



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y  
BENCHMARKING EN LAS MYPE, RUBRO CABINAS DE  
INTERNET II ETAPA AA. HH LAS DALIAS (PIURA) AÑO  
2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL  
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**AUTORA:**

**BRENDA ARACELY DOMÍNGUEZ PARIAHUACHE**

ORCID: 0000 – 0002 – 8872 – 9431

**ASESOR:**

**MGTR. MANUEL GERARDO MERINO HINOSTROZA**

ORCID: 0000 – 0001 – 8823 - 2655

**PIURA – PERÚ**

**2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y  
BENCHMARKING EN LAS MYPE, RUBRO CABINAS DE  
INTERNET II ETAPA AA. HH LAS DALIAS (PIURA) AÑO  
2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL  
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**AUTORA:**

**BRENDA ARACELY DOMÍNGUEZ PARIAHUACHE**

ORCID: 0000 – 0002 – 8872 – 9431

**ASESOR:**

**MGTR. MANUEL GERARDO MERINO HINOSTROZA**

ORCID: 0000 – 0001 – 8823 - 2655

**PIURA – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **PRESIDENTE**

Mgtr. Victor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

### **SECRETARIO**

Lic. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

### **MIEMBRO**

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000 – 0001 – 7372–741X

### **AUTORA**

Brenda Aracely Domínguez Pariahuache

ORCID: 0000 – 0002 – 8872 – 9431

### **ASESOR**

Mgtr. Manuel Gerardo Merino Hinostroza

ORCID: 0000 –0001 – 8823 – 265

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

---

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

---

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Secretario

---

Lic. Marizta Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000 – 0001 – 7372–741X

Miembro

---

Mgtr. Manuel Gerardo Merino Hinostroza

ORCID: 0000 – 0001 – 8823 – 2655

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios que me ha guiado para cumplir mis metas, seguir adelante con disciplina, compromiso y paciencia en mi formación profesional.

A mis padres por ser el pilar fundamental en mi vida para así poder conseguir el desarrollo de mi formación profesional.

## **DEDICATORIA**

A mi familia por su apoyo incondicional, por desear y anhelar siempre lo mejor para mí, por sus consejos y ayuda que siempre me han brindado poniendo su confianza y esfuerzo para así poder seguir adelante

## RESUMEN

El desarrollo del trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar las características de gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet II etapa AA.HH Las Dalias (Piura) año 2018. La metodología empleada para esta investigación fue de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, siendo la técnica de recojo de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario y fueron aplicados a los clientes y los propietarios. Se obtuvo los siguientes resultados referente gestión de calidad el 88.2% de clientes encuestados si les solucionan los problemas cuando hace uso de la cabina de internet, el 89.7% de clientes si consideran que la rapidez mejora la calidad del servicio. Con respecto al benchmarking 100% de los propietarios no tienen conocimiento de esta técnica y el 100% no realizan proyectos de mejora. En conclusión la implementación de estrategias de Gestión de calidad fortalecen los vínculos de confianza y fidelidad de los clientes con el negocio, también el principio de enfoque al cliente es el más importante porque las MYPE se deben a sus clientes, con respecto a las ventajas del benchmarking se determino que los propietarios desconocen de esta herramienta por lo que casi nunca evalúan a su competencia además para que desarrollen las fases del benchmarking en las MYPEes importante analicen cómo están desarrollando sus actividades para mejorar en lo que se están fallando.

**Palabras claves:** benchmarking, Gestión de calidad, MYPE y servicio.

## **ABSTRACT**

The general objective of the development of the research work was to determine the characteristics of quality management and comparative evaluation in the MYPE category internet booths II stage AA.HH Las Dalias (Piura) in 2018. The methodology used for this research was descriptive level, quantitative type, non-experimental design and cross-section, being the response technique of the survey and as an instrument the questionnaire and were applied to clients and owners. 88.2% of customers are in the solution of problems when using the internet booth, 89.7% of customers have improved the quality of service. With respect to the reference point, 100% of the owners do not have knowledge of this technique and 100% do not carry out improvement projects. In the conclusion of the implementation of the strategies of the management of the company the bonds of the trust and the loyalty of the clients with the business, also the principle of approach to the client is more important because the MYPE is due to its clients, with Regarding the advantages of the comparative evaluation it is determined that the owners are unaware of this tool for which they almost never evaluate their competence for the development of the comparative evaluation phases in the MYPE it is important to analyze how are the activities to improve and what is failing .

**Keywords:** benchmarking, quality management, MYPE and service.



## CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO .....	iii
JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT.....	viii
CONTENIDO .....	ix
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xii
<b>1. Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Marco teórico conceptual.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1. Antecedentes .....</b>	<b>9</b>
2.1.1. Gestión de calidad.....	9
2.1.2. Benchmarking.....	14
<b>2.2. Bases teóricas de la investigación.....</b>	<b>19</b>
2.2.1. Gestión de calidad.....	19
2.2.2. Benchmarking.....	26
<b>2.3. Hipótesis.....</b>	<b>31</b>
<b>3. Metodología de la investigación.....</b>	<b>32</b>
3.1. Tipo de investigación.....	32
3.2. Nivel de investigación.....	32
3.3. Diseño de investigación .....	32

3.4.	Población y muestra .....	33
3.5.	Definición y Operacionalización de las variables .....	35
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
3.7.	Plan de análisis .....	37
3.8.	Matriz de consistencia.....	38
3.9.	Principios éticos .....	39
<b>4.</b>	<b>Resultados</b> .....	<b>40</b>
<b>4.2.</b>	<b>Análisis de resultados</b> .....	<b>60</b>
<b>5.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	<b>65</b>
<b>6.</b>	<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	<b>67</b>
	ANEXOS .....	71
	Diagrama de Gant .....	72
	Cuestionario dirigido a los clientes.....	73
	Cuestionario dirigido a los propietarios.....	74
	Validación del instrumento.....	75
	Evidencia de la aplicación del cuestionario .....	81

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: ¿Tiene conocimiento de lo que es gestión de calidad? .....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 2: ¿La cabina de internet brinda un servicio de calidad? .....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 3: ¿El personal que lo atiende soluciona algún problema o duda que se le presente en el momento que hace uso las computadoras de la cabina de internet? .....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 4: ¿Considera que la velocidad de las computadoras de la cabina de internet es rápida? .....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 5: ¿La calidad de la velocidad del servicio de internet es rápida? .....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 6: ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet? .....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 7: ¿Hay promociones por la cantidad de horas que hace uso de la cabina de internet? .....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 8: ¿Acudir a la cabina de internet le beneficia en cuanto a su estudio o trabajo? .....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 9: ¿Es atendido con la rapidez requerida? .....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 10: ¿Considera que la rapidez en la atención mejora la calidad del servicio?... ..</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 11: ¿Tiene usted conocimiento de la técnica del benchmarking? .....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 12: ¿Conoce Ud. de sus principales competidores? .....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 13: ¿Cree Ud. que la comparación de una empresa con la mejor en el mercado genera una ventaja? .....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 14: ¿Considera usted que su cabina de internet tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes? .....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 15: ¿Usted considera importante la evaluación comparativa para saber la forma en que las otras empresas forman y manejan sus sistemas de calidad? .....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 16: ¿Las promociones aplicadas han logrado captar nuevos clientes? .....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 17: ¿Se cumplen con los objetivos que plantea la empresa? .....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 18: ¿Usted se esmera por comprender las necesidades de su cliente? .....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 19: ¿Considera que tiene que mejorar su servicio que brinda su empresa? .....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 20: ¿Su cabina de internet realiza evaluaciones comparativas para llevar a cabo un proyecto de mejora? .....</i>	<i>59</i>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿Tiene conocimiento de lo que es gestión de calidad?.....	40
Figura 2: ¿La cabina de internet brinda un servicio de calidad? .....	41
Figura 3: ¿El personal que lo atiende soluciona algún problema o duda que se le presente en el momento que hace uso las computadoras de la cabina de internet? .....	42
Figura 4: ¿Considera que la velocidad de las computadoras de la cabina de internet es rápida?.....	43
Figura 5: ¿La calidad de la velocidad del servicio de internet es rápida? .....	44
Figura 6: ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet?.....	45
Figura 7: ¿Hay promociones por la cantidad de horas que hace uso de la cabina de internet? .....	46
Figura 8: ¿Acudir a la cabina de internet le beneficia en cuanto a su estudio o trabajo? 47	
Figura 9:¿Es atendido con la rapidez requerida? .....	48
Figura 10: ¿Considera que la rapidez en la atención mejora la calidad del servicio? ....	49
Figura 11: ¿Tiene usted conocimiento de la técnica del benchmarking? .....	50
Figura 12: ¿Conoce Ud. de sus principales competidores? .....	51
Figura 13:¿Cree Ud. que la comparación de una empresa con la mejor en el mercado genera una ventaja?.....	52
Figura 14: ¿Considera usted que su cabina de internet tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes?.....	53
Figura 15: ¿Usted considera importante la evaluación comparativa para saber la forma en que las otras empresas forman y manejan sus sistemas de calidad?.....	54
Figura 16: ¿Las promociones aplicadas han logrado captar nuevos clientes?.....	55
Figura 17: ¿Se cumplen con los objetivos que plantea la empresa? .....	56
Figura 18: ¿Usted se esmera por comprender las necesidades de su cliente? .....	57
Figura 19: ¿Considera que tiene que mejorar su servicio que brinda su empresa? .....	58
Figura 20: ¿Su cabina de internet realiza evaluaciones comparativas para llevar a cabo un proyecto de mejora?.....	59

## **1. Introducción**

Las microempresas y pequeñas empresas (MYPE) son organizaciones producto del emprendimiento de personas que arriesgan pequeños capitales y que se someten a las reglas del mercado. No reciben apoyo, ni beneficios como si los obtienen las grandes empresas, específicamente las exportadoras, pero a base de imaginación y destreza muchas de ellas logran obtener posiciones importantes en los segmentos de mercado donde les toca operar. La mayoría de ellas, no siguen una educación universitaria, ni los reglas económicos o financieros, pero si saben resolver problemas, que como es natural se presentan a diario en su quehacer económico.

Las Mypes cumplen un rol fundamental produciendo u ofertando bienes y servicios, adquiriendo y vendiendo productos o añadiéndoles valor agregado constituye un elemento determinante en la actividad económica y generación de empleo, pero, carecen de capacitación, poca gestión de negocios, falta de capitales de trabajo por elevado financiamiento de crédito, poca asistencia técnica, y demasiada informalidad.

Ante esta situación, es imprescindible que el gobierno, ministerios e instituciones involucrados accionen una agresiva política para promocionar las Mypes efectuándose coordinaciones con el sector privado para introducirlas en la actividad exportadora y buscar cómo aprovechar las oportunidades que generan los TLC, además, brindándoles financiamientos de crédito competitivos y accesibles, implementando comités locales y regionales orientadores para su formalización, constitución, organización y gestión que contribuyan a mejorar su calidad (Con Nuestro Perú, 2018).

Asimismo se consideró el análisis del entorno interno de las MYPE a través de la herramienta de cadena de valor en el que se puede identificar los puntos fuertes y débiles que deben adquirir para tener una mejor defensa contra la competencia, dentro de las actividades que contribuyen a la creación del producto o servicio están las actividades primarias que en el caso de las cabinas de internet se encuentra la infraestructura, la atención al cliente, personal capacitado y mantenimiento de equipos, también se encuentran las actividades que añaden valor como son las actividades de apoyo.

En la que destaca para el sector servicios la infraestructura de las MYPE no cuentan con un adecuado espacio o distribución de ambientes de trabajo para desarrollar sus operaciones por lo que han adecuado parte de su casa para así adecuar un espacio para el negocio de las cabinas de internet. Esto conlleva a que los pequeños empresarios tengan limitaciones porque no se genera estándares de calidad en el servicio prestado debido a que carecen de un organigrama donde se delegan funciones administrativas, financieras, logísticas haciendo un difícil o incorrecto manejo de sus empresas.

A pesar de su poco conocimiento en temas administrativos y en la gestión de negocios por las experiencias pasadas de organizaciones familiares suelen lograr la competitividad, pero no consideran la importancia de la gestión de calidad para el logro de la eficiencia y eficacia de las MYPE en el cumplimiento de sus objetivos.

Los negocios que ofrecen computadoras para navegar por internet no siempre tienen un mantenimiento de los equipos y accesorios, esto trae como consecuencia que algunos de los audífonos no se pueda escuchar muy bien, que varios de los teclados no funcionan correctamente y algunos de los mouse no tienen buen estado.

Por otra parte dentro del entorno general de las MYPE se encuentra el factor político, factor económico, factor social y factor tecnológico. Por consiguiente el régimen laboral para los emprendedores depende del tipo de negocio o el contexto socio empresarial debido a que no generan el mismo ingreso que otro tipo de empresa por ello debe de cumplir los requisitos, si es una microempresa deberá de tener ventas anuales hasta un monto máximo de 150 UIT. Si es pequeña empresa deberá tener ventas anuales mínimo 150 UIT y máximo 1700 UIT. Si el negocio cumple con los requisitos puede inscribir a través del registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) luego puede contratar a los trabajadores bajo dicho régimen(Morales, 2018).

Los trabajadores de las micro empresas gozan de beneficios como gozar de 15 días calendario de descanso vacacional por cada año de servicio, contar con una jornada de 8 horas, gozar de 24 horas de descanso físico a la semana, recibir una remuneración mínima vital y gozar de feriados establecidos en el régimen laboral; en el caso de las pequeñas empresas tener una compensación por tiempo de servicios (CTS), percibir utilidades según el decreto legislativo N° 892(SUNAFIL, 2016).

El contexto político es más estable para las inversiones el cual es un factor que contribuye al crecimiento económico del país y del desempeño de renta variable local. La economía nacional logro una tasa de crecimiento anual de 3.9% en el 2018, superior al 2.55 registrado en 2017, con una recuperación de la inversión privada. Esto genera una estabilidad, también que las expectativas sobre todo en los sectores que se están recuperando financieramente (El Peruano, 2019).

Con respecto a las leyes y normas para cabinas de internet en Perú está el Reglamento de la Ley N° 28119, modificada por la Ley N° 29139 ley que prohíbe el acceso de menores de edad a páginas web de contenido pornográfico y a cualquier otra forma de comunicación en red de igual contenido, en las cabinas públicas de internet. Las cabinas de internet están obligadas a instalar en todos los equipos de computo, un software de filtro de contenido con el fin de impedir que los menores visualicen información pornográfica. Las disposiciones de la norma se aplican a los propietarios, encargados de turno y aquellas personas que tienen a su cargo la administración de establecimientos de cabinas públicas u otros establecimientos que brindan servicios de acceso a internet (Tecnomatica, 2016)

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el Perú existen 2 millones 332 mil 218 de empresas de las cuales más del 95% están en el régimen Mype, las mismas que son importantes para la económica del Perú, por ese motivo es fundamental que las Mypes sigan las reglas para lograr generar ventajas competitivas sostenibles. Se debe tener en cuenta la satisfacción de las necesidades del cliente, en lugar de darle mucha importancia al competidor(Gestión, 2019).

Los resultados positivos del crecimiento económico del país en el cual se ve el aporte de la región Piura en sus diferentes sectores productivos lo cual se ve reflejado en la generación de empleo tras el crecimiento de los sectores productivos en los que la cantidad de emprendimiento son principalmente motivados por la necesidad. Solo el 1% del total de empresas formales en el Perú cuentan con sistemas de gestión de calidad, lo cual existe un gran trabajo para convencer a las empresas que faltan para que así llegue hacer más competitivas.



Por ello los modelos de gestión que permiten a cualquier empresa administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. Este tipo de certificaciones son requeridas a nivel internacional para la exportación de productos o servicios. En tal sentido, la necesidad de sensibilizar aún más al sector privado para que asuman este tipo de certificaciones que les permita no solo ser competitivas en el mercado nacional, sino dar el gran salto a la exportación de productos o servicios (RPP Noticias, 2016).

Piura es la cuarta región con mayor participación empresarial a nivel nacional; en ese rango, muchas de las empresas corresponden al rubro de las MYPES. De acuerdo a publicaciones del Ministerio de la Producción se estima que existen más de 120,000 mipymes de las cuales solo el 55% están registradas; es decir, 65,412.

Los más frecuentes emprendimientos corresponden a los sectores servicios y comercio, principalmente, catering, decoración, lavado, mantenimiento y reparación de autos y moto taxis, ferreterías, venta de ropa y venta de útiles escolares. Las mipymes mueven la economía regional y representan el 84% del total de las empresas de Piura. A nivel país, estas empresas aportan más del 40% del nivel de producción y generan el 70% de empleo(Mercados & Regiones, 2018).

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) la población total según el censo nacional 2017 llegó a 31 237,385 habitantes, ha tenido un crecimiento anual de 1% en los últimos 56 años. Siendo Piura el mayor departamento con mayor población con una población de 1 856,809(RPP Noticias, 2018).

Sin embargo nuestro país ocupa el primer lugar en Latinoamérica en velocidad de internet móvil, con 10 Mbps, pero todavía existe una brecha ya que solo 46% de los peruanos tiene acceso a internet, lo que hay un desafío para las empresas dedicadas a este rubro. Debido a que no solo se trata de llevar conectividad, si no que se debe de afrontar la alfabetización digital, el cual tiene que ser uno de los pilares del desarrollo de TIC (Gestión, 2017).

Así que es importante que las MYPE utilicen herramientas para analizar su entorno su competitivo para que los propietarios de estas puedan decidir si su empresa deberá salir o no del sector en el que opera, también pueda evaluar cómo mejorar la posición competitiva de su negocio con respecto a cada una de las fuerzas de Porter. Con lo que respecta a la primera fuerza, amenaza de nuevos entrantes, las MYPE rubro cabinas de internet deberán incrementar la calidad de su servicio, proporcionando servicios complementarios a su rubro el cual sea un valor añadido.

En la segunda fuerza se encuentra el Poder de negociación de los clientes los cuales pagan precios diferentes en su poder de negociación debido a que cuentan con varias alternativas mediante una comparación que brinda cada MYPE. Además en la tercera fuerza referente al poder de negociación de los proveedores, las MYPE deben de establecer estrategias de alianzas de largo plazo con los proveedores para que así puedan garantizar precios justos y un servicio de calidad, ya que sin estos no puede tener funcionamiento este tipo de negocios.

También se tiene la fuerza de Amenaza de productos y servicios sustitutos como cuarta fuerza, en caso de las MYPE varias empresas están disponibles en el mercado, otras cabinas de internet se diferencian por los servicios sustitutos que no se pueden negar, para protegerse de esos negocios deben de diversificar los servicios hacia posibles servicios sustitutos. Como quinta fuerza esta la rivalidad de los competidores, la alta competencia restringe la rentabilidad de una empresa por lo que dependen de la fuerza con la que estos compiten por lo que las MYPE de rubro cabinas de internet deben de estar atentas de las estrategias que emplea la competencia.

Por la situación antes caracterizada surge la presente investigación titulada “Caracterización de gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet II etapa AA.HH Las Dalias (Piura) año 2018” se va a dedicar a estudiar las MYPE del sector servicios que son gestionadas empíricamente. La investigación pertenece a la siguiente línea denominada: Gestión de calidad y formalización de las MYPE en el Perú línea que ha sido asignada por la Escuela de Administración y comprende el campo disciplinar: promoción de las MYPE.

El problema encontrado se puede enunciar como: ¿Qué características tiene la Gestión de calidad y benchmarking en las MYPE, rubro cabinas de internet II etapa AA.HH Las Dalias (Piura) año 2018?, para responder al problema de investigación se planteo el siguiente objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet II etapa AA.HH Las Dalias (Piura) año 2018.

Para dar respuesta al objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: (a) determinar las estrategias de la gestión de calidad en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018; (b) identificar los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018; (c) conocer las ventajas del benchmarking en las MYPE cabinas de internet (Piura) año 2018; (d) determinar las fases del benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018.

La investigación se justifica de carácter práctico porque la Universidad debe cumplir con los requisitos de acuerdo a la ley Universitaria N° 30220, artículo 45° inciso 41.1 SUNEDU (2016); para la obtención del grado de bachiller, se requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación.

Además la investigación se justifica de carácter teórico puesto que la investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar la gestión de calidad de las MYPE de servicios de cabinas de internet ya que es conveniente que se evalúen los pasos hacia el crecimiento en materia de calidad contribuyendo a mejorar el rendimiento del negocio así mismo con la aplicación de técnicas modernas como el benchmarking.

Por otra parte se justifica de carácter metodológico porque la investigación aplicará el método científico para la recolección de los datos se emplean las fuentes primarias para la resolución del problema que impide el desarrollo de las MYPE por desconocimiento de mecanismos de gestión y prácticas empresariales modernas lo cual el empresario tiene en sus manos la decisión de mejorar la empresa.

La investigación titulada “Caracterización de gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet II etapa AA.HH Las Dalias (Piura) año 2018”, con sus variables Gestión de calidad y Benchmarking del rubro de cabinas de internet se llevara a cabo en la II etapa AA.HH Las Dalias distrito Veintiséis de octubre provincia de Piura Región de Piura.

## **2. Marco teórico conceptual**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Gestión de calidad**

Según Báez, 2016 presentó su tesis denominada “Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad Basado en la Norma Certificable ISO 9001:2015 con Aplicación a la Empresa Britel S.A” tesis presentada en la Universidad Internacional del Ecuador, la metodología que empleo fue de tipo explicativo, ya que con esta investigación se tratará de conocer cuáles son los procesos que agreguen valor, sus interrelaciones y falencias; y como esos repercuten en la gestión y los resultados de la empresa. Concluye que la organización mantiene una operación basada en los criterios de sus colaboradores y su experiencia, por lo que no ha podido implantar un sistema de gestión de la calidad para poder estandarizar sus procesos y así tener un mejor desempeño y productividad. Como se observa en la evaluación de la lista de verificación, la organización cumple medianamente o no cumple con los requisitos de un sistema de gestión de la calidad según la Norma Internacional ISO 9001:2015, por lo que es necesario diseñar uno para poder seguir compitiendo en el mercado de la seguridad electrónica.

Por otro lado Hernández, 2016 presentó la investigación denominada “Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) y la Dirección y Gestión de Proyectos (DGP): Propuesta de Modelo de integración y articulación para mejorar la Gestión de Organizaciones” trabajo presentado en la Universidad Militar Nueva Granada (Colombia) concluye lo siguiente: Los gerentes buscan cada vez más herramientas que les permita mejorar su gestión en las organizaciones, por lo cual necesitan herramientas que les ayuden a alcanzar este propósito. Unas de estas herramientas son el sistema de gestión de la calidad y la dirección y gestión de proyectos que implementan por separado sin ver la oportunidad de integración que les pueden ofrecer el integrar y articular las mismas. Esto teniendo en cuenta que ambos sistemas son flexibles y generan grandes oportunidades para obtener un mejor resultado en la gestión de la organización.

Por su parte Aroca, 2015 en su investigación denominada “Caracterización del modelo de gestión de calidad ISO 9001:2008 en una empresa de telecomunicaciones de Bogotá” trabajo presentado en la Universidad Militar Nueva Granada (Colombia) concluye lo siguiente: Es necesario que se continúe con el proceso de documentación e implementación del Sistema de Gestión de Calidad ya que este permite el cumplimiento satisfactorio de los objetivos de la Organización. Es importante que todos los niveles jerárquicos de la organización conozcan y se comprometan con el Sistema de Gestión de Calidad ya que este les permite interactuar con los clientes y colaboradores para lograr el mejoramiento continuo. Capacitar y sensibilizar a los colaboradores constantemente de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la organización.

Según Pucutay, 2019 presento la tesis denominada “Gestión de calidad con el uso del Empowerment en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de impresión, en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016” de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote la metodología que empleo fue de diseño no experimental, transversal. Llegó a la siguiente conclusión: La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión en el Jr. 5ta cdra. Chimbote, 2016. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa; así mismo ayuda a alcanzar objetivos y metas trazadas por la empresa, en su mayoría absoluta usan como técnicas modernas el Empowerment, a su vez impide una adecuada gestión de calidad por la excesiva rotación del personal, en su mayoría los representantes si conocen el termino de gestión de calidad, así mismo conocen la técnica de observación para medir el desempeño personal, en su minoría tienen poca iniciativa por parte del personal.

Así mismo Águila, 2018 realizó la investigación denominada “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, rubro impresión digital, distrito de Callería, año 2018” tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Pucallpa) empleo la metodología fue de diseño no experimental - transversal-descriptivo y correlacional. Llegó a la conclusión que las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería no tienen un enfoque desarrollado en el cliente y representa una importante oportunidad de mejora que sus microempresarios tienen que comprender para mejorar su imagen y posicionamiento en el mercado. Este resultado se base en la evidencia de una gestión informal al carecer de organigrama, el no uso de

herramientas de gestión, la falta de visión y misión, falta de interés en la mejora continua generados por una gestión empírica, ausente en conocimientos en administración.

Lombardi, 2016 presento la investigación titulada “ Reconocimiento de una Plataforma de Gestión de la Calidad sobre la cual se pueda establecer la Gestión de la Innovación, en una Mediana Empresa Peruana”, de la Pontificia Universidad Católica del Perú (San Miguel), uso en su investigación el método de estudio es un caso simple, diseño holístico, una única fuente de análisis. Llegó a concluir que dentro de las dimensiones de la gestión de la calidad total, la dimensión que involucra a las personas, sería la que permite mayor ocasión de innovar; la gestión de personas (gerentes, jefes, asistentes, obreros etc.) y la alta dirección, esta última por brindar el marco para que el capital humano se desarrolle plenamente. La mejora continua requiere una cultura organizacional que constantemente impulse a los colaboradores a innovar, reducir el temor al fracaso se convierte en la mejor arma. Esta mejora viene del aprendizaje que se obtiene al enfrentar errores durante los procesos que se dan en la empresa. El aprendizaje proveniente de las rutinas diarias de trabajo se puede convertir en innovaciones incrementales.

Marchán, 2015 presento la investigación titulada “Gestión De Calidad Y Merchandising en las Mype Rubro Imprenta de Talara, año 2015” investigación presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura) empleo la metodología el diseño de la investigación es no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. También es de corte transversal, porque recoge los datos en un momento temporal, descriptivo porque enumera las propiedades de las variables. Llegó a la conclusión que las empresas de este rubro han innovado sus técnicas de impresión y la calidad en la atención, haciendo



partícipe de esto a sus colaboradores. Se recomienda una comunicación fluida con el cliente y establecer mecanismos de comunicación directa para recoger solicitudes, inquietudes, comentarios, sugerencias, quejas etc., y de esta manera tener una idea de lo que realmente quiere el cliente. A la vez los propietarios deben comprometerse a capacitar a sus trabajadores, de tal manera que se puedan desarrollar mejores técnicas de impresión y brindar un mejor servicio.

Agurto, 2018 presento su tesis denominada “Gestión de la calidad y su relación con el desempeño de los trabajadores de la Universidad Nacional de Frontera – Sullana 2018” tesis presentada en la Universidad Cesar Vallejo (Sullana) empleo la metodología de diseño no experimental con enfoque cuantitativo y con diseño descriptivo correlacional Transaccional. Llego a la conclusión que la gestión de calidad de los trabajadores de la universidad se encuentra en un nivel bueno con un 88.0% estos resultados manifiestan que brindan una buena atención a los administrados y que están alineados a los objetivos organizacionales de calidad de la universidad, estos resultados son corroborados por el nivel de desempeño de los trabajadores que se encuentran en un 100% esto se manifiesta en que los trabajadores en su gran mayoría se apoyan entre sí, fortaleciendo su desempeño.

Por su parte Ramos, 2019 en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad y Asesoramiento en las MYPE, rubro gimnasios en el distrito Veintiséis de octubre – Piura, año 2017”, tesis presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Piura) empleo la metodología de nivel cuantitativo, no experimental y de uso transversal. Llego a la siguiente conclusión: Con respecto a la importancia que presentan las MYPE rubro gimnasios ubicados en el Distrito Veintiséis de Octubre se identificó que los espacios que establecen en su interior son accesibles para el uso rutinario de los clientes,

la ambientación que presentan es amplia y apropiada, la innovación que poseen es atractiva, por otro lado no cumplen con la calidad establecida del local, ya que los clientes notan deficiencias en la calidad del local, finalmente la atención que perciben los clientes es la correcta y debida.

### **2.1.2. Benchmarking**

Según Naula, 2018 presento su investigación denominada “Benchmarking y su impacto en la competitividad del sector comercial automotriz” investigación presentada en la Universidad Técnica de Ambato (Ecuador) en la cual empleó la metodología de tipo descriptiva, correlacional. Concluye que la aplicación del Benchmarking como herramienta de mejora continua de los procesos organizacionales, ha permitido identificar actividades en las cuales basarse, a partir de las cuales, evaluar, analizar productos, procesos y servicios a fin de compararlos y tenerlos como punto de referencia para aprender de la experiencia de los demás y mejorar el desempeño en una determinada área. Kotler y Armstrong (2012) señala que es una de las mejores formas para descubrir cómo mejorar la calidad y el desempeño empresarial.

Achig & Viracocha, 2017 presentaron la tesis denominada “Benchmarking para las microempresas de calzado de la ciudad de Latacunga” tesis presentada en la Universidad Técnica de Cotopaxi (Ecuador), emplearon la metodología de carácter cuali – cuantitativo porque se investigó la descripción de las microempresas, de tipo descriptiva e investigación de campo. Llegaron a las siguientes conclusiones: Mediante el estudio se analizó la situación actual del proceso productivo de las microempresas que impiden el desarrollo de las mismas u ocasionan retrasos en las actividades de producción de calzado,

al contrario lo observado en la empresa Plasticaucho que contiene la área espaciosas de entre 12 a 16 m<sup>2</sup> por área de trabajo, que permite la libre circulación del personal y la trasportación de la materia prima y materiales. Al emplear la encuesta y entrevista se conoce el criterio de los trabajadores y gerentes para así poder generar estrategias que permitan mejorar las condiciones en el área de trabajo y la producción, al no contar con una distribución apropiada de la plante de producción de las microempresas ocasiona que el trabajo retrase y se emplee ms tiempo en la elaboración de calzado, por lo que la aplicación del benchmarking teniendo como referencia a la empresa Plasticaucho es necesario la nueva distribución de la planta y la reorganización de los procesos de la producción de calzado.

Por su parte Hernández, 2015 presento su investigación titulada “Benchmarking como alternativa de las PYMES para obtener ventaja competitiva” investigación presentada en la Universidad Autónoma del Estado de México, llego a las siguientes conclusiones que el benchmarking es un proceso de descubrimiento y aprendizaje continuo en el cual es de suma importancia el concepto de medición y de comparación. También se vio en las diferentes definiciones que este proceso no sólo es aplicable a las operaciones de producción, sino que puede aplicarse a todas la fases del negocio, desde compras hasta los servicios post venta, por lo que benchmarking es una herramienta que nos ayuda a mejorar todos los aspectos y operaciones del negocio, hasta el punto de ser los mejores en la industria, observando aspectos tales como la calidad y la productividad en el negocio. De igual manera podemos concluir que es de suma importancia el hecho de que este proceso se concentrará en las prácticas y operaciones de negocios de las empresas que sean reconocidas como las mejores prácticas de la industria.

Según Vásquez, 2018 presento su tesis denominada “El benchmarking y su influencia en la competitividad en la empresa inversiones Ferronor EIRL - Bambamarca 2016”, tesis presentada en la Universidad señor de Sipán (Pimentel) empleo la metodología de tipo cuantitativo/descriptivo y de diseño es no experimental. Llegó a la conclusión, que se analizó que el benchmarking es significativo en la empresa inversiones Ferronor, se identificó con validez el nivel de competitividad, y se descifró la influencia positiva en la competitividad en la empresa Inversiones Ferronor EIRL- Bambamarca 2016. Los trabajadores Inversiones Ferronor EIRL, actualmente vienen laborando perseverantes años de servicio, manteniéndose algunos por muchos años en su puesto o área de trabajo, personas conocedoras en administración.

Según Villalva, 2018 en su tesis titulada “El benchmarking en la competitividad de la empresa Bio Aurora E.I.R.L., La Victoria 2018” investigación presentada en la Universidad Cesar Vallejo (Lima) empleo la metodología los métodos evaluativos propone nuevas estrategias para generar conocimiento valido. Concluyo lo siguiente: se determinó que el benchmarking influye en la competitividad, con las mejores prácticas para satisfacer las necesidades de los consumidores internos y externos para lograr resultados, generando procesos continuos de medición de calidad de productos y servicios.

Por otro lado Chávez, 2017 en su tesis denominada “Propuesta de Benchmarking para mejorar la Gestión de EMPSERGE Raraz S.A.C. 2017” de la Universidad Privada Norbert Wiener (Lima) la metodología que uso en la investigación fue el sintagma holístico ya que tiene el propósito de producir cambios inesperados dentro del cambio científico y en los procesos. Llegando a las siguientes conclusiones: que debido a los problemas que se han generando por una mala gestión en la empresa, se ha visto en la

necesidad de proponer un plan de benchmarking competitivo, con la finalidad de mejorar en algunos aspectos, para ser más competitivos en el mercado. En la investigación realizada se teorizó las categorías y sub categorías correspondientes a benchmarking y gestión, teniendo en cuenta diferentes fuentes, con la finalidad de tener una idea adecuada que permita a la empresa mejorar su situación.

Por otra parte Pinta, 2019 presento su tesis denominada “Caracterización de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las MYPES del sector de productos Hydrobiológicos en la provincia de Sullana año 2018” tesis presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Sullana) en la cual empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativa y de diseño no experimental. Concluye que los tipos de Benchmarking que utilizan las empresas de productos Hydrobiológicos se determinó que no realizan el tipo de benchmarking competitivo al no evaluar a la competencia; así mismo no tiene una precisión de conocimiento de lo que es Benchmarking funcional genérico; manifestaron que no es una buena estrategia entre empresas que lideran el mismo sector. Las técnicas e Benchmarking en las MYPES del sector de productos Hydrobiológicos se describe la técnica de la práctica de la compañía abalizan las actividades de la competencia para implantar por mejorar en la organización. Las técnicas de plan ejecutor aplican supervisan a los resultados sin embargo en relación a construcción de normas no realizan un plan de estrategia para superar las prácticas de solución y reducir el riesgo en la empresa; las técnicas del compromiso realizan evaluaciones comparativas que les permite mejorar a las empresas.

Por su parte Espinoza, 2015 presento su tesis titulada “Aplicación de un benchmarking en una cooperativa de ahorro y crédito” tesis presentada en la Universidad Nacional de Piura; empleo la metodología de enfoque cuantitativo y cualitativo porque se orienta hacia la identificación de las causas y explicación en cuanto a la deficiente aplicación del benchmarking, de diseño de investigación bibliográfica o documental y la investigación de campo. Llego a las siguientes conclusiones que la mayoría de los clientes manifiesta que en la cooperativa de ahorro y crédito de ahorro y crédito no brinda un valor agregado a sus servicios esto no le permite contar con una cierta diferenciación para hacer frente a la cooperativa. La mayor parte de los clientes que es necesario informar sobre la solvencia económica de la cooperativa lo cual permite a los usuarios tener mayor confianza y lealtad. Los clientes manifiestan haber recibido una mala atención debido a que en la cooperativa existe poca, capacitación de personal.

Chunga, 2017 presento la investigación denominada “Uso excesivo de Internet y Agresividad en estudiantes de secundaria de las Instituciones Educativas Públicas de La Unión” tesis presentada en la Universidad Cesar Vallejo (Piura) empleó la metodología de enfoque cuantitativo puesto que tiene como objetivo recolectar la información de manera numérica y utilizar la estadística para probar la hipótesis o teorías. Llegó a concluir que el porcentaje más alto de la variable del Uso Excesivo del Internet, se observa que el 59% de estudiantes mostró un nivel de riesgo para el uso del Internet, es decir los estudiantes presentan dificultades para controlar el tiempo de navegación por internet, por lo que como efecto ocasiona problemas en el ámbito escolar y de sus actividades cotidianas. Por el contrario, se evidencia que el 34% alcanzó un leve riesgo el 6% un daño severo y el 1% no mostró indicadores de riesgo.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **2.2.1. Gestión de calidad**

Una empresa orientada a la calidad promueve una cultura que da como resultado comportamientos, actitudes, actividades y procesos para proporcionar valor mediante el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes y otras partes interesadas pertinentes. La calidad de los productos y servicios de una organización está determinada por la capacidad para satisfacer a los clientes, y por el impacto previsto y el no previsto sobre las partes interesadas. La calidad de los productos y servicios incluye no solo su función y desempeño previstos, sino también su valor percibido y el beneficio para el cliente (Oviedo, 2019).

Gestión de calidad se define como el conjunto de decisiones que se toman en la empresa con el objetivo concreto de la mejora de la calidad de los productos, los servicios, los procesos y la gestión empresarial en general (Rojo, 2016)

La gestión de calidad tiene como objetivo principal conseguir totalmente la calidad necesaria expresada por los clientes. Para ello ha de procurar que los dos círculos que dependen de la empresa y que representan la calidad de producción y la calidad de diseño coincidan al máximo hasta que se llegue a alcanzar la calidad necesaria requerida por el cliente.

### **Características de la calidad en los servicios**

Según las normas ISO, varias son las razones para prestar una especial atención de calidad del servicio, entre las cuales se encuentran:

Mejora de la prestación del servicio y la satisfacción del cliente.

Mejora la productividad, la eficacia y reducir costes.

Mejorar el mercado.

Es decir se debe realizar un esfuerzo especial para gestionar los procesos sociales del servicio, considerar las intervenciones de las personas como un elemento principal de la calidad del servicio, desarrollar las competencias y las aptitudes de los colaboradores motivándolos hacia la mejora de la calidad para alcanzar las expectativas del cliente, no se debe olvidar el reconocimiento de la importancia de la percepción del cliente, de la imagen de la cultura y de las prestaciones de las empresas de servicios (Cuatrecasas & González, 2017).

## **Estrategias de Gestión de calidad**

### **Gestión por procesos**

La planificación y control de los procesos de trabajo, constituye una óptima estrategia de mejora de la calidad, puesto que sirve para aumentar el rendimiento y la capacidad de las empresas. La gestión por procesos permite indagar de forma regular sobre la calidad que percibe el cliente y las posibilidades de servicio que recibe. La calidad que percibe el cliente está relacionada por como la empresa realiza todas sus actividades: contratación, mantenimiento, control del servicio, gestión de la documentación, formación del personal, etc.

Por esta razón la gestión de calidad dirigida a los procesos es toda una garantía de eficiencia y consecución de rápidos y óptimos resultados en los indicadores de calidad. La creación de la gestión de procesos se ha elaborado como una de las herramientas de mejora de la gestión, y por lo tanto de la calidad, más efectivas y válidas para todo tipo de negocios, empresas, compañías y organizaciones.



Por lo tanto, para que una empresa pueda operar de manera eficaz es necesario que identifique y gestione numerosos procesos interrelacionados entre sí, de manera que dichos procesos se ayuden mutuamente y, en la medida de lo posible, la finalización de cada uno de ellos aporte valor añadido al siguiente (ISOTools, 2015).

### **Estrategia organizativa de la gestión de calidad**

La gestión de la calidad es una estrategia que siguen muchas organizaciones manufactureras y de servicios, incluidas las turísticas, para mejorar sus resultados internos por ejemplo mejora de la eficiencia y externos. Para desarrollarla, las empresas pueden adoptar sus propios modelos o seguir los modelos existentes en los mercados, a partir de cuales pueden obtener un certificado de calidad. Estos certificados de calidad despiertan interés en muchas organizaciones como podemos observar en el número de empresas certificadas a nivel nacional e internacional (Tarí, 2017).

### **Principios de Gestión de calidad**

La norma ISO 9001: 2015 la han elaborado a raíz de una lista de principios de la gestión de calidad que pueden ser aprovechados por los gerentes con la finalidad de llevar a la empresa hacia una mejora en el servicio:

**Enfoque al cliente:** las empresas necesitan de sus consumidores por ello deben entender las necesidades existentes y posteriores de los clientes para así puedan satisfacer las exigencias y esforzarse en cumplir sus expectativas.

**Liderazgo:** los dirigentes establecen la unidad, la finalidad y la orientación de las empresas. Ellos deberían crear un ambiente de trabajo, en el que el personal pueda llegar a involucrarse completamente en beneficio de los objetivos del negocio.

**Participación de personal:** los colaboradores son fundamentales de la empresa y su total compromiso facilita que sus experiencias sean aplicadas para el bien de la empresa.

**Enfoque basado en procesos:** los resultados esperados se logran más eficazmente cuando las acciones y los recursos interrelacionados se gestionan como un proceso.

**Mejora continua:** la mejora continua del desempeño total de la empresa debería ser un objetivo duradero de esta.

**Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** las decisiones eficaces se establecen en el estudio de los datos y la información.

**Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** la empresa y sus proveedores son interdependientes, y un vínculo mutuamente beneficioso aumenta la capacidad de ambos para crear valor (Equipo Editorial, 2017).

### **Los 7 principios de gestión de calidad**

**Enfoque al cliente:** Se le da la preferencia a este principio, ya que el cliente representa ingresos y más trabajo para las empresas. Además, la disponibilidad de recursos ajustados en cumplir con la satisfacción del cliente causa un alto nivel de eficiencia, lo cual representa una ventaja para las empresas y una fidelización del cliente.

**Liderazgo:** Son ellos los que deberían establecer y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización. Es por eso que las empresas necesitan líderes que muevan multitudes, es decir, que sus ideas deben traer beneficios para todos. Entre las ventajas para la empresa podemos recalcar la participación y motivación de la participación de los trabajadores, brindando a la empresa la máxima información y dejar clara la visión de futuro para toda la empresa.

**Compromiso de las personas:** el compromiso de las personas que están involucradas en una organización es vital, ya que éstas son la parte más importante y posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización. La participación del personal es básica para mantener en funcionamiento un sistema de gestión de calidad. Además, es del personal operario del que se pueden extraer las mejores ideas, ya que estos son los que pasan parte de su día a día con el producto o servicio que la organización ofrece. Las ventajas para la organización son la motivación, compromiso y toma de conciencia del papel de cada uno de los clientes internos de la organización.

**Enfoque a procesos:** un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso. Por eso, la organización debe estructurarse mediante procesos y marcar objetivos para cada uno de ellos. Para llevar a cabo un buen control, las grandes empresas deberían subdividirse en varios procesos, lo cual les facilitará una mejor organización global de la misma. Una buena gestión de los equipos, instalaciones e infraestructuras nos ayuda a analizar los costes y eliminar aquellos que sean inútiles, como, por ejemplo, disminuyendo los tiempos de máquinas o alargando el ciclo de vida de los equipos. Además, con una buena planificación, se alcanzan mejor los resultados.

**Mejora:** la mejora continua del desempeño global de la organización debe ser un objetivo permanente. Se trata de algo intangible que la organización debe comprender para poder darle valor agregado, es decir, mejorar de forma interminable, sin estancarse. Podemos encontrar dos tipos de mejora, la primera, mediante un avance tecnológico y, la segunda, mediante la mejora de todo el proceso productivo. Alcanzar los mejores resultados no es labor de un día, sino que se trata de proceso progresivo en el que no puede haber

retrocesos. Sin mejora continua no se puede garantizar un nivel de calidad ni tomar decisiones acertadas ni cumplir las metas y objetivos. Con la mejora continua, las organizaciones pueden situarse en primera línea de competencia.

**Toma de decisiones basadas en la evidencia:** las decisiones deben basarse, en la medida de lo posible, en el análisis de datos y a partir de la mejor información. Toda decisión que impacte a la calidad del producto debe ser tomada ante un hecho previo que garantice o reduzca la posibilidad de un error. Las ventajas para la organización son que la toma de decisiones basada en informaciones veraces y evidenciables la conducirá por el buen camino de la calidad. Además, demuestra que las posibilidades y oportunidades existentes son canalizadas hacia su realización de forma eficaz.

**Gestión de relaciones:** las empresas son dependiente de sus clientes y sus proveedores, por ello la relación es recíprocamente en beneficio de todos creando valor, también para las empresas genera comprender las necesidades y expectativas de sus clientes y consigue reducción de tiempos, costos y recursos junto con el aumento de la rentabilidad en los resultados(Sirvent, Gisbert, & Pérez, 2017)

## **LOS 4 PRINCIPIOS DE CALIDAD DE CROSBY**

**La calidad se define como cumplir con los requisitos.**

La calidad de los productos y servicios se alcanza logrando que las cosas sean bien hechas a la primera. Para ello es imprescindible conocer los requisitos del cliente (interno o externo), ya que sólo así se puede conocer con certeza las características que lograrán su satisfacción.

### **El sistema de calidad es prevención.**

La verificación, ya sea que se llame comprobación, inspección, prueba o con cualquier otro nombre, siempre se realiza tras la elaboración del producto, cuando ya se han producido los errores. El secreto de la prevención consiste en observar el proceso y determinar las posibles causas de error. Estas causas pueden ser controladas y eliminadas. La prevención se enfoca hacia el proceso, para eliminar las posibilidades de error, disminuyendo el tiempo y los recursos se emplean en prevenir defectos, no en solucionarlos después de ocurridos. El sistema para lograr la calidad es la prevención, no la verificación.

### **El estándar de realización es 0 defectos.**

Dentro de una organización, todos los resultados son obtenidos por personas. Cada servicio o producto es creado a través de varias tareas que se realizan dentro de la empresa y en su trato con los proveedores. Cada una de estas tareas deberá de hacerse apropiadamente si se desea alcanzar resultados. Esta es la razón por la que se necesita un estándar de realización que no pueda ser mal entendido. El estándar de realización debe ser cero defectos, no "así está bastante bien". Cero defectos" quiere decir hacer las cosas bien a la primera vez.

### **La medida de la Calidad es el precio del incumplimiento**

Los productos y servicios defectuosos deben ser corregidos o desechados para ser sustituidos por otros. En ambos casos existe un coste derivado, bien de la corrección del defecto, bien de la sustitución del producto. Este coste económico, así como otros derivados, como la pérdida de credibilidad, la pérdida de clientes, son el precio que se paga por la no calidad de los productos o servicios realizados (Cortés, 2017).

### **2.2.2. Benchmarking**

Es una herramienta de análisis de los procedimientos, de estadísticas, de los productos y de los servicios en un entorno relacionado con el de un competidor, un socio u otra área de la misma empresa. Su objetivo principal es proporcionar pautas para la mejora de las empresas que, después de hacer el análisis comparativo, querían comprender por qué algunas organizaciones tienen más rendimiento que otras, y sobre todo que hacer para llegar a integrar estrategias eficaces de los competidores en su estructura. Se utiliza en empresas que pretenden observar, medir, comparar y aplicar una serie de funcionamientos que ya han funcionado en otras entidades (en50MINUTOS.es, 2016).

El benchmarking es un proceso formal que comienza con la absoluta búsqueda e identificación de las organizaciones con las mejores prácticas, continua con el estudio detallado de las prácticas, avanza a través de visitas y entrevistas sistematizadas a las empresas identificadas, y concluye con el análisis de resultados, desarrollo de recomendaciones e implantación del conocimiento adquirido (Gómez & González, 2015).

#### **Ventajas del benchmarking**

- Es una excelente herramienta de mejora continua, ya que permite conocer información importante para la organización. Exige el estudio continuo de los propios procesos de trabajo y el de otras empresas detectando continuamente oportunidades de mejora.
- Es útil para hacer pronósticos del comportamiento del mercado, al estudiar los efectos de estrategias similares puestas en práctica por otras organizaciones, permitiendo en un corto plazo de tiempo establecer objetivos alcanzables y concretos.

- Se promueve el trabajo en equipo, lo que hace más llevadera la implantación de nuevas ideas para mejorar el rendimiento del equipo de trabajo.
- Permite conocer con suficiente anterioridad nuevas tendencias y direcciones estratégicas en función de estas y gestionar adecuadamente el cambio.
- Permite a las empresas invertir en un proceso de aprendizaje y aplicar lo que aprendieron directamente a los problemas de su negocio.
- Es una buena herramienta para reunir información necesaria sobre el desempeño para cambiar los procesos vitales de la organización.
- Permite conocer la posición relativa frente a empresas del mismo sector, evitando estancamiento y ofreciendo distintas alternativas de solución.
- Proporciona suficiente estímulo de información, para ayudarle a cualquier organización a lograr los objetivos.
- Representa oportunidades para el desarrollo de aprendizaje personal.
- Identifica oportunidades de innovación a través del descubrimiento de nuevas tecnologías, ya aplicadas en su propio sector u otros diferentes.

### **Desventajas**

- Es un proceso complejo que se necesita de mucho compromiso para tener éxito.
- No es un proceso que deba elegirse cuando se investigan cuestiones rutinarias, de baja o mediana importancia, debe reservarse a cuestiones de importancia vital.
- El miedo de las organizaciones a adoptar políticas de las cuales no tienen mayor conocimiento debido a que son originadas en otros lugares y de las cuales no se tiene certeza alguna.

- El sentido de competitividad evita el flujo de libre información que el método requiere para el mismo.
- Puede conducir a copiar estrategias y mal aplicarlas en la empresa.
- Requiere de capacitación especializada para el personal que lo vaya aplicar.
- A la competencia suele no gustarle que la estudien o analicen (Hernández & Cano, 2017)

Según Naula, 2018 resalta varias ventajas del benchmarking

Se puede usar en todo proceso empresarial

Es la herramienta correcta del progreso continuo

Es un elemento de observación y análisis de la competencia

Ayuda a la planificación de nuevas estrategias

Permite descubrir los cambios que ocurren en el mercado

Ayuda a conocer el posicionamiento preciso de la empresa en el sector

Favorece al progreso del conocimiento de los colaboradores

Contribuye a la empresa de la mejor manera de las fortalezas y debilidades.

### **Fases del benchmarking**

**Fase de planeación:** Establecer que se va a someter a benchmarking en este paso se debe evidenciar los procesos de la empresa y ver los sistemas de evaluación de desempeño, debido a que se miden las variables importantes de la empresa las cuales se le aplicara el benchmarking.



Identificar empresas comparables. En este paso es fundamental determinar qué tipo de benchmarking se va a aplicar, interno, competitivo, funcional o genérico, ya que se establecerá con qué tipo de empresa se comparará para lo cual se buscara a las que tengan las mejores prácticas; para lo cual se utilizara herramientas de bases de datos.

Determinar el método para la recopilación de datos la cual puede ser obtenida mediante la información interna; el resultado de la observación de los productos de la empresa. Información de influencia pública; procedente de profesionales, bibliotecas.

**Fase de análisis:** en esta paso se determina las operaciones de la empresa con las de los socios de benchmarking y se determina las diferencias que existen entre las mismas del cual se obtiene los siguientes resultados: brecha negativa lo que significa que las prácticas externas son mejores. Operaciones con coincidencia que significa que no hay diferencias en las prácticas. Brecha positiva las prácticas internas son superiores. Proyectar los niveles de desempeño futuro el cual se diferencia el desempeño futuro esperado y lo mejor de la industria.

**Integración:** Influye la planeación de las nuevas prácticas de la operación; comunicar los hallazgos de benchmarking y obtener su aceptación comunicando a todos los niveles de la empresa. Establecer metas funcionales para convertirlos en principios de operación que cambien los métodos y prácticas de tal manera que se cierre la brecha existente.

**Acción:** Desarrollar planes de acción la cual se tiene que ver con las tareas, implementar acciones específicas y supervisar el progreso la cual se puede implementar mediante alternativas tradicionales como la administración en línea o la administración de proyectos o programas.

**Madurez:** Sera alcanzada la madurez cuando se incorporen las mejores prácticas de la industria a todos los procesos de la empresa, asegurando la superioridad. También se logra la madurez cuando se convierte en una faceta continua, esencial y auto iniciada del proceso de administración, o sea que se institucionalizarse(Velasquez, 2016).

Según Achig & Viracocha, 2017 definió las siguientes fases del benchmarking

### **Establecer la finalidad del benchmarking**

Así como en otra herramienta se debe en primer lugar identificar a los competidores y los clientes, de los que se procura sacar información y utilizar el benchmarking para determinar las necesidades de las personas para así tomar decisiones y poder llevar a cabo el estudio de manera exitosa.

### **Crear un equipo de trabajo de benchmarking**

El benchmarking puede ser elaborado por una o varias personas, pero es necesario la unión de esfuerzos mediante un grupo de trabajo. Por ello la segunda etapa se refiere a la conformación de un grupo de actividades y responsabilidades de cada integrante del grupo generando que el benchmarking sea manejado de manera responsable y tenga éxito.

### **Identificar fuentes de información para el benchmarking**

Esta etapa se direcciona al proceso de adquisición de información o como se pretende obtener la información de las organizaciones o clientes, las fuentes potenciales de información son las empresas y trabajadores que utiliza el benchmarking, es en esta etapa en la que se define las mejores estrategias que se pondrán en práctica dentro de la organización.

### **Examinar y recolectar la información**

Es en esta etapa cuando se determina los métodos idóneos para recolectar la información de manera clara y precisa, para obtener datos adecuados y exactos, para obtener los datos precisos es necesario la participación de los integrantes de esta actividad sean expertos en la recolección de información de acuerdo a la necesidad la cual se examina y analiza según lo que se desea saber para tomar acciones en la empresa.

### **Actuar**

En esta etapa ya se debe haber determinado las necesidades de los clientes que se obtuvo de la información recolectada para tomar acciones inmediatas y satisfacer las necesidades de los consumidores, la información obtenida durante el desarrollo del benchmarking para lograr los objetivos deseados.

### **2.3. Hipótesis**

Dado que la investigación es descriptiva esta no presenta ninguna hipótesis a formular; según los metodólogos Hernández, Fernández & Batista, 2014 dicen que cuando la investigación es descriptiva, buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren.

### **3. Metodología de la investigación**

#### 3.1. Tipo de investigación

La investigación es de tipo cuantitativo según Lerma, 2016 porque parte generalmente de un problema definido por el investigador, se aplican técnicas estadísticas para el análisis de la información así también utiliza instrumentos de recolección de información y medición de las variables estructuradas.

#### 3.2. Nivel de investigación

Según Palella & Martins, 2012 nivel descriptivo hace énfasis en las conclusiones dominantes o sobre como una persona o grupo se conduce o funciona en el presente. Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento de forma independiente de las variables. En la investigación de campo no se formulan hipótesis y las variables se enuncian en objetivos de la investigación que se desarrollara.

#### 3.3. Diseño de investigación

Es de diseño no experimental y de corte transversal porque las variables en estudio no se manipulan si no que se observan porque los datos se recogen en un tiempo específico. Según Hernández, Ramos, & Placencia, 2018 definieron que la investigación no experimental aquel que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

### 3.4.Población y muestra

Las unidades de análisis están constituidas por las MYPE rubro cabinas de internet ubicadas en la II etapa AA.HH Las Dalias, distrito Veintiséis De Octubre, provincia de Piura, que se mencionan a continuación.

TABLA: Relación de MYPE

N°	Nombre	Dirección
1	Cabinas de Internet DAYIRO	MZ. I1 Lote 16 AA.HH. Las Dalias II Etapa
2	Cabinas de internet FREDESLIC	MZ. O1 Lote 10 AA.HH Las Dalias II etapa
3	Cabinas de internet EL GATO	MZ. G1 Lote 1 AA.HH Las Dalias II etapa

Para la variable gestión de calidad se acudirá a los clientes que constituyen una población infinita desconocida dado que no se conoce el número de elementos pues existen en número ilimitado.

Según Arias, 2012 para calcular el tamaño de la muestra para la población infinita se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

p = 0.50 proporción de los clientes que acuden a una cabina de internet

q = 0.50 proporción de los clientes que no acuden a una cabina de internet

N.C = 90% nivel de confianza

Z = 1.645 Distribución normal

e = 10% margen de error

$$n = \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.10)^2}$$

$$n = \frac{2.706025 \times 0.50 \times 0.50}{0.01}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68$$

Para el caso de la variable benchmarking se acudirá a los propietarios de las MYPE cabinas de internet, se tiene una población finita, dado que se pueden contabilizar todos sus elementos pues existe en número limitado. Según Hernández, Fernández, & Baptista 2014, si la población es menor de 50 individuos, el investigador decide según su criterio en este caso no requiere formula alguna la población es igual a su muestra.

$$N \leq 50 \quad \longrightarrow \quad N = n$$

**Criterios de inclusión:**

Varones y mujeres que se encuentran entre los 17a 50 años de edad que acuden a las cabinas de internet

**Criterios de exclusión:**

Se excluye a los clientes menores de edad y las personas que no están disponibles

### 3.5. Definición y Operacionalización de las variables

Matriz de Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala	Fuente
Gestión de calidad	Es el conjunto de decisiones que se toman en la empresa con el objetivo concreto de la mejora de la calidad de los productos, los servicios, los procesos y la gestión empresarial en general (Rojo, 2016)	Estrategia	La dimensión de estrategia se medirá con sus indicadores de calidad, servicio, eficacia y satisfacción con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario	Calidad	Nominal	cliente
				Servicio		
				Eficacia		
		Satisfacción	Nominal			
		Principios		La dimensión de principios se medirá con sus indicadores enfoque al cliente, compromiso con las personas, mejora con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario	Enfoque al cliente	
					Compromiso con las personas	
Mejora						

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala	Fuente
Benchmarking	Es un proceso formal que comienza con la búsqueda e identificación de las empresas con las mejores prácticas, continua con el estudio detallado de las prácticas, avanza a través de visitas y entrevistas sistematizadas a las empresas identificadas, y concluye con el análisis de resultados, recomendaciones e implantación del conocimiento adquirido (Gómez & González, 2015).	Ventajas	La dimensión de ventajas se medirá con sus indicadores competencia, comparación e importancia con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario	Competencia	Nominal	Propietario
				Comparación		
				Importancia		
		Fases	La dimensión de fases se medirá con sus indicadores de planeación, integración y acción con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario	Planeación	Nominal	
				Integración		
				Acción		



### **3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicara la técnica de la encuesta el cual es un método de fácil y accesible, que se busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, aplicados a los clientes y a los propietarios no se modificara el entorno ni controlara el proceso que está en observación. Los datos se obtendrán a partir de la realización de un conjunto de preguntas normalizadas.

El cuestionario se obtendrá a partir de la Operacionalización de las variables, se utilizara un listado de preguntas escritas que se entregaran a los sujetos, a fin de que contesten igualmente por escrito.

### **3.7. Plan de análisis**

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo calculando la frecuencia y porcentajes correspondiente; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el cronograma Excel.

### 3.8. Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Caracterización de gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet II etapa AA.HH Las Dalias (Piura) año 2018.	¿Qué características tiene la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet II etapa AA.HH Las Dalias (Piura) año 2018?	<p><b>Objetivo general</b> Determinar las características de gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet II etapa AA.HH Las Dalias (Piura) año 2018.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> (a) determinar la estrategia de gestión de calidad en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018. (b) identificar los principios de gestión de calidad que aplican las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018. (c) conocer las ventajas del benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018. (d) determinar las fases del benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018</p>	Dado que la investigación es descriptiva esta no presenta ninguna hipótesis a formular; según los metodólogos Hernández, Fernández & Batista, 2014 dicen que cuando la investigación es descriptiva, buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren	Gestión de calidad	Estrategia	Calidad Servicio Eficacia Satisfacción	Tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal
				Principios	Enfoque al cliente Compromiso con las personas Mejora		
				Benchmarking	Ventajas	Competencia Comparación Importancia	
				Fases	Planeación Integración Acción		

### **3.9.Principios éticos**

El presente trabajo de investigación se basó en los principios éticos como la honestidad porque la información no se manipula siendo objetiva y veraz ya que los datos obtenidos son netamente para fines de estudio, así mismo será confiable ya que los datos de información obtenidos en este estudio son verídicas, obtenidos de revistas, artículos, libros, el cual servirá para la investigación de estudios similares.

## 4. Resultados

### 4.1. Variable Gestión de calidad

Objetivos específico 01: Determinar las estrategias de gestión de calidad en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018

**Tabla 1: ¿Tiene conocimiento de lo que es gestión de calidad?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	40	58.8%
<b>NO</b>	28	41.2%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

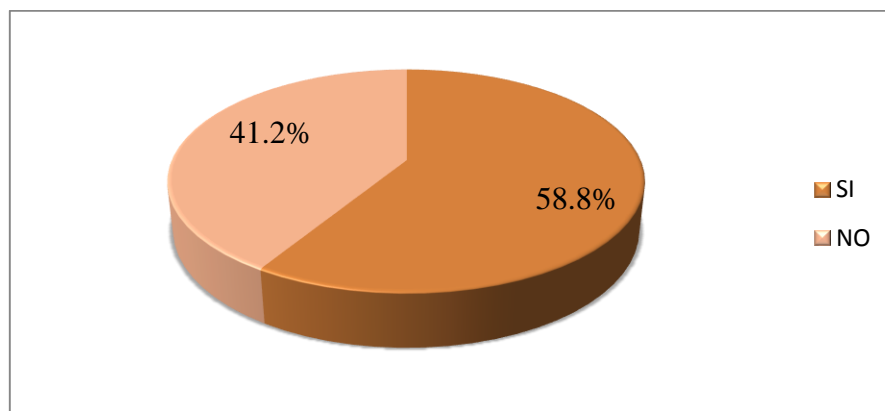


Figura 1: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Tiene conocimiento de lo que es gestión de calidad?

Interpretación: en la tabla y figura 1 denominada ¿Tiene conocimiento de lo que es gestión de calidad? se determina que el 58.8% de los clientes si tienen conocimiento de lo que es Gestión de calidad.

**Tabla 2: ¿La cabina de internet brinda un servicio de calidad?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	50	73.5%
<b>NO</b>	18	26.5%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

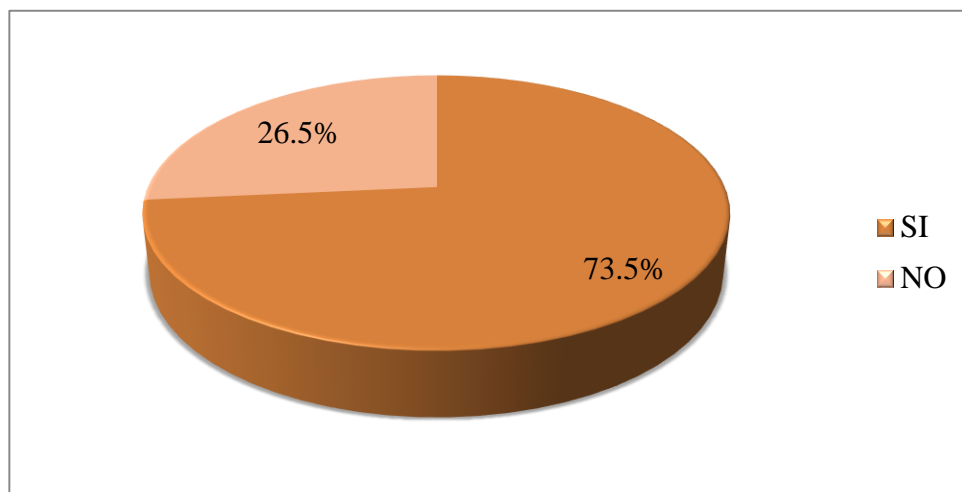


Figura 2: gráfico circular que representa a la pregunta ¿La cabina de internet brinda un servicio de calidad?

Interpretación: en la tabla y figura 2 denominada ¿La cabina de internet brinda un servicio de calidad? se evidencia que el 73.5% de los clientes encuestados consideran que reciben un servicio de calidad.

**Tabla 3: ¿El personal que lo atiende soluciona algún problema o duda que se le presente en el momento que hace uso las computadoras de la cabina de internet?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	60	88.2%
<b>NO</b>	8	11.8%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

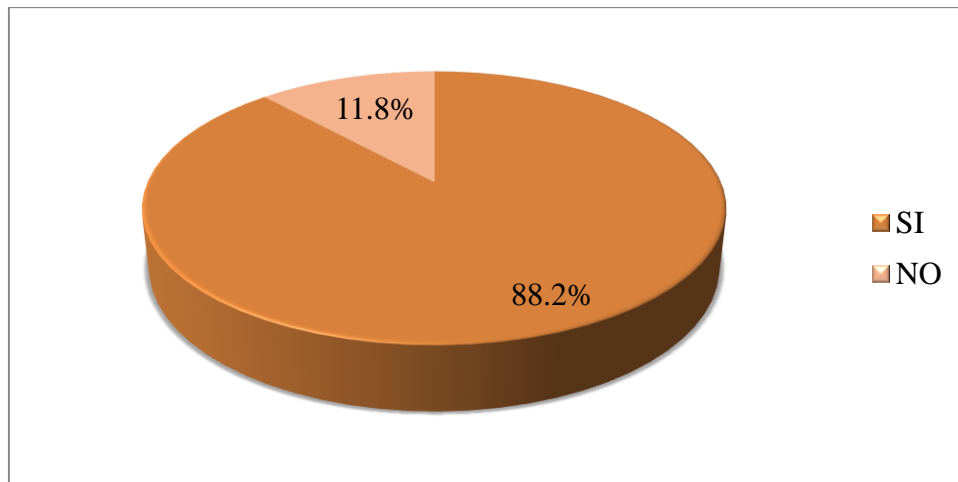


Figura 3: grafico circular que representa a la pregunta ¿El personal que lo atiende soluciona algún problema o duda que se le presente en el momento que hace uso las computadoras de la cabina de internet?

Interpretación: en la tabla y figura 3 denominada ¿El personal que lo atiende soluciona algún problema o duda que se le presente en el momento que hace uso las computadoras de la cabina de internet? Se observa que el 88.2% de los clientes si consideran que les resuelven sus problemas.

**Tabla 4: ¿Considera que la velocidad de las computadoras de la cabina de internet es rápida?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	34	50%
<b>NO</b>	34	50%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

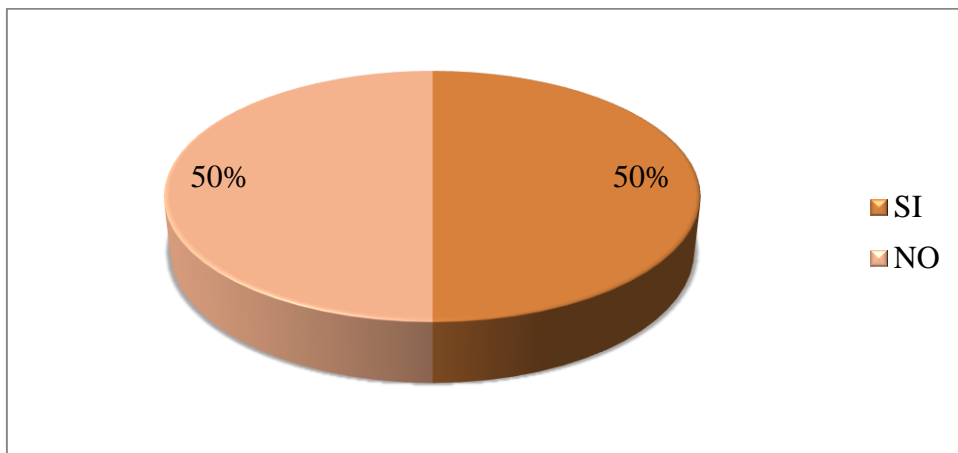


Figura 4: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que la velocidad de las computadoras de la cabina de internet es rápida?

Interpretación: en la tabla y figura 4 denominada ¿Considera que la velocidad de las computadoras de la cabina de internet es rápida? Se observa que el 50% de los clientes encuestados consideran que las computadoras de las cabinas son rápidas.

**Tabla 5: ¿La calidad de la velocidad del servicio de internet es rápida?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	50	73.5%
<b>NO</b>	18	26.5%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

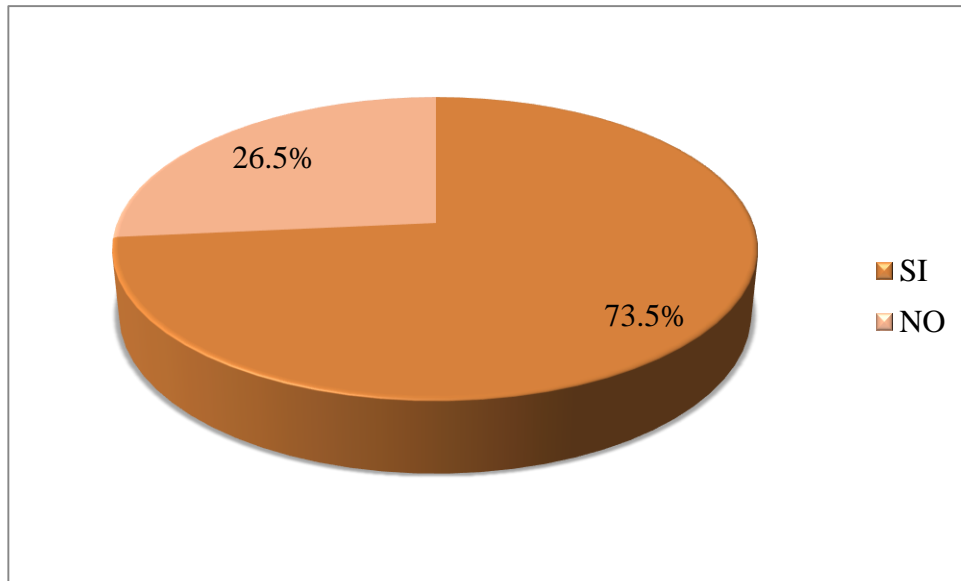


Figura 5: gráfico circular que representa a la pregunta ¿La calidad de la velocidad del servicio de internet es rápida?

Interpretación: en la tabla y figura 5 denominada ¿La calidad de la velocidad del servicio de internet es rápida? Se determina que el 73.5% de los clientes encuestados si consideran que la velocidad del servicio es rápido



**Tabla 6: ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	41	60.3%
<b>NO</b>	27	39.7%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

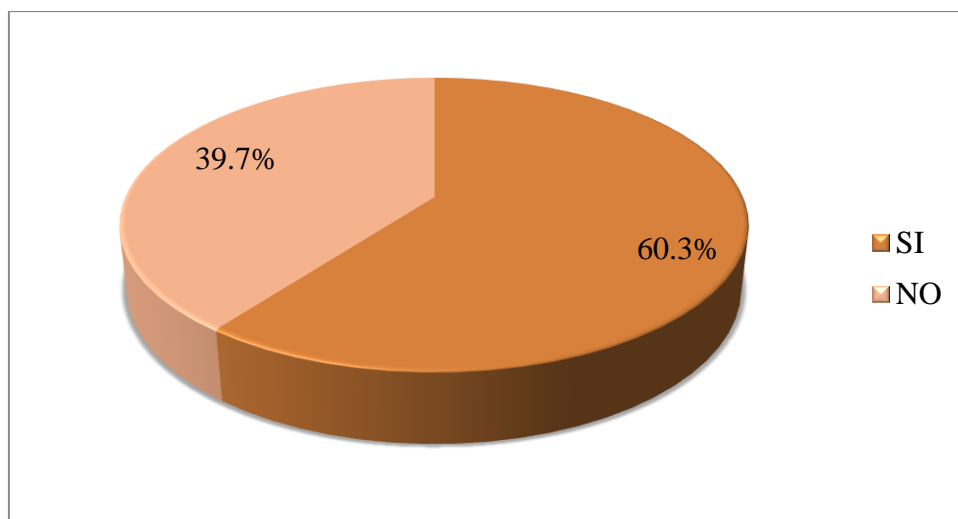


Figura 6: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet?

Interpretación: en la tabla y figura 6 denominada ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet? Se determina que el 60.3% de los clientes encuestados consideran que si funcionan correctamente las computadoras de la cabina.

**Tabla 7: ¿Hay promociones por la cantidad de horas que hace uso de la cabina de internet?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	30	44.1%
<b>NO</b>	38	55.9%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

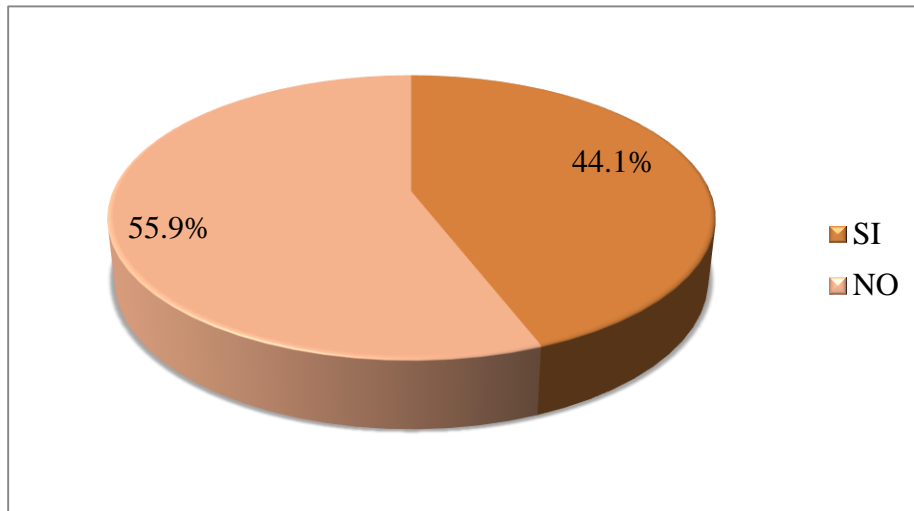


Figura 7: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Hay promociones por la cantidad de horas que hace uso de la cabina de internet?

Interpretación: en la tabla y figura 7 denominada ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet? Se observa que el 55.9% de los clientes encuestados que no hay promociones en cuanto a horas que hace uso de la cabina de internet.

Objetivo específico 02: identificar los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018

**Tabla 8: ¿Acudir a la cabina de internet le beneficia en cuanto a su estudio o trabajo?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	59	86.8%
<b>NO</b>	9	13.2%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

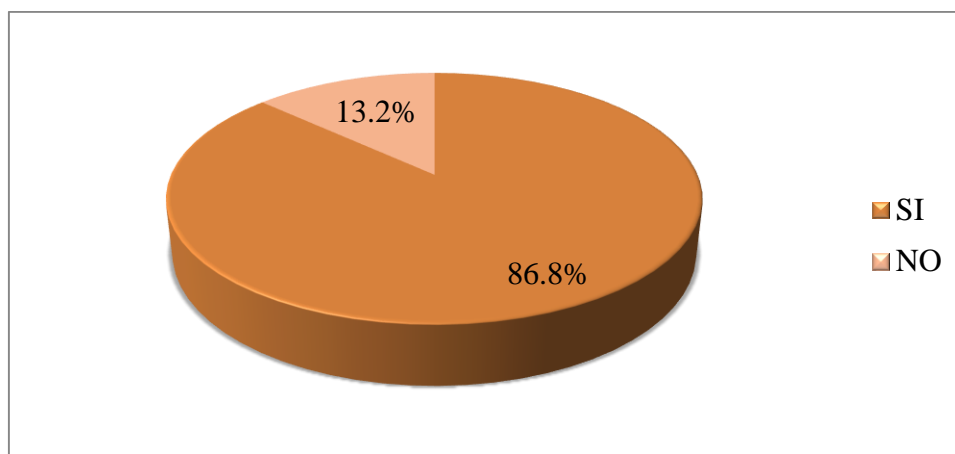


Figura 8: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Acudir a la cabina de internet le beneficia en cuanto a su estudio o trabajo?

Interpretación: en la tabla y figura 8 denominada ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet? El 86.8% de los clientes consideran que si funcionan correctamente las computadoras de las cabinas de internet.

**Tabla 9: ¿Es atendido con la rapidez requerida?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	39	57.4%
<b>NO</b>	29	42.6%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

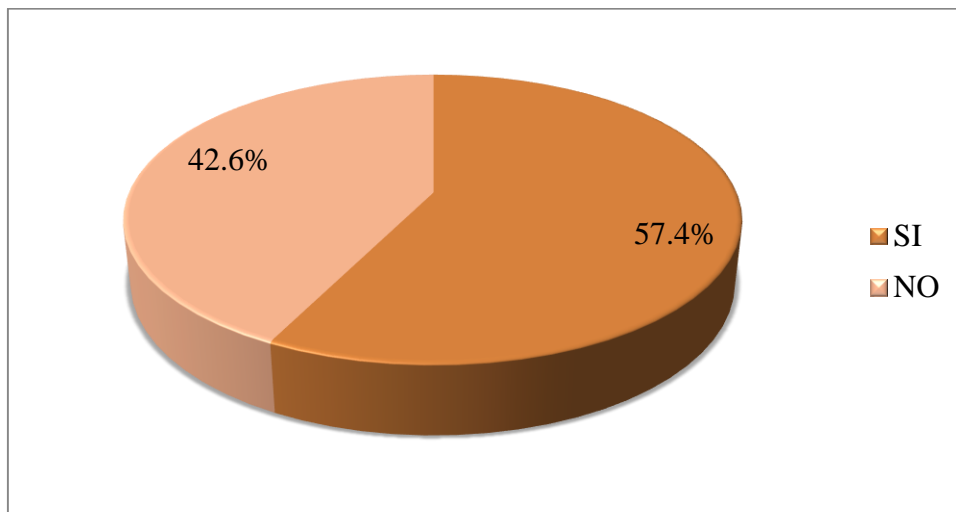


Figura 9: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Es atendido con la rapidez requerida?

Interpretación: en la tabla y figura 9 denominada ¿Es atendido con la rapidez requerida? Se determina que el 57.4% de los encuestados opinan que si los atienden con rapidez.

**Tabla 10: ¿Considera que la rapidez en la atención mejora la calidad del servicio?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	61	89.7%
<b>NO</b>	7	10.3%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

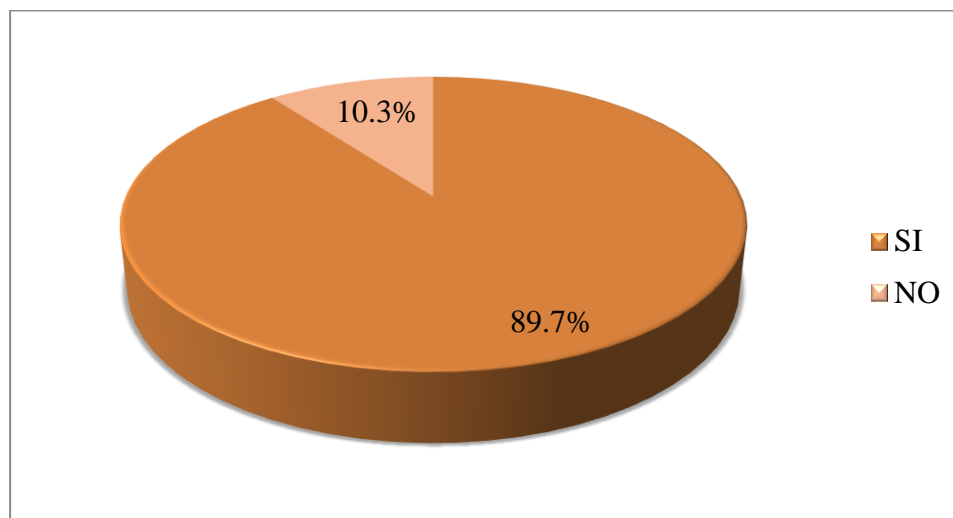


Figura 10: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que la rapidez en la atención mejora la calidad del servicio?

Interpretación: en la tabla y figura 10 denominada ¿Considera que la rapidez en la atención mejora la calidad del servicio? Se observa que el 89.7% de los clientes encuestados considera que la rapidez al momento de ser atendido si mejora la calidad del servicio.

### 3.2. Variable Benchmarking

Objetivo específico 03: conocer las ventajas del benchmarking en las MYPE cabinas de internet (Piura) año 2018

**Tabla 11: ¿Tiene usted conocimiento de la técnica del benchmarking?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	3	100%
<b>TOTAL</b>	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

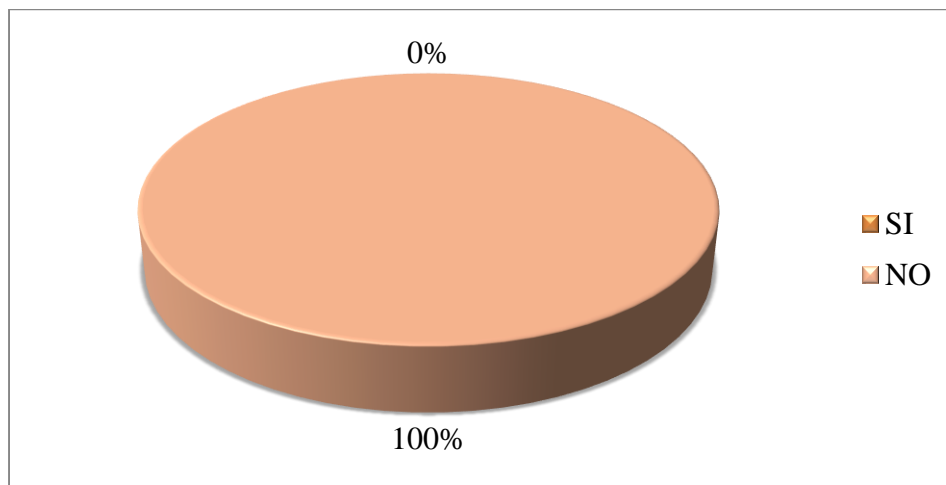


Figura 11: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Tiene usted conocimiento de la técnica del benchmarking?

Interpretación: en la tabla y figura 11 denominada ¿Tiene usted conocimiento de la técnica del benchmarking? Se determina que el 100% de los propietarios encuestados no conocen que es el benchmarking.

**Tabla 12: ¿Conoce Ud. de sus principales competidores?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	2	66.7%
<b>NO</b>	1	33.3%
<b>TOTAL</b>	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

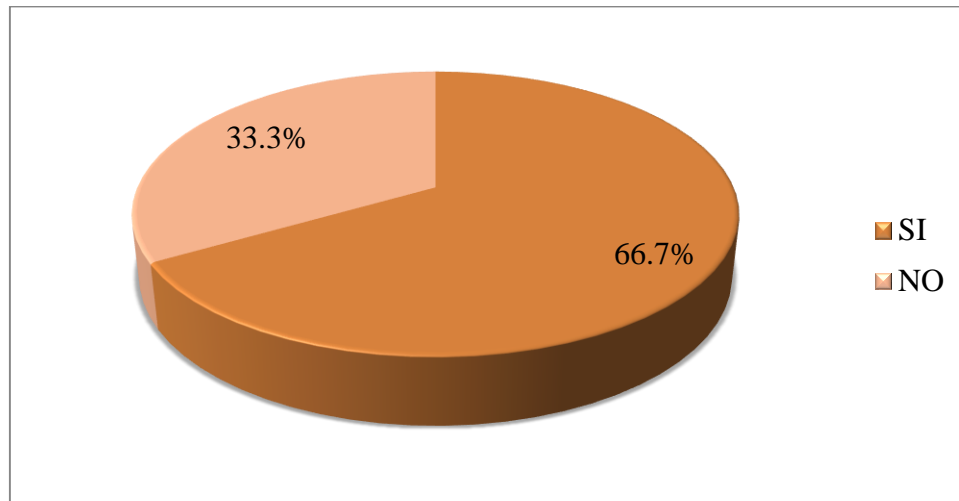


Figura 12: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Conoce Ud. de sus principales competidores?

Interpretación: en la tabla y figura 12 denominada ¿Conoce Ud. de sus principales competidores? Se observa que el 66.7% de los propietarios encuestados si conocen sus principal competencia.

**Tabla 13: ¿Cree Ud. que la comparación de una empresa con la mejor en el mercado genera una ventaja?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	3	100%
<b>NO</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

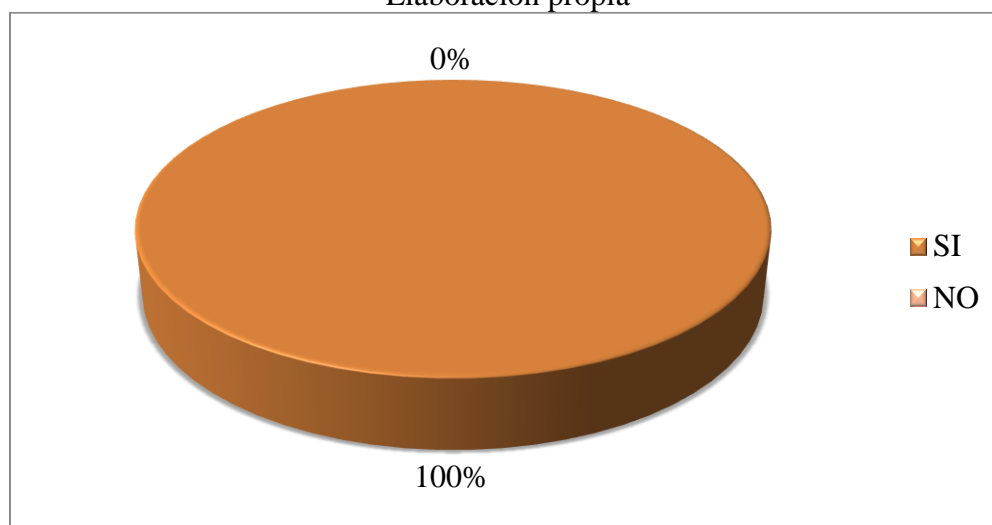


Figura 13: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cree Ud. que la comparación de una empresa con la mejor en el mercado genera una ventaja?

Interpretación: en la tabla y figura 13 denominada ¿Cree Ud. que la comparación de una empresa con la mejor en el mercado genera una ventaja? Se determina el 100% de los propietarios si creen que la comparación con la mejor genera una ventaja ya que pueden aprender de lo mejor que esa empresa desarrolla.



**Tabla 14: ¿Considera usted que su cabina de internet tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	2	66.7%
<b>NO</b>	1	33.3%
<b>TOTAL</b>	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

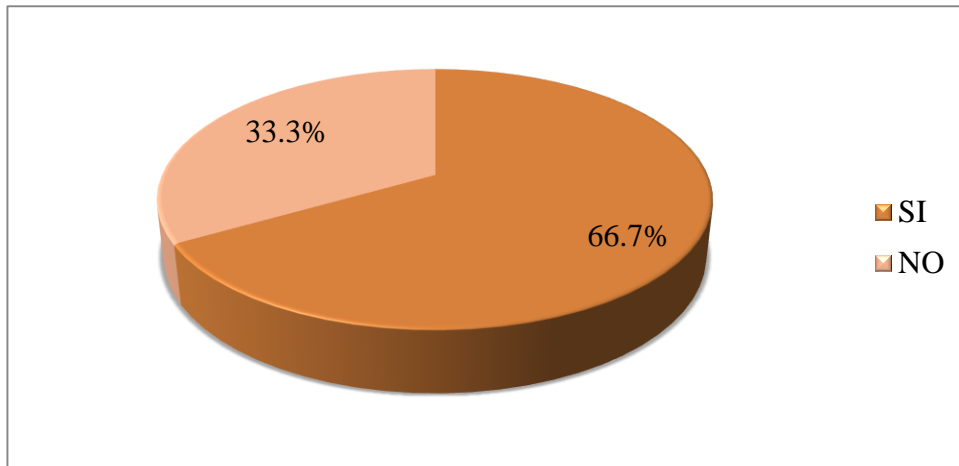


Figura 14: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera usted que su cabina de internet tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes?

Interpretación: en la tabla y figura 14 denominada ¿Considera usted que su cabina de internet tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes? Se determina que el 66.7% de los propietarios encuestados consideran que las cabinas de internet si satisfacen las necesidades de los clientes.

**Tabla 15: ¿Usted considera importante la evaluación comparativa para saber la forma en que las otras empresas forman y manejan sus sistemas de calidad?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	1	33.3%
<b>NO</b>	2	66.7%
<b>TOTAL</b>	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

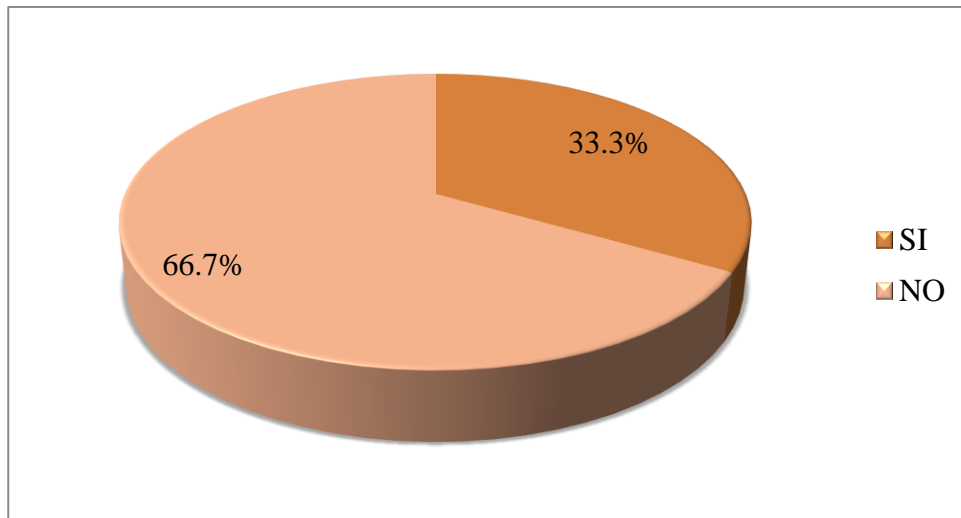


Figura 15: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Usted considera importante la evaluación comparativa para saber la forma en que las otras empresas forman y manejan sus sistemas de calidad?

Interpretación: en la tabla y figura 15 denominada ¿Usted considera importante la evaluación comparativa para saber la forma en que las otras empresas forman y manejan sus sistemas de calidad? Se observa que el 66.7% de los propietarios encuestados no considera importante la comparación de las empresas.

**Tabla 16: ¿Las promociones aplicadas han logrado captar nuevos clientes?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	66.7%
NO	1	33.3%
<b>TOTAL</b>	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

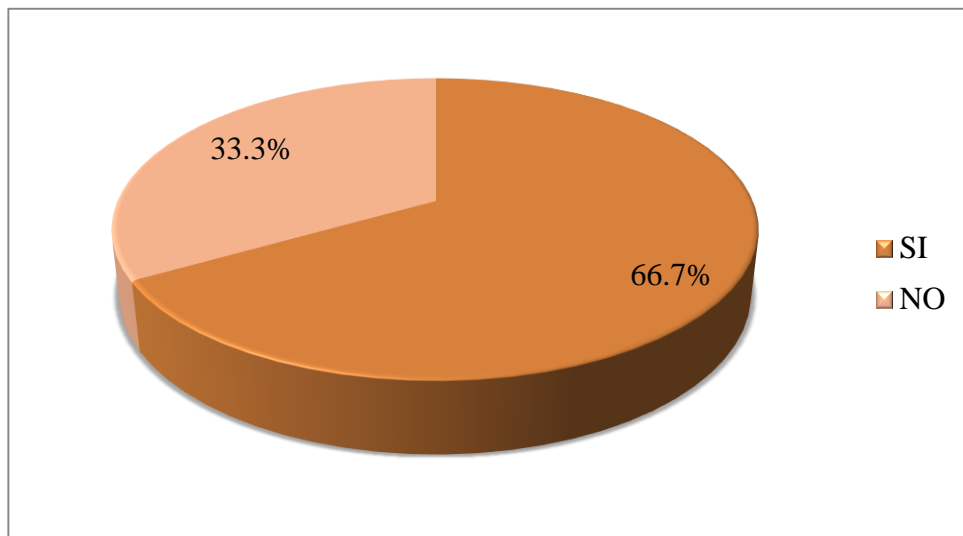


Figura 16: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Las promociones aplicadas han logrado captar nuevos clientes?

Interpretación: en la tabla y figura 16 denominada ¿Las promociones aplicadas han logrado captar nuevos clientes? Se determina que el 66.7% de los propietarios encuestados si consideran que las promociones aplicadas logran captar nuevos clientes.

Objetivo especifico04: determinar las fases del benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018

**Tabla 17: ¿Se cumplen con los objetivos que plantea la empresa?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	0	0%
<b>NO</b>	3	100%
<b>TOTAL</b>	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

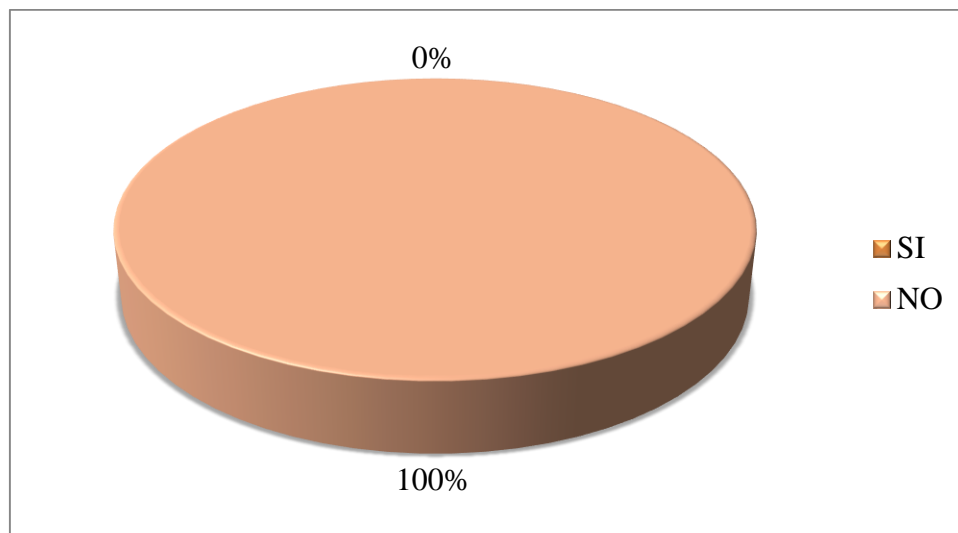


Figura 17: grafico circular que representa a la pregunta ¿Se cumplen con los objetivos que plantea la empresa?

Interpretación: en la tabla y figura 17 denominada ¿Se cumplen con los objetivos que plantea la empresa? Se determina que el 100% de los propietarios opinan que no se cumplen con los objetivos de la empresa.

**Tabla 18:** ¿Usted se esmera por comprender las necesidades de su cliente?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	3	100%
<b>NO</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

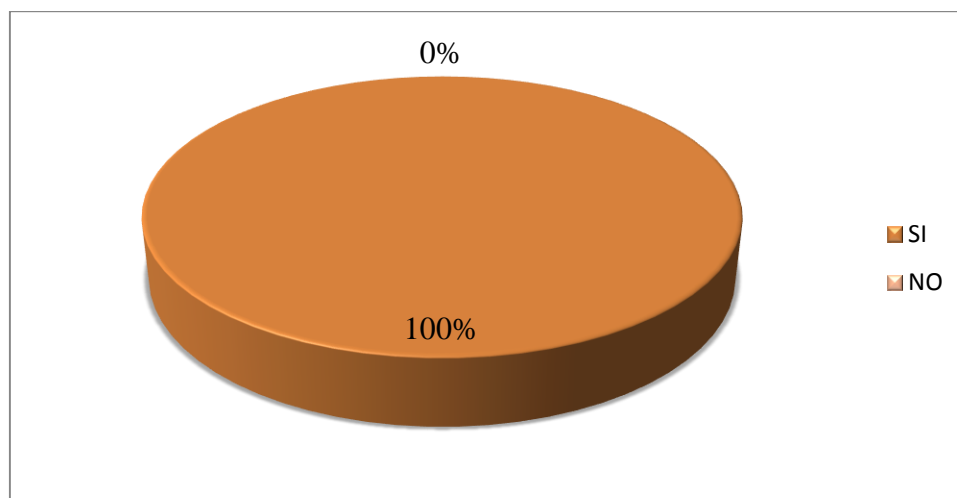


Figura 18: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Usted se esmera por comprender las necesidades de su cliente?

Interpretación: en la tabla y figura 18 denominada ¿Usted se esmera por comprender las necesidades de su cliente? Se observa que el 100% de los propietarios encuestados si se esmeran por comprender las necesidades de sus clientes ya que se deben a ellos.

**Tabla 19:** *¿Considera que tiene que mejorar su servicio que brinda su empresa?*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	2	66.7%
<b>NO</b>	1	33.3%
<b>TOTAL</b>	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

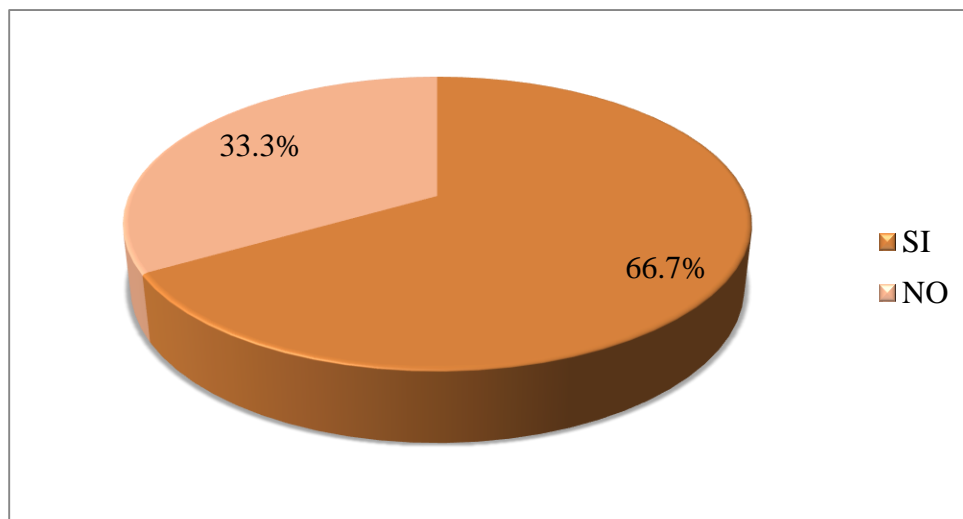


Figura 19: gráfico circular que representa a la pregunta *¿Considera que tiene que mejorar su servicio que brinda su empresa?*

Interpretación: en la tabla y figura 19 denominada *¿Considera que tiene que mejorar su servicio que brinda su empresa?* Se determina que el 66.7% de los propietarios encuestados si consideran que tienen que mejorar el servicio que brinda su empresa.

**Tabla 20: ¿Su cabina de internet realiza evaluaciones comparativas para llevar a cabo un proyecto de mejora?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	0	0%
<b>NO</b>	3	100%
<b>TOTAL</b>	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

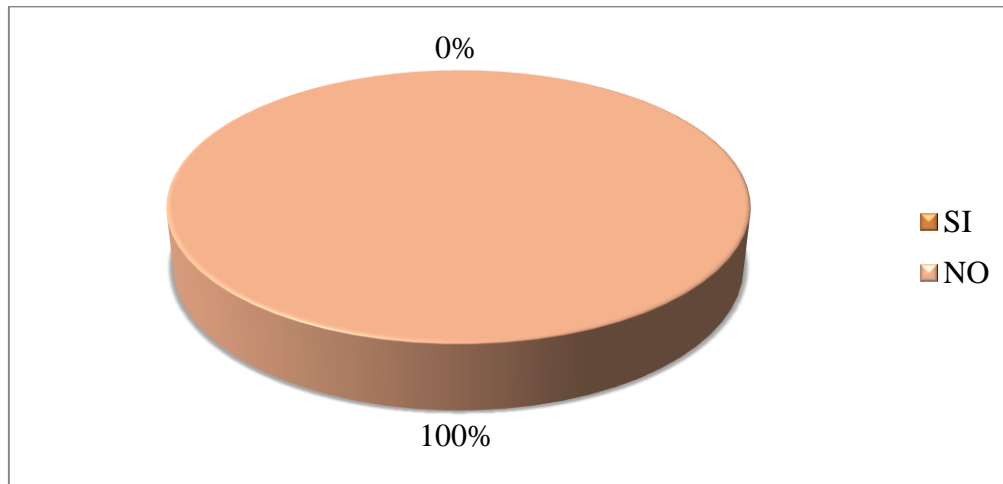


Figura 20: gráfico circular que representa a la pregunta ¿Su cabina de internet realiza evaluaciones comparativas para llevar a cabo un proyecto de mejora?

Interpretación: en la tabla y figura 20 denominada ¿Su cabina de internet realiza evaluaciones comparativas para llevar a cabo un proyecto de mejora? Se determina que el 100% de los propietarios encuestados no realizan evaluaciones comparativas para elaborar un proyecto de mejora.

#### 4.2. Análisis de resultados

Objetivos específico 01: Determinar las estrategias de gestión de calidad en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018.

En la tabla y figura 1 denominada ¿Tiene conocimiento de lo que es gestión de calidad? Se determina que el 58.8% de los clientes si tienen conocimiento de lo que es Gestión de calidad.

En la tabla y figura 2 denominada ¿La cabina de internet brinda un servicio de calidad? se evidencia que el 73.5% de los clientes encuestados consideran que si reciben un servicio de calidad. Resultado que discrepa con el antecedente Águila (2018), donde concluyó que los microempresarios del sector se han enfocado en la infraestructura, equipos, tecnología y elección del segmento de mercado a cual dirigir sus esfuerzos comerciales. Sin embargo, no han identificado los atributos que sus clientes esperan de los servicios que brindan y el nivel de servicio que esperan.

Por otro lado ISOTools, 2015 en su definición de la estrategia de gestión de calidad, señala que la calidad que percibe el cliente está relacionada por como la empresa realiza todas sus actividades. Por esta razón la gestión de calidad dirigida a los procesos es toda una garantía de eficiencia y consecución de rápidos y óptimos resultados en los indicadores de calidad.

En la tabla y figura 3 denominada ¿El personal que lo atiende soluciona algún problema o duda que se le presente en el momento que hace uso las computadoras de la cabina de internet? se observa que el 88.2% de los clientes si consideran que les resuelven sus problemas.



En la tabla y figura 4 denominada ¿Considera que la velocidad de las computadoras de la cabina de internet es rápida? Se observa que el 50% de los clientes encuestados consideran que las computadoras de las cabinas son rápidas.

En la tabla y figura 5 denominada ¿La calidad de la velocidad del servicio de internet es rápida? Se determina que el 73.5% de los clientes encuestados si consideran que la velocidad del servicio es rápido

En la tabla y figura 6 denominada ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet? Se determina que el 60.3% de los clientes encuestados consideran que si funcionan correctamente las computadoras de la cabina.

En la tabla y figura 7 denominada ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet? Se observa que el 55.9% de los clientes encuestados que no hay promociones en cuanto a horas que hace uso de la cabina de internet.

Objetivo especifico 02: identificar los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018

En la tabla y figura 8 denominada ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet? El 86.8% de los clientes consideran que si funcionan correctamente las computadoras de las cabinas de internet.

En la tabla y figura 9 denominada ¿Es atendido con la rapidez requerida? Se determina que el 57.4% de los encuestados opinan que si los atienden con rapidez.

En la tabla y figura 10 denominada ¿Considera que la rapidez en la atención mejora la calidad del servicio? Se observa que el 89.7% de los clientes encuestados considera que la rapidez al momento de ser atendido si mejora la calidad del servicio. Resultado que

coincide con Lombardi, 2016 quien concluyo que la mejora continua proporciona la posibilidad de analizar no sólo los aspectos externos, sino también los internos de cada suceso. La mejora continua se aplica como proceso de aprendizaje y en todas las áreas de la empresa. Por otra parte Sirvent, Gisbert, & Pérez, 2017 dicen que sin mejora continua no se puede garantizar un nivel de calidad ni tomar decisiones acertadas ni cumplir las metas y objetivos. Con la mejora continua, las organizaciones pueden situarse en primera línea de competencia.

Objetivo específico 03: conocer las ventajas del benchmarking en las MYPE cabinas de internet (Piura) año 2018

En la tabla y figura 11 denominada ¿Tiene usted conocimiento de la técnica del benchmarking? Se determina que el 100% de los propietarios encuestados no conocen que es el benchmarking

En la tabla y figura 12 denominada ¿Conoce Ud. de sus principales competidores? Se observa que el 66.7% de los propietarios encuestados si conocen sus principal competencia.

En la tabla y figura 13 denominada ¿Cree Ud. que la comparación de una empresa con la mejor en el mercado genera una ventaja? Se determina que el 100% los propietarios si creen que la comparación con la mejor genera una ventaja ya que pueden aprender de lo mejor que esa empresa desarrolla. Resultado que coincide con Hernández, 2015 que concluyo que el benchmarking no es una receta de cocina, sino que es un proceso de descubrimiento y aprendizaje continuo en el cual es de suma importancia el concepto de medición y de comparación.

Por otra parte Hernández & Cano, 2017 consideran dentro de una de las ventajas del benchmarking la cual es una excelente herramienta de mejora continua, ya que permite conocer información importante para la organización. Exige el estudio continuo de los propios procesos de trabajo y el de otras empresas detectando continuamente oportunidades de mejora

En la tabla y figura 14 denominada ¿Considera usted que su cabina de internet tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes? Se determina que el 66.7% de los propietarios encuestados consideran que las cabinas de internet si satisfacen las necesidades de los clientes

En la tabla y figura 15 denominada ¿Usted considera importante la evaluación comparativa para saber la forma en que las otras empresas forman y manejan sus sistemas de calidad? Se observa que el 66.7% de los propietarios encuestados no considera importante la comparación de las empresas.

En la tabla y figura 16 denominada ¿Las promociones aplicadas han logrado captar nuevos clientes? Se determina que el 66.7% de los propietarios encuestados si consideran que las promociones aplicadas logran captar nuevos clientes.

Objetivo especifico04: determinar las fases del benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet (Piura) año 2018

En la tabla y figura 17 denominada ¿Se cumplen con los objetivos que plantea la empresa? Se determina que el 100% de los propietarios opinan que no se cumplen con los objetivos de la empresa

En la tabla y figura 18 denominada ¿Usted se esmera por comprender las necesidades de su cliente? Se observa que el 100% de los propietarios encuestados si se esmeran por comprender las necesidades de sus clientes ya que se deben a ellos. Resultado que se acerca con Villalva, 2018 que concluyó que el benchmarking influye en la competitividad, con las mejores prácticas para satisfacer las necesidades de los consumidores internos y externos para lograr resultados, generando procesos continuos de medición de calidad de productos y servicios.

Por otro lado Velasquez, 2016 considera dentro de la fase de integración la cual influye la planeación de las nuevas prácticas de la operación; comunicar los hallazgos de benchmarking y obtener su aceptación comunicando a todos los niveles de la empresa. Establecer metas funcionales para convertirlos en principios de operación que cambien los métodos y prácticas de tal manera que se cierre la brecha existente.

En la tabla y figura 19 denominada ¿Considera que tiene que mejorar su servicio que brinda su empresa? Se determina que el 66.7% de los propietarios encuestados si consideran que tienen que mejorar el servicio que brinda su empresa.

En la tabla y figura 20 denominada ¿Su cabina de internet realiza evaluaciones comparativas para llevar a cabo un proyecto de mejora? Se determina que el 100% de los propietarios encuestados no realizan evaluaciones comparativas para elaborar un proyecto de mejora

## **5. Conclusiones**

Para concluir la investigación respecto al primer objetivo específico sobre las estrategias de la gestión de calidad en las MYPE rubro cabinas de internet es que el servicio brindado cumple con las expectativas que clientes esperan, ya que los trabajadores si atienden sus dudas y problemas cuando hacen uso de las computadoras de las cabinas por ello la implementación de las estrategias de Gestión de calidad mejora la imagen de las empresas y fortalece los vínculos de confianza y fidelidad de los clientes con el negocio.

En relación con el segundo objetivo respecto a los principios de gestión de calidad dentro de ellos el más importante el enfoque al cliente que se pudo observar en las MYPE rubro cabinas de internet, es que estas se deben a sus clientes porque sin ellos no existirían es tipo de empresas por lo se centra en cumplir con sus necesidades, así mismo la participación del personal es importante brindando un buen trato siendo amables y respetuosos. Teniendo los procesos claves mejor organizados, disminuyendo el tiempo de la atención y permitiendo a la empresa atender a una mayor demanda.

En función al tercer objetivo en relación a las ventajas del benchmarking se determinó que los propietarios desconocen de lo que es benchmarking por lo que casi nunca evalúan a su competencia puesto que tratan solo de permanecer en el mercado sin realizar comparaciones de las cabinas de internet con las mejores en el rubro identificando las estrategias que aplican, así puedan aprender y aplicarlas para que resuelvan los problemas que se presenten.

Se determinó con respecto al cuarto objetivo vinculado a las fases del benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet es importante analicen cómo están desarrollando sus actividades y mejorar en lo que están fallando, para finalmente puedan brindar un servicio de calidad a los clientes sin embargo los propietarios de las cabinas de internet no elaboran proyectos de mejora por ello no llegan a cumplir con los objetivos que se proponen.

## 6. Referencias Bibliográficas

- Achig, D., & Viracocha, W. (2017). *Benchmarking para las microempresas de calzado de la ciudad de Latacunga*. Latacunga: Universidad técnica de Cotopaxi.
- Águila, L. (2018). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, distrito de Callería, año 2018*. Pucallpa: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Agurto, P. (2018). *Gestión de la calidad y su relación con el desempeño de los trabajadores de la Universidad Nacional de Frontera – Sullana 2018*. Piura: Universidad Cesar Vallejo.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica 6a Edición*. Caracas : Editorial Episteme.
- Aroca, M. (2015). *Caracterización del modelo de gestión de calidad ISO 9001:2008 en una empresa de telecomunicaciones de Bogotá*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Báez, A. (2016). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad basado en la norma certificable ISO 9001:2015 con aplicación a la empresa Britel S.A.* Quito: Universidad internacional del Ecuador.
- Con Nuestro Perú. (19 de Agosto de 2018). *Perú: situación de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado el 19 de Mayo de 2019, de <https://www.connuestroperu.com/economia/58055-peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas>
- Cortés, J. (2017). *Sistema de Gestión de calidad (ISO 9001: 2015)*. Málaga: ICB editores.
- Cuatrecasas, L., & González, J. (2017). *Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación*. Profit Editorial.
- Chávez, D. (2017). *Propuesta de Benchmarking para mejorar la Gestión de EMPSERGE Raraz S.A.C. 2017*. Lima: Universidad Wiener.
- Espinoza, J. (2015). *Aplicación de un benchmarking en una cooperativa de ahorro y credito*. Universidad Nacional de Piura.

- El Peruano. (26 de marzo de 2019). *Contexto político es más estable para las inversiones*. Recuperado el 15 de junio de 2019, de <https://elperuano.pe/noticia-contexto-politico-es-mas-estable-para-inversiones-76959.aspx>
- En50MINUTOS.es. (2016). *El benchmarking: La importancia de analizar el mercado*.
- Equipo Editorial. (2017). *Gestión de la calidad (ISO 9001 - 2015) en el comercio*. España: ELEARNING.
- Gestión. (8 de Enero de 2019). *El futuro de las MYPES*. Recuperado el 19 de Mayo de 2019, de <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html>
- Gestión. (17 de mayo de 2017). *Internet más veloz en Latinoamérica está en Perú*. Recuperado el 15 de junio de 2019, de <https://gestion.pe/tecnologia/internet-veloz-latinoamerica-peru-135270>
- Gómez, R., & González, V. (2015). *Benchmarking*. Guajara: Universidad de La Laguna.
- Hernández, A., Ramos, M., & Placencia, B. (2018). *Metodología de la Investigación científica*. 3Ciencias.
- Hernández, C., & Cano, M. (2017). *La importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad en el servicio en las organizaciones*. Universidad Veracruzana.
- Hernández, J. (2016). *Sistema De Gestión De La Calidad (Sgc) Y La Dirección Y Gestión De Proyectos (Dgp): Propuesta De Modelo De Integración Y Articulación Para Mejorar La Gestión De Organizaciones*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Hernández, S. (2015). *Benchmarking como alternativa de las pymes para obtener ventaja competitiva*. Texcoco: Universidad Autónoma del estado de México.
- ISOTools. (18 de febrero de 20115). *La gestión de procesos como estrategia de mejora de la calidad*. Recuperado el 16 de junio de 2019, de <https://www.isotools.org/2015/02/18/la-gestion-de-procesos-como-estrategia-de-mejora-de-la-calidad/>
- Lerma, H. (2016). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto*. Bogotá: Ecoe Ediciones.



- Lombardi, O. (2016). *Reconocimiento de una Plataforma de Gestión de la Calidad sobre la cual se pueda establecer la Gestión de la Innovación, en una Mediana Empresa Peruana*. San Miguel: Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Mercados & Regiones. (10 de Abril de 2018). *Piura: ¿Cuál es la situación actual de las mipymes de la región?* Recuperado el 19 de Mayo de 2019, de <https://www.mercadosyregiones.com/2018/04/10/piura-cual-es-la-situacion-actual-de-las-mipymes-de-la-region/>
- Morales, D. (16 de febrero de 2018). *El régimen laboral de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 15 de junio de 2019, de <https://legis.pe/regimen-laboral-micro-pequena-empresa/>
- Naula, N. (2018). *Benchmarking y su impacto en la competitividad del sector comercial automotriz*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Oviedo, A. (2019). *ISO 9001: 2015 Requisitos, orientación y correlación: Sistemas de Gestión 2019*. Mexico.
- Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Venezuela: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Pinta, M. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las MYPES del sector de productos Hydrobiológicos en la provincia de Sullana año 2018*. Sullana: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Pucutay, B. (2019). *Gestión de calidad con el uso del Empowerment en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de impresión, en el JR. Elías Aguirre 5ta Cdra. Chimbote, 2016*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Ramos, M. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y asesoramiento en las MYPE, rubro gimnasios en el distrito Veintiseis de Octubre – Piura, año 2017*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Rojo, M. (2016). *Gestión de calidad y competitividad*. COFIDE.
- RPP Noticias. (25 de junio de 2018). *INEI: La población en el Perú es de 31 millones 237 mil habitantes*. Recuperado el 15 de junio de 2019, de

<https://rpp.pe/peru/actualidad/inei-la-poblacion-en-el-peru-es-de-31-millones-237-mil-habitantes-noticia-1131843>

RPP Noticias. (6 de Julio de 2016). *Solo el 1% de empresas en Perú cuenta con sistemas de gestión de calidad*. Recuperado el 19 de Mayo de 2019, de <https://rpp.pe/campanas/branded-content/solo-el-1-de-empresas-en-peru-cuenta-con-sistemas-de-gestion-de-calidad-noticia-977089>

Sirvent, S., Gisbert, V., & Pérez, E. (2017). *Los 7 principios de gestión de la calidad en ISO 9001*. 3C Empresa.

SUNAFIL. (18 de octubre de 2016). *Régimen Laboral en la Micro y Pequeña Empresa (MYPE)*. Recuperado el 15 de junio de 2019, de <https://www.sunafil.gob.pe/noticias/item/3843-regimen-laboral-en-la-micro-y-pequena-empresa-mype.html#iii-derecho-laborales-en-la-mype>

Tarí, J.P (2017). *Inteorización de las normas de calidad en el sector turístico*.

Tecnomatica. (19 de junio de 2016). *Algunas Leyes y Normas para Cabinas de internet en Perú*. Recuperado el 19 de junio de 2019, de <https://tecnomaticaevo.wordpress.com/2016/06/19/algunas-leyes-y-normas-para-cabinas-de-internet-en-peru/>

Trejo, R. (2017). *Estrategias de Benchmarking para mejorar la Fidelización de Clientes de la empresa Premiere de los Olivos, 2017*. Lima: Universidad Wiener.

Vásquez, H. (2018). *El benchmarking y su influencia en la competitividad en la empresa inversiones Ferronor EIRL - Bambamarca 2016*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán.

Velasquez, J. (2016). *Benchmarking*. Guatemala.

Villalva, E. (2018). *“Elbenchmarking en la competitividad de la empresa bio aurora E.I.R.L., La Victoria 2018*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.

## ANEXOS

### Diagrama de Gant

N° orden	Actividades	SEMANA											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
1	Título de la investigación												
2	Introducción del proyecto de investigación												
3	Objetivos de la investigación												
4	Justificación de la investigación												
5	Antecedentes de la investigación												
6	Bases teóricas de la investigación												
7	Hipótesis de la investigación												
8	Metodología de la investigación												
9	Presentación del informe final												
10	Revisión y aprobación del proyecto de investigación por el jurado												
11	Sustentación												

Cuestionario dirigido a los clientes



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

Buen día, me encuentro realizando un proyecto de investigación con el fin de determinar las características de la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet II etapa AA.HH Las Dalias (Piura) año 2018, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda el siguiente cuestionario sencillo marcando un aspa (X) en la respuesta que usted considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por su colaboración.

1. ¿Tiene conocimiento de lo que es gestión de calidad?  
SI ( ) NO ( )
2. ¿La cabina de internet brinda un servicio de calidad?  
SI ( ) NO ( )
3. ¿El personal que lo atiende soluciona algún problema o duda que se le presente en el momento que hace uso las computadoras de la cabina de internet?  
SI ( ) NO ( )
4. ¿Considera que la velocidad de las computadoras de la cabina de internet es rápida?  
SI ( ) NO ( )
5. ¿La calidad de la velocidad del servicio de internet es rápida?  
SI ( ) NO ( )
6. ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet?  
SI ( ) NO ( )
7. ¿Hay promociones por la cantidad de horas que hace uso de la cabina de internet?  
SI ( ) NO ( )
8. ¿Acudir a la cabina de internet le beneficia en cuanto a su estudio o trabajo?  
SI ( ) NO ( )
9. ¿Es atendido con la rapidez requerida?  
SI ( ) NO ( )
10. ¿Considera que la rapidez en la atención mejora la calidad del servicio?  
SI ( ) NO ( )

Cuestionario dirigido a los propietarios



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

Buen día, me encuentro realizando un proyecto de investigación con el fin de determinar las características de la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro cabinas de internet en la II etapa AA.HH Las Dalias (Piura) año 2018, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda el siguiente cuestionario sencillo marcando un aspa (X) en la respuesta que usted considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por su colaboración.

1. ¿Tiene usted conocimiento de la técnica del benchmarking?  
SI ( ) NO ( )
2. ¿Conoce Ud. de sus principales competidores?  
SI ( ) NO ( )
3. ¿Cree Ud. que la comparación de una empresa con la mejor en el mercado genera una ventaja?  
SI ( ) NO ( )
4. ¿Considera usted que su cabina de internet tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes?  
SI ( ) NO ( )
5. ¿Usted considera importante la evaluación comparativa para saber la forma en que las otras empresas forman y manejan sus sistemas de calidad?  
SI ( ) NO ( )
6. ¿Las promociones aplicadas han logrado captar nuevos clientes?  
SI ( ) NO ( )
7. ¿Se cumplen con los objetivos que plantea la empresa?  
SI ( ) NO ( )
8. ¿Usted se esmera por comprender las necesidades de su cliente?  
SI ( ) NO ( )
9. ¿Considera que tiene que mejorar su servicio que brinda su empresa?  
SI ( ) NO ( )
10. ¿Su cabina de internet realiza evaluaciones comparativas para llevar a cabo un proyecto de mejora?  
SI ( ) NO ( )

## Validación del instrumento

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

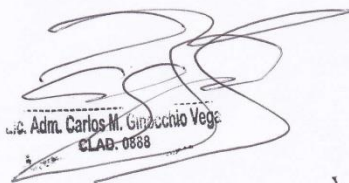
Yo, Quiro Maura Gimoc (Ho) VHA, identificado con  
DNI 02867439, Magister en Asu. Dirección de EMP. (CONCURSA).

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos: el cuestionario, elaborado por la estudiante **Brenda Aracely Domínguez Pariahuache**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el trabajo de investigación: CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y BENCHMARKING EN LAS MYPE RUBRO CABINAS DE INTERNET II ETAPA AA.HH LAS DALIAS (PIURA) AÑO 2018.

Que se encuentra realizando.

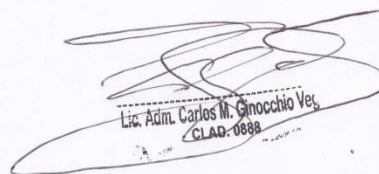
Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, ..... Julio .....2019

  
Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Vega  
CLAB-0888

### VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Tiene conocimiento de lo que es gestión de calidad?	/			/		/	SI ( ) NO (✓)
2. ¿La cabina de internet brinda un servicio de calidad?	/			/		/	SI ( ) NO (✓)
3. ¿El personal que lo atiende soluciona algún problema o duda que se le presente en el momento que hace uso las computadoras de la cabina de internet?	/			/		/	SI ( ) NO (✓)
4. ¿Considera que la velocidad de las computadoras de la cabina de internet es rápida?	/			/		/	SI ( ) NO (✓)
5. ¿La calidad de la velocidad del servicio de internet es rápida?	/			/		/	SI ( ) NO (✓)
6. ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet?	/			/		/	SI ( ) NO (✓)
7. ¿Hay promociones por la cantidad de horas que hace uso de la cabina de internet?	/			/		/	SI ( ) NO (✓)
8. ¿Acudir a la cabina de internet le beneficia en cuanto a su estudio o trabajo?	/			/		/	SI ( ) NO (✓)
9. ¿Es atendido con la rapidez requerida?	/			/		/	SI ( ) NO (✓)
10. ¿Considera que la rapidez en la atención mejora la calidad del servicio?	/			/		/	SI ( ) NO (✓)

  
 Lic. Adm. Carlos M. Cimocchio Vez  
 CLAD-0688



Ítems relacionados con la variable Benchmarking	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Tiene usted conocimiento de la técnica del benchmarking?	/			/	/		SI ( ) NO (X)
2. ¿Conoce Ud. de sus principales competidores?	/			/	/		SI ( ) NO (X)
3. ¿Cree Ud. que la comparación de una empresa con la mejor en el mercado genera una ventaja?	/			/	/		SI ( ) NO (X)
4. ¿Considera usted que su cabina de internet tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes?	/			/	/		SI ( ) NO (X)
5. ¿Usted considera importante la evaluación comparativa para saber la forma en que las otras empresas forman y manejan sus sistemas de calidad?	/			/	/		SI ( ) NO (X)
6. ¿Las promociones aplicadas han logrado captar nuevos clientes?	/			/	/		SI ( ) NO (X)
7. ¿Se cumplen con los objetivos que plantea la empresa?	/			/	/		SI ( ) NO (X)
8. ¿Usted se esmera por comprender las necesidades de su cliente?	/			/	/		SI ( ) NO (X)
9. ¿Considera que tiene que mejorar su servicio que brinda su empresa?	/			/	/		SI ( ) NO (X)
10. ¿Su cabina de internet realiza evaluaciones comparativas para llevar a cabo un proyecto de mejora?	/			/	/		SI ( ) NO (X)

¡Muchas gracias por su colaboración!

  
 Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Vega  
 CLAD. 0888

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Hector Orlauro Arica Clavijo, identificado con  
DNI 02786302, Magister en DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos: el cuestionario, elaborado por la estudiante **Brenda Aracely Domínguez Pariahuache**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el trabajo de investigación: **CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y BENCHMARKING EN LAS MYPE RUBRO CABINAS DE INTERNET II ETAPA AA.HH LAS DALIAS (PIURA) AÑO 2018.**

Que se encuentra realizando.

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

Piura, 18 de JUNIO 2019

  
Mg. Arica Clavijo Hector Orlauro  
DNI. 02786302  
CLAD 0624F

### VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Tiene conocimiento de lo que es gestión de calidad?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (✓)
2. ¿La cabina de internet brinda un servicio de calidad?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (✓)
3. ¿El personal que lo atiende soluciona algún problema o duda que se le presente en el momento que hace uso las computadoras de la cabina de internet?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (✓)
4. ¿Considera que la velocidad de las computadoras de la cabina de internet es rápida?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (✓)
5. ¿La calidad de la velocidad del servicio de internet es rápida?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (✓)
6. ¿Funcionan correctamente las computadoras de la cabina de internet?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (✓)
7. ¿Hay promociones por la cantidad de horas que hace uso de la cabina de internet?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (✓)
8. ¿Acudir a la cabina de internet le beneficia en cuanto a su estudio o trabajo?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (✓)
9. ¿Es atendido con la rapidez requerida?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (✓)
10. ¿Considera que la rapidez en la atención mejora la calidad del servicio?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (✓)

  
 Sr. Adán Claudio Becerra  
 DNI. 02786302  
 CLAD 0624F

Ítems relacionados con la variable Benchmarking	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Tiene usted conocimiento de la técnica del benchmarking?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (x)
2. ¿Conoce Ud. de sus principales competidores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (x)
3. ¿Cree Ud. que la comparación de una empresa con la mejor en el mercado genera una ventaja?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (x)
4. ¿Considera usted que su cabina de internet tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (x)
5. ¿Usted considera importante la evaluación comparativa para saber la forma en que las otras empresas forman y manejan sus sistemas de calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (x)
6. ¿Las promociones aplicadas han logrado captar nuevos clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (x)
7. ¿Se cumplen con los objetivos que plantea la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (x)
8. ¿Usted se esmera por comprender las necesidades de su cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (x)
9. ¿Considera que tiene que mejorar su servicio que brinda su empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (x)
10. ¿Su cabina de internet realiza evaluaciones comparativas para llevar a cabo un proyecto de mejora?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (x)

¡Muchas gracias por su colaboración!

  
 Lidia Clavijo Hector Orla  
 DNI. 02786902  
 CLAD 06246

Evidencia de la aplicación del cuestionario

