiento efectivo de la organización.

Esta herramienta Balanced Scorecard (cuadro de mando integral) permite medir como se va cumpliendo el planeamiento estratégico de la organización, como se está atendiendo, cuales son los ingresos y costos de la empresa, cual es la calidad del producto, desempeño del personal, etc.

Los procesos de gestión aplicando esta herramienta permitirá que la empresa se estabilice y centre en las estrategias propuestas a largo plazo, pues permitirá obtener el feedback para aprender sobre la marcha y poder mejorarla.

-Reingeniería

Según Steven, (1997) es una herramienta de gestión que permite a la empresa rehacer sus sistemas de información y organización de forma radical, es decir, no es hacer mejoras en el proceso, ni correcciones, si no, es hacer un cambio drástico que permita una reestructuración total buscando mejoras espectaculares en todos sus sectores y líneas críticas que le permita a la empresa ser efectivo al momento de brindar su producto o servicio maximizado el contenido de valor agregado en un corto periodo de tiempo

-Calidad Total

Según, Cuatrecasas, (2012) las empresas llegan al convencimiento de que no se pueden realizar diseños de calidad si en la organización no existe una cultura empresarial orientada, con toda claridad, a la calidad. Se percatan de que no sólo deben asegurarse de la calidad de

sus productos/servicios en sí, sino que, además, deben garantizar la calidad del uso, consumo y posesión de los productos o servicios por parte de los consumidores usuarios y clientes.

La calidad total sólo se logra cuando toda la empresa ésta decidida y claramente orientada a la calidad, ésta es la única forma de que disponen las empresas para estar seguras de que, en realidad, lograrán altos niveles de satisfacción por parte de sus clientes.

-Benchmarking

Según Manene, L (2011) es una herramienta de análisis de los procedimientos, de las estadísticas, de los productos y de los servicios en un entorno conexo – el de un competidor, un socio u otro departamento de la misma empresa. Su Objetivo principal es proporcionar pistas para la mejora de las empresas que, después de hacer los análisis comparativos, querrían comprender por qué algunas organizaciones tienen más rendimiento que otras, y sobre todo que hacer para llegar a integrar las estrategias eficaces de los competidores en su estructura.

Proceso de Gestión de Calidad.

Las empresas en la actualidad saben que para ser competitivos hay que tener calidad, no solo en sus productos y servicios, sino también en sus procesos, pues esto los llevará a la efectividad. El chip de todo trabajador debe ser el compromiso por buscar la calidad total en todos sus aspectos para mejorar el rendimiento organizacional y la capacidad competitiva, tanto individual como colectiva que traerá consigo la excelencia.

Según Cuatrecasas, (2012) la evolución del significado dado a la palabra calidad va paralela al cambio de enfoque en la gestión empresarial.

Tradicionalmente se ha alcanzado la excelencia empresarial utilizando diversas estrategias corporativas, en función del entorno competitivo al cual intentaban adaptarse. Aun a riesgo de parecer simplista, pero en aras de una mayor claridad conceptual, conviene resaltar las enormes diferencias de los planteamientos empresariales que se propugnan en la actualidad y los que existían en el pasado reciente.

Por situarnos en un contexto histórico concreto, hace dos décadas el énfasis empresarial se centraba en producir todo aquello que el mercado demandaba; el entorno competitivo era local, regional y como mucho nacional para la mayor parte de las empresas. La posibilidad de elección de los clientes era muy limitada. El enfoque “*producto ut*” (vender lo que se es

capaz de fabricar) refleja muy bien la orientación al producto y a la producción de muchos directivos de empresa.

Como una consecuencia natural de la globalización de los mercados en la mayor parte de los sectores de actividad, aumentan sensiblemente la competencia y las oportunidades para el cliente; de forma natural e inconsciente, las necesidades y sobre todo las expectativas de los usuarios crecen. El cliente se convierte en el gran protagonista de la vida de las empresas demandando cada vez con mayor intensidad productos y servicios de “calidad” en los términos en que él la entiende y percibe.

El concepto de calidad toma un enfoque global al abarcar todas las actividades empresariales, operativas y de gestión; ello es debido a que se entiende por producto el resultado del trabajo de cualquier persona y cliente al destinatario de ese trabajo.

Con este amplio enfoque y la orientación a los procesos, pero a todos los procesos de la empresa, la calidad sirve para integrar todas las funciones empresariales en torno a un objetivo común: satisfacer al cliente. Entonces, se dice que la calidad se gestiona mediante técnicas de uso regular para la gestión de otras funciones empresariales acompañadas del uso de unas metodologías y herramientas específicas.

La idea de gestión lleva implícito los conceptos de *objetivo y mejora*, contribuyendo a aumentar la satisfacción del cliente y a reducir los costes totales, aportando una sólida ventaja competitiva propia y sostenible en el tiempo. Así pues, de un concepto negativo, estático y reactivo de la calidad se pasa a otro positivo, orientado a la acción y proactivo. Para tomar una acción específica, no es necesario que se haya detectado algún error, sino que se emprende para cumplir los objetivos de mejora fijados.

El proceso gestión de calidad pasa por la sistemática prevención de cualquier tipo de error o ineficiencia interna, a diferencia de la corrección tradicional. Y ello identificado y actuando sobre las causas que lo han producido como única forma de garantizar que no se repetirá.

En los últimos años las empresas han empezado a gestionar la calidad en todos sus procesos para brindar al cliente, no solo lo que tienen para ofrecer, sino, un plus o un valor agregado a su producto o servicio para buscar la satisfacción total, ello implica una mejora continua y total en todos sus aspectos (proveedores, procesos, mano de obra, atención, etc.) todos deben estar comprometidos en el proceso de la calidad, sin embargo, a pesar de que el 87,5% de las micro y pequeñas empresas de sector servicio – rubro restaurantes de las micro y

pequeñas empresas indican que las gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa no lo han aplicado, debido a que no tienen el conocimiento necesario y muestran temor a cambios y mejorar en sus líneas operativas.

Principios básicos de gestión de Calidad.

Según López, (2003) la calidad es un principio de las empresas actuales que buscan ser competitivos, desarrollarse y consolidarse en el mercado. Hay ocho principios de gestión claves que proporciona beneficios a la empresa en busca de la calidad total.

- Enfoque al cliente

Según López, (2003) las empresas deben conocer las necesidades sus clientes, pues dependen de ellos, no basta con ofrecer solo lo que tienen, tienen que esforzarse por mejorar, exceder esas expectativas, darles diferentes soluciones y que éstas sean inmediatas, pues la satisfacción del cliente garantiza que vuelvan y traigan consigo más consumidores.

- Liderazgo

Según López, (2003) los líderes no solo tienen que estar en la alta directiva, las empresas tienen que tener entre sus filas a colaboradores con perfil de líder, que sean proactivos, creativos, busquen soluciones rápidas y simples para que le den propósito y orientación a la empresa para mantener un ambiente de compromiso y buscar involucrar a todos para conseguir los objetivos de la empresa.

- Participación del Personal.

Según López, (2003) es muy importante que la mano de obra este enfocada y comprometida en la búsqueda de la calidad total, el recurso humano es la parte esencial de una empresa, por ello se necesita de su total compromiso y motivación para el logro de objetivos. Saber dirigir y liderar al personal es una clave del éxito organizacional, se debe contar con un plan de motivación para el desarrollo y de su capacidad y el potenciar de su rendimiento.

- Enfoque basado en procesos

Según López, (2003) para la obtención de la calidad, éste enfoque busca que la organización trabaje mediante procesos para la obtención del resultado deseado, esta filosofía permitirá a la empresa tener un seguimiento y control más fácil de su funcionamiento, y a partir de ello

poder tomar decisiones que le permita mejorar los puntos críticos que retrasen y no permitan a la empresa alcanzar sus objetivos.

- Enfoque de sistema para la gestión.

Según López, (2003) este enfoque busca que los procesos se relacionen entre sí, se alineen de tal forma que encajan perfectamente uno con otros ordenadamente para la obtención de objetivos. Para conseguir esta integración, la empresa debe gestionar correctamente todos los procesos de tal forma que haya coherencia e interrelación, para ello necesita la participación de todos sus integrantes con un alto nivel concentración.

- Mejora Continua

Según López, (2003) este enfoque se basa en revisar y controlar continuamente las operaciones de las empresas con la finalidad de obtener una visión y medición del rendimiento para posteriormente realizar una retroalimentación que impulse la mejora en la ejecución de los procesos.

- Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.

Según López, (2003) para tomar decisiones correctas que lleven a la efectividad y competitividad hay que tener indicadores y mediciones que nos den información veraz y fiable, a partir de ello realizar un análisis de la situación que nos permita tomar decisiones y emprender acciones para llegar al objetivo que se está buscando.

- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.

Según López, (2003) mantener una relación positiva y confiable con los proveedores traerá como ventaja la optimización de costos y recursos, es necesario que esta alianza desarrolle afinidad, compartan planes de crecimiento a futuro para que ambos tengan mayor capacidad de crear valor.

Los principios antes mencionados son aplicados por las grandes empresas que son competitivamente fuertes y estables en el mercado y en las medianas empresas ya se empiezan a aplicar con la intención de alcanzar la excelencia en sus gestiones. En las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina estos principios no son tan ajenos, el 87,5% indican que la gestión de calidad ayuda

a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, sólo es cuestión de conocimiento y romper la barrera del temor para que su gestión en procesos sea óptima encaminada a la mejora continua.

Benchmarking en la Gestión de Calidad

Los orígenes del benchmarking se remontan al siglo VI a.C. en la época en la que un general chino, conocido con el nombre de Sun Tzu (544 – 496 a.C), escribió en su obra *El arte de la guerra*: “Si conoces al enemigo y te conoces a ti mismo, no hay duda de tu victoria”. A pesar de que la idea de analizar las estrategias de los competidores sea ancestral, hay que esperar a los años ochenta para ver el concepto del benchmarking, en el sentido que conocemos hoy, desarrollarse e imponerse en el universo económico moderno. Debemos su definición a la empresa Xerox que, superada por la competencia, lanzó en la época una estrategia de estudio de las buenas prácticas – en particular en materia de gestión de las existencias, que resultaron ser muy costosas – de una de sus filiales para implementarlas en su propia entidad. Esta prospección llevada a entidades exteriores permitió finalmente que Xerox mejorara sus actividades y finanzas y volviera a encontrar un lugar importante en el mercado, mientras mejoraba el rendimiento de su funcionamiento.

Actualmente en un mundo donde casi todo ya ha sido creado, es difícil entrar a un mercado con algún producto o servicio nuevo, es por eso, que lo que se ofrece tiene que ser igual o mejor a la competencia, para tratar de ser competitivos lo más rápido posible. Para ello es importante conocer cómo hacen las grandes y potentes empresas para hacerse fuertes, tratar de conocer, sus procesos, comportamientos, gestiones y tratar de imitar, acoplar, mejorar y aplicar la información obtenida en nuestra organización para una gestión de calidad óptima.

Según Manene, (2011) el benchmarking es el proceso de obtener información útil que ayude a una organización a mejorar sus procesos. Esta información se obtiene de la observación de otras instituciones o empresas que se identifiquen como las mejores en el desarrollo de aquellas actuaciones o procesos objetos de interés. Benchmarking no significa espiar o sólo copiar, está encaminado a conseguir la máxima eficacia en el ejercicio de aprender de los mejores y ayudar a moverse desde donde uno está hacia donde quiere llegar. El benchmarking es un proceso sistemático a través del que:

- Medir los resultados de otras organizaciones con respecto a los factores clave de éxito de la empresa
- Determinar cómo se consiguen esos resultados.

Utilizar esa información como base para establecer objetivos y estrategias e implantarlos en la propia empresa.

El benchmarking no es un asunto fácil, para lograr el propósito que se busca, es preciso la vigilancia del entorno que permita observar si, en algún otro lugar, alguien está utilizando prácticas y procedimientos con unos resultados que pudieran ser considerados como excelentes y si su forma de proceder pudiera conducir a una mayor eficacia en la propia organización.

Empezar la fase de benchmarking de un programa de mejora de proceso no es un paso que se debe tomar a la ligera. El benchmarking es un proceso en marcha que requiere modernización constante, donde los compromisos monetarios y de tiempo son significativos. Además, es necesario analizar cuidadosamente los propios procesos antes de ponerse en contacto con otras empresas.

La aplicación de la herramienta del benchmarking viene siendo utilizada por muchas empresas, basándose en el estudio de otras organizaciones “referentes” con el fin de ser iguales o mejores competitivamente; pero esto no es tan sencillo como parece, para una buena aplicación de esta herramienta se necesita identificar que factores deseo mejorar, a que empresas se tomaran como referencia, recolectar la información obtenida para analizarla y adaptar los mejores aspectos para la mejora de puntos débiles. Esto lo sabe bien el 50% de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina que indican que el benchmarking encaminará al mejoramiento de la empresa.

Según Sánchez, (2016) el benchmarking se utiliza en empresas, aunque encontramos cada vez más casos en sectores hospitalarios y en los servicios públicos. El benchmarking, es, por naturaleza, extrapolable al conjunto de los departamentos de una empresa: de la informática al servicio de atención al cliente pasando por el departamento de posventa.

Este tipo de estrategia es eficaz por que te permite disminuir los riesgos relacionados con el desarrollo y la innovación, puesto que una organización puede apropiarse de las prácticas, desarrolladas por otros, que ya han tenido éxito.

Para la gestión de calidad las empresas aplican distintas herramientas que le permitan adecuarse mejor a lo que buscan, una de estas herramientas es el benchmarking, que no significa “COPIAR”, es mas bien la identificación de los mejores procesos de otras organizaciones con el objetivo de aprenderlas y aplicarlas para potenciar el rendimiento de sus funciones.

Según Sánchez, (2016) las empresas, para no hundirse, deben modificar sus enfoques competitivos, reaccionar rápidamente, incluso prever las necesidades, los deseos y las expectativas de los clientes actuales potenciales. En esos casos interviene de forma útil el benchmarking, herramienta estratégica que permite una mejora continua en la gestión. Hay tipos de benchmarking que se adaptan a las necesidades de las empresas con el fin de alcanzar su máximo rendimiento como:

-El Benchmarking interno

Según Sánchez, (2016) en este primer tipo, la empresa basa sus análisis comparativos en sus diferentes departamentos para registrar las mejores prácticas utilizadas en vista de generalizarlas al conjunto de la empresa. Por ejemplo, en el servicio de recursos humanos se adaptará un método eficaz de clasificación de los archivos utilizado en el servicio de la contabilidad. En este caso, el *feedback* es muy importante, ya que los servicios se pueden encontrar a diario.

Se trata del método más fácil de implementar debido a que:

- Los datos son accesibles casi de inmediato
- Los recursos humanos están disponibles para colaborar.

Sin embargo, este tipo de benchmarking no aporta ninguna innovación particular puesto que la organización suele ser bastante homogénea en su enfoque de funcionamiento: los procedimientos de trabajo suelen ser similares. Esto se debe principalmente a la cultura de empresa y a los valores comunes, pero también a las promociones y mutaciones internas que propagan las ideas y las buenas prácticas en la empresa.

- El Benchmarking Externo.

Según Sánchez, (2016) este segundo tipo de benchmarking es el más común. No se basa en los servicios de una misma compañía, sino que tiene como objetivo analizar los servicios de las empresas competidoras y de las empresas de otros sectores reconocidas como líderes del ámbito estudiado. No hay duda de que este tipo de benchmarking es portador de valor añadido, puesto que proporciona buenas prácticas que a veces son muy diferentes de las que se habían utilizado hasta ahora en una empresa.

Los principales medios de obtención vienen de las filiales, de las empresas asociadas, de los estudios disponibles en internet, de los coloquios o incluso de las ferias de empresas.

- El Benchmarking Competitivo

Según Sánchez, (2016) también llamado “*benchmarking de competidores*”, este tipo de análisis comparativo se elabora a partir de una empresa competidora del mismo sector, de la que se estudia la estrategia, las innovaciones de productos y de servicios, los costes y plazos de producción, y también el servicio comercial establecido, con el fin de acercarse lo máximo posible del cliente actual y potencial.

Es el benchmarking menos evidente de implementar: la obtención de las informaciones pertinentes es repetitiva y aleatoria porque normalmente se refiere a los datos generales que la empresa competidora ha querido publicar, principalmente sus cifras globales o incluso métodos internos no estratégicos.

- El Benchmarking Funcional

Según Sánchez, (2016) este último tipo de benchmarking se basa únicamente en los procedimientos de la empresa que, por su naturaleza genérica, son extrapolables a empresas de sectores a veces muy diferentes. De esta forma, las empresas a las que se dirigirá el benchmarking funcional pueden proceder de diferentes mercados, con tal de que se las reconozca como líderes en su ámbito. Se suele firmar una colaboración que ofrece la ventaja de la facilidad de obtención de información y del intercambio de las buenas prácticas.

El principal inconveniente de este método es la falta de concordancia entre las estrategias, las culturas y los sectores de actividades, que pueden obstaculizar el establecimiento de un benchmarking eficaz.

Los beneficios del benchmarking como instrumento de dirección, permite con frecuencia poner al descubierto éxitos rápidos, es decir, oportunidades de mejora que son relativamente fáciles y económicas de implementar y que proporcionan ventajas considerables en cuanto a eficacia de proceso, reducción de costes o sinergias del personal. Los costes se recuperan claramente a través de las mejoras que se obtienen cuando las organizaciones utilizan el benchmarking con éxito.

De acuerdo con lo mencionado líneas anteriores una buena aplicación del benchmarking permitirá a la empresa vencer la resistencia al cambio mejorando el nivel eficacia, de igual manera el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina consideran que un buen uso del benchmarking permitirá a la empresa ser más eficiente en sus gestiones.

2.3. Marco Conceptual

Historia de los restaurantes.

El término “*RESTAURANTE*” es de origen francés “*Boulangier*”, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, en el que se servían bebidas y comida, pero como algo distinto a las posadas y casas de comida. Después de la revolución francesa se empezaron a multiplicarse los restaurantes.

Su éxito fue inmediato y numerosos restaurantes fueron abiertos. Eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos. Después de la revolución francesa en 1789, la aristocracia arruinada, no pudo mantener su numerosa servidumbre, y muchos sirvientes desocupados fundaron o se incorporaron a éste nuevo tipo de casa de comidas que surgía en gran número.

Los restaurantes en el Perú

La comida peruana es considerada una de las mejores y más variadas del mundo gracias a la herencia preincaica, incaica, española. La comida peruana albergó una mezcla de distintas comidas de varios países, obteniendo una gran diversidad de alimentos de los cuatro continentes en tan solo un país, ofreciendo una importante variedad de platos típicos de arte culinario peruano en constante evolución.

La gran variedad de alimentos como el maíz, tomate, papas, ají, oca, olluco, palta, lúcuma y piña dio lugar al combinarse las tradiciones culinarias americanas europeas, con la aparición de nuevas comidas y modos de prepararlas. Las sucesivas llegadas de los africanos y los chinos influyeron también en el desarrollo de la comida criolla, actualmente variada y succulenta.

Micro y pequeñas empresas de restaurantes.

Las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, están funcionando hace más de 7 años, siendo dirigidas por los propios dueños que lograron obtener experiencia a lo largo de los años. El negocio consiste en la preparación de diversos platos criollos con insumos netamente peruanos, es por eso que su área de producción tiene que contar con estos insumos de buena calidad para la preparación de un buen plato.

Tipos de servicios que ofrece: (Platos a la carta)

- Arroz con pollo.
- Escabeche de pollo
- Asado de Carne
- Platos hechos con ingredientes marinos.
- Sopa de casa
- Pollo al horno con menestra
- Picante de Cuy
- Arroz con Pato
- Ají de gallina
- Frejolada de pato
- Cabrito

Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes.

Se realizó una breve entrevista a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, donde se determinó que muchos de ellos no saben para qué y cómo aplicar la gestión de calidad para la mejora de sus procesos, lo que genera limitaciones en sus habilidades que les permita hacer mejor el desempeño de su trabajo, es por eso que se presenta un problema muy grave para su desarrollo organizacional.

Gestión de Calidad.

El uso de las técnicas, metodologías y herramientas modernas de gestión tales como el benchmarking, permitirá mejorar sus procesos induciendo a una buena toma de decisiones para el desarrollo de la empresa.

Las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina, Nuevo Chimbote, conocen sobre el benchmarking y saben que una buena aplicación de esta herramienta encaminará al mejoramiento de su empresa, pues es primordial para implementar sus fortalezas y así incursionar en nuevos mercados, sin embargo, no todos los representantes la aplican debido al temor de realizar cambios, se han puesto una barrera que les impide seguir creciendo.

III. HIPÓTESIS

En este estudio no se ha planteado hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptivo, ya que consiste sólo en conocer las características, costumbres y situaciones de los representantes de las micro y pequeñas empresas a través de la descripción exacta de las actividades.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

Para la elaboración de la presente investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo.

Fue no experimental por que se utilizó sin manipular deliberadamente la variable de gestión de calidad, describiéndose tal como se encuentra dentro de su contexto, de acuerdo con la realidad y sin modificaciones dentro de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Fue transversal porque el estudio se realizó en un tiempo determinado, en el año 2016 donde se tuvo un inicio y un fin.

Fue descriptivo, porque se describió en el estudio las principales características de la variable de gestión de calidad con el uso del benchmarking.

4.2 Población y Muestra

-Población

La población está constituida por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, del distrito de Nuevo Chimbote, 2016. La cual fue obtenida mediante la técnica del sondeo. (Ver anexo N° 2)

- Muestra

La muestra se determinó mediante una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la urbanización Santa Cristina del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016. (Ver anexo N° 2)

4.3. Definición y Operacionalidad de las Variables

Variable	Definición de Variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Personas emprendedoras y activas con la capacidad de representar su propio negocio	Edad	18 – 30 años	Razón
			31 – 50 años	
			50 a más años	
		Género	Masculino	Nominal
			Femenino	
		Grado de instrucción	Sin instrucción	Ordinal
			Primaria	
			Secundaria	
			Superior no universitaria	
		Cargo	Superior Universitaria	Nominal
			Dueño	
		Tiempo en el cargo	Administrador	Razón
De 0 a 3 años				
De 4 a 6 años				
	6 a más años			

Variable	Definición de la Variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Son agentes con culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos, con una alta predominancia en el mercado de comercio	Antigüedad	De 0 a 3 años	Razón
			De 4 a 6 años	
			De 7 a más años	
		Número de trabajadores	De 1 a 5 trabajadores	Razón
			De 6 a 10 trabajadores	
			De 11 a más trabajadores	
		Los trabajadores son:	Familiares	Nominal
			No familiares	
		Objetivo de creación	Generar ganancias	Nominal
Subsistencia				

Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking	Es el uso de los recursos para optimizar los conocimientos y procesos, para que éstos sean bien orientados de manera que los clientes estén conformes con los productos y/o servicios que se les brinda	Conoce el término gestión de calidad	Planeamiento Planificación	Nominal
		Técnicas modernas de gestión de calidad	Benchmarking Empowerment Las 5 S Atención al cliente	Nominal
		Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa Aprendizaje continuo No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros	Nominal
		Técnicas para el rendimiento del personal	La observación La evaluación Escala de puntuación Evaluación de 360° La observación	Nominal
	Es un proceso el cual consiste en recopilar información de un competidor más grande del mercado, es decir, líderes en el mismo rubro, con la finalidad de obtener nuevas ideas.	Conoce el significado del benchmarking	Si No	Nominal
		Benchmarking encaminará al mejoramiento de la empresa	Si No	Nominal
		El personal de la empresa se resiste al cambio	Acostumbrados a la rutina Desean incentivos económicos Desean incentivos simbólicos No se resisten al cambio	Nominal
		Fortalezas para implementar el benchmarking en la empresa.	La cultura al cambio Aprendizaje continuo Competencia en el mercado Todas Ninguna.	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizó para el desarrollo de trabajo de investigación fue la encuesta dirigidos a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina en el distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

El instrumento que se utilizó para el desarrollo del trabajo de investigación fue un cuestionario estructurado con 23 preguntas cerradas, 05 preguntas referidas al representante de las micro y pequeñas empresas, 04 preguntas referentes a las micro y pequeñas empresas, 06 preguntas referentes a la variable de gestión de calidad y 08 referentes a la variable del uso del benchmarking. (Ver anexo N° 3)

4.5. Plan de análisis.

Para poder analizar los datos recolectados en la investigación se utilizó el análisis descriptivo de las variables en estudio, se elaboraron tablas de frecuencia y figuras estadísticas. Para lo cual se utilizó los siguientes programas:

Se uso el Microsoft Word, para realizar la redacción digital y posteriores modificaciones.

Se utilizó el Microsoft Excel, este programa se utilizó para realizar la tabulación, elaboración y diseño de las figuras correspondientes obtenidas en las encuestas.

Por último, se utilizó el Acrobat Reader XI, este programa permite leer archivos en digital de extensión PDF.

Para visualizar las tablas dirigirse al Item V. RESULTADOS y para las figuras al (Anexo N° 5)

4.6 Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población	Método y Diseños	Instrumento y Procesamiento
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina distrito de Nuevo Chimbote, 2016?</p>	<p>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 restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016.</p> <p>Objetivos Específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016.</p> <p>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016.</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016.</p>	<p>Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking</p>	<p>La población esta constituida por 8 micro y pequeñas empresas en el sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016. La cual se obtuvo de la técnica de sondeo.</p>	<p><i>Diseño:</i> Fue no experimental– transversal- descriptivo. No experimental por que se utilizó sin manipular deliberadamente las variables. Transversal por que el estudio se realizó en un tiempo determinado, en el año 2016 donde se tuvo un inicio y un fin. Fue descriptivo por que le estudio describió las principales características de las variables de gestión de calidad con el uso del benchmarking.</p>	<p>Técnica: Se utilizó el instrumento del cuestionario como técnica.</p> <p>Plan de análisis. Se hizo uso del análisis descriptivo, para la tabulación de datos se utilizó el programa Excel y Word para la redacción digital y Acrobat Reader XI, para leer los archivos digitales.</p>

4.7. Principios Éticos.

El presente trabajo de investigación tuvo los siguientes principios:

Principio de confiabilidad, dado que todos los datos e información que se recopiló fueron verdaderos, obtenidos de un estudio riguroso hecho a las micro y pequeñas empresas.

Principio de Respeto, este trabajo se hizo con total transparencia, respetando la dignidad de las personas sin afectar en ningún momento su integridad y por el contrario involucrando en este proyecto de investigación.

Principio de confidencialidad, la información que los representantes de las micro y pequeñas empresas nos brindaron fue guardada con la finalidad de no perjudicar ni dañar la integridad de la organización.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Datos Generales	Número de Mypes	Porcentaje
Edad		
18 a 30 años	1	12,5
30 a 50 años	5	62,5
50 a más años	3	25,0
Total	8	100,0
Género		
Masculino	4	50,0
Femenino	4	50,0
Total	8	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	0	0,0
Secundaria	0	0,0
Superior no universitaria	3	37,5
Superior universitaria	5	62,5
Total	8	100,0
Cargo que desempeña		
Dueño	7	87,5
Administrador	1	12,5
Total	8	100,0
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	1	12,5
4 a 6 años	2	25,0
7 a más años	5	62,5
Total	8	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Tabla 2: Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

De la empresa	Número de Mypes	Porcentaje
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	0	0,0
4 a 6 años	2	25,0
7 a más años	6	75,0
Total	8	100,0
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	3	37,5
6 a 10 trabajadores	5	62,5
11 a más trabajadores	0	0,0
Total	8	100,0
Las personas que trabajan en su empresa son:		
Familiares	6	75,0
Personas No familiares	2	25,0
Total	8	100,0
Objetivo de Creación de la empresa		
Generar rentabilidad	8	100,0
Subsistencia	0	0,0
Total	8	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas, sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Tabla 3: Características de la Gestión de Calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016

Gestión de Calidad	Número de Mypes	Porcentaje
Conoce el término Gestión de Calidad		
Si	1	12,5
No	2	25,0
Tengo cierto conocimiento	5	62,5
Total	8	100,0
Qué técnicas modernas de gestión de calidad conoce		
Benchmarking	3	37,5
Red – corporativa	0	0,0
Empowerment	1	12,5
Las 5 S	0	0,0
Atención al cliente	2	25,0
Otros	2	25,0
Total	8	100,0
Dificultades que tiene para la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	2	25,0
Aprendizaje lento	1	12,5
No se adapta a los cambios	3	37,5
Desconocimiento del puesto	2	25,0
Otros	0	0,0
Total	8	100,0
Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce		
La observación	2	25,0
La evaluación	5	62,5
Escala de puntuaciones	0	0,0
Evaluación de 360°	0	0,0
Otros	1	12,5
Total	8	100,0
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	7	87,5
No	1	12,5
Total	8	100,0
La gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización		
Si	7	87,5
No	1	12,5
Total	8	100,0
Conoce el significado de la palabra benchmarking		
Si	3	37,5
No	2	25,0
Tengo cierto conocimiento	3	37,5
Total	8	100,0

Continua...

Tabla 3: Características de la Gestión de Calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016 Concluye.

El benchmarking encaminará al mejoramiento de su empresa		
Si	4	50,0
No	2	25,0
A veces	2	25,0
Total	8	100,0
Estrategias que se toma como referencia de otras empresas para mejorar		
Productos	1	12,5
Servicios	4	50,0
Procesos de trabajo	0	0,0
Todas	2	25,0
Ninguna	1	12,5
Total	8	100,0
El personal de las empresas locales muestra resistencia al cambio		
Si	3	37,5
No	2	25,0
A veces	3	37,5
Total	8	100,0
Porqué cree que el personal de su empresa se resiste al cambio		
Acostumbrados a la rutina	3	37,5
Desean incentivos económicos	1	12,5
Desean incentivos simbólicos	0	0,0
No se resisten al cambio	4	50,0
Total	8	100,0
El benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado		
Si	3	37,5
No	1	12,5
A veces	4	50,0
Total	8	100,0
Tipo de fortalezas que considera le hace falta a su empresa para poder implementar el benchmarking		
La cultura al cambio	1	12,5
Aprendizaje continuo	3	37,5
Competencia en el mercado	1	12,5
Todas	3	37,5
Ninguna	0	0,0
Total	8	100,0
Un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente		
Si	4	50,0
No	2	25,0
A veces	2	25,0
Total	8	100,0

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

5.2. Análisis de los Resultados.

Tabla1: Respecto a las características generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

El 62,2% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 30 a 50 años. Estos resultados coinciden levemente con Antúnez, (2017), quien indica que el 72,7% tiene una edad entre 21 a 50 años, también coincide con Goicochea, (2016), quien obtuvo el 80% con una edad entre 31 a 60 años, también coincide con Hernández, (2014), quien obtuvo el 40% con una edad entre 30 a 40 años. A su vez, estos resultados contrastan con los obtenidos por Fernández, (2017), quien indica que el 44% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre 18 a 30 años, también contrasta con Abanto, (2017), quien obtuvo el 75% con una edad entre 18 a 30 años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina son dirigidos por personas entre 30 a 50 años, el cual puede ser favorable para el negocio por los años de experiencia que tienen.

El 50 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio son de género femenino. Estos resultados coinciden con Fernández, (2017), quien indica que el 60% son de género femenino, también coincide con Abanto, (2017), que obtuvo el 85,7% de los representantes son de género femenino y con Hernández, (2014), quien obtuvo el 66,7% son de género femenino. A su vez estos resultados contrastan con los obtenidos por Antúnez, (2017), que indica que el 63,6% de los representantes son de género masculino, también contrastan con Goicochea, (2016), quien indica que el 70% son hombres. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina son mujeres, demostrando por herencia tener el arte culinario en sus manos para brindar su mejor sabor en cada uno de sus platillos para enamorar el paladar de los exigentes clientes.

El 62,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios superiores universitarios. Estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Hernández, (2014), quien obtuvo el 53,33% con estudios secundarios. Esto demuestra que la gran mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina están siendo dirigidos por profesionales universitarios, el cuál es una ventaja, ya que los conocimientos adquiridos en los estudios podrán ser aplicados en la empresa para una mejor gestión en el negocio.

El 87,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueñas del negocio, estos resultados coinciden con los obtenidos por Abanto, (2017), quien indica que el 62,5% son dueños del negocio, también coincide con Goicochea, (2016), quien indica que el 80% son dueños del negocio. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas son administrados por el propio dueño, permitiendo llevar un mejor control de los procesos.

El 62,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen más de 7 años en el cargo. Estos resultados coinciden levemente con los obtenidos por Fernández, (2017), quien indica que el 60% tiene más de 5 años en el cargo. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina, tienen experiencia en el cargo, el cual les podría permitir tomar mejores decisiones para el alcance de objetivos, pues conocen a la perfección su entorno interno y externo.

Tabla 2: Características de las Micro y pequeñas empresas.

El 75% de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen más de 7 años en el rubro. Estos resultados coinciden con los obtenidos por Goicochea, (2016), quien indica que el 60% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. Al mismo tiempo estos resultados contrastan con los obtenidos por Antúnez, (2017), quien indica que el 68,2% tienen entre 0 a 3 años de permanencia en el rubro. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina tienen más de 7 años en el rubro el cual les ha permitido mantenerse en el negocio y seguir cumpliendo con los objetivos trazados.

El 62,5% de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen entre 6 a 10 trabajadores. Estos resultados contrastan con los obtenidos por Abanto, (2017), quien indica que el 75% tiene entre 1 a 5 trabajadores, también contrastan con Antúnez, (2017), quien indica que el 63,6% tienen entre 1 a 5 trabajadores y con Goicochea, (2016), quien indica que el 60% tienen entre 1 a 4 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina tienen entre 6 a 10 trabajadores, manteniendo un gran número de mano de obra comprometida en su labor para que los clientes puedan vivir una mejor experiencia en los restaurantes en cuanto a la rapidez y calidad en sus servicios.

El 75% de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen a familiares como trabajadores y el 25% son personas no familiares. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina cuentan con familiares en el negocio, el cual es ventajoso porque hay más confianza y compromiso para con la empresa y así tener mayor desempeño por parte de los trabajadores.

El 100% de las micro y pequeñas empresas en estudio han creado la empresa con la finalidad de generar rentabilidad. Este resultado coincide levemente con los obtenidos por Fernández, (2017), quien indica que sólo el 50% se creó con el objetivo de generar rentabilidad. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina han creado sus negocios con la finalidad de generar rentabilidad, ser competitivos y posicionarse en el mercado de restaurantes.

Tabla 3: Características de la Gestión de Calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas.

El 62,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen cierto conocimiento sobre el término gestión de Calidad. Este resultado contrasta con los obtenidos por Goicochea, (2016), quien indica que el 90% si conocen el término gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina tienen solo cierto conocimiento sobre el término gestión de calidad, por lo que es una desventaja al momento de querer gestionar mejoras para el negocio, pues estarían un paso atrás de sus competidores que buscan crecer y afianzarse en el mercado día a día.

El 37,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio conocen el benchmarking como técnica moderna de gestión de calidad. Este resultado contrasta con los obtenidos por Antúnez, (2017), quien determina que el 40,9% aplica la mejora continua como técnica moderna. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina aplican el benchmarking como técnica de gestión de calidad, el cual en estos últimos años esta siendo utilizada por muchas empresas para mejorar en todas sus líneas comparándose con empresas mejores y más grandes que ellos.

El 37,5% de las micro y pequeñas empresas en estudio no se adaptan al cambio, el 25% tiene poca iniciativa, el 25% desconocen el puesto y el 12,5% tiene un aprendizaje lento. Esto

demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina tienen dificultad para implementar la gestión de calidad, pues no se adaptan al cambio generando desventaja en la empresa ante sus competidores más cercanos.

El 62,5% de las micro y pequeñas empresas en estudio aplican la técnica de la evaluación para medir el rendimiento de sus trabajadores. Este resultado coincide con los obtenidos por Fernández, (2017), quien indica que el 70% aplican la técnica de evaluación a su personal. A su vez estos resultados contrastan con los obtenidos por Campos, (2015), quien indica que el 100% no aplican ninguna técnica, estos resultados también contrastan con Hernández, (2014), que indica que el 66,67% aplican una capacitación constante a sus trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina aplican la técnica de evaluación para medir el rendimiento del personal, esto le permitirá medir la capacidad y nivel de productividad de sus colaboradores, para poder tomar decisiones al respecto y así potenciar su mano de obra.

El 87,5% de las micro y pequeñas empresas en estudio indican que la gestión de calidad si contribuyen a mejorar el rendimiento del negocio. Este resultado coincide con los obtenidos por Fernández, (2017), quien indica que el 90% aplican la gestión de calidad, también coincide con los resultados de Abanto, (2017), que obtuvo como resultado que el 62,5% aplican la gestión de calidad, con Antúnez, (2017), que indica que el 59% aplican la gestión de calidad. A su vez estos resultados contrastan con Campos, (2015), que manifiesta que el 67% no considera que la gestión de calidad pueda mejorar el rendimiento de su negocio. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina si consideran que la gestión de calidad es un factor clave para mejorar el rendimiento del negocio, sus procesos y optimización de recursos serán mas efectivos y el gestionar calidad traerá como consecuencia la competitividad en el mercado.

El 87,5% de las micro y pequeñas empresas en estudio indican que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar las metas y objetivos de la empresa. Estos resultados coinciden con los obtenidos por Abanto, (2017), quien indica que el 100% invierte en la gestión de calidad pues les ayudará a alcanzar los objetivos de la empresa, también coincide con los resultados de Antúnez, (2017), quien tiene el 50% de los representantes aplican la gestión de calidad para el aumento de sus ventas. A su vez estos resultados contrastan con los de Campos, (2015), indicando que el 67% no plantean estrategias para alcanzar objetivos. Esto demuestra que una

buena gestión de calidad puede aumentar la producción y ventas del negocio ayudando a alcanzar los objetivos de la empresa permitiendo un crecimiento óptimo y eficiente para afianzarse en el mercado.

El 37,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio si conocen la palabra benchmarking, el otro 37,5% tiene cierto conocimiento y el 25% no conoce. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina tiene cierto conocimiento de la palabra benchmarking, una herramienta que viene siendo utilizada para la mejora de procesos, sin embargo, aun los representantes no saben las ventajas y beneficios de la aplicación de esta estrategia que traerá al negocio constantes mejoras.

El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio consideran que el benchmarking si encaminará el mejoramiento de su negocio, el 25% indica que no y el otro 25% indica que solo a veces ayuda a encaminar un negocio. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina si consideran que el benchmarking si encaminará al mejoramiento de su empresa, sin embargo, éstos no lo aplican por la falta de conocimiento y de cómo se debe aplicar para un resultado efectivo.

El 50% de las micro y pequeñas empresas en estudio toma como referencia de otras empresas los servicios, el 25% imita todo, sólo el 12,5% toma como referencia los productos y el otro 12,5% no toma ninguna referencia. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina toma como referencia de otras empresas los servicios que brinda, esto es beneficioso para el negocio pues mejorarían sus puntos débiles y la atención final al cliente será cada vez más aceptable.

El 37,5% de las micro y pequeñas empresas en estudio indican que el personal de las empresas locales muestra resistencia al cambio. Este resultado contrasta con los obtenidos por Abanto, (2017), quien indica que el 75% de los trabajadores no se resiste al cambio y reciben capacitación constante. Esto demuestra que el personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina si muestran resistencia al cambio, esto debido a que el trabajador es muy conformista y no aspira a escalar, teme que un cambio pueda afectar en su desempeño y peligrar su puesto de trabajo,

trayendo consigo un problema para la empresa que no podrá mejorar en los aspectos de producción y servicio reflejándose en su baja competitividad en el mercado.

El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio indican que el personal de su negocio no muestra resistencia al cambio, el 37,5% están acostumbrados a la rutina y el 12,5% desean incentivos económicos para poder mejorar en sus labores. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina no se resisten al cambio, el cual sería de gran ventaja para poder aplicar nuevas técnicas que permitan mejorar el rendimiento del negocio en todos sus aspectos, sin embargo, es no se ha dado por falta de conocimiento en como aplicar las herramientas administrativas para la mejora de la gestión de calidad.

El 50% de las micro y pequeñas empresas en estudio indican que solo a veces el benchmarking es primordial para incursionar en un nuevo mercado, el 37,5% dice que, si es primordial, el 12,5% indican que no lo es. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina no conocen de los beneficios y ventajas que le puede traer una buena aplicación del benchmarking en el negocio, esto puede ser debido a la falta de capacitación sobre esta herramienta administrativa.

El 37,5% de las micro y pequeñas empresas en estudio aplican el aprendizaje continuo como fortaleza que necesita su empresa para implementar el benchmarking, el 12,5% indica que la cultura al cambio, el 12,5% manifestó que la competencia en el mercado. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina aplican el aprendizaje continuo como fortaleza para implementar el benchmarking, pero esta fortaleza aun no es suficiente para que la empresa tenga un optimo desempeño, necesita ampliar más sus conocimientos en cuanto a gestión de calidad y mejora continua en sus líneas de operaciones y servicios.

El 50% de las micro y pequeñas empresas en estudio indican que el buen uso del benchmarking si permitirá a la empresa ser más eficiente, el 25% indica que no y el otro 25% indican que solo a veces permitirá ser más eficiente. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes de la urbanización Santa Cristina, si consideran que el buen uso del benchmarking les permitirá ser más eficiente y por ende sus procesos, productos y servicios serían cada vez de mayor calidad, pero aun muestran

un déficit al momento de aplicar esta técnica por lo que no se muestra aún los resultados que se espera.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, tienen una edad entre 30 a 50 años, la mitad es de género masculino, la gran mayoría tienen estudios superiores universitaria, los negocios son administrados por los mismos dueños quienes desempeñan el cargo por más de 7 años.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, tienen más de 7 años en el rubro, la mayoría cuenta con 6 a 10 trabajadores, que son familiares; y la totalidad tiene como objetivo de creación generar rentabilidad para seguir creciendo en el mercado.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, tienen cierto conocimiento del término gestión de calidad, sin embargo, utilizan el empowerment como técnicas de gestión de calidad; además la mayoría consideran que las dificultades que tienen para la implementación de la gestión de calidad es porque sus colaboradores no se adaptan al cambio y desconocen del puesto; para medir el rendimiento de su personal la mayoría aplica la técnica de evaluación; por otro lado la mayoría absoluta considera que la gestión de calidad si contribuye al rendimiento del negocio y les permite alcanzar sus metas y objetivos trazados; además la mayoría de los representantes tienen cierto conocimiento de la palabra benchmarking; por lo tanto consideran que ésta herramienta encaminara al mejoramiento de su empresa, pues la mayoría toman como referencia de otras empresas sus servicios; también consideran que su personal no muestra resistencia al cambio, sin embargo, la mayoría indican que solo a veces el benchmarking es primordial en las organizaciones para incursionar en un nuevo mercado; en consecuencia consideran que necesitan el aprendizaje continuo y la cultura al cambio como fortaleza para poder implementar el benchmarking en su empresa, pues la mayoría indica que el buen uso de esta herramienta permitirá a la empresa ser más competitiva.

6.2. Recomendaciones

- Es importante que los representantes de las micro y pequeñas empresas conozcan los beneficios y ventajas de la gestión de calidad para mejorar sus dificultades y tener una mejora constante, esto solo se logra aplicando las herramientas administrativas, por ello, se sugiera una capacitación a los administradores y/o dueños del negocio para que conozcan las amplias puertas que les puede abrir una buena aplicación de técnicas y estrategias administrativas que son necesarias para tomar decisiones acertadas y poder dar soluciones inmediatas a los problemas de la organización.
- Un factor importante es la mano de obra, es decir el talento humano juega un papel importante en el crecer y desarrollo de una organización, es clave mantener un personal motivado y con aspiraciones a crecimiento, que puedan romper la barrera del temor al cambio y salir de su zona de confort, cuando esto suceda contribuirá al desarrollo de habilidades del personal y al logro de objetivos de la empresa, la organización empezará a caminar del sitio donde está hacia el sitio donde quiere llegar.
- Las micros y pequeñas empresas deben adaptarse a los cambios constantes que sufre el mercado diferenciándose de la competencia, deben fijar metas y objetivos a largo y corto plazo, para ello se necesita una dirección inmediata para elaborar una gestión efectiva que traiga los resultados deseados, pues llevan más de 7 años dormidos en el mismo lugar sin mostrar crecimiento y desarrollo competitivo y esto puede seguir generando el no crecimiento del negocio. Es por ello que se recomienda la aplicación del Benchmarking en todas sus actividades, pues el evaluar a las demás empresas grandes y fuertes no solo en su rubro ayudará a encontrar el punto de falencia y poder fortalecerlo para que a partir de ahí sea el empujón que necesitan para su desarrollo como organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abanto, K (2017). En su investigación de tesis titulada: “*Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017* (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Antúnez, L (2017). En su investigación de tesis titulada: “*Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Campos, C (2015), en su investigación de tesis titulada: “*Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes – cevicherías del asentamiento humano La Primavera Castilla, 2015* (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Cuatrecasas, L (2012), *Gestión de la calidad total*. España: Editorial Días de Santos, S.A, 2012. Recuperado el 28 de junio del 2018 de: <http://www.worldcat.org/title/gestion-de-la-calidad-total/oclc/1027198776>
- Embido, G (2013), La calidad de las Mypes. Recuperado el 13 de octubre del 2016 de: <http://www.een.edu/gestion/la-calidad-en-las-pymes.html>
- Fernández, L (2017), en su investigación de tesis titulada: “*Gestión de calidad y capacitación al personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, sector central – La Esperanza, año 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Goicochea, K (2016), en su investigación de tesis titulada: “*La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2015*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

- Hernández, S (2014), en su investigación de tesis titulada: “*Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014*”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- López, M (2003) *Administración: principios de organización y gestión empresarial*. Bogotá, Colombia. Editorial Bogotá DC; Universidad Autónoma de Colombia. Recuperado el 29 de junio del 2018 de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestion-de-la-calidad/>
- Manene, L (2011) *Benchmarking: definiciones, aplicaciones, tipos y fases del proceso*. Recuperado el 2 de octubre del 2016 de: <https://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/04/15/benchmarkingdefiniciones-aplicaciones-tipos-y-fases-del-proceso/>
- Marker, J (2015). *Pymes en México, solo la mitad sobrevive*. Recuperado el 9 de octubre del 2016 de: <https://elsemanario.com/25019/los-errores-y-los-problemas-de-las-pymes-en-mexico/>
- Martínez, J (2017), *Los beneficios del Outsourcing*. México D.F. Ediciones Fiscales ISEF, 2017. Recuperado el 29 de junio del 2018 de: <http://www.worldcat.org/title/outsourcing-2017/oclc/1022570859>
- Ministerio de Trabajo, (2013). *Importancia de las MYPEs en el Perú*. Extraído el 19 de octubre del 2016 de: <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Peralta, P (2012) *Problemas frecuentes en áreas de ventas y marketing*. Recuperado el 19 de agosto del 2016 de: <http://www.comunidadcrm.com/pabloperalta/2012/05/29/los-10-problemas-frecuentes-en-areas-de-ventas-y-marketing/>
- Román, M (2013) *¿Por qué fracasan las empresas?* Recuperado el 9 de octubre del 2016 de: <http://peru21.pe/mis-finanzas/que-fracasan-empresas-2131876>
- Sánchez, M (2016) *El Benchmarking, la Importancia de Analizar el Mercado*. Valencia, *Place of publication not identified*, Recuperado el 25 de junio del 2018 de: <http://www.worldcat.org/title/benchmarking/oclc/950461912>
- Sierralta, A (1997) *Joint Venture Internacional*. Lima – Perú. Pontifica Universidad Católica del Perú, fondo editorial, 1997. Recuperado el 27 de junio del 2018 de: <http://www.worldcat.org/title/joint-venture-internacional/oclc/44791634>

Steven, M (1997) *La Revolución de la reingeniería: un manual de trabajo*. España-Madrid; Editorial Díaz de Santos D.L 1997. Recuperado el 27 de junio del 2018 de: <http://www.worldcat.org/title/revolucion-de-la-reingeniera-un-manual-de-trabajo/oclc/1024464175>

Vásquez, J (2013). *Importancia de las Mypes en el Perú*. Recuperado el 10 de octubre del 2016 de: <http://pymesperuana.diariogestion.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Wilson, T (2000) *Manual del empowerment: Como conseguir lo mejor de sus colaboradores*. Barcelona-España. Editorial Barcelona JC. Recuperado el 29 de junio del 2018 de: <http://www.worldcat.org/title/manual-del-empowerment-como-conseguir-lo-mejor-de-sus-colaboradores/oclc/63200222>

ANEXOS

Anexo N° 1

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Título de la Investigación	X														
Hoja de firma de Jurado	X														
Hoja de Agradecimiento	X														
Hoja de dedicatoria	X														
Resumen		X													
Abstract		X													
Contenido		X													
I. Introducción		X													
II. Revisión de Literatura			X												
2.1. Antecedentes			X												
2.2. Bases Teóricas			X												
2.3. Marco Conceptual				X											
III. Hipótesis				X											
IV. Metodología					X										
4.1. Diseño de la investigación					X										
4.2. Población y Muestra					X										
4.3. Definición y operacionalidad de la Variable					X										
4.4. Técnica e instrumento					X										
4.5. Plan de análisis					X										
4.6. Matriz de consistencia lógica					X										
4.7. Principios éticos					X										
V. Resultados de la investigación						X									
5.1. Tablas						X									
5.2. Análisis de resultados.							X	X							
Conclusiones, recomendaciones y anexos.									X						
Presentación del informe final de investigación, artículo científico y ponencia.										X	X	X	X	X	X

Anexo N° 2

CUADRO DE SONDEO

N°	RAZON SOCIAL	NOMBRE DEL REPRESENTANTE	CARGO DEL REPRESENTANTE	DIRECCIÓN
1	Restaurante “EL PARAISO”	-	Dueño	Av. Brasil H4 Lt 13
2	EL REY CARLITOS	-	Dueño	Av Brasil H4 Lt. 12
3	Restaurante “ANTAWA”	-	Dueño	Av. Brasil H4 Lt. 11
4	LA NUEVA ERA DE CHELITA	Celia Ramos Shimich	Dueño	Urb. Santa Cristina J4 -Lt 16
5	Restaurante “LA SASON DE ROSA”	Rosa Cruzate	Administrador	Urb. Santa Cristina R4 – Lt 9
6	Restaurante “D’TOO”	Piero Tolentino Llontop.	Dueño	Urb. Santa Cristina B4 – Lt. 13
7	“LA RUTA DEL SABOR	-	Dueño	Urb. Santa Cristina B4 Lt. 2
8	Restaurant turístico “RICO CHIMBOTE”	Pedro Tolentino	Dueño	Urb. Santa Cristina A4 – Lt 10

Anexo N° 3



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 DEL BENCHMARKING EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO RESTAURANTES EN LA URBANIZACIÓN SANTA CRISTINA, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2016

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) 30 – 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 5 años
- b) 5 a 10 años
- c) 10 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 5 años
- b) 5 a 10 años
- c) 10 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

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

- a) Benchmarking
- b) Red-corporativas
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) Atención al cliente
- f) Otros

12. ¿Qué dificultades tiene 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

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

- a) Si
- b) No

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: BENCHMARKING

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

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

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

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

18. ¿Qué estrategias toma como referencia de otras empresas para mejorar?

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

19. ¿Cree que el personal de las empresas locales muestra resistencia al cambio?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Anexo N° 4

HOJA DE TABULACIONES

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia	Frecuencia
			Absoluta	Relativa
1. Edad	a) 18 a 30 años	I	1.00	12.50
	b) 30 a 50 años	IIII	5.00	62.50
	c) 50 a más años	II	2.00	25.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
2. Genero	a) Masculino	IIII	4.00	50.00
	b) Femenino	IIII	4.00	50.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
3. Grado de instrucción	a) Sin instrucción	-	0.00	0.00
	b) Primaria	-	0.00	0.00
	c) Secundaria	-	0.00	0.00
	d) Superior no universitario	III	3.00	37.50
	e) Superior universitario	II	5.00	62.50
	TOTAL	8	8.00	100.00
4. Cargo que desempeña	a) Dueño	II	7.00	87.50
	b) Administrador	I	1.00	12.50
	TOTAL	8	8.00	100.00
5. Tiempo que desempeña el cargo	a) 0 a 3 años	I	1.00	12.50
	b) 4 a 6 años	II	2.00	25.00
	c) 7 a más años	II	5.00	62.50
	TOTAL	8	8.00	100.00
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 a 3 años		0.00	0.00
	b) 4 a 6 años	II	2.00	25.00
	c) 7 a más años	II - I	6.00	75.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
7. Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	III	3.00	37.50
	b) 6 a 10 trabajadores	II	5.00	62.50
	c) 11 a más trabajadores	-	0.00	0.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
8. Las personas que trabajan en su empresa son	a) Familiares	II - I	6.00	75.00
	b) Personas no familiares	II	2.00	25.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
9. Objetivo de creación	a) Generar rentabilidad	II III	8.00	100.00
	b) Subsistencia	-	0.00	0.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
10. Conoce el termino	a) Si	I	1.00	12.50

gestión de calidad	b) No	II	2.00	25.00
	c) Tengo cierto conocimiento	III	5.00	62.50
	TOTAL	8	8.00	100.00
11. Qué técnicas modernas de gestión de calidad conoce	a) Benchmarking	III	3.00	37.50
	b) red – corporativa	-	0.00	0.00
	c) Empowerment	I	1.00	12.50
	d) Las 5 S	-	0.00	0.00
	e) Atención al cliente	II	2.00	25.00
	f) otros	II	2.00	25.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
12. Que dificultades tiene para implementación de gestión de calidad	a) Poca iniciativa	II	2.00	25.00
	b) Aprendizaje lento	I	1.00	12.50
	c) No se adapta a los cambios	III	3.00	37.50
	d) Desconocimiento del puesto	II	2.00	25.00
	e) otros	-	0.00	0.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
13. Qué técnicas para medir el rendimiento al personal conoce	a) La observación	II	2.00	25.00
	b) La evaluación	III	5.00	62.50
	c) Escala de puntuaciones	-	0.00	0.00
	d) Evaluación 360º	-	0.00	0.00
	e) Otros	I	1.00	12.50
	TOTAL	8	8.00	100.00
14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	a) Si	III - II	7.00	87.50
	b) No	I	1.00	12.50
	TOTAL	8	8.00	100.00
15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas	a) Si	III - II	7.00	87.50
	b) No	I	1.00	12.50
	TOTAL	8	8.00	100.00
16. Conoce usted el significado de la palabra Benchmarking	a) Si	III	3.00	37.50
	b) No	II	2.00	25.00
	c) Tengo cierto conocimiento	III	3.00	37.50
	TOTAL	8	8.00	100.00
17. Cree que el Benchmarking encaminará al mejoramiento de su empresa	a) Si	IIII	4.00	50.00
	b) No	II	2.00	25.00
	c) A veces	II	2.00	25.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
18. Qué estrategias toma como referencia de otras empresas para mejorar	a) Productos	I	1.00	12.50
	b) Servicios	IIII	4.00	50.00
	c) Proceso de trabajo	-	0.00	0.00
	d) Todas	II	2.00	25.00

	e) Ninguna	I	1.00	12.50
	TOTAL	8	8.00	100.00
19. Cree que el personal de las empresas locales muestra resistencia al cambio	a) Si	III	3.00	37.50
	b) No	II	2.00	25.00
	c) A veces	III	3.00	37.50
	TOTAL	8	8.00	100.00
20. Por qué cree que el personal de su empresa se resiste al cambio	a) Porque están acostumbrados a la rutina	III	3.00	37.50
	b) Porque desean incentivos económicos	I	1.00	12.50
	c) Porque desean incentivos simbólicos	-	0.00	0.00
	d) No se resisten al cambio	IIII	4.00	50.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
21. El Benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado	a) Si	III	3.00	37.50
	b) No	I	1.00	12.50
	c) A veces	IIII	4.00	50.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
22. Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking	a) La cultura al cambio	I	1.00	12.50
	b) Aprendizaje continuo	III	3.00	37.50
	c) Competencia en el mercado	I	1.00	12.50
	d) Todas	III	3.00	37.50
	e) Ninguna	-	0.00	0.00
	TOTAL	8	8.00	100.00
23. Un buen uso del Benchmarking permite a la empresa ser eficiente	a) Si	IIII	4.00	50.00
	b) No	II	2.00	25.00
	c) A veces	II	2.00	25.00
	TOTAL	8	8.00	100.00

Anexo N° 5

Figuras

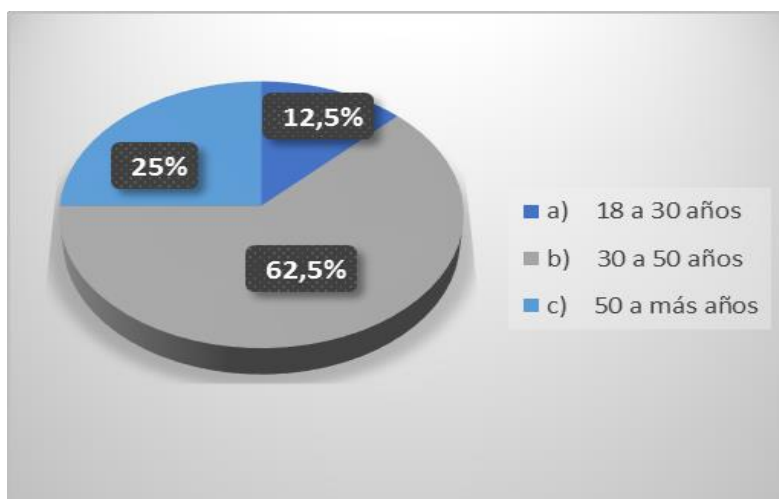


Figura 1: Edad del representante
Fuente: Tabla 1

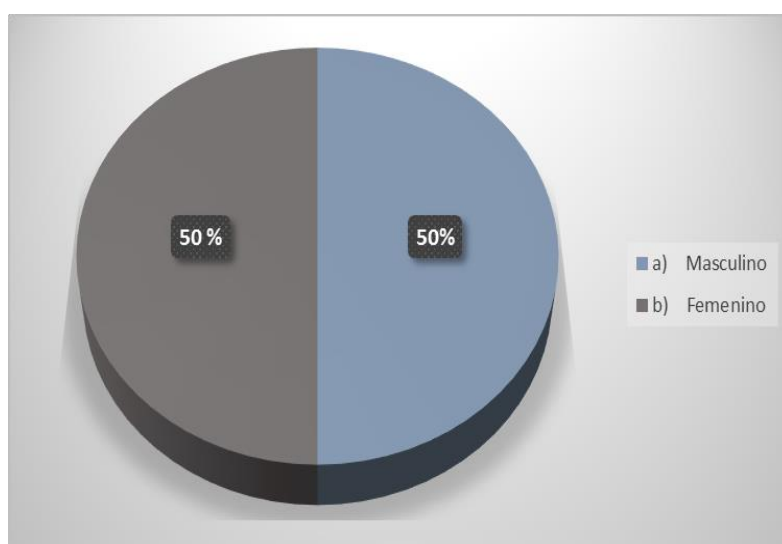


Figura 2: Genero del representante
Fuente: Tabla 1

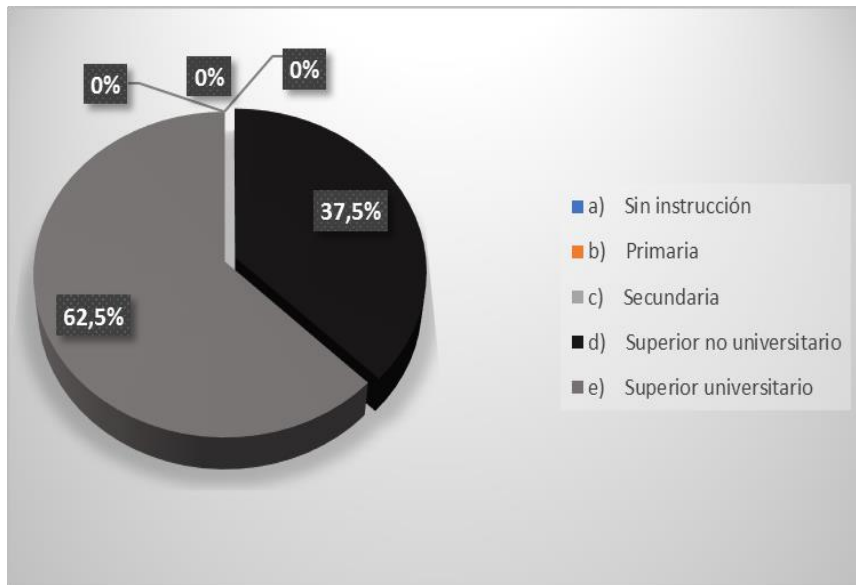


Figura 3: Grado de instrucción
Fuente: Tabla 1

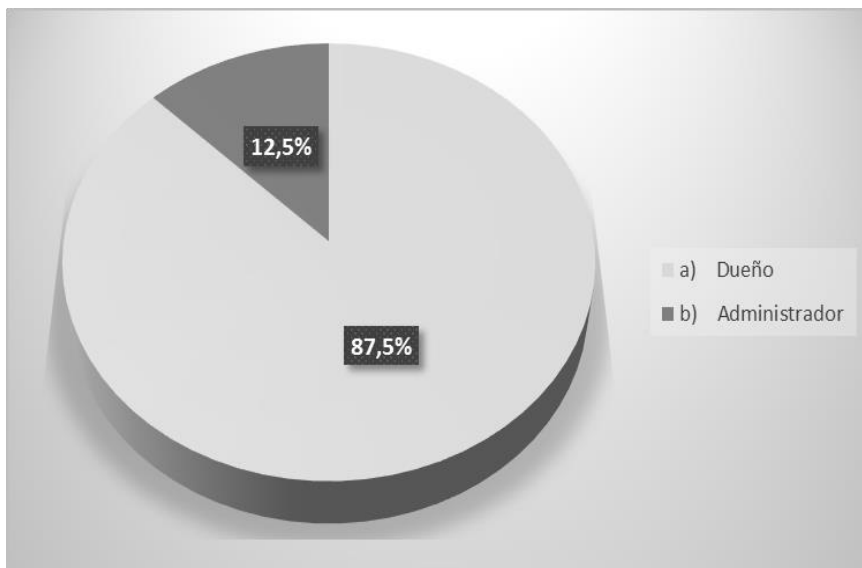


Figura 4: Cargo que desempeña
Fuente: Tabla 1

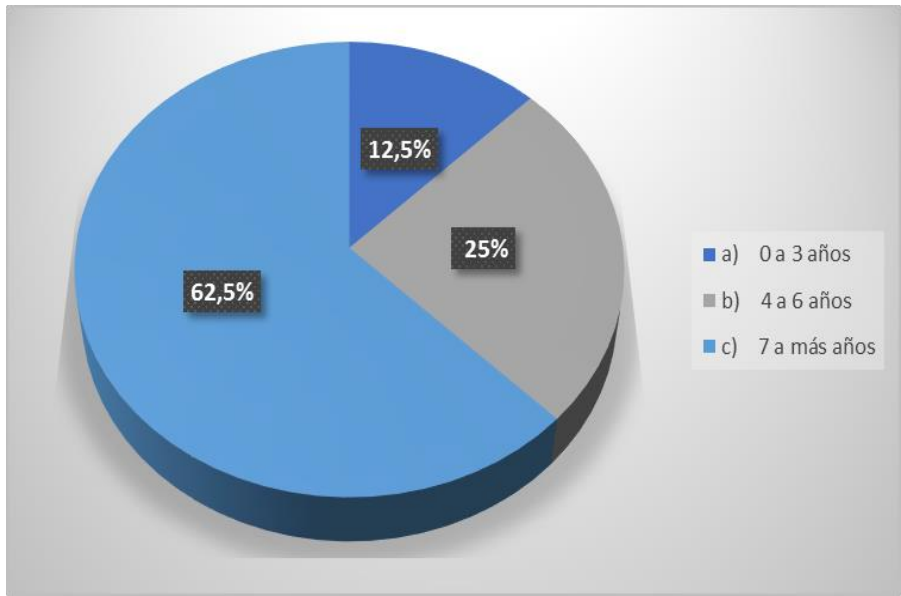


Figura 5: Tiempo que desempeña el cargo
 Fuente: Tabla 1

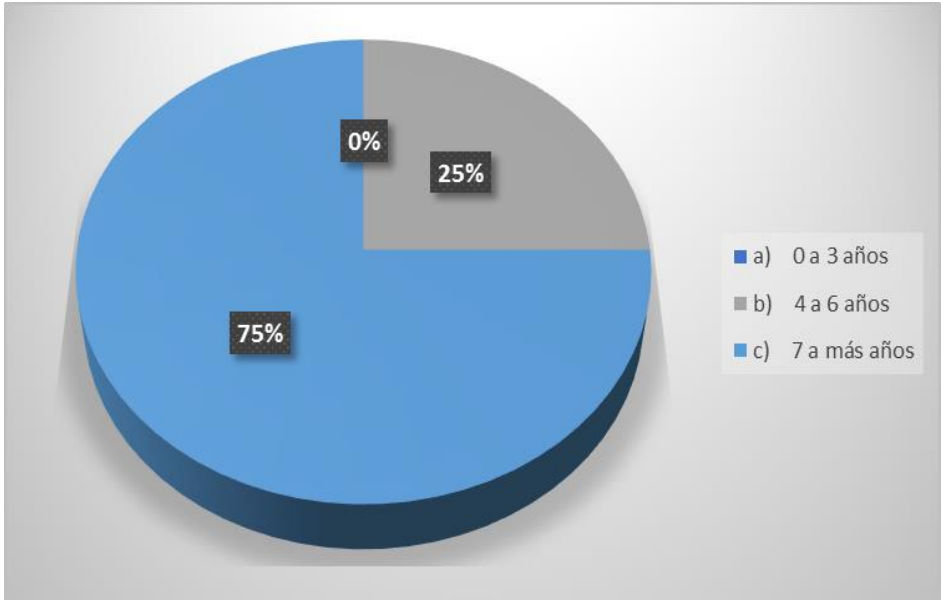


Figura 6: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro
 Fuente: Tabla 2

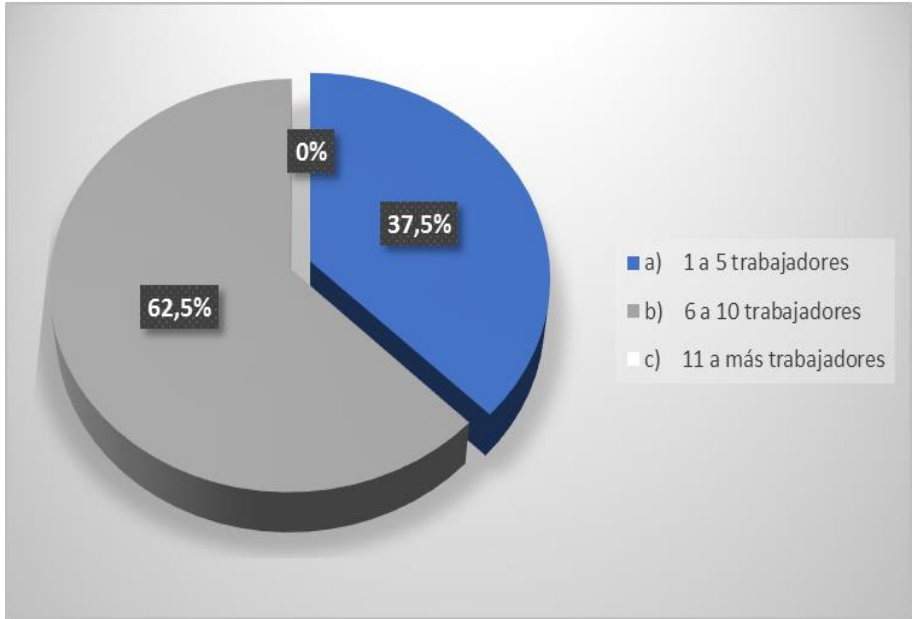


Figura 7: Trabajadores que tiene la empresa
Fuente: Tabla 2

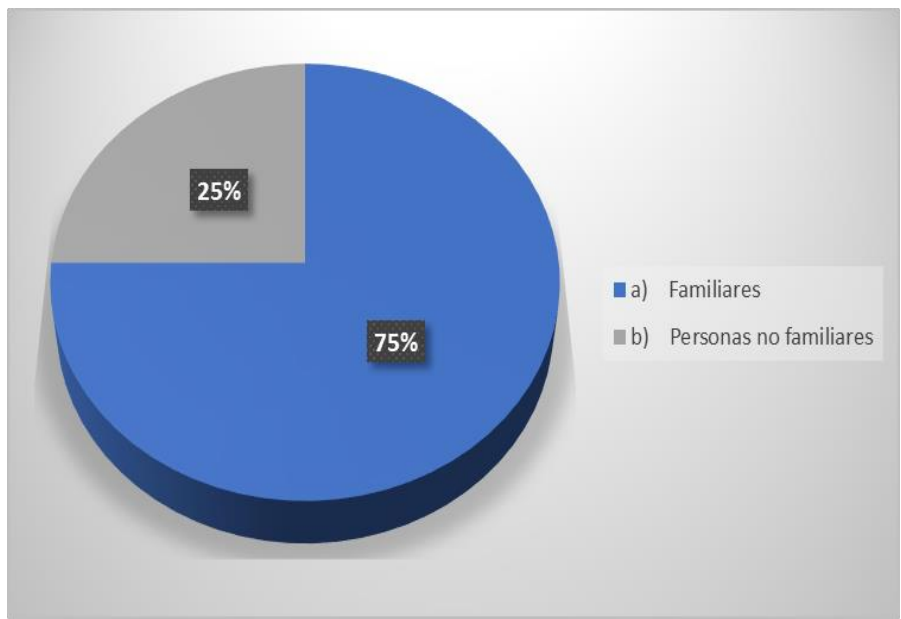


Figura 8: Las personas que trabajan en la empresa
Fuente: Tabla 2

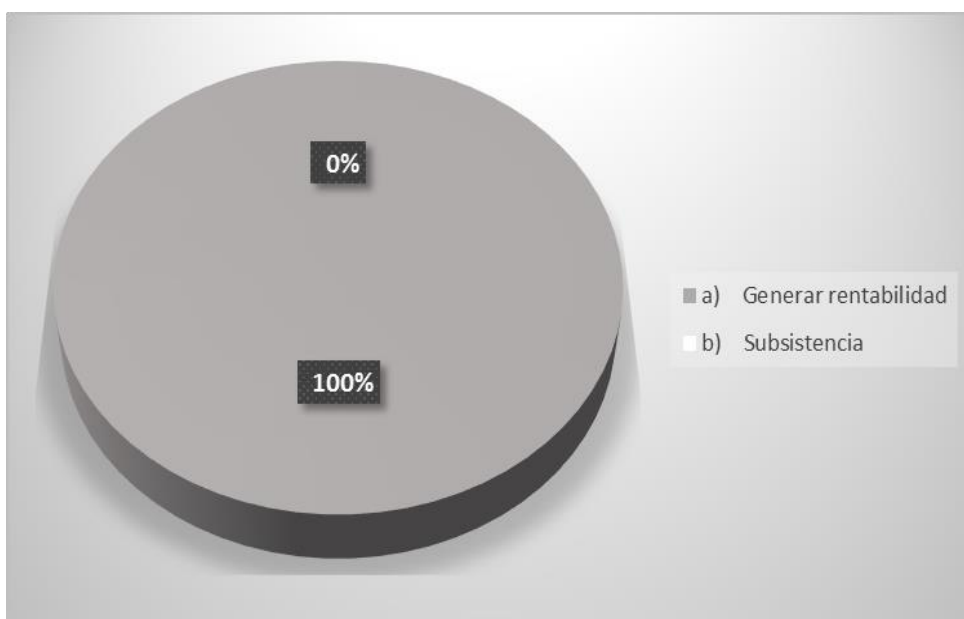


Figura 9: Objetivo de creación
Fuente: Tabla 2

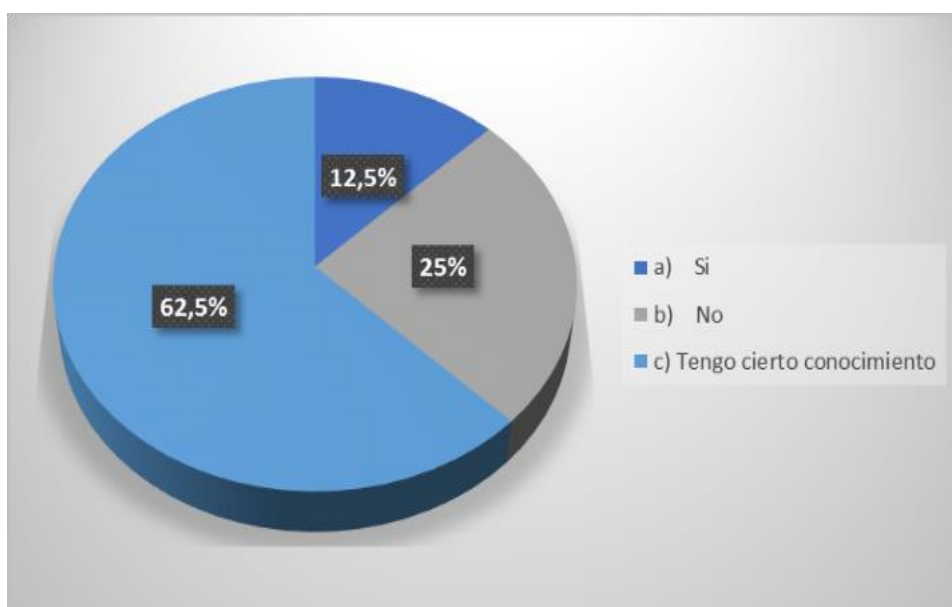


Figura 10: Conoce el término gestión de calidad
Fuente: Tabla 3

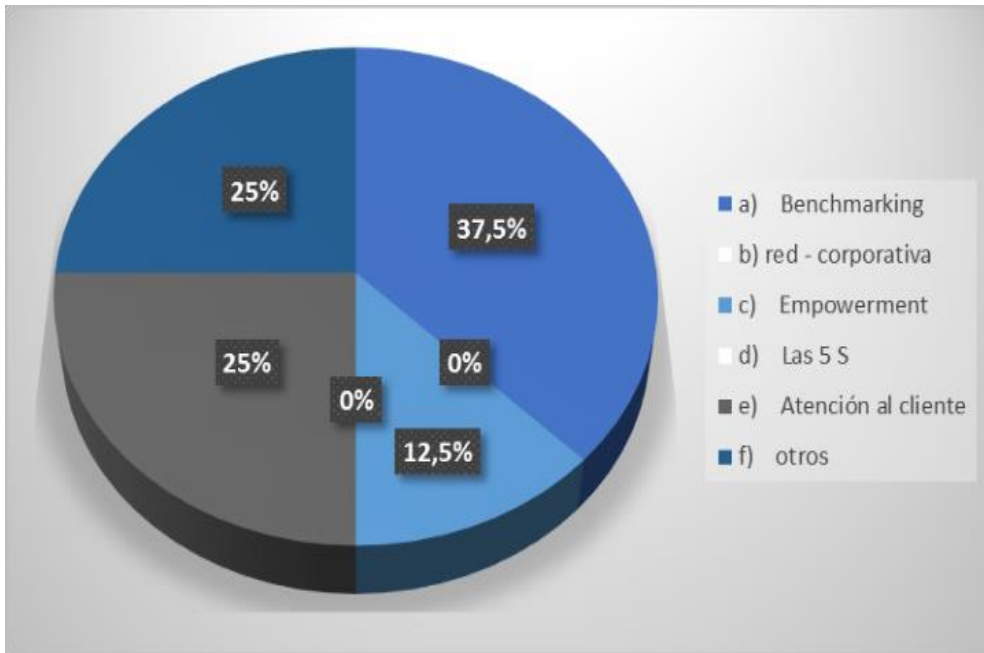


Figura 11: Técnicas de gestión de calidad que conoce
Fuente: Tabla 3

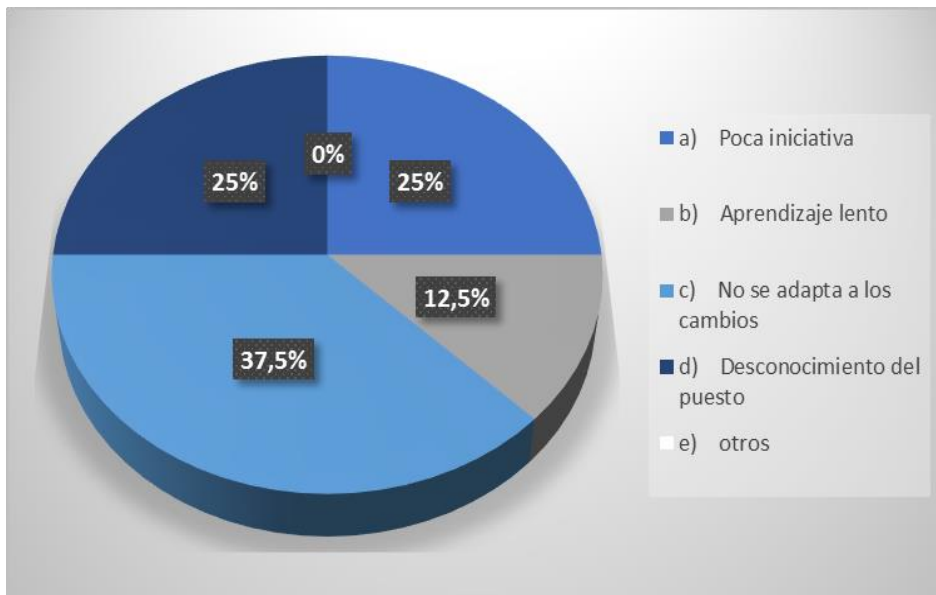


Figura 12: Dificultades para implementación de la gestión de calidad
Fuente: Tabla 3

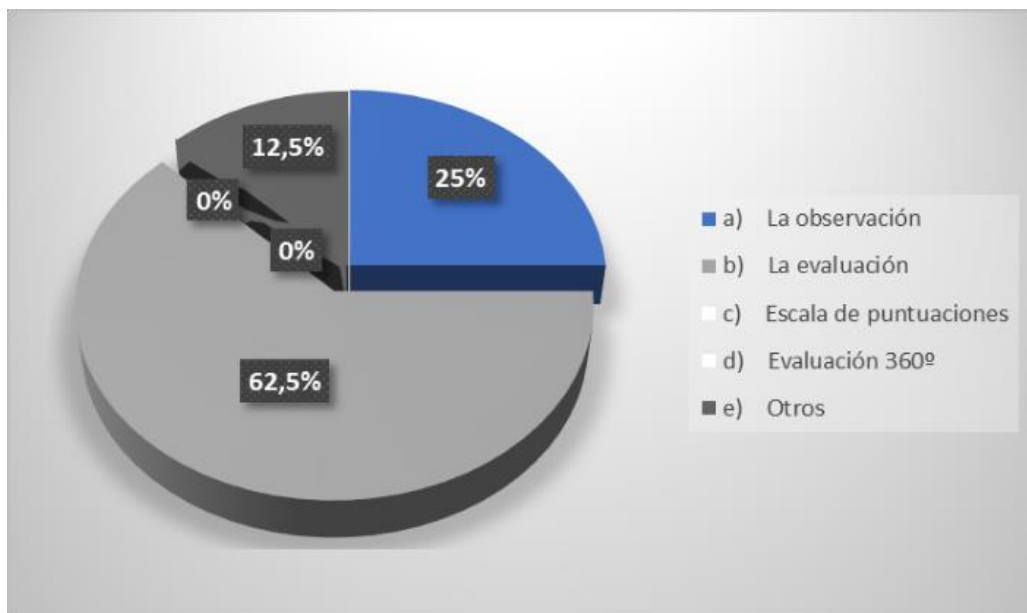


Figura 13: Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente: Tabla 3

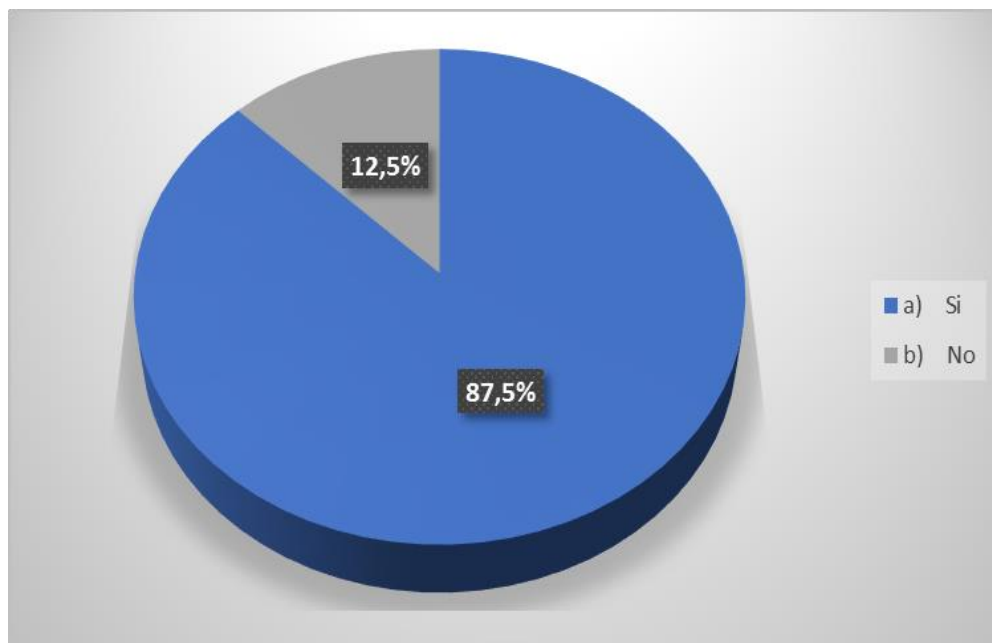


Figura 14: La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Fuente: Tabla 3

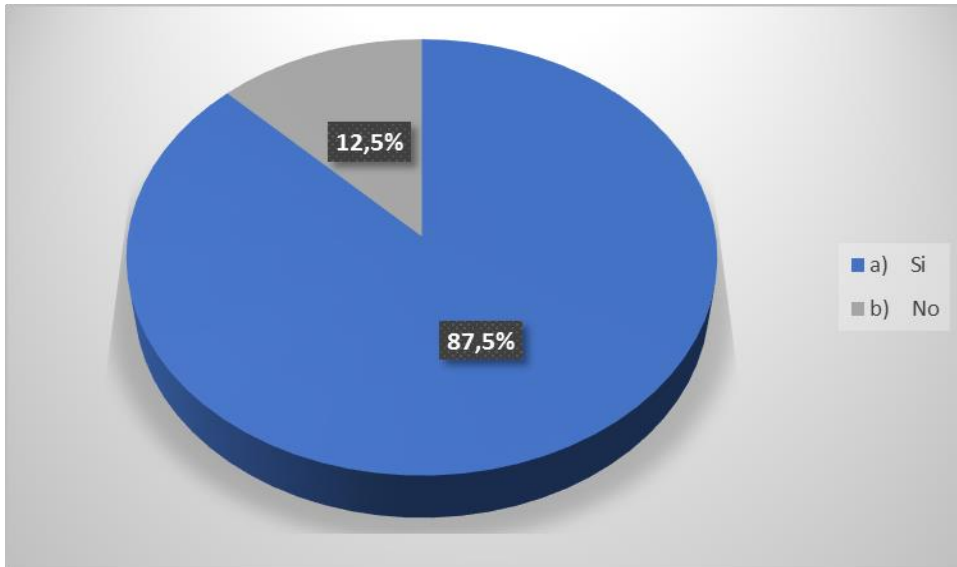


Figura 15: La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización
Fuente: Tabla 3

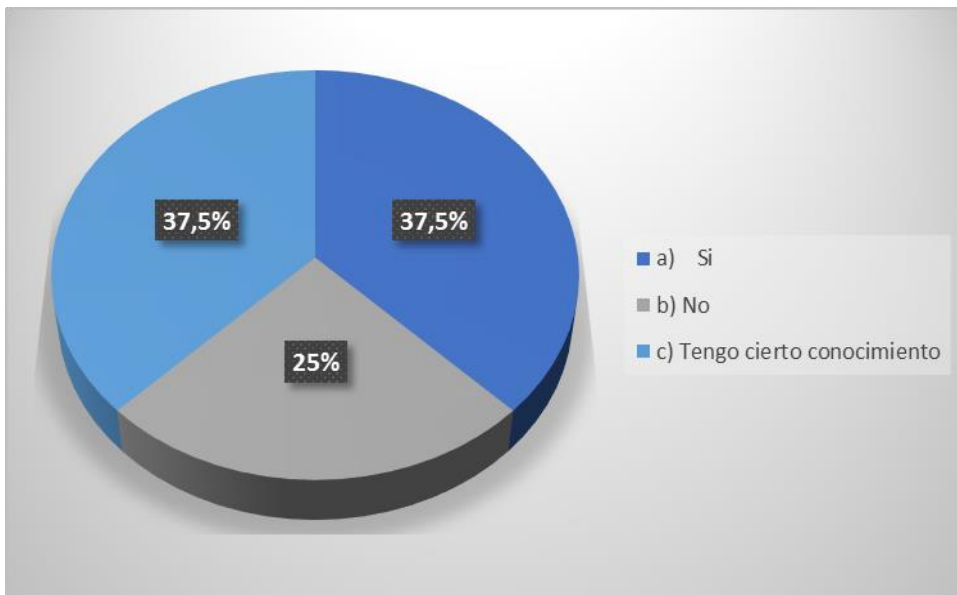


Figura 16: Conoce el término Benchmarking
Fuente: Tabla 3

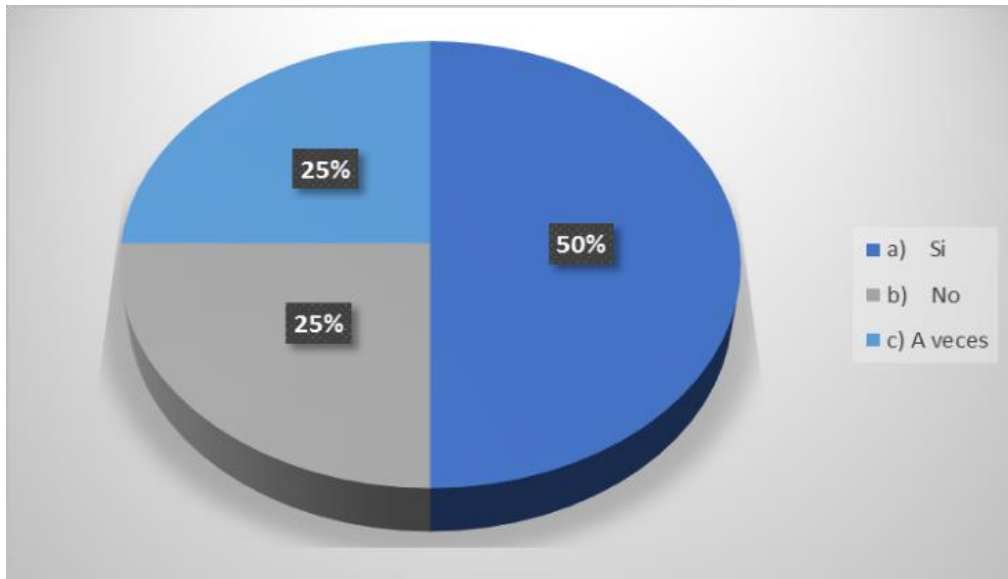


Figura 17: Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa

Fuente: Tabla 3

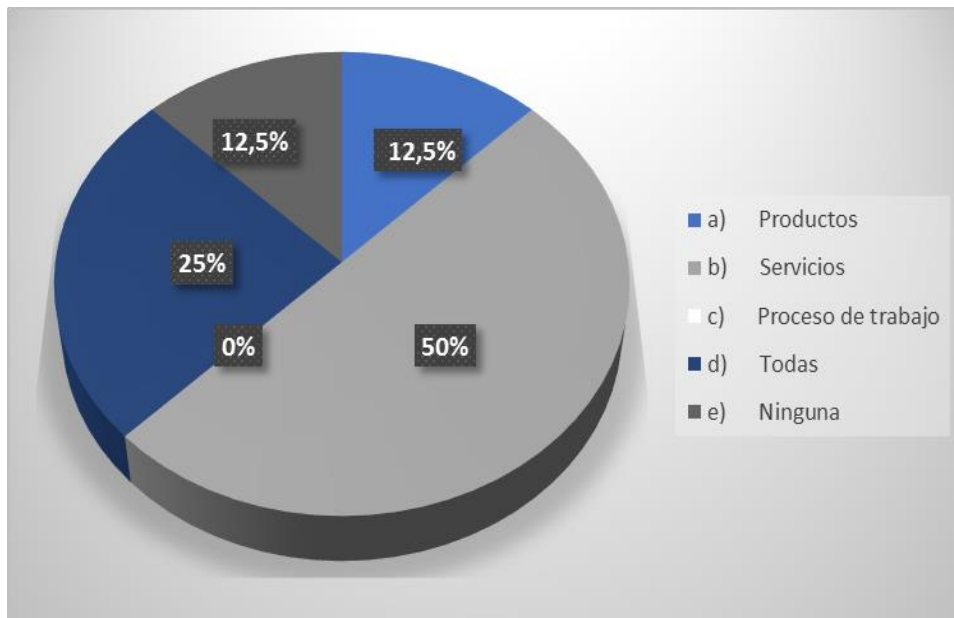


Figura 18: Qué estrategias toma como referencia de otras empresas para mejorar

Fuente: Tabla 3

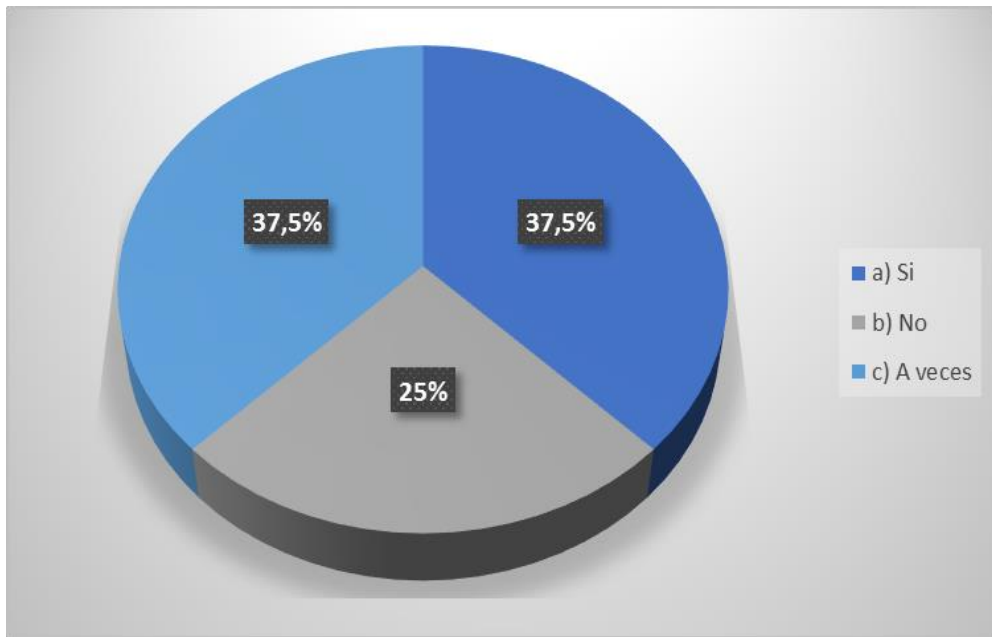


Figura 19 El personal muestra resistencia al cambio
Fuente: Tabla 3

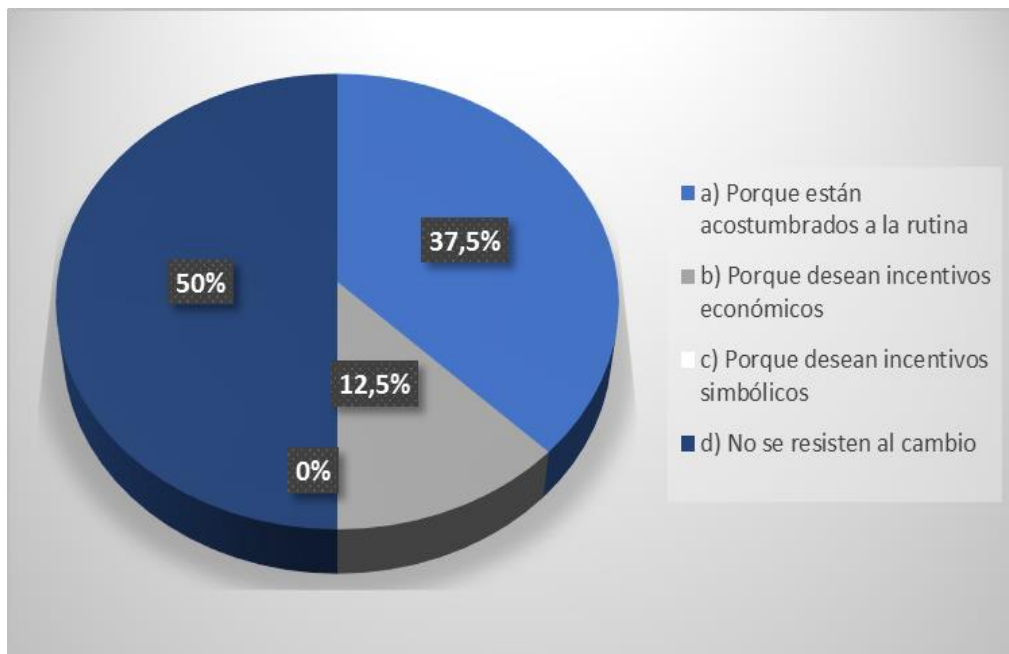


Figura 20: Por qué cree que el personal de su empresa se resiste al cambio
Fuente: Tabla 3

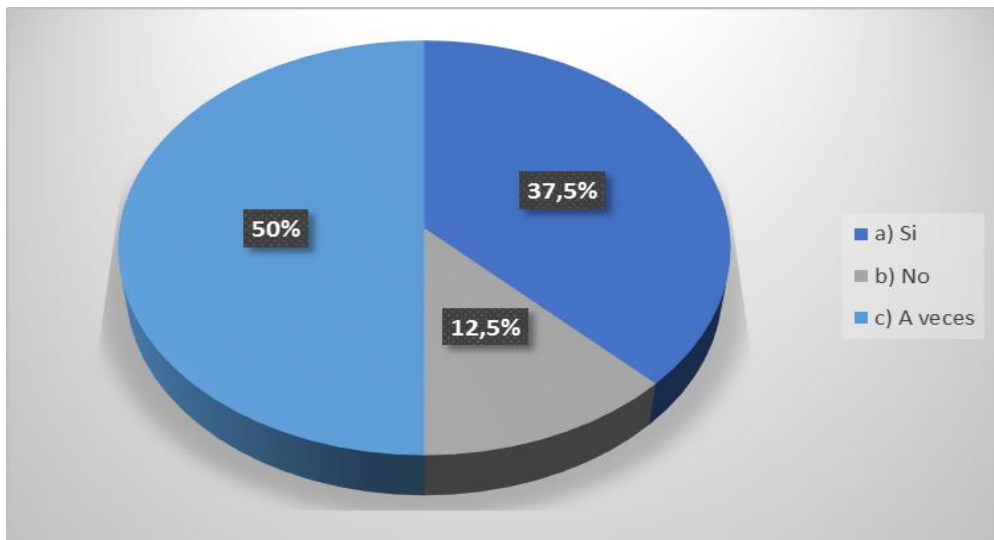


Figura 21: El Benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado

Fuente: Tabla 3

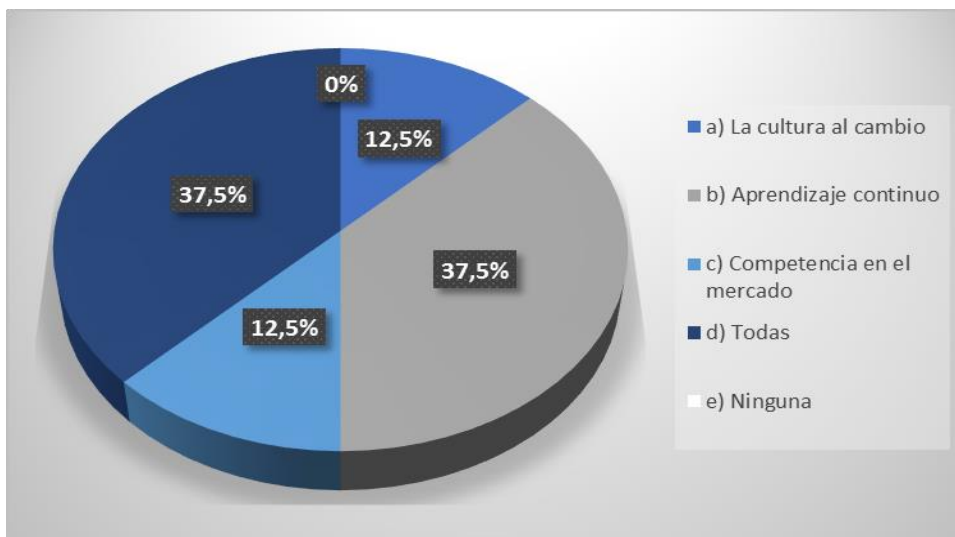


Figura 22: Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking

Fuente: Tabla 3

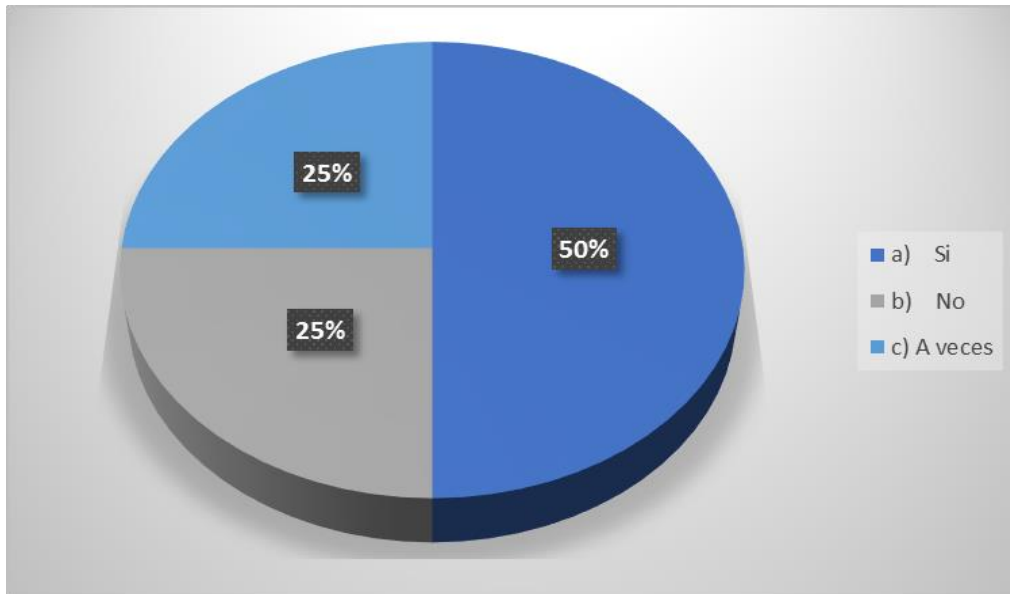


Figura 23: Un buen uso del Benchmarking permite a la empresa ser eficiente

Fuente: Tabla 3