



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

“GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DEL
BENCHMARKING EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA
MINORISTA DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, A.H
MIRAFLORES ALTO, DISTRITO CHIMBOTE 2016”

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

AUTORA:

JOIS MEREDIK SAMANEZ LOPEZ

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIASCENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgr. Yuli Yolada Morillo Campos.

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fuerza necesaria y brindarme la sabiduría suficiente para poder culminar de manera satisfactoria mi trabajo de investigación.

A mis padres, por el apoyo incondicional que me brindaron y que pusieron su confianza y esfuerzo para cumplir con mis objetivos planeados.

Al asesor, Dr. Centurión Medina Reinerio por la comprensión y el tiempo que me brindo para poder culminar mi Tesis.

DEDICATORIA

Con mucho cariño, a mi familia, ya que ellos son mi motivación para seguir adelante y esforzarme cada día para ser un gran ejemplo para ellos, tanto como esposo y como padre.

A mis amigos y compañeros por el apoyo incondicional y que siempre me brindaron su comprensión para poder cumplir con este proyecto.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características la Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016. La investigación fue, de diseño no experimental – transversal, y se escogió en forma dirigida, una población muestral de 17 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados. El 65% de los representantes de tienen más de 51 años a más. El 59% son de género masculino. El 47,05% tienen grado de instrucción primaria. El 88% de las MYPES tienen más de 7 años de permanencia de la empresa en el rubro. El 59% cuentan con 1 a 5 trabajadores. El 64.70% tienen dificultades para la implementación de gestión de calidad, porque el personal no se adapta al cambio. El 76% miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 65% escogen como referencia de otras empresas para mejorar su servicio. El 100% perciben que el benchmarking encamina el mejoramiento de su empresa. El 47% siempre se resisten al cambio. El 100% considera que el Benchmarking, permite que la empresa sea eficiente. Finalmente se concluye que la mayoría de los representantes, si aplican gestión de calidad, pero no en todo su potencial, debido a que el personal no se adapta al cambio, del mismo modo aplican el Benchmarking, ya que buscan mejorar sus servicios, evaluando a otras empresas.

Palabras claves: Gestión de calidad con el uso de Benchmarking, Micro y pequeñas empresas, Representantes.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the main characteristics of Quality Management with the use of benchmarking in the micro and small companies, trade sector, retail sale in hardware, Miraflores Alto, Chimbote, 2016. The research was, design not experimental - transversal, and a sample population of 17 micro and small companies was chosen in a targeted manner, to which a questionnaire of 21 questions was applied. Obtaining the following results. 65% of the representatives of are over 51 years old. 59% are male. 47% have a primary level of education. 88.24% of the MYPES have more than 7 years of permanence of the company in the field. 58.82% have 1 to 5 workers. 64.70% have difficulties in the implementation of quality management, because the staff does not adapt to the change. 76% measure the performance of the staff through observation. 65% choose as a reference for other companies to improve their service. 100% perceive that benchmarking guides the improvement of their company. 47% always resist change. 100% believe that Benchmarking allows the company to be efficient. Finally, it is concluded that the majority of the representatives, if they apply quality management, but not in all their potential, because the personnel do not adapt to the change, in the same way they apply the Benchmarking, since they seek to improve their services, evaluating other companies.

Keywords: Quality management with the use of Benchmarking, Micro and small companies, Representatives.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Hoja de firma del jurado y asesor	ii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iii
4. Resumen y Abstract	v
5. Contenido	vii
6. Índice de Tablas y Figuras	viii
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura.....	6
III. Hipótesis.....	28
IV. Metodología	29
4.1 Diseño de la investigación.....	29
4.2 Población y muestra	29
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores	30
4.4 Técnicas e instrumentos	35
4.5 Plan de análisis.....	35
4.6 Matriz de consistencia.....	36
4.7 Principios éticos	38
V Resultados	40
5.1 Resultados	40
5.2 Análisis de resultados.....	45
VI. Conclusiones y recomendaciones	52
Referencias bibliográficas.....	54
Anexos	57

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

	Pág.
Tabla 01: Características de los representantes de las pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista en artículos de ferretería, Miraflores Alto, Chimbote, 2016.....	40
Tabla 02: Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista en artículos de ferretería, Miraflores Alto, Chimbote, 2016	41
Tabla 03: Características de la Gestión de calidad con el uso de benchmarking en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista en artículos de ferretería, Miraflores Alto, Chimbote, 2016	42
Anexos	
Figura 1: Edad.....	70
Figura 2: Genero.....	70
Figura 3: Grado de instrucción	71
Figura 4: Cargo.....	71
Figura 5: Tiempo en el Cargo	72
Figura 6: Años en el rubro	72
Figura 7: N° de trabajadores en la empresa	73
Figura 8: Personas que trabajan en la empresa.....	73
Figura 9: Finalidad de la empresa	74
Figura 10: Conoce el termino gestión de calidad	74
Figura 11: Técnicas de gestión que aplica.....	75
Figura 12: Dificultades en la gestión de calidad	75
Figura 13: Técnicas para medir el rendimiento del personal	76
Figura 14: La gestión de calidad mejora el rendimiento.	76
Figura 15: Las estrategias que toma de otras empresas es para mejorar	77
Figura 16: El Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa.....	77
Figura 17: El personal muestra resistencia al cambio.....	78
Figura 18: Porque cree que el personal muestra resistencia al cambio	78
Figura 19: Benchmarking es primordial para incursionar en un mercado.....	79

Figura 20: Tipo de fortaleza para implementar el Benchmarking.....	79
Figura 21: El buen uso del Benchmarking permite ser eficiente.....	80

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las micro y pequeñas empresas, son una fuente indispensable para que los paises tengan un desarrollo sostenible, por ello es que estos pequeños negocios deben ser asistidos con programas que les apoyen a mejorar sus conocimientos en gestión, ya que es muy común que los emprendedores inicien su negocio sin dimensionar las responsabilidades que conlleva, tanto por desconocimiento como debido a que su prioridad se centra en el desarrollo de la idea creativa, y no en el diseño operativo y comercial, además no realizan un diagnósticos de sus empresas, no evalúan a su competencia, por lo cual no logran establecer estrategias que ayuden a mejorar sus productos o servicios, entonces muchos de estos negocios tienden a fracasar al no poder mantener en un mercado tan exigente, pero este problema se da en todas partes del mundo.

Por otra parte las micro y pequeñas empresas en España representan más del 90% del tejido empresarial, pero a pesar de ello varios negocios al tratar de superar a la competencia, buscan aplicar el Benchmarking, pero cuando lo hacen pocos son los que tienen éxito, esto se debe a que los emprendedores no reconocen que el hecho de que competencia haga algo de una misma forma no significa que esa forma sea la mejor o correcta para sus negocios, por ende es importante que las micro y pequeñas empresas, descubran su fortalezas y de esta manera compararlas con su competencia, y recién buscar la estrategias necesarias para superarlas. **(Bolívar, 2013)**

En España claramente se observa que las micro y pequeñas empresas, solo se conforman con las mismas estrategias que tienen, mas no buscan identificar sus fortalezas y así superar los productos y servicios de sus competidores, así mismo en el Perú solo se conforman con la experiencia que han grado en los último años, y no buscan diferenciarse a través del análisis de los competidores más fuertes, por ende, no logran mejorar su posicionamiento.

Por otra parte, alrededor del 80% de las micro y pequeñas empresas de México, que aportan el 40% del PIB, fracasan al primer año de operaciones, ya que el 43% presenta problemas gerenciales, el 16% reporta dificultades en ventas y cobranzas, del mismo modos puede apreciar que no se diferencian de sus competidores directos, pues no analizan sus puntos fuertes y débiles, se puede decir que las micro y pequeñas empresas con mayor solidez son los que cuentan con una minuciosa planeación estratégica, definición de funciones operativas administrativas y la detección de mercados reales y potenciales. **(Gandarilla, 2011)**

En resumen las micro y pequeñas empresas Mexicanas no se adaptan a los cambios del entorno, pues no aplican el Benchmarking que les permita lograr la mejora continua, del mismo modo esto impacta en los resultado de las organizaciones, del mismo modo en el Perú, en ocasiones se busca mejorar los servicios de otras empresas, pero esto debe ser atea de todos los días, en este caso se debe incluir al personal en este proceso de análisis y mejorar, para que estos queden más satisfechos y comprometidos con el cambio organizacional.

Por otro lado en Argentina hay más de 600.000 micro y pequeñas empresas generan entre el 70 y 75% de los puestos de trabajo, pero aunque las empresas se crean, la tasa de fracaso anual es muy alta, esto da por la ausencia de una buena gestión empresarial, puesto que en ocasiones el emprendedores subestiman a los clientes, y no buscan mejorar los procesos de servicios para satisfacerlos, del mismo modo no toman conciencia de que son los clientes quienes van a decidir qué tan buenos son los productos, y cómo se podrá agregarle más valor. **(Paulise, 2016)**

En pocas palabras las micro y pequeñas empresas en Argentina, no están enfocándose en los cliente, por lo tanto, no generan valor agregado en sus productos o servicios, por ende es necesario que apliquen el Benchmarking para lograr identificar los procesos clave y de esta manera evaluarlos, pudiendo así

mejorar la calidad de sus productos y servicios, de manera similar en el Perú, las micro y pequeñas empresas desconocen que es el Benchmarking, por ello es que los miembros de las empresas solo se basan en los mismos procedimientos y por ende no se diferencian de la competencia.

Las micro y pequeñas empresas en el Perú son muy importantes, ya que mejoran la calidad de vida de muchas personas que no cuentan con un empleo, además cada año surgen 12 mil micro y pequeñas empresas, pero solo el 10% supera el año de actividad, y uno de los factores para el fracaso es la carencia de una buena gestión, esto se da porque los gerentes no investigan su mercado y deciden aventurarse en el sector desconociendo los deseos o necesidades de los posibles clientes, del mismo modo no evalúan a la competencia, este es un grave problema de los nuevos empresarios es que no indagan, previamente, sobre quiénes serán sus competidores, cuáles son sus debilidades y, sobre todo, sus fortalezas. (Sánchez, 2013)

En el Perú, se crean micro y pequeñas empresas, sin antes haber iniciado o investigado en el entorno, y por lo general los propietarios solos conforman con sobrevivir, se puede decir que, al no analizar el mercado, la competencia, no evaluar las mejores prácticas, no se podrá lograr marcar la diferencia y no se superarán las expectativas del público objetivo.

En el departamento de Ancash hemos notado el crecimiento y emprendimiento de diversas micro y pequeñas empresas, esto conlleva al desarrollo de más empleo para la comunidad, generar ganancias e innovar con nuevos productos o servicios, sin embargo, como toda decisión trae consigo consecuencias, posibilidades, riesgos e incertidumbre de que si lo que se está haciendo está bien estos empresarios que se lanzan al mercado mayormente tienen poco conocimiento sobre la aplicación de sistemas de gestión de calidad, herramientas como el benchmarking, entre otros que ayudan al mejoramiento de las empresas, es por ello que estas micro y pequeñas empresas tienen poca duración en el mercado ya que no se informan o aplican sistemas, herramientas o recursos que

es necesario para lograr sobresalir de entre la competencia que se va fortaleciendo con el pasar de los años.

Por otro lado a nivel local en Miraflores Alto, distrito Chimbote, los dueños de las micro y pequeñas empresas, no tienen mucha iniciativa, para realizar un cambio en la empresa, puesto que no cuentan con las suficientes capacidades gerenciales, así mismo no evalúan los productos o servicios de la competencia, por lo cual no pueden buscar la diferenciación y darle un valor agregado a sus servicios, esto trae como consecuencia que estos negocios, no se adapten a los cambios y sigan con las ventas estancadas, además de que en ocasiones algunas de ellas fracasan. Por todo lo expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: **¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016?** Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016; para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar. Las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016, así mismo, Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016 y Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016. Esta investigación se justifica porque permitirá conocer a nivel descriptivo la Gestión de calidad con el uso del

Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016, es decir nos permitirá conocer las principales características y factores principales y específicos del rubro mencionado. Así mismo esta investigación dará conocer de qué manera las micro y pequeñas empresas pueden generar un cambio en su cultura organización, y adaptarse a las nuevas tendencias, a través del uso del Benchmarking, de esta manera las empresas pueden darle un valor agregado a su productos o servicios. Del mismo modo se justifica, porque aportara con nuevas estrategias a la sociedad empresarial, es decir con este estudio se podrán reducir los errores gerenciales, y lograr mejorar los conocimientos de los interesados en el tema, con respecto a la gestión de calidad con el uso del Benchmarking, entonces esto generar un cambio en la cultura de los miembros de las organizaciones. Por ultimo esta investigación servirá como antecedentes, para todos los investigadores, e interesados en mejorar la productividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Gamarra (2016), en su tesis titulada: “Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarney, 2016”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 55% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años. El 67% de los empresarios son de género masculino. El 61% d tienen grado de instrucción secundaria. El 50% de las Micro y Pequeñas Empresas d tienen de 8 años a más. El 61% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias. El 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores. El 72% afirman que si conocen el termino gestión de calidad. el 72% de las ferreterías si utilizan la gestión de calidad. El 50% afirman que el objetivo por el cual utilizan la Gestión de Calidad es para tener oportunidad de crecimiento. El 28% señalan que las Funciones Administrativas que utilizan son la Planificación. El 72% que no hacen uso de las TIC. Se concluye que, La mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, sus edades oscilan entre los 31 a 50 años, son de sexo masculino y tienen grado de instrucción secundaria. La totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas son formales, la mitad tienen una permanencia de 8 a más años en el rubro, la mayoría están constituidas como persona natural, se crearon con la finalidad de generar ganancia y cuentan con 0 a

4 trabajadores. La mayoría de los empresarios de las Mype del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, conocen muy bien lo que es el término de Gestión de Calidad es por ello que si lo utilizan, la mitad lo utilizan con el objetivo de tener oportunidad de crecimiento, la mayoría de los empresarios si conocen las funciones administrativas por eso las que más utilizan son la planificación y el control. La mitad de los empresarios respondieron que el clima organizacional dentro de su empresa es agradable, la mayoría dicen que el nivel de servicio que prestan es la prontitud en la atención, la mayoría de los dueños de las ferreterías de la Ciudad de Huarney aún no utilizan las TIC, es por ello que no hacen ningún uso en el ámbito administrativo, ni internamente, ni externamente

Villanque (2016), en su tesis titulada: “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016., y se obtuvieron los siguientes resultados. El 45.45% manifiestan tener de 40 a 49 años de edad. El 68.18% son de sexo masculino. El 40.91% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitaria completa. El 86.36% manifiestan que la empresa que dirigen siempre cuentan con un buen servicio al cliente. El 54.55% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre buscan que el cliente esté satisfecho. El 40.91% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre perciben si un cliente repite las compras habitualmente. El 31.82% manifiestan que la empresa que dirigen a veces perciben si un cliente demuestra compromiso a futuro. El 50.00% manifiestan que la empresa que dirigen casi nunca tienen experiencias positivas que sorprendan al cliente. El 50.00% manifiestan que la empresa que dirigen

nunca tienen comunicación constante con el cliente. El 45.45% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre buscan relaciones de confianza con el cliente. El 45.45% manifiestan que la empresa que dirigen a veces proponen mejoras ante las compras que hacen los clientes. Se concluye que, las principales características de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz son: la mayoría de empresarios y / o gerentes tienen de 40 a 49 años de edad, son de género masculino y con un grado de instrucción superior no universitaria completa, los mismos que opinaron que la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) es importante ya que ayudaría a tener una mejor relación de confianza y comunicación con el cliente, estos mismo reconocen que hace falta una mejor orientación y / o capacitación en base a talleres respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM). Las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) se basan en que los empresarios y / o gerentes 73 reconozcan los diferentes procesos para lograr que los clientes estén satisfechos, sean leales y fieles; la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) busca integrar todos esos procesos de forma innovadora para que la empresa que lo aplique con el tiempo mejore en su desarrollo dentro de un mercado tan competitivo como es el sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería.

Palma (2015), en su tesis titulada: “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del santa 2015”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa 2015, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 58,3% tiene más de 50 años de edad. El 100% son de género masculino. El 83,3% tiene instrucción secundaria. El 100% son dueños de las empresas. El

83,3% tienen 11 años a más en el rubro. El 58,3% son informales. El 58,3% tienen como finalidad generar ganancias. El 100% si gestiona con calidad sus empresas. El 100% considera que la gestión de calidad contribuye mejorar el rendimiento. El 66,7% no aplica las herramientas de gestión de calidad. El 91,6% Evalúa los procesos de la gestión de calidad en su micro y pequeña empresa. El 33,3% tiene considera que su personal tiene poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad. El 58,3% considera que su personal es bien competitivo. El 100% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal. El 100% considera que la Capacitación le ayudaría realizar una gestión de calidad. Se concluye que, las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpintería, del distrito de Coishco se encuentran dirigidas en su totalidad por personas de género masculino y en su mayoría tiene una edad de 50 a más años, los representantes de las micro y pequeñas empresas solo cuentan con un grado de instrucción de secundaria completa y se encuentran administradas por sus propios dueños y en su mayoría tienen desempeñando su cargo entre 10 – 30 años. Estas micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpintería del distrito de Coishco en su mayoría son informales y fueron formadas con la finalidad de generar ganancias y han desarrollado esta actividad en su mayoría de 11 a más años. Los representantes de las micro y pequeñas empresas en su totalidad consideran que la gestión de calidad contribuye al crecimiento del negocio, así también viene gestionando sus micro y pequeñas empresas con calidad, pero la mayoría no aplica técnicas modernas utilizando una administración empírica, la minoría solo utiliza la técnica moderna de la Benchmarking y Empowerment, pero su personal tiene poca iniciativa, es por ello que consideran que la mayoría de su personal no es competitivo, también utilizan el método de la observación para medir el rendimiento de su personal, del mismo modo asegurar que la rotación de personal le impide realizar una buena gestión de calidad, y que la capacitación le ayudaría a realizar una adecuada gestión de calidad.

Ángeles (2014), en su tesis titulada: “Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización el progreso, año 2014”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización el progreso, año 2014, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 43% tiene entre 40 a 49 años de edad. El 86% son de género masculino. El 72% tiene grado de instrucción técnica. El 100% tiene como cargo propietario – titular. El 57% tiene entre 5 a 6 años en el rubro. El 71% cuentan con 3 trabajadores. El 86 % tiene como objetivo maximizar ganancias. El 100 % desconoce las técnicas de gestión. El 100% utiliza la técnica del liderazgo. El 100% aplica el liderazgo democrático. El 100% no sigue un plan de negocios estratégico. El 100% percibe que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos. El 86% tiene como resultado clientes más satisfechos. Se concluye que, la mayoría (43%) de los representantes de las MYPES tienen una edad de entre 40 a 49 años, la mayoría son de género masculino y cuentan con estudios técnicos. La mayoría (86%) tiene como finalidad maximizar ganancias, la mayoría tiene una promedio de 5 años en el rubro, así también en su mayoría cuentan con 3 trabajadores. La totalidad de las MYPES no conocen técnicas de gestión, pero si aplican en su totalidad el liderazgo democrático, a si también en su totalidad no siguen un plan de negocios estratégicos, por último en su mayoría han obtenido con la aplicación de la gestión de calidad unos clientes más satisfechos. Es por ello que se puede decir que la mayoría de las MYPES si aplican gestión de calidad.

Valderrama (2014), en su tesis titulada: “Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el

porvenir, año 2014, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 42.86% de los representantes de las MYPES tienen la edad entre 50 y 60 años, el 53.3% de los empresarios cuentan con estudios secundarios, el 42.86% son de sexo masculino. El 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años. El 46.7% de las MYPES dijeron que sus clientes tienen en cuenta la calidad, el 40% de los microempresarios determinan su calidad a través de la materia prima, el 40% de los empresarios utilizan controles posteriores a su fabricación. El 60% de las organizaciones capacitan a sus trabajadores cada año. Se concluye que, la edad por género de los representantes y dirigentes de las microempresas de calzado del distrito el Porvenir, contamos que entre la edad promedio de los representantes de las Mypes está entre 50-60 años, lo que nos indica que son personas completamente maduras con un grado de instrucción básico con un 53.3% ya que la mayoría de los microempresarios solo tienen estudios secundarios. Por lo general el 60% de estas Mypes vienen realizando sus actividades durante más de diez años lo que indica que cuentan con bastante experiencia en rubro de venta de calzado, contando con una demanda del 66.75% en calzado para damas y menos del 50% en calzado para caballeros lo que indica que estas empresas tienen mayor representación en el mercado en venta de calzado para mujer. Se llegó a la conclusión que los clientes antes de adquirir los productos tienen en cuenta la calidad y el precio como requisito de compra con un 46.7% en calidad y en el precio con 33.3%; la variación que hay entre las dos es mínima por lo tanto se debe trabajar en los dos factores de manera equitativa. Por otro lado tenemos que estas empresas determinan su calidad a través de su materia prima con las que trabajan con un 40% y las demás en la mano de obra con los que cuentan para sus procesos con un 33.3%.

Berru (2014), en su tesis titulada: “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercial de zapaterías de la ciudad de Sullana, Región Piura, año 2014”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad y competitividad

de las MYPES del sector comercial de zapaterías de la ciudad de Sullana, Región Piura, año 2014, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 50% tiene entre 36 y 50 años, el 62.5% de los representantes de las Mypes son de género masculino., el 37.5% de los representantes de las Mypes tiene instrucción secundaria, el 37.50% de las Mypes encuestadas tienen más de 3 años en el mercado. El 50% tiene 01 trabajador permanente. El 37.50% tiene entre 01 y 02 trabajadores eventuales. 100% de los encuestados el 75% se formó por subsistencia. El 75% no utilizan las redes sociales para atención a sus clientes, concluye que las MYPES en estudio el 75% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 57.50% utiliza la radio para la publicidad del producto de las Mypes, el 47.50% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las Mypes, el 50% considera que la infraestructura de las instalaciones es regular, mientras que el 62.50% considera que el personal de ventas y servicios no es honesto en la información que le proporciona al cliente. Conclusiones que, respecto al perfil del empresario del 100% de los representantes legales de las Mypes encuestados se puede afirmar que el 50 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años, el 25 % solo tienen estudios primarios, el 75% de los representantes legales de las Mypes encuestados son artesanos y el 75 % tiene como Objetivo primordial la subsistencia. Respecto a las características de las Mypes Las principales características de las Mypes del ámbito de estudio son: El 37.50 % se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, mientras tanto que el 50% tiene 1 trabajador permanente. Respecto a la característica de la gestión de calidad De las MYPES en estudio el 75% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 57.50% utiliza la radio para la publicidad del producto de las Mypes, el 47.50% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las Mypes, el 50% considera que la infraestructura de las instalaciones es regular, mientras que el 62.50% considera que el personal de ventas y servicios no es honesto en la información que le proporciona al cliente.

2.2 Bases teóricas

Las Micro y pequeñas empresas

Se puede decir que hoy en día las micro y pequeñas empresas ocupan la mayor fuente de empleo privado en el país, sin embargo, pocos emprendedores que llegan al éxito, en este contexto se dará conocer el significado de estos pequeños negocios, según la Ley, 28015, (2003). “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, en su artículo n° 2 define la micro y pequeña empresa como:

Unidad económica que opera una persona jurídica o natural, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción transformación, producción y comercialización de bien o de prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (Texto Único Ordenado), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. (p. 1)

Esta ley promueve la formalización y competitividad de las micro y pequeñas empresas, en relevante destacar que dicha ley puede permitir dar asistencia técnica y financiar la investigación y desarrollo para mejorar la innovación de estos pequeños negocios, del mismo modo a formalizar una empresa se está generando un incremento en el presupuesto público que es favorable para la población.

Características de la ley MYPE N° 30056 - artículo.5

El Estado en su énfasis por mejorar la formalización de las micro y pequeñas empresas, creo la nueva Ley n° 30056, (2013), la cual en su artículo n°5 establece que las micro y pequeñas empresas deben ubicarse en una de las siguientes categorías, en este sentido de acuerdo al nivel de ventas anuales:

- Microempresa: en este caso serán las que tengan ventas anuales hasta un monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

- Pequeña empresa: la cual establece que deben tener ventas anuales por encima de 150 UIT y hasta un máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 unidades impositivas tributarias y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (Artículo, n°5)

La nueva Ley MYPE también da facilidades para acceder a programas del Estado, en este sentido una empresa se puede inscribir al programa REMYPE, contratar con el Estado (que tiene la obligación de hacer al menos el 40% de sus compras a las MYPE), inscribiéndose al Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE).

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Actualmente la labor que llevan las micro y pequeñas empresas es de indiscutible relevancia en el desarrollo socio económico del país, para Ministerio de trabajo, (2013), nos dice que las micro y pequeñas empresas representan un sector de vital relevancia dentro de la estructura productiva del país, de manera que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se eleva hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas, así mismo es importante por las siguientes razones:

- Brindan abundantes fuentes de empleo
- Reducen la pobreza por medio de actividades de incremento de ingresos.
- Promueven el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoría en la distribución del ingreso.

El estado debe crear más programas para impulsar el desarrollo del país, hay que ser conscientes que las micro y pequeñas empresas, se han posicionado como el

mejor sustento económico frente a la crisis que enfrenta el país, así mismo cabe resaltar que estos negocios mejoran la distribución del presupuesto público, y por ende mejoran la calidad de vida de la población.

Gestión de calidad

Se puede decir que para que las empresas no fracasen sus propietarios apliquen herramientas de gestión para la toma de decisiones, de acuerdo con Peña, (2017). en general se puede definir la Gestión de la Calidad como:

La Gestión empresarial es un elemento fundamental para cualquiera empresa pueda lograr sus objetivos y metas, en este sentido el éxito de cualquier modelo de gestión depende, en primer lugar, de una acertada planificación, pero para poder ejecutar la misma también son necesarias una serie de herramientas que permitan optimizar su desarrollo, encauzándolo en la dirección más adecuada. (párr. 6)

La gestión de calidad es una herramienta, que pocas micro y pequeñas empresas toman importancia, debido a que no mejoran sus conocimientos en este tema, todo ello se puede solucionar si los propietarios invirtieran su capital en mejorar sus capacidades, en este sentido si utilizaran estas herramientas podrían mejorar significativamente su proactividad, puesto que se mejora el proceso de toma de decisiones.

Procesos de Gestión

La gestión cuenta con elementos, para una mejor toma de decisiones, de acuerdo con Cruz, (2013), nos menciona los 4 procesos fundamentales de la gestión las cuales son:

- Planeación, es el primer paso, en la gestión y dentro de este proceso se siguen las siguientes fases, ya sea de estudios del entorno e internos, planeación de estrategias, propósitos y políticas, así como las tácticas a realizar en corto, mediano, y largo plazo.

- La siguiente etapa es la organización, la cual se refiere al conjunto de cargos, reglas, comportamientos, que deben cumplir todos los miembros de la empresa, el objetivo fundamental de la organización es coordinar y disponer los recursos disponibles, ya sean materiales, financieros y humanos.
- Luego sigue la dirección, y en ella se encuentra la ejecución de los planes, la comunicación y motivación, así como la supervisión para lograr los objetivos y metas de la empresa.
- Por último, el control, y esta es la etapa que se encarga de evaluar el desarrollo general de la empresa. (párr. 5)

En pocas palabras los procesos están presentes en todas las áreas de las micro y pequeñas empresas, sin embargo, en su mayoría no logran realizar una buena planificación en sus actividades, por lo general solo se dedican a controlar las ventas y observar que los productos sean de calidad, cabe decir que si aplicaran todos los procesos de manera idónea reducirían sus costos significativamente.

Niveles de gestión

La eficiencia en el desarrollo de los procesos y el cumplimiento de las metas de una compañía dependen de los niveles de gestión y planeación de su sistema logístico y de funcionamiento interno, de acuerdo con Cristancho, (2014), nos menciona lo siguiente:

- Nivel estratégico: Corresponde a la planeación que se orienta a lograr los objetivos de la organización y su fin es establecer los planes de acción para el funcionamiento de la compañía.
- Nivel táctico: Desarrolla detalladamente la planeación del funcionamiento de cada una de las áreas de la empresa a partir del marco de referencia elaborado en el nivel estratégico.
- Nivel Operativo: Corresponde a la asignación de las tareas puntuales que debe realizar cada colaborador de la organización en

cada una de las áreas de trabajo que componen la compañía. Se desarrolla a partir de los lineamientos proporcionados por los niveles de planeación estratégico y táctico. (párr. 7)

En nivel más importante es el estratégico, puesto que de ahí parten los objetivos y metas, en este caso las micro y pequeñas empresas, no tienen conocimiento en este tema, por lo que no planifican sus actividades, ni plantean objetivos claros, en definitiva, se puede afirmar que los pequeños negocios solo se basan en el nivel operativo, y solo se preocupan en las actividades diarias.

Principio de gestión de calidad

La base fundamental para la gestión de calidad es conocer sus principios, según la Norma **ISO 9001, (2015)**, nos da conocer los ocho principios de gestión de la calidad los cuales son:

- Principio 1: Enfoque al Cliente. Las empresas dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer todos los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder a las expectativas de los empleados.
- Principio 2: Liderazgo. Los líderes establecen la unidad de propósito y orientación de la empresa. Deben crear y mantener un ambiente interno en el cual los empleados pueden llegar a involucrarse totalmente para conseguir los objetivos de la empresa.
- Principio 3: Participación del personal. El personal es la esencia de la empresa y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean utilizadas para el beneficio de la empresa.
- Principio 4: Enfoque basado en procesos. Un resultado deseado se consigue más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

- Principio 5: Enfoque de sistema para la gestión. Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficiencia y eficacia de una empresa para conseguir sus objetivos.
- Principio 6: Mejora continua. La mejora continua del desempeño general de las empresas debe ser un objetivo permanente. La mejora continua de los procesos se consigue con el ciclo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar), para mejorar.
- Principio 7: Enfoque basado en hechos para la toma de decisión. Las decisiones se basan en el análisis de los datos y la información. Lo que no se puede medir no puede ser controlado, y lo que no se puede controlar es un caos. Esto no se nos puede ayudar.
- Principio 8: Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor. Una empresa y sus proveedores son interdependientes, y una relación beneficiosa para aumentar la capacidad de ambos para crear valor.
(párr. 3)

El principio más influyente sin lugar a duda el liderazgo, puesto que pequeñas empresas, no cuenta con líderes capaces de mejorar el desarrollo del personal, se puede decir que esto resulta valioso, para contar con un personal más productivo, en definitiva, estos negocios deben enfocarse en lograr captar todos los principios mencionados, si desean lograr la mejora continua y excelencia en sus procesos.

Benchmarking

Una herramienta moderna fundamental, para mejorar la mercadotecnia de la empresa es el Benchmarking, de acuerdo con Brocca, (2016), define al Benchmarking como “proceso a través del cual se recopilan datos y nuevas ideas que pueden ser muy interesantes para mejorar un negocio. Esta información se obtiene de comparar aspectos concretos de tu nuestra organización con otras empresas líderes en la industria”. (párr. 3)

Para Leon, (2017), el benchmarking se podría definir como el “compararse con el competidor, algo que ayuda a determinar si la forma en la que son llevadas las estrategias impulsan de forma óptima el desarrollo de la organización y llegar a unas mejores prácticas”. (párr. 5)

Por su parte Rojo, (2014), nos dice que la técnica Benchmarking es una:

Técnicas o herramienta esencial para todas las empresas ya que permite que esta realice un análisis interno de las actividades, productos y/o servicios que lleva a cabo, junto con un análisis externo de las organizaciones que suponen su competencia, teniendo todo ello el objetivo de imitar o emular el modo en que las otras organizaciones realizan dichas actividades, productos y/o servicios. (párr. 6)

Así mismo Espinoza, (2017), nos explica que el benchmarking es un “proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los de tu propia empresa y posteriormente realizar mejoras e implementarlas”. (párr. 3)

Sin duda los autores coinciden en que el Benchmarking es comprar nuestras técnicas de mercadotecnia con las de la competencia, para poder analizar y mejoras, todo ello va a conllevar a la mejora continua en los procesos, pero cabe decir que las micro y pequeñas empleas no buscan mejorar sus productos o servicios a través del anal si de las buenas prácticas de sus competidores directos.

Funciones del Benchmarking

Para entender el Benchmarking se deben conocer cuáles serán sus funciones, de acuerdo con Enríquez, (2011), estas son:

- Comprobar si las especificaciones de los componentes están dentro del margen propio del mismo.

- Maximizar el rendimiento con presupuesto dado.
- Minimizar costos manteniendo un nivel máximo de rendimiento.
- Obtener la mejor relación costo/beneficio (con un presupuesto o con exigencias dadas. (párr. 6)

Las micro pequeñas empresas desconocen totalmente de las funciones de las funciones del Benchmarking, por ende, no logran maximizar su rendimiento, cabe decir que la función más importante es analizar los puntos clave de los competidores que están en mejor posición en el sector.

La importancia del benchmarking

El Benchmarking es fundamental para toda organización que quiere adaptarse a los cambios continuos del entorno, de acuerdo con Archanco, (2014), nos dice que la importancia del benchmarking radica en lo siguiente:

Ofrece un contexto de comparación inmediato con respecto a nuestros iguales (competidores indirectos y directos) permitiéndonos saber si estamos haciendo bien las cosas o bien tenemos margen para mejorarlas, además, supone un ejercicio perfecto para detectar oportunidades, amenazas, así como debilidades y fortalezas que provienen de nuestro entorno de competidores, de esta forma el benchmarking es perfecto para extraer información vital sobre nuestra situación, nuestros competidores y conocer a fondo sus estrategias. (párr. 4)

En punto más importante que deben considerar las micro y pequeñas empresas, es que el Benchmarking permite analizar los factores internos y externos, para poder plantear estrategias y superar a la competencia, logrando así una ventaja competitiva.

Tipos de Benchmarking

Por otro lado, es importante analizar que tipos de Benchmarking existen para poder identificar que necesidades tiene la empresa y poder implantarla de acuerdo con **Espinoza, (2017)**, nos menciona los siguientes tipos de Benchmarking:

- Competitivo. El benchmarking competitivo busca medir los productos, servicios, procesos y funciones de los principales de la competencia es para realizar una comparación con nuestra empresa y poder detectar y llevar a cabo mejoras que superen a las de nuestros competidores.
- Interno. El Benchmarking interno se lleva a cabo dentro de la misma empresa. Se suele llevar a cabo en empresas grandes que cuentan con diferentes departamentos o también con grupos empresariales que están formados por varias empresas. En el proceso se identifica un área, que sea un ejemplo a seguir por sus buenos resultados para poder llevar a cabo un benchmarking con los demás departamentos internos de la compañía.
- Funcional. El benchmarking funcional identifica las mejores prácticas de una organización que sea excelente en el área que se quiere mejorar. No es necesario que esta empresa sea competidora o incluso que pertenezca al mismo sector, se puede decir que normalmente es muy productivo, dado que al no tratarse de empresas que no son competidoras directas no existe un problema de confidencialidad y se suele ofrecer la información necesaria para el estudio. (párr. 6)

El benchmarking funcional, esta apta para todo tipo de empresas, en este sentido las micro y pequeñas empresas, pueden mejorar las funciones de sus trabajadores, centrándose en alguna área en especial, es decir se busca a una empresa que cuente con una función clave para sus utilidades y de esta forma mejorarla.

Etapas del Benchmarking

Después de identificar qué tipo de Benchmarking se aplicaría, se deben conocer las etapas para su aplicación, de acuerdo con Manene, (2011), nos dice que el Benchmarking tiene las siguientes etapas o fases:

- Fase de preparación y presentación. Esta es la fase clave por excelencia del Benchmarking, que como en todo proceso de gestión dependerá en buena medida del cuidado y detalle con que se prepare, evitando todo tipo de reprocesos, así como consumo de tiempo y recursos (humanos, físicos, financieros y tecnológicos) posteriormente irrecuperables
- Fase de recopilación de datos. En esta fase de recolección es donde realmente se lleva a cabo buena parte del proceso de investigación orientado al desarrollo del Benchmarking. En esta etapa es donde se debe llevar a cabo con el mayor detalle posible todo el proceso de recolección de información tanto de fuentes primarias: visitas, entrevistas, encuestas; como de secundarias: bases de datos, informes, publicaciones, estudios previos, centros especializados, etc.
- Fase de análisis estratégico y estudio de diferencias. La fase de análisis es aquella donde la recogida de datos es realizada y los principales resultados son debidamente identificados, se puede decir que es la fase donde se debe esmerar todo el equipo interno de Benchmarking, liderados por su coordinador, para realizar todo el proceso de revisión de datos y análisis detallado para la toma de decisiones. (párr. 8)
- Fase de motivación y adaptación. Esta fase de adopción y adaptación es donde todo lo realizado previamente debe ser impulsado por todos los miembros de la empresa.
- Fase de implantación de acciones de mejora. Obtener los recursos requeridos para la debida implementación de las medidas de mejora

derivadas del plan. Una vez que el plan de mejora sea aprobado se debe asegurar de la disponibilidad de recursos para llevarlo a cabo.

- Fase de seguimiento y control de los resultados. En este caso se debe emitir informes regularmente sobre los avances y posibles dificultades encontradas, del mismo modo confirmar que los recursos se están utilizando adecuadamente, y que el plan se desarrolla de acuerdo con los tiempos estimados. Si no fuera así, identificar rápidamente acciones de ajuste.

Para mejorar las buenas prácticas de la competencia se necesita de recursos económicos, y las micro y pequeñas empresas carecen de ello, pero si se aplica correctamente la fase de recopilación de datos, es decir estudiar en profundidad a la competencia los recursos para aplicar la mejora disminuirá considerablemente.

Ventajas del Benchmarking

Todas las herramientas de gestión de calidad traen ventajas directas en la rentabilidad de la empresa, de acuerdo con Suttle, (2016), nos dice que las ventajas claves del Benchmarking son:

- Disminuyendo los costos de mano de obra, se puede decir que una ventaja del benchmarking es que se puede reducir costos de mano de obra. Por ejemplo, una fábrica pequeña puede estudiar como un competidor principal usa robots para muchas actividades básicas en la planta.
- Mejorando la calidad del producto. Las organizaciones también pueden utilizar el benchmarking para mejorar la calidad de sus productos, se puede decir que los ingenieros a veces comparan los productos de la competencia líder, en este caso ellos pueden desarmarlos, estudiarlos y determinar cómo los productos de la competencia duran más o funcionan mejor que otros en la industria.

- incrementado las ventas y las ganancias, una organización que usa benchmarking para mejorar sus funciones, operaciones, productos, y servicios puede disfrutar de incrementos en ventas y beneficios. Los clientes usualmente notan mejorías. Las empresas que usan benchmarking pueden promocionar sus mejoras mediante trípticos de la compañía, sus representantes, revistas y anuncios televisivos.
- Consideraciones. Algunas organizaciones usan el benchmarking internacional para mejorar su desempeño en diversos departamentos. Los gerentes pueden estudiar y emular las mejores prácticas de un departamento en particular. Estos cambios pueden llevar mejoras dentro de todos los departamentos. (párr. 4)

Aunque las micro y pequeñas empresas reconocen exactamente cuáles son las ventajas del Benchmarking, su aplicación puede mejorar la calidad de sus productos debido que al comparar varios elementos contenidos en los productos de la competencia con los de su propia línea, de manera subsecuente, se pueden hacer mejoras a la calidad del producto.

Desventajas Benchmarking

Sin embargo, esta herramienta también cuenta con algunos percances, de acuerdo con Marin, (2014), nos dice que el Benchmarking podría traer consigo las siguientes desventajas:

- Está de moda la aplicación del benchmarking. Esto puede crear expectativas en el personal, sin que la dirección se sienta comprometida con los resultados.
- Puede ser necesario impartir nociones de ética y cuestiones legales que rodean al intercambio de información de trabajo entre organizaciones, especialmente competidores.
- El benchmarking cuenta con la confianza de la compañía. Esta es la mayor resistencia a comparar de forma eficaz los procesos de los

competidores, debido a que la mayor parte de la información es confidencial. (párr. 5)

Hoy en día esta herramienta es muy popular, en este contexto las micro y pequeñas empresas tienen un reto muy difícil en la implantación del Benchmarking, puesto que la competencia cuenta con mayor control en la información que se brinda tanto para sus trabajadores como para los clientes.

Beneficios del Benchmarking

Para concluir con esta herramienta, solo las mejores empresas con buenos líderes que se preocupan por mejorar su competitividad, logran grandes beneficios a través del Benchmarking, de acuerdo con Rojo, (2014), nos da a conocer los beneficios del Benchmarking:

- Mejora los procesos o actividades que realiza la empresa.
- Influenciado por lo anterior, permite la mejora de la calidad de los productos y/o servicios que ofrece la empresa a sus clientes.
- Potencia la innovación gracias a la búsqueda de nuevas técnicas y al estudio de las técnicas existentes y empleadas tanto por la competencia, como a nivel interno o por otras empresas del mercado que han destacado por su excelencia.
- Consigue mejorar la eficacia en la realización de numerosas actividades y operaciones en la organización.
- Permite vencer la resistencia al cambio.
- Mejora de forma destacable el nivel de servicio al cliente ofrecido por la organización.
- Supone una ventaja competitiva. (párr. 4)

Las micro y pequeñas empresas se encuentran cada vez más en un entorno muy competitivo sobre todo en la red, por lo cual la diferenciación es clave para

posicionarse frente a la competencia y hacerse lugar en el mercado, por ende, el Benchmarking un proceso de aprendizaje que nos ayuda a mejorar la calidad de los productos y servicios.

2.3 Marco conceptual

Historia de la venta de artículos de ferretería

Este tipo de empresas se crearon hace poco más de 20 años, al comienzo estas empresas vendían solo herramientas de construcción, ya que no contaban con mucha demanda, luego la situación económica en el distrito de Chimbote se incrementó, en ese entonces ya se vendían materiales de construcción, por lo cual la población exigía que las ferreterías abastezcan de materiales para la construcción de sus viviendas, hoy día la competencia ha crecido considerablemente, por lo cual son varios los emprendedores que han logrado el éxito.

Micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de artículos de ferreterías

Son pequeños negocios, que se dedican a vender, comercializar o abastecer de herramientas y materiales de construcción, así mismo brindan un servicio delivery según la necesidad del cliente.

Productos:

a) Herramientas de construcción: Martillos, Alicates, Sierra, Discos de cortar, Carretilla, Poleas, Otros.

b) Materiales de construcción: Cemento, Arena fina, Ladrillo, Ripio, Cerámica, Pegamento, Otros.

Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de artículos de ferreterías

No se están aplicando eficientemente las herramientas de gestión, puesto que los micro empresarios no cuentan con suficientes conocimientos para aplicar estrategias o técnicas, del mismo modo no realizan un buen análisis de su competencia, por lo cual no logran superarlos en cuanto sus productos o servicios.

Gestión de calidad

La gestión de calidad, se refiere a aplicar estrategias, herramientas modernas para la reducción de los errores empresariales, de tal forma que se pueda mejorar los procesos en la toma de decisiones.

Benchmarking

Se refiere a la comparación, análisis, y evaluación de las mejores prácticas de mercadeo de otras empresas que estas Mejor posicionadas, para luego buscar estrategias para poder superarlas.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se plantea una hipótesis dado que es una investigación descriptiva, por lo cual solo consiste en llegar a conocer la Gestión de calidad con el uso de Benchmarking, mediante la descripción precisa de las actividades, objetos, procesos y personas.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño

NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL- DESCRIPTIVO.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la “Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016”, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal por qué el estudio “Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016. Se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2016)

Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes de la Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas

empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.

4.2. Población y muestra.

a) Población

La población objetivo estuvo conformada por 17 micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016. La cual se obtuvo mediante un sondeo. (Ver anexo n°3)

b) Muestra

La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 17 micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016. (Ver anexo n°3)

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes		Edad	- De 18 a 30 años - De 31 a 50 años - De 51 años a más	Razón
		Genero	- Masculino	Nominal

Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa.		- Femenino	
	Grado de instrucción	- Sin instrucción - primaria - Secundaria - Superior no universitaria - Superior universitaria	Ordinal
	Cargo	- Dueño - Contador	Nominal
	Tiempo en el Cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a mas	Razón

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial	Cuantos años tiene la MYPE	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a mas	Razón
		N° trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores.	Razón

	contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Personas que trabajan en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Personas familiares - Personas no familiares 	Nominal
		Finalidad	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancias - Subsistencia 	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad con el uso del Benchmarking	Aplicar herramientas de gestión de calidad, en este caso utilizando en Benchmarking, que se refiere a la comparación, análisis, y evaluación de	¿Conoce el termino gestión de calidad?	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		¿Qué técnicas conoce?	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Empowerment - Lluvia de ideas - Las 5 S 	Nominal

<p>las mejores prácticas de mercadeo de otras empresas que estas Mejor posicionadas, para luego buscar estrategias para poder superarlas.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo empresaria - Otros 	
	<p>Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	Nominal
	<p>Técnicas para medir el rendimiento del personal</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - La escala de puntuaciones - Evaluación 360° - Otros 	Nominal
	<p>La gestión de calidad contribuye a</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - No opina 	Nominal

		mejorar el rendimiento de la empresa		
		Las estrategias que toma como referencia De otras empresas es para mejorar	<ul style="list-style-type: none"> - Productos - servicio - procesos de trabajo - todas 	Nominal
		El benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - A veces 	Nominal
		El personal muestra resistencia al cambio	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre - casi siempre - casi nunca - nunca 	Nominal
		Porque cree que el personal de su empresa se resisten hacia al cambio	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre - casi siempre - casi nunca - nunca 	Nominal
		El	○	Nominal

		benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre - casi siempre - casi nunca - nunca 	
		Qué tipo de fortaleza considera que necesita su empresa	<ul style="list-style-type: none"> - La cultura al cambio - Aprendizaje continuo - Competencia en el mercado - Todas 	Nominal
		Un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizó para recolectar información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó un cuestionario estructurado por 21 preguntas relacionadas a los aspectos generales de los representantes (5), de las micro y pequeñas empresas (4), y a la variable en estudio: Gestión de calidad con el uso

de Benchmarking (12)

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas: Microsoft Word: Es un procesador de textos de Office 2013, la enésima versión de la popular suite de ofimática de Microsoft, con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones. Acrobat Reader XI: Es un software gratuito que permite leer archivos digitales de extensión PDF, como fue el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual. Microsoft Excel: Es un programa desarrollado y distribuido por Microsoft, el mismo que fue utilizado para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
¿Cuáles son las principales características de Gestión de calidad con el uso del Benchmarking	Objetivo general Describir las principales características de la Gestión de calidad con el	Gestión de calidad con el uso de Benchmarking	Población: La población objetivo estuvo conformada por 17 micros y	Diseño Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal-	Técnica La técnica utilizada es la encuesta. Instrumento: En el estudio se utilizó el instrumento del

<p>en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016?</p>	<p>uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>.Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de</p>		<p>pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista en artículos de ferretería, Miraflores Alto, Chimbote, 2016. La cual se obtuvo mediante un sondeo.</p> <p>Muestra</p> <p>La muestra estuvo conformada por la totalidad de la población es decir por 17 micros y pequeñas</p>	<p>descriptivo</p> <p>Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la “Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.</p> <p>Fue transversal por qué el estudio “</p>	<p>cuestionario</p> <p>Plan de análisis de los datos</p> <p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel, Microsoft Word, para la redacción digital y Acrobat Reader XI, para leer archivos digitales.</p>
---	--	--	---	---	---

	<p>ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.</p> <p>.Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.</p> <p>.Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas</p>		<p>empresas del sector comercio, rubro venta minorista en artículos de ferretería, Miraflores Alto, Chimbote, 2016. Es decir se utilizó toda la población.</p>	<p>Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016. Se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2016)</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes de la Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas</p>	
--	---	--	--	--	--

	empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.			del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.	
--	--	--	--	---	--

4.7 Principios éticos:

Para la investigación se tomaron en cuenta los siguientes principios éticos:

- Principio de autonomía. La autonomía del individuo es la capacidad de escoger libremente, en sus elecciones, es decir para el trabajo de investigación, se pudo escoger libremente los temas a resolver, en este caso se escogió el tema Gestión de calidad con el uso del Benchmarking, ya que, de acuerdo con mi perfil, de esta manera el trabajo se hizo con mayor voluntad y esfuerzo.
- Confiabilidad: La investigación se llevó a cabo basándose en el principio de fiabilidad porque se buscó y ubicaron datos reales sobre la Gestión de calidad con el uso del Benchmarking, para posteriormente tomarlas como fuentes 100% confiables. Así mismo se respetó el derecho de autor, ya que no hubo apropiación ilícita de la información de la fuente y se hizo uso de la misma sin alteraciones y/o modificaciones.
- Respeto a la dignidad humana: Se respetó la dignidad humana de todos los involucrados, tanto del investigador, asesor, y otros que colaboraron, en el desarrollo del trabajo de investigación, sin hacer

distinción de su nacionalidad, raza, credo o estatus económico y social.

Todo aporte requerido y ubicado es valioso e inviolable.

- Confidencialidad: Se respetó el derecho de confidencialidad de los encuestados, asegurándoles que no va habría ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada por las fuentes, así como su protección mediante el anonimato para no perjudicar directa o indirectamente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 01. Características del representante de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.

Datos generales:	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad (años)		

18 – 30	1	6
31 – 50	5	29
51 a más	11	65
Total	17	100
Genero		
Masculino	10	59
Femenino	7	41
Total	17	100
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0
Primaria	8	47
Secundaria	4	24
Superior no universitaria	2	12
Superior universitaria	3	18
Total	17	100,0
Cargo		
Dueño	12	71
Administrador	5	29
Total	17	100
Tiempo que desempeña en el cargo (años)		
1 a 3	1	6
4 a 6	1	6
7 a más	15	88
Total	17	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.

Tabla 02. Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería en el A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.

De la Empresa:	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)		
0 a 3 años	1	6

4 a 6 años	1	6
7 años a más	15	88
Total	17	100
Numero de colaboradores		
1 a 5	10	59
6 a 10	1	6
11 a más	6	35
Total	17	100
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	15	88
Personas no familiares	2	12
Total	17	100
Objetivo de la empresa		
Generas ganancias	14	82
Subsistencia	3	18
Total	17	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.

Tabla 03: Características de la Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las Micro y Pequeñas empresas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.

Gestión de calidad con el uso del Benchmarking	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conocimientos de gestión de calidad		

Si	14	82
No	3	18
Total	17	100
Técnicas modernas de gestión que aplica		
Benchmarking	5	29
Red – Corporativo	1	6
Empowerment	0	0
Las 5 S	1	6
Outsorsing	1	6
Otros	9	53
Total	17	100
Dificultades en la implementación de la gestión		
Poca iniciativa	0	0
Aprendizaje lento	3	18
No se adapta a los cambios	11	65
Desconocimiento del puesto	2	12
Otros	1	6
Total	17	100
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	13	76
La evaluación	3	18
La escala de puntuaciones	0	0
Evaluación 360°	1	6
Total	17	100
La gestión de calidad mejora el rendimiento		
Si	17	100
No	0	0
Total	17	100

Continúa...

Tabla 03: Características de la Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las Micro y Pequeñas empresas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.

Gestión de calidad con el uso del Benchmarking	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
---	----------------------------	----------------------------

Estrategias que toma como referencia de otras empresas es para mejorar		
Producto	4	24
Servicio	11	65
Procesos de trabajo	0	0
Todos	2	12
Total	17	100
El benchmarking encamina al mejoramiento		
Si	17	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	17	100
El personal muestra resistencia al cambio		
Siempre	8	47
Casi siempre	0	0
Casi nunca	8	47
Nunca	1	6
Total	17	100
Porque cree que el personal se resiste al cambio		
Porque están acostumbrados a la rutina	7	41
Porque desean incentivos económicos	7	41
Porque desean incentivos simbólicos	0	0.0
No se resisten al cambio	3	18
Total	17	100
Benchmarking es primordial cuando se desea incursionar en un nuevo mercado		
Siempre	17	100.0
Casi siempre	0	0.0
Casi nunca	0	0.0
Nunca	0	0.0
Total	17	100

Continúa...

Tabla 03: Características de la Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las Micro y Pequeñas empresas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.

Conclusión

Gestión de calidad con el uso del	Frecuencia	Frecuencia
--	-------------------	-------------------

Benchmarking	Absoluta	Relativa
Fortaleza que considera que necesita su empresa		
La cultura al cambio	0	0
Aprendizaje continuo	2	12
Competencia en el mercado	1	6
Todas	14	82
Total	17	100
El benchmarking permite ser eficiente		
Si	17	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	17	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, A.H Miraflores Alto, Distrito Chimbote 2016.

5.2 Análisis de resultados:

Tabla 1: Características generales de los representantes legales de la micro y pequeña empresa.

- El 65% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen más de 51 años de edad, esto parcialmente coincide con Palma, (2015) el cual muestra que, el 58,3% tiene más de 50 años de edad. Por otra parte, esto contrasta con Berru, (2014) el cual muestra que, el 50% tiene entre 36 y 50 años, del mismo modo con Gamarra, (2016) el cual muestra que, el 55% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años, así mismo con Villanque, (2014) el cual muestra que, el 45.45% manifiestan tener de 40 a 49 años de edad. Esto demuestra que la mayoría relativa de las empresas, están siendo dirigidas por personas adultas, lo que significa que son personas con mucha más experiencia dentro del mercado, del mismo modo muestran una mayor compromiso y responsabilidad en la dirección de los negocios.
- El 59% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, esto coincide con Valderrama, (2014) el cual muestra que, el 42.86% son de género masculino, así mismo se contrasta con Berru, (2014) el cual muestra que, el 62.5% son de género masculino, de la misma manera con Gamarra, (2016) el cual muestra que, el 67% de los empresarios son de género masculino, así mismo con Villanque, (2014) el cual muestra que, el 68.18% son de sexo masculino, así también con Palma, (2015) el cual muestra que, el 100% son de género masculino. Esto demuestra que la mayoría relativa de las empresas, están siendo dirigidas por hombres, eso se debe por lo que el rubro, debido a que mayormente se necesitan de hombres, pues el trabajo requiere de mucho carácter, además, de que requiere un compromiso de responsabilidad y seguridad para el control de la mercedaria.
- El 47% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción primaria, esto contrasta con Valderrama, (2014) el cual muestra que, el 53.3% tienen estudios secundarios, de la misma manera se contrasta con Berru, (2014) el cual muestra que, el 37,5% tienen estudios secundarios, de la misma manera con Gamarra, (2016) el cual muestra que, el

61% d tienen grado de instrucción secundaria, así mismo con Villanque, (2014) el cual muestra que, el 40.91% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitaria completa, sí también con Palma, (2015) el cual muestra que, el 83,3% tiene instrucción secundaria. Esto demuestra que la minoría relativa de los representantes estan siendo representados por personas que no tuvieron las mismas oportunidades que otras personas en culminar sus estudios, pero que eso no fue excusa para que no sigan adelante y luchen por sus sueños.

- El 71% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, esto coincide con Palma, (2015) el cual muestra que, el 100% son dueños de las empresas. Esto demuestra que la mayoría relativa están siendo representados por los dueños del negocio ya si es que se presenta un problema el estará ay para solucionarlo.
- El 88 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas llevan en el cargo más de 7 años, el 6% entre 4 a 6 y el 6% entre 1 a 3 años. Esto demuestra que la mayoría están siendo representando por una persona que tiene más de 7 años en el cargo que desempeña y gracias a eso ha ido obteniendo conocimiento, experiencia y tener un mayor desenvolvimiento en el trabajo.

Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas

- El 88 % de las Micro y pequeñas empresas tienen una permanencia en el rubro de más de 7 años, esto parcialmente con Gamarra, (2016) el cual muestra que, el 50% de las Micro y Pequeñas Empresas d tienen de 8 años a

más. Por otra parte, esto contrasta con Valderrama, (2014) el cual muestra que, el 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años, del mismo modo con Berru, (2014) el cual muestra que, el 37.5% tienen más de 3 años de antigüedad, sí también con Palma, (2015) el cual muestra que, el 83,3% tienen 11 años a más en el rubro. Esto demuestra que la mayoría de estos negocios han logrado permanecer todo este tiempo, porque los microempresarios han logrado mejorar en sus estrategias, y de esta manera poder mejorar algunos procesos de su competencia.

- El 59% de las Micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, esto parcialmente con Gamarra, (2016) el cual muestra que, el 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría relativa necesitan de trabajadores con experiencia para poder vender y distribuir su producto, en este sentido la ser pequeños negocios, y aun no lograr expandirse no se necesita de más mano de obra.
- El 88% de las Micro y pequeñas empresas tienen a sus familiares laborando y el 12% tienen a personas no familiares. Esto demuestra que la mayoría tienen a sus familiares, ya que los microempresarios han decidido apoyarlos para que mejoren en sus canastas familiares, puesto que la actualidad la región está padeciendo de fuentes de empleo.
- El 82% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad generar ganancias, esto coincide con Palma, (2015) el cual muestra que, el 58,3% tienen como finalidad generar ganancias. Esto demuestra que la mayoría se crearon con la finalidad de generar ingresos, y apoyar con fuentes de empleo digno a sus familiares, del mismo modo consideran que la mejorar sus ganancias están contribuyendo al desarrollo del país.

Tabla 03: Características de la Gestión de calidad con el uso del

Benchmarking en las micro y pequeñas empresas.

- El 82% de los representantes si conocen el término gestión de calidad, esto coincide con Gamarra, (2016) el cual muestra que, el 72% afirman que si conocen el termino gestión de calidad. Por parte esto contrasta con Ángeles, (2014), el cual nos muestra que, el 100 % desconoce las técnicas de gestión. Esto demuestra que la mayoría están utilizando técnicas para buscar un mejor desarrollo para su empresa. Conocen el término gestión, puesto que los emprendedores tienen muchos años de experiencia, y de laguna manera se han informado ya adquirido conocimiento sobre la gestión empresarial.
- El 53% de los representantes utilizan otras técnicas, esto contrasta con Ángeles, (2014), el cual nos muestra que, el 100% utiliza la técnica del liderazgo. Por otra parte, esto contrasta con Palma, (2015) el cual muestra que, el 66,7% no aplica las herramientas de gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría relativa utilizan un liderazgo democrático, ya que esto les permite conocer mejor sus trabajadores apoyarlos, motivarlos, mediante una buena comulación organizacional, para que se pueda mejorar la eficiencia en ellos.
- El 65% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios, esto contrasta con Palma, (2015) el cual muestra que, el 33,3% tiene considera que su personal tiene poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría relativa tienen poca iniciativa en cambiar la estructura de su negocio porque están acostumbrados a la rutina de todos los días, en este sentido los emprendedores consideran que el personal no está muy motivado, ni calificado, por ende, es importante darles entrenamiento o mejorar el clima laboral para que se genere mayor satisfacción.

- El 76% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación, esto coincide con Palma, (2015) el cual muestra que, el 100% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal. Esto demuestra que la mayoría operan mediante la técnica de la observación para ver que tal su personal este laborando de una manera correcta.
- El 100% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas, esto parcialmente coincide con Ángeles, (2014), el cual nos muestra que, el 100% percibe que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos, del mismo modo con Palma, (2015) el cual muestra que, el 100% considera que la gestión de calidad contribuye mejorar el rendimiento. Esto demuestra que la totalidad están implantando la gestión de calidad, para la contribución y mejora de su empresa, esto parcialmente coincide con Peña, (2017) el cual establece que la Gestión empresarial es un elemento fundamental para que cualesquiera empresas pueda lograr sus objetivos y metas.
- El 65% de los representantes aseguran las estrategias que toma como referencia de otras empresas es para mejorar el servicio, el 25% el producto y el 12% todos. Esto demuestra que la mayoría relativa están tomando como referencia a otras empresas más avanzadas y desarrolladas para mejorar sus servicios que brindan a la clientela y así poder atraer al cliente y se cree una fidelización con la empresa.
- El 100% de los representantes aseguran que el benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa. No existe comparación con los antecedentes. Esto demuestra que la totalidad de los representantes aseguran de que el Benchmarking si encamina al mejoramiento y que se encaminen a su negocio a poder estar contestemente innovando y así pueda tener mejor rentabilidad, esto parcialmente coincide con Leon, (2017) el cual establece que el

Benchmarking impulsan de forma óptima el desarrollo de la organización y a llegar a unas mejores prácticas.

- El 47% de los representantes aseguran el personal siempre muestra resistencia al cambio, el 47% casi nunca, y el 6% nunca. Esto demuestra que la minoría relativa cuentan con personas que el cambio les causa pavor o tienen miedo al rechazo, en este sentido los emprendedores, deben motivar a al personal, a través d incentivos para que estos mejorar la voluntad para realizar ciertas actividades innovadoras, n este caso la implementación del Benchmarking.
- El 41% de los representantes aseguran que el personal se resiste al cambio porque están acostumbrados a la rutina, el 41% porque desean incentivos económicos y el 18% no se resisten al cambio. Esto demuestra que la minoría relativa cuentan con trabajadores que están acostumbrados a la rutina y que necesitan de incentivos económicos para que puedan trabajar con más ganas.
- El 100% de los representantes considera que siempre El benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado. Esto demuestra que la totalidad están incursionando en los nuevos mercados utilizando la herramienta de Benchmarking, esto parcialmente coincide con Archanco, (2014) el cual establece el Benchmarking supone un ejercicio perfecto para detectar oportunidades, amenazas, así como debilidades y fortalezas que provienen de nuestro entorno de competidores, y de este modo poder ser mejores competidores e incluso incursionar en un nuevo mercado.
- El 82,35% de los representantes consideran que deben tener como fortaleza para implementar el Benchmarking, la cultura al cambio, y el 12% aprendizaje continuo. Esto demuestra que la mayoría consideran que la cultura de cambio es la principal razón, para mejorar el Benchmarking, es

decir mientras que las personas se comprometan a formar parte de la aplicación esta hermanita, mayor será la efectividad en el logro de los objetivos.

- El 100% de los representantes aseguran que un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente. Esto demuestra que la totalidad están demostrando que si hacen un buen uso del benchmarking permite que las empresas puedan ser eficientes, esto parcialmente coincide con Rojo, (2014) el cual establece que el Benchmarking mejora los procesos o actividades que realiza la empresa, es decir se lograr procesos más eficientes, lo cual mejora la productividad.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes tienen entre más de 51 años de edad, son de género masculino, tienen grado de instrucción primaria, son los dueños del negocio, y llevan en el cargo más de 7 años.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas llevan en el rubro más de 7 años, cuentan con 1 a 5 trabajadores, siendo personas familiares, por último tienen como finalidad generar ganancias.

La mayoría de los representantes conocen la gestión de calidad, y aplican el Liderazgo como herramienta, del mismo modo aseguran que el personal no se adaptada a los cambios, por lo cual dificulta la implementación de la gestión de calidad, así también miden el rendimiento a través de la observación, por lo cual consideran que la gestión mejora el rendimiento de la empresa. Por otra parte las estrategias que toma como referencia de otras empresas son para mejorar el Servicio, consideran que el benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa, del mismo modo creen que el personal de su empresa se resiste hacia al cambio, porque están acostumbrados a la rutina, el benchmarking siempre es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado, además consideran que deben tener como fortaleza para implementar el Benchmarking es la cultura al cambio, por último consideran que un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente.

RECOMENDACIONES

Recomiendo a las micro y pequeñas empresas que no solo se enfoquen en analizar a las empresas mejor posicionadas, si no también identificar las empresas en problemas, dado que el benchmarking puede ser aplicado a cualquier proceso o negocio, para ello se necesitará una investigación previa, ya sea mediante charlas informales con proveedores, empleados y clientes, esto a través de focus groups o la investigación de mercadeo, así como también estadísticas cuestionarios, encuestas de satisfacción, entonces las micro y pequeñas empresas podrán observar en que aspectos no deben fallar, y de esta manera mejorar continuamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ángeles, B. (2014). “*Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización el progreso, año 2014*”. (Tesis post grado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Archanco, R. (2014). *La importancia del benchmarking como arma de Inteligencia Competitiva*. Recuperado de, <http://papelesdeinteligencia.com/la-importancia-del-benchmarking/>
- Bolívar, M. (2013). *El benchmarking: Un arma de doble filo para la productividad de tu pyme*. Recuperado de, <https://www.contunegocio.es/estrategia/el-benchmarking-un-arma-de-doble-filo-para-la-productividad-de-tu-pyme/>
- Berru, A. (2014). “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercial de zapaterías de la ciudad de Sullana, Región Piura, año 2014*”. (Tesis post grado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Cristancho, F. (2014). *Los niveles de gestión de una organización*. Recuperado de, <https://blog.acsendo.com/los-niveles-de-gestion-en-una-organizacion/>
- Cruz, J. (2013). *Proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control*. Recuperado de, <https://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>
- Enriquez, R. (2011). *El Benchmarking como Herramienta de la Administración*. Recuperado de, <http://www.administracionmoderna.com/2011/12/el-benchmarking-como-herramienta-de-la-administracion.html>
- Espinosa, R. (2017). *Benchmarking: qué es, tipos, etapas y ejemplos*. Recuperado de, <http://robertoepinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos/>
- Gamarra, B. (2016). “*Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarney, 2016*”. (Tesis post grado). Facultad de

- administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Gandarilla, M. (2011). *¿Por qué fracasan las pymes?*. Recuperado de, <http://www.elempresario.com.mx/actualidad/falta-prevision-fracaso-pymes-0>
- Leon, F. (2011). *¿Qué tipos de benchmarking existen?*. Recuperado de, <https://www.merca20.com/que-tipos-de-benchmarking-existen>
- Manene, L. (2011). *Benchmarking: definiciones, aplicaciones, tipos y fases del proceso*. Recuperado de, <http://www.luismiguelmanene.com/2011/04/15/benchmarkingdefiniciones-aplicaciones-tipos-y-fases-del-proceso/>
- Marin, A. (2014). *Ventajas y Desventajas del Benchmarking*. Recuperado de, <http://benchmarkingfunciona.blogspot.pe/2014/04/ventajas-y-desventajas-del-benchmarking.html>
- Norma ISO 9001, (2015). *¿Cuáles son los principios de la gestión de calidad?*. Recuperado el 17 de Octubre del 2017 de, <http://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestion-de-la-calidad/>
- Palma, D. (2015). *“Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del santa 2015”*. (Tesis post grado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Paulise, L. (2016). *Los 10 errores pyme más comunes*. Recuperado de, <http://www.biztorming.com.ar/2016/06/06/los-errores-pyme-mas-comunes/>
- Rojo, A. (2014). *Tipos de Benchmarking y beneficios de su aplicación*. Recuperado de, <https://www.s bqconsultores.es/tipos-de-benchmarking/>
- Sánchez, F. (2013). *¿Por qué fracasan las empresas?*. Recuperado de, <https://peru21.pe/mis-finanzas/fracasan-empresas-107272>
- Sutlle, R. (2017). *Las ventajas del Benchmarking (evaluación comparativa) para una organización*. Recuperado de, <http://pyme.lavoztx.com/las-ventajas-del-benchmarking-evaluacin-comparativa-para-una-organizacin-9292.html>
- Valderrama, S. (2014). *“Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año*

2014”. (Tesis post grado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Villanque, A. (2016). “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016*”. (Tesis post grado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Anexo N° 02

Recursos Necesarios

- Recurso humano.
- Recurso económico.
- Computadora.
- Unidades de almacenamiento (USB).

Presupuesto

Concepto	Valor
Pasajes	S/. 400.00
Internet	S/. 70.00
Impresión del proyecto	S/. 13.00
Anillado	S/. 6.00
Otros	S/. 21.00
Total	S/. 510.00

Financiamiento: autofinanciado por el estudiante

Anexo N°3

CUADRO DE SONDEO

N°	Representante Legal	Ubicación	RUC
01	Ferretería ELECTRICNAVAL SAC	Av. Enrique Meiggs N° 2325 Miraflores Alto	20445543218
02	Ferretería POLICAUCHOS EIRL	Av. Enrique Meiggs N° 2865 P.J Miraflores Alto	20445616975
03	Ferretería DISTRIBUIDORES INDUSTRIALES GCK EIRL	Av. Enrique Meiggs N° 1828 Miraflores Alto	20520808435
04	Ferretería CONTRERAS LA SOLUCION SAC	Av. Jose Pardo N° 3520 P.J Miraflores Alto	20282880424
05	Ferretería DIFESAMAC SA	P.J Miraflores Alto – Mz U2- Lt 4	20282880424
06	Ferretería DIFESAMAC SA	Av. Jose Pardo N° 3496 P.J Miraflores Alto Mz S2 – Lt 10	20282880424
07	Ferretería LARA	Av. Enrique Meiggs N° 2701 Mz U2 Lt 07- P.J Miraflores Alto	10329613912
08	Ferretería ALVA	Jr. Huanuco Mz N1 Lt1 Miraflores Alto	10328211632
09	Ferretería INVERSIONES COFETMA EIRL	Jr. Union Mz D3 Lt 2 P.J Miraflores Alto	20445729311
10	Ferretería NEGOCIOS DIEGEL & VS SAC	Av. Victor Raul Haya de la Torre N° 2081 Mz 9 Lt 24 P.J Miraflores Alto	20569104841
11	Ferretería CIRO	Jr. Arequipa N° 564 Mz J Lt 35 Miraflores Alto	10062919383

12	Ferretería COMERCIAL PERU	Av. Enrique Meiggs N° 1685 Mz Q Lt21 P.J Miraflores alto	20547395914
13	Ferretería ALFORMARK	Av. 2 Mz M Lt 16 Miraflores alto	10321391597
14	Ferretería TELSAT	Jr. Enrique Meiggs N°2431 Miraflores Alto	20445500080
15	Ferretería LA PRADERA	PROLOG. LEONCIO PRADO N° 2810 Miraflores Alto	10329905115
16	Ferretería TECNO PVC CONSTRUCCIONES SAC	Jr. Union Mz C3 Lt 01 P.J Miraflores Alto	20600601521
17	Ferretería INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES WILMAR SAC	Jr. Fray Martin N° 257 Mz Z1 Lt 24 P.J Miraflores Alto	20600948599

Anexo N° 4
CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

“GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE BENCHMARKING EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA EN ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, MIRAFLORES ALTO, CHIMBOTE, 2016”

Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria

- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

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

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No

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

- a) Benchmarking
- b) Red – Corporativo
- c) Empowerment
- d) Las 5 c
- e) Outsorsing
- f) otros

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

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

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

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

17. ¿El personal muestra resistencia al cambio?

- a) Siempre
- b) Casi siempre

- c) Casi nunca
- d) Nunca

18. ¿Por qué cree que el personal de su empresa se resisten hacia al cambio?

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

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

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Casi nunca
- d) Nunca

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

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

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

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

Anexo N° 5

Hoja de Tabulación

PREGUNTA	RESPUESTA	TABULACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Respecto a los representantes				
1. Edad	18 a 30 años	I	1	6
	31 a 50 años	IIII	5	29
	51 años a mas	IIIIIIII	11	65
Total			17	100,0
2. Genero	Masculino	IIIIIIII	10	59
	Femenino	IIII	7	41
Total			17	100,0
3. Grado de instrucción	Sin instrucción		0	0,0
	Primaria	IIIIII	8	47
	Secundaria	III	4	24
	Superior no universitaria	II	2	12
	Superior universitaria	III	3	18
Total			17	100,0
4. Cargo	Dueño	IIIIIIII	12	71
	Administrador	IIII	5	21

Total			17	100,0
5. Tiempo en el cargo	De 0 a 3 años	I	1	6
	De 4 a 6 años	I	1	6
	De 7 años a mas	IIII	5	88
Total			17	100,0
b) Respecto a las micro y pequeñas empresas				
6. Tiempo en el rubro	De 0 a 3 años	I	1	6
	De 4 a 6 años	I	1	6
	De 7 años a mas	IIIIIIIIIIII	15	88
Total			17	100,0
7. N° de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIIIII	10	59
	6 a 10 trabajadores	I	1	6
	11 a más trabajadores	IIII	6	35
Total			17	100,0
8. Personas que trabajan en su empresa	Familiares	IIIIIIIIIIII	15	88
	Personas no familiares	II	2	12
Total			17	100,0
9. Objetivo de la empresa	Generar ganancias	IIIIIIIIIIII	14	82
	Subsistencia	III	3	18
Total			17	100,0
c) Respecto a la gestión de calidad con el uso del Benchmarking				
10. Conocimientos	Si	IIIIIIIIIIII	14	82

del termino gestión de calidad	No	III	3	18
Total			17	100,0
11. Técnicas modernas de gestión que aplica	Benchmarking	IIII	5	0,0
	Red – Corporativo	I	1	0,0
	Empowerment		0	57
	Las 5 S	I	1	0,0
	Outsorsing	I	1	43
	Otros	IIIIIIII	9	0,0
Total			17	100,0
12. Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa		0	0,0
	Aprendizaje lento	III	3	18
	No se adapta a los cambios	IIIIIIIIII	11	65
	Desconocimiento del puesto	II	2	12
	Otros	I	1	6
Total			17	100,0
13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	IIIIIIIIIIII	13	76
	La evaluación	III	3	18
	La escala de puntuaciones		0	0,0
	Evaluación 360°	I	1	6
	Otros		0	0,0
	Total			17

14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa	Si	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	17	100,0
	No		0	0,0
Total			17	100,0
15. Las estrategias que toma como referencia de otras empresas es para mejorar	Producto	III	4	23
	Servicio	IIIIIIIIII	11	65
	Procesos de trabajo		0	0,0
	Todos	II	2	12
Total			17	100,0
16. El benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa	Si	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	17	100,0
	No		0	0,0
	A veces		0	0,0
Total			17	100,0
17. El personal muestra resistencia al cambio	Siempre	IIIIIII	8	47
	Casi siempre		0	0,0
	Casi nunca	IIIIIII	8	47
	Nunca	I	1	6
Total			17	100,0
18. Porque cree que el personal de su empresa se resisten hacia al cambio	Porque están acostumbrados a la rutina	IIIIIII	7	41
	Porque desean incentivos económicos	IIIIIII	7	41
	Porque desean incentivos simbólicos		0	0,0
	Resistencia al cambio	III	3	18
Total			17	100,0

19. El benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado	Siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	17	100,0
	Casi siempre		0	0,0
	Casi nunca		0	0,0
	Nunca		0	0,0
Total			17	100,0
20. Qué tipo de fortaleza considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking	La cultura al cambio		0	0,0
	Aprendizaje continuo	II	2	12
	Competencia en el mercado	I	1	6
	Todas	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	14	82
Total			17	100,0
21. Un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente	Si	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	17	100,0
	No		0	0,0
	A veces		0	0,0
Total			17	100,0

Anexo N° 06

Figuras:

a) Referente los representantes de las micros y pequeñas empresas:

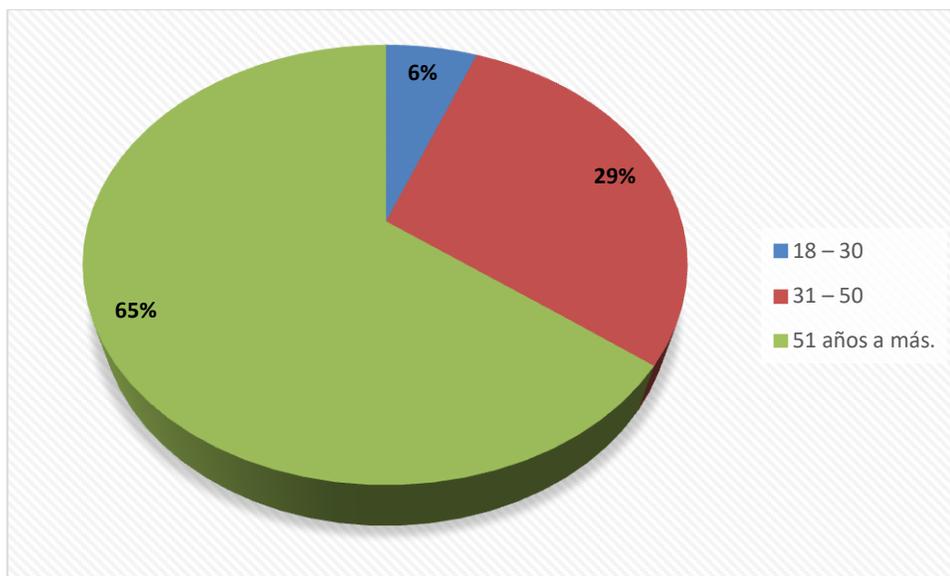


Figura 1. Edad del representante

Fuente: Tabla 1

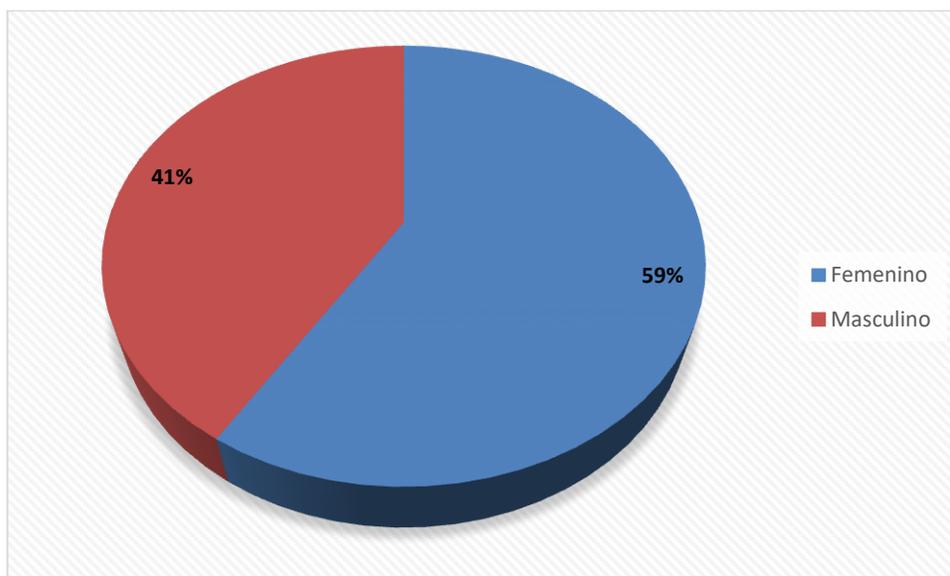


Figura 2. Genero del representante

Fuente: Tabla 1

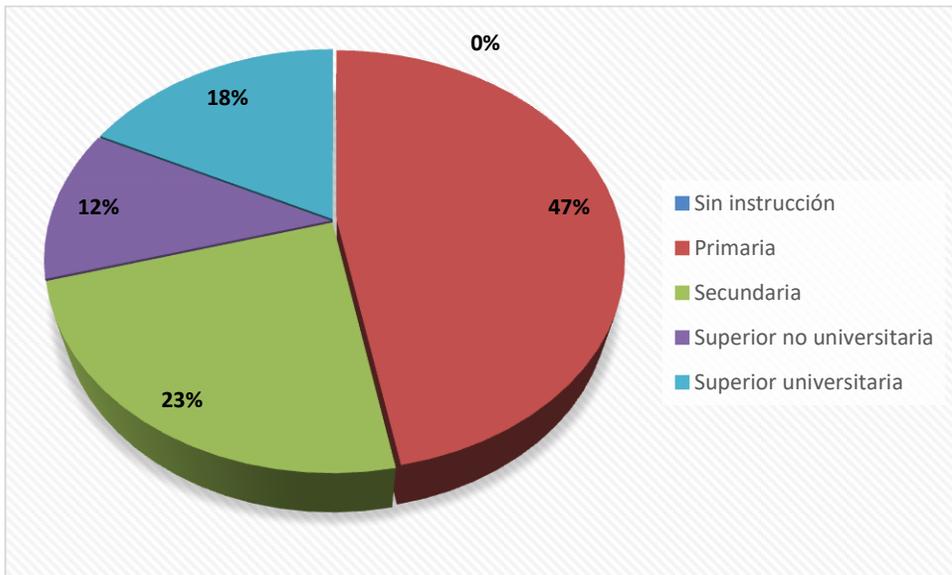


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

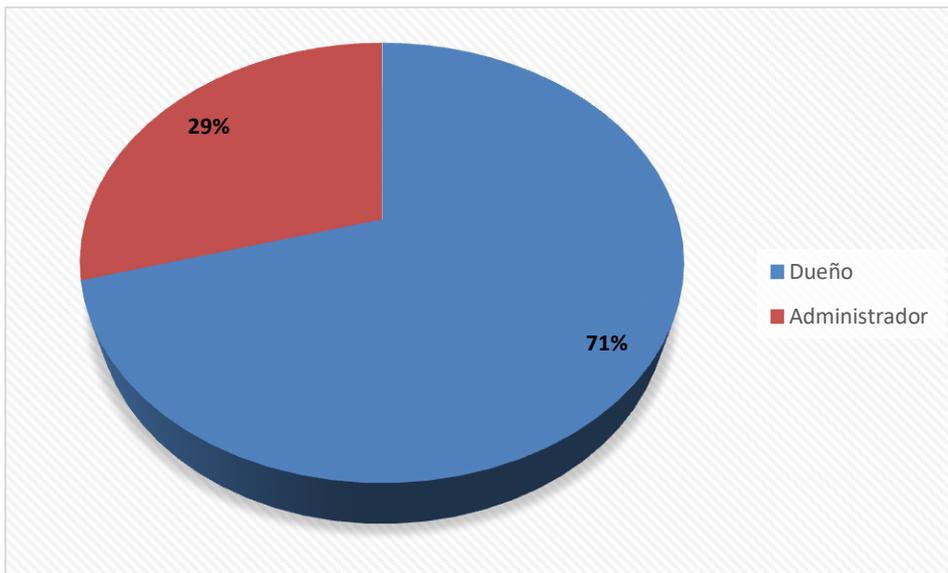


Figura 4. Cargo

Fuente: Tabla 1

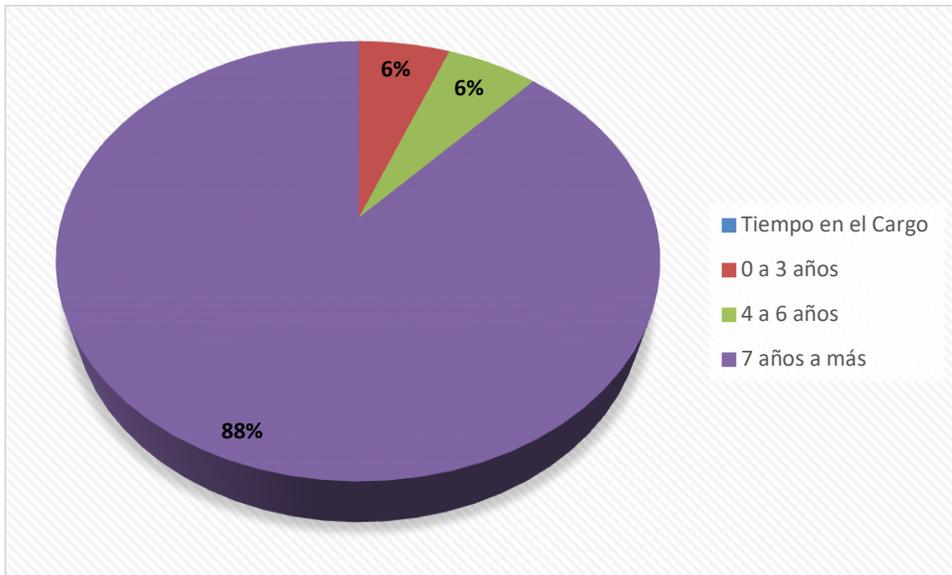


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente: Tabla 1

b) Referente a las micros y pequeñas empresas:

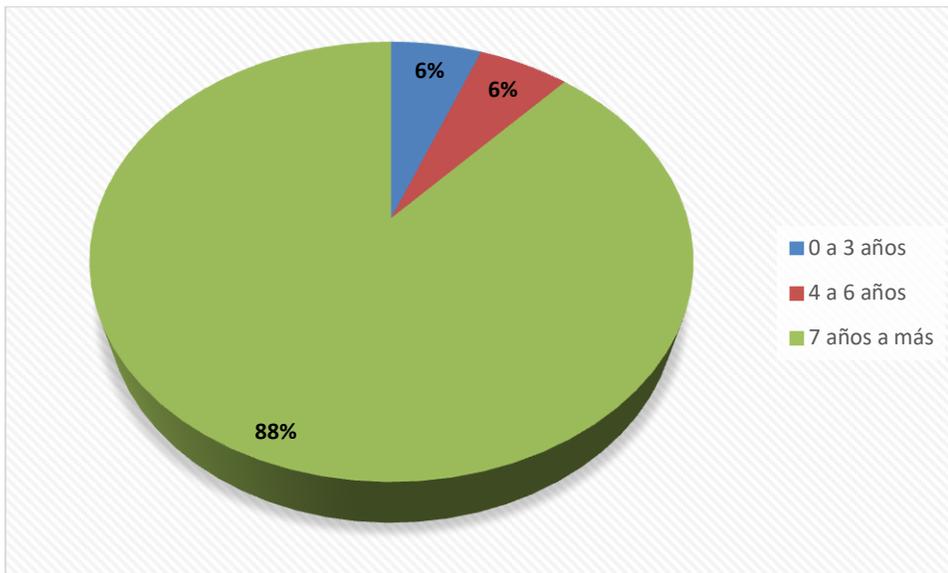


Figura 6. Tiempo en el rubro

Fuente: Tabla 2

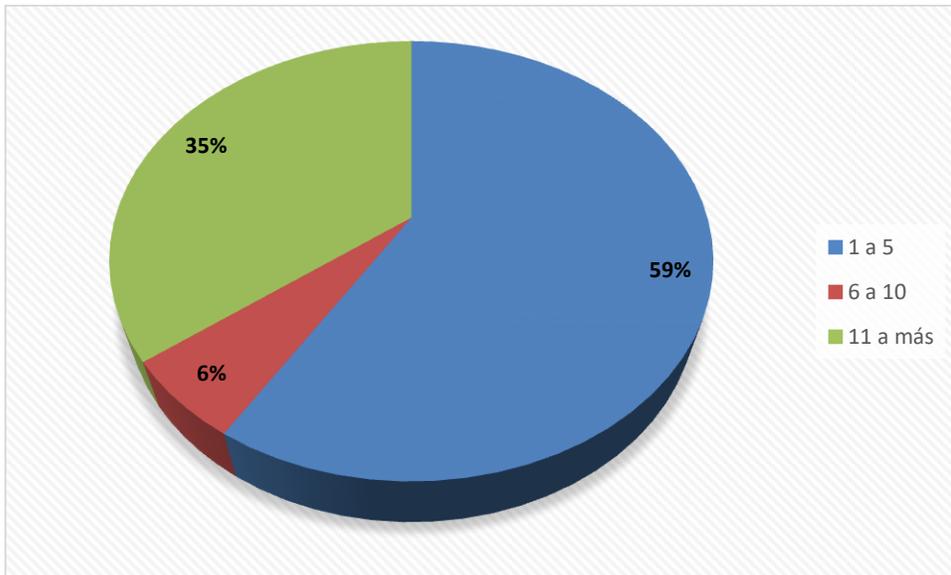


Figura 7. N° de trabajadores

Fuente: Tabla 2

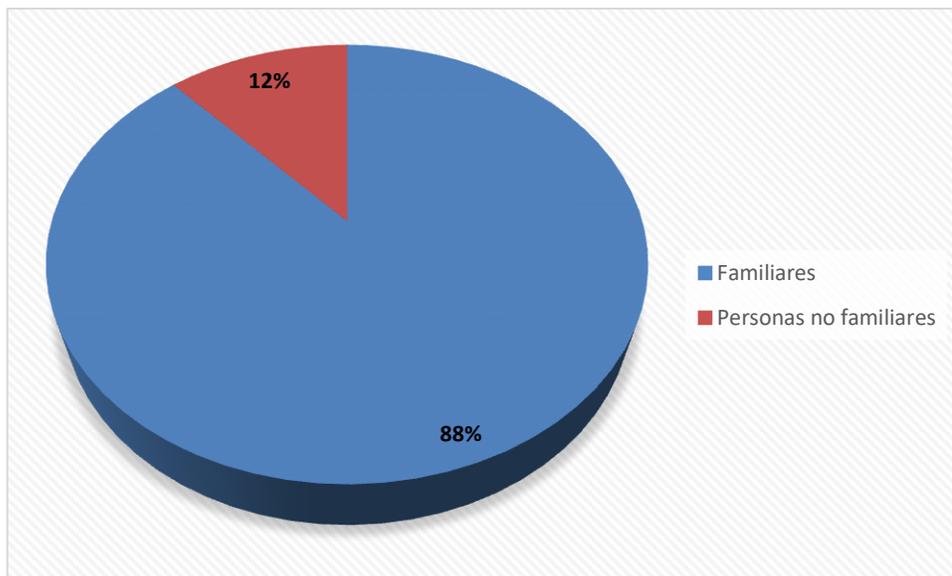


Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE

Fuente: Tabla 2

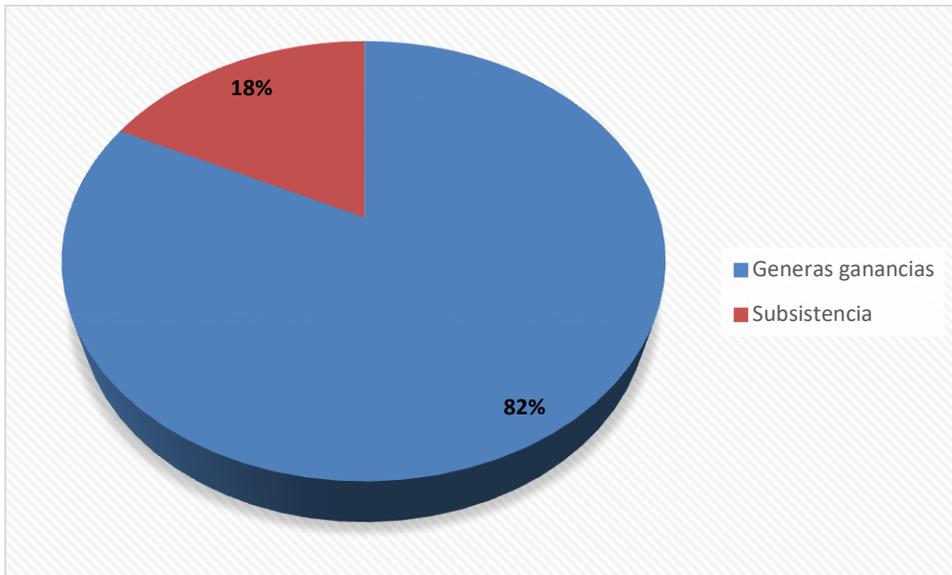


Figura 9. Finalidad de la MYPE

c) Referente a la Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micros y pequeñas empresas:

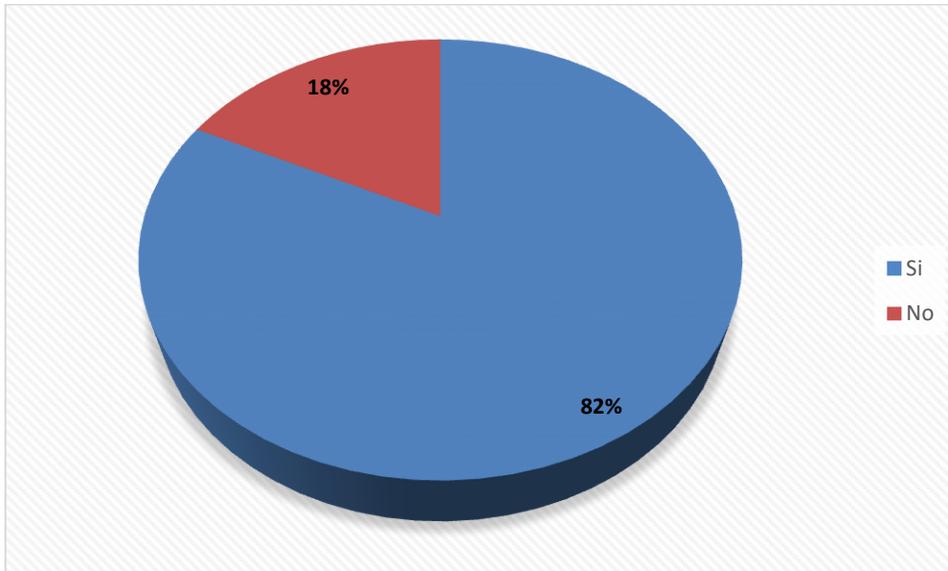


Figura 10. Conocen el término gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

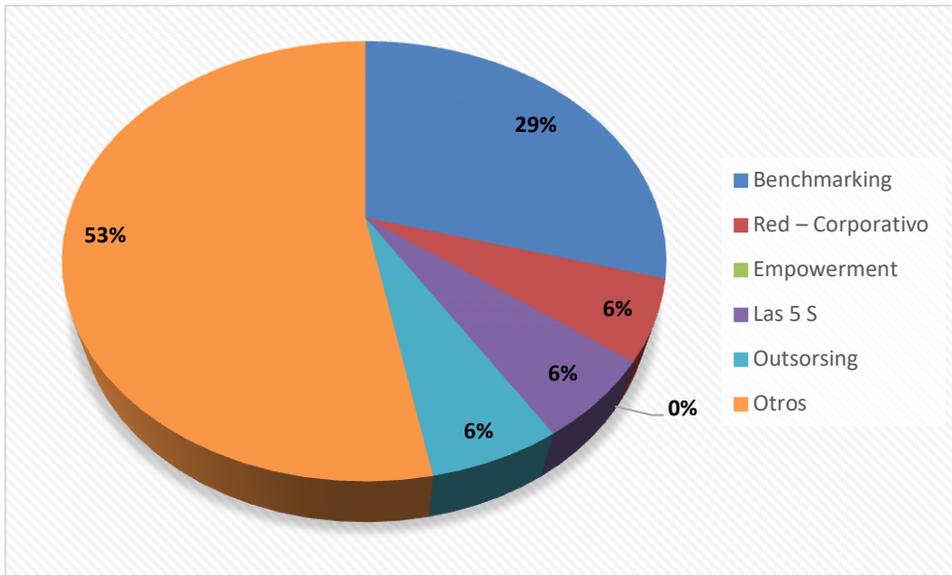


Figura 11. Herramientas de gestión de calidad que aplica

Fuente: Tabla 3

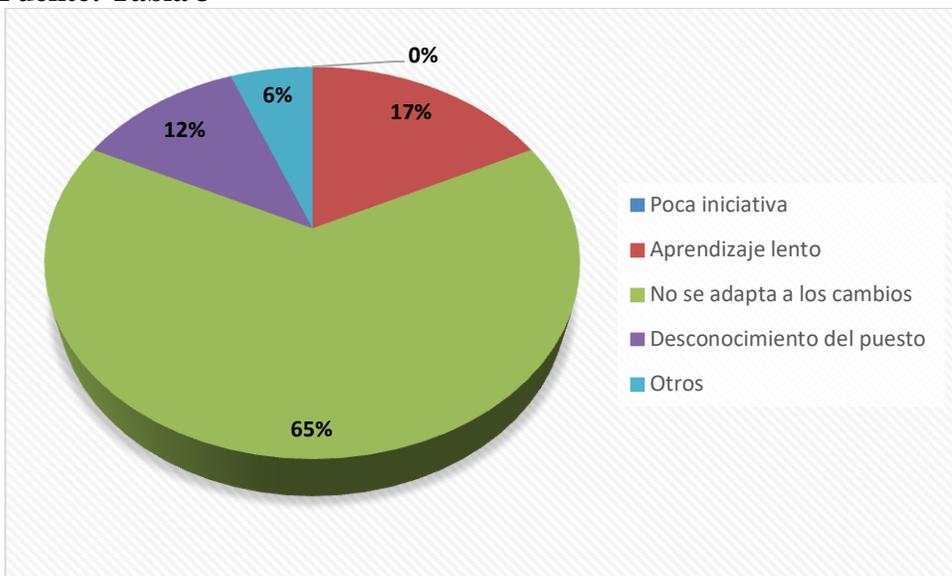


Figura 12. Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

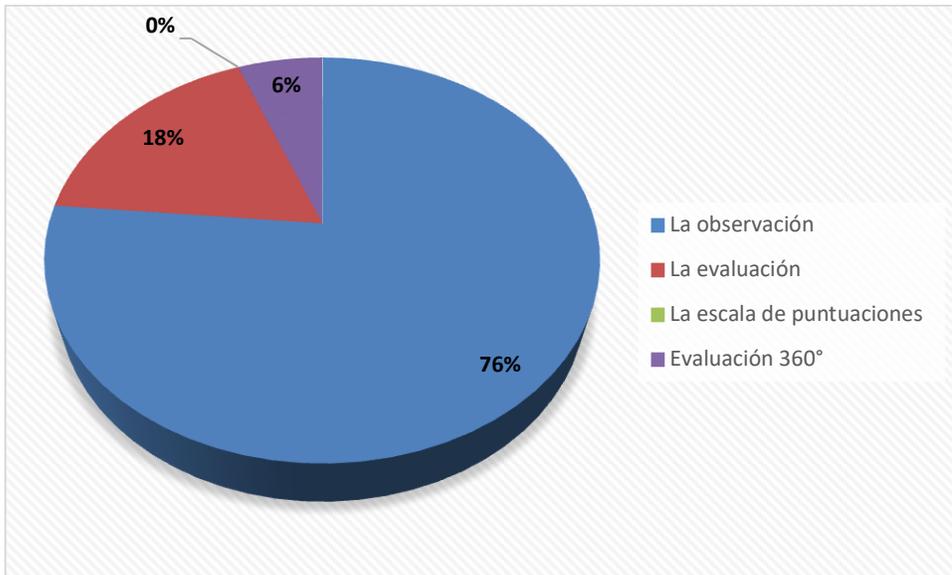


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento
Fuente: Tabla 3

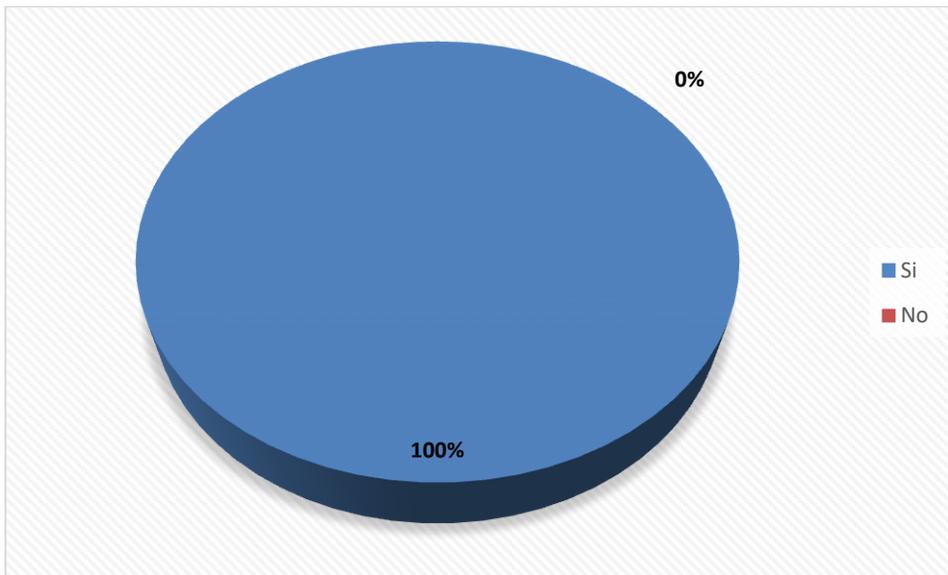


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa.
Fuente: Tabla 3

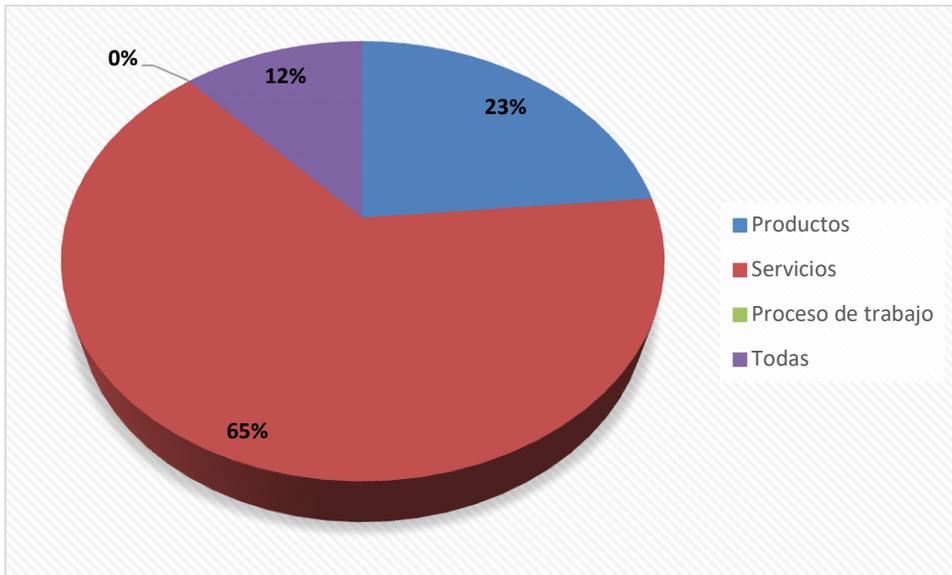


Figura 15. ¿Las estrategias que toma como referencia de otras empresas es para mejorar?

Fuente: Tabla 3

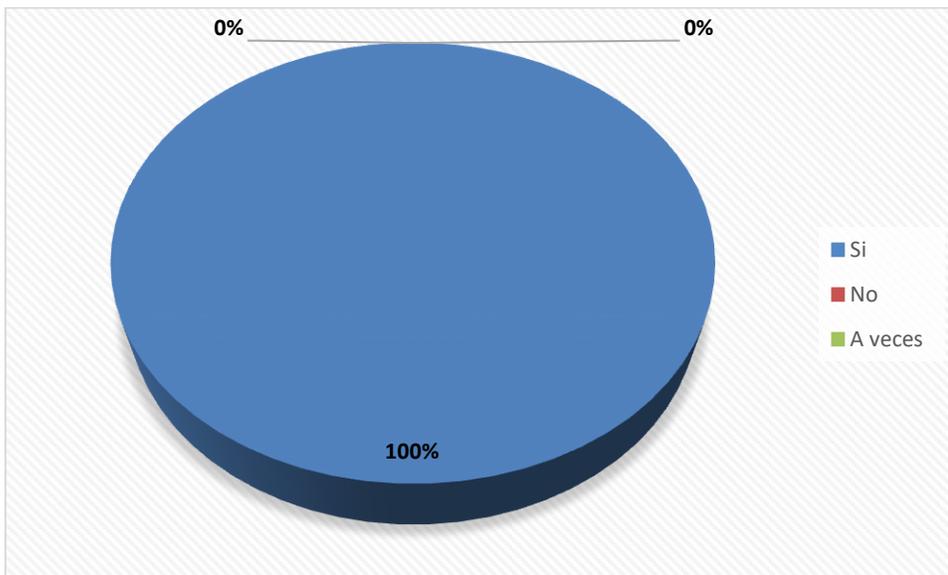


Figura 16. ¿El Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa?

Fuente: Tabla 3

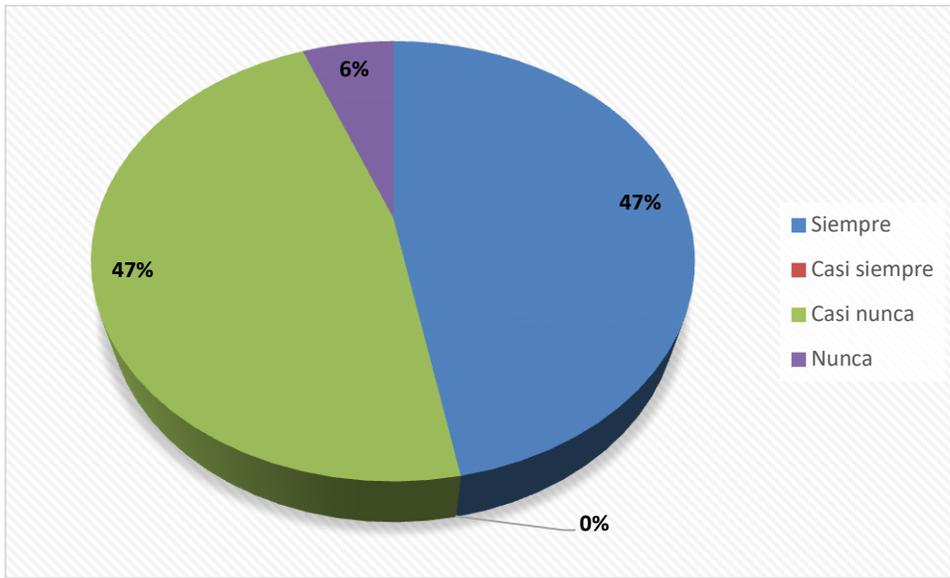


Figura 17. ¿El personal muestra resistencia al cambio?

Fuente: Tabla 3

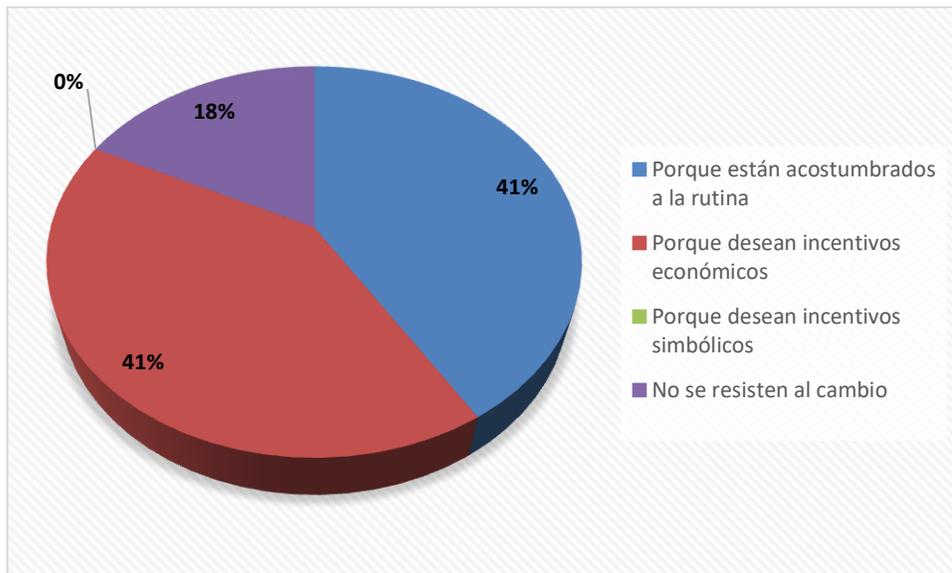


Figura 18. ¿Por qué cree que el personal de su empresa se resisten hacia al cambio?

Fuente: Tabla 3

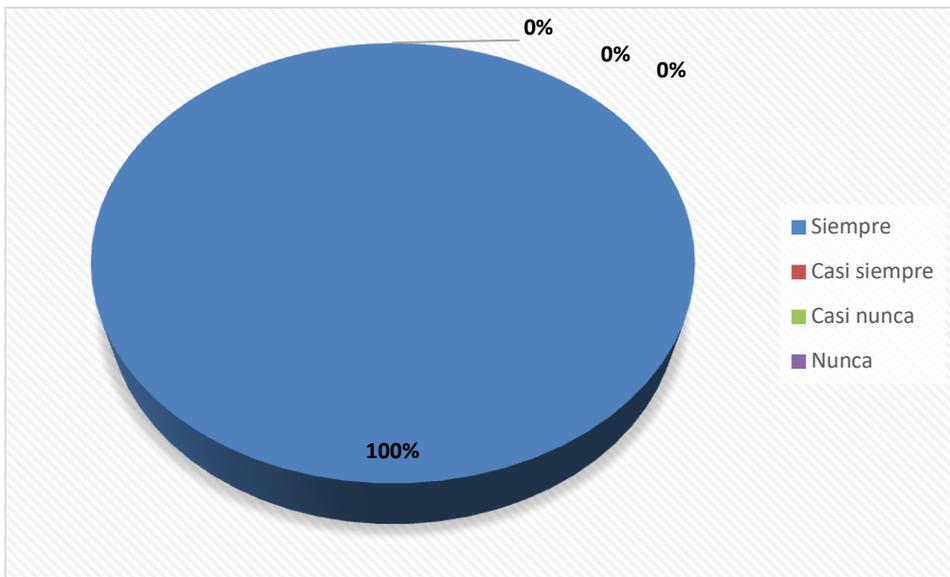


Figura 19. El Benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado

Fuente: Tabla 3

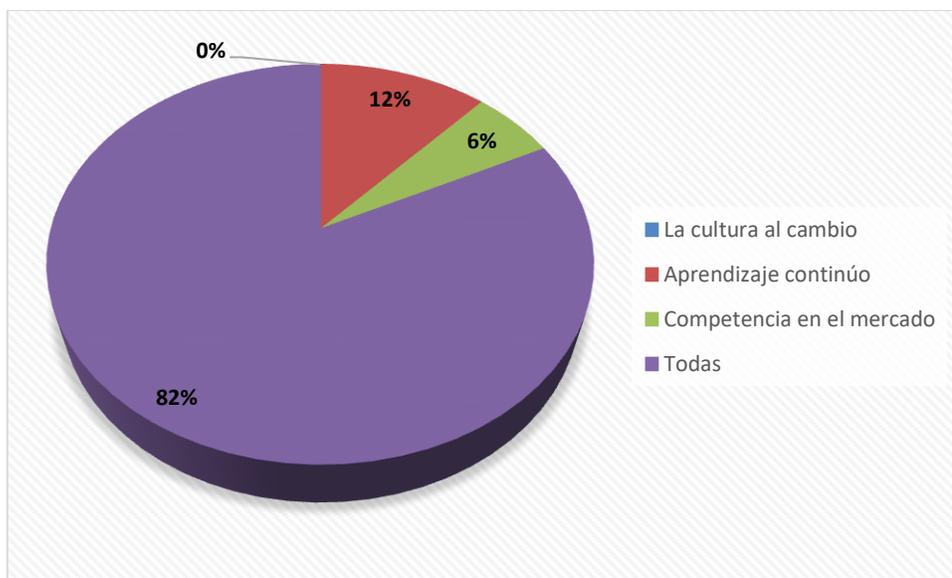


Figura 20. ¿Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking?

Fuente: Tabla 3

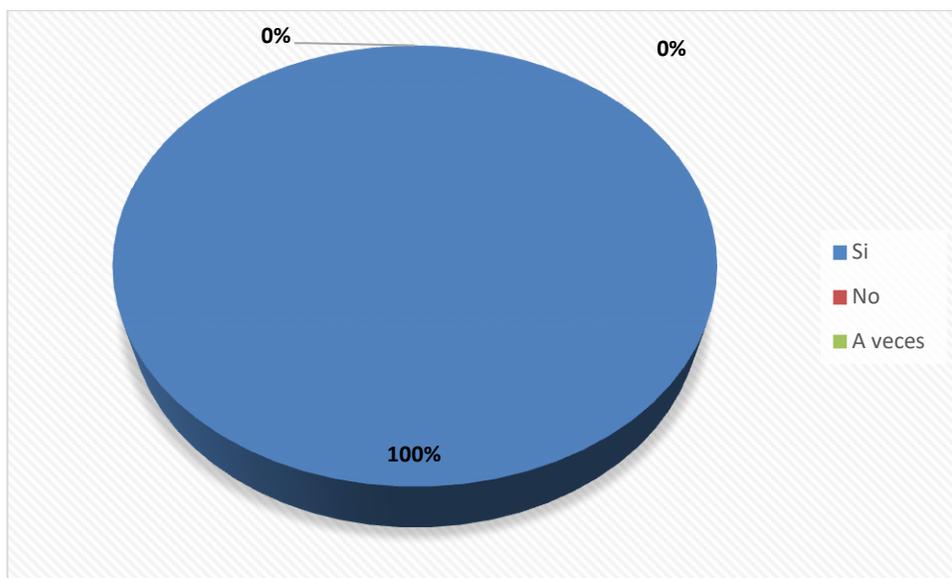


Figura 21 ¿Un buen uso del Benchmarking permite a la empresa ser eficiente?

Fuente: Tabla 3