



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DEL  
BENCHMARKING EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE ROPA PARA  
DAMAS, MERCADO MODELO, DISTRITO DE CHIMBOTE,  
2018

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

**AUTORA**

CARRANZA GARCIA, YANELA DANIA

ORCID: 0000-0001-8055-6989

**ASESORA**

Mgtr. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Carranza García, Yanela Dania

ORCID: 0000-0001-8055-6989

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Chimbote, Perú

### **ASESORA**

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote, la Facultad de Ciencias  
Contables Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de  
Administración, Chimbote, Perú

### **JURADO**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-617

Asesora

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza de seguir adelante en mis estudios, así mismo a todos los docentes que nos enseñaron el curso de tesis y para obtener los conocimientos necesarios para desarrollar nuestra tesis.

También doy gracias a mis padres y hermanos que siempre me apoyaron moralmente y psicológicamente para lograr cumplir mis sueños de hacer una administradora ya que ellos siempre me motivaron a seguir a delante.

Agradece también a mi asesor de investigación de tesis. Por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimientos científicos y por a verme tenido toda la paciencia del mundo para guiarme durante todo el desarrollo de la tesis.

## DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

A mis 5 hermanos, quienes han sido la guía y el camino para poder llegar a este punto de mi carrera que con su ejemplo, dedicación y palabras de aliento nunca bajaron los brazos para que yo tampoco lo haga aun cuando todo se complicaba. Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida. Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

A mis padres, porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking en el micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropas para damas, Mercado Modelo, Distrito de Chimbote, 2018. La investigación fue de diseño no experimental-transversal para el recojo de la información se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas y estuvo conformada por una población de 12 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas a través de una técnica de encuesta obteniendo los siguientes resultados. El 60 % de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas manifiestan que tienen una edad de 18 a 30 años, el 50% de los encuestados tienen cierto conocimiento acerca del término gestión de calidad, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, el 60% de las micro y pequeñas empresas están en el mercado de 7 a más años de antigüedad en este rubro, el 60% de los representantes miden su rendimiento de sus empleados. La investigación concluye que la mayoría de las microempresas conocen la gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking, pero tienen dificultades para su implementación por el desconocimiento del puesto y su aprendizaje es lento, del sector servicio rubro venta de ropa para damas, mercado modelo del distrito de Chimbote 2018. Asumiendo que aplican correctamente pero solo lo hacen de forma empírica.

**Palabras clave:** Benchmarking, Calidad, Gestión, Microempresa

## **ABSTRACT**

The present research had as a general objective: To determine the main characteristics of quality management under the Benchmarking approach in the micro and small companies of the commerce sector, sale of clothes for ladies, model market, Chimbote District, 2018. The research It was a non-experimental-transversal design for the collection of the information, a sample of 10 micro and small companies was used and was made up of a population of 12 micro and small companies, to whom a questionnaire of 22 questions was applied through a technique of survey obtaining the following results. 60% of the legal representatives of the micro and small companies state that they have an age of 18 to 30 years, 50% of the respondents have some knowledge about the term quality management, 100% of the representatives of the micro and Small businesses are female, 60% of micro and small businesses are in the market for 7 years or more in this area, 60% of the representatives measure their employee performance. The investigation concludes that the majority of microenterprises know about quality management under the benchmarking approach, but they have difficulties in implementing it due to lack of knowledge of the position and their learning is slow, in the service sector selling clothing for women, model market of the Chimbote district 2018. Assuming that they apply correctly but only do so empirically.

**Keywords:** Benchmarking, Quality, Management, microenterprises

## CONTENIDO

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja de firma de jurado y asesor .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o Dedicatoria.....	iv
5. Resumen y Abstract .....	vi
6. Contenido .....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	10
III. Hipótesis .....	40
IV. Metodología.....	41
4.1 Diseño de la investigación .....	41
4.2 Población y muestra. ....	42
4.3 Definición y operacionalización de variable e indicadores. ....	43
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	47
4.5 Plan de análisis.....	47
4.6 Matriz de consistencia .....	48
4.7 Principios Éticos .....	51
V. Resultados.....	52
5.1. Resultados.....	52
5.2. Análisis de resultados .....	57
VI. Conclusiones.....	66
Aspectos complementarios.....	68
Recomendaciones .....	68
Anexo .....	75



## ÍNDICE DE TABLAS

### Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018.	52
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018.....	53
Tabla 3. Características de la gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018.....	54

## ÍNDICE DE FIGURAS

### Figuras

Figura 1. Edad.....	88
Figura 2. Genero .....	88
Figura 3. Grado de instrucción .....	89
Figura 4. Cargo que desempeña.....	89
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo .....	90
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	90
Figura 7. Número de trabajadores.....	91
Figura 8. Vínculo familiar .....	91
Figura 9. Objetivo de creación .....	92
Figura 10. Conocimiento del termino gestión de calidad .....	92
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad .....	93
Figura 12. Dificultades para la implementación de la gestión de calidad.....	93
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento .....	94
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa.....	94
Figura 15. Conocimiento del término del benchmarking.....	95
Figura 16. Mejoramiento con estrategias de otras empresas .....	95
Figura 17. Mejoramiento de la empresa con el Benchmarking .....	96
Figura 18. La resistencia del personal al cambio.....	96
Figura 19. Resistencia del personal al cambio .....	97
Figura 20. Primordialidad del Benchmarking en nuevos mercados .....	97
Figura 21. Tipos de fortalezas del Benchmarking para una empresa .....	98
Figura 22. Buen uso del Benchmarking que permite a la empresa ser eficiente .....	98

## **I. INTRODUCCIÓN**

Actualmente las micro y pequeñas empresas en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país, según el ministerio de trabajo y promoción del empleo, tiene una gran significación por que aportan un 40% al PBI y con un 80% de la oferta laboral ,sin contar con el autoempleo que genera, sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancada, principalmente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permite superar el problema de formalidad de esas empresas y que motiven el crecimiento sostenible de la mismas. Las microempresas son fabricantes, proveedoras de servicios y minoristas que constituyen una parte integral de la economía, como compradores y vendedores (Sánchez, 2018).

En el mundo las micro pequeñas empresas se han identificado como un potencial muy amplio para poder confrontar algunos problemas relacionados con la creación de empleo, el crecimiento económico y el mejoramiento de la distribución del ingreso en los países para ellos, se requiere de personas mejor capacitadas, para enfrentar los cambios que se demandan las organizaciones, cambios con enfoque de desarrollo integral, considerando que los modelos tradicionales y actuales de la administración, se encuentran en una etapa crítica, al no resolver los problemas y cubrir o satisfacer las necesidades que demanda la sociedad (Silva, 2015).

La importancia de las mypes peruanas es evidente desde diferentes ángulos, en primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo, es importante como herramienta de producción de empleos puesto que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a personas de bajos recursos, además puede constituirse en apoyo importante a la empresa resolviendo todo elemento que disminuye o afecta el proceso de producción, con ello se da

oportunidades para que las personas que tiene bajos recursos económicos y no cuentan con empleos puedan empezar a trabajar lo que ayuda a reducir la pobreza en el país y asimismo a contribuir en la producción de las empresas y el crecimiento económico del Perú (Tello, 2014).

Analizando el desarrollo económico de los países asiáticos, debemos mencionar a países como Japón, Taiwán, Corea y ahora China, quienes han implementado políticas de apoyo a las pequeñas empresas en sus estados. El auge de este sector empresarial está permitido consolidar el desarrollo de dichos países, resolviendo los problemas de empleo. Así mismo, en África se viene inaugurando políticas de apoyo a las empresas. Nigeria y Sudáfrica son ejemplos claro de cómo, aun de manera incipiente, están funcionando las incubadoras de negocios, donde instituciones políticas y privadas comprometen su accionar para fomentar el desarrollo de las empresas (Atao, 2015).

En cuanto en la gestión de calidad la situación de las micro y pequeñas empresas en costa se encuentran en constante desarrollo para lo cual están mejorando mediante la implantación de sistemas de gestión de calidad en dichas organizaciones, éstas mediante la adaptación de nuevas tecnologías para la automatización de procesos tradicionales que permite minimizar la carga operativa de los colaboradores, con el propósito de incentivar el recurso humano a pensar en estrategias de gestión y nuevas estrategias de mejora de calidad en las micro y pequeñas empresas se encuentra en camino del subdesarrollo de transformación ( Poma, 2016).

Por otra parte, la Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios, gestión nos ayuda a reducir la improvisación dentro de nuestros procesos, de tal manera que nuestro primer objetivo sea llevar a cabo procesos totalmente planificados en los que sepamos en cada momento el modo de actuar durante situaciones normales de funcionamiento o condiciones óptimas de funcionamiento o, por el contrario, cómo actuar ante una desviación de los requisitos establecidos. De la misma manera la gestión de la calidad brinda una oportunidad clave, no sólo para planificar los procesos, sino también para establecer mecanismos para el seguimiento y la mejora de los mismos (Ortiz, 2018).

En cuanto en el Benchmarking es un proceso sistemático de investigar, identificar, comparar y aprender de las mejores prácticas de otras organizaciones, sean del mismo sector o no, analizando ordenadamente el conjunto de factores que inciden en el éxito de las mismas, aprender de sus logros y aplicarlos en nuestros propios procesos de mejora, es una técnica empresarial en la que se hace un estudio comparativo de las normas, metodologías, tecnologías, prácticas, procesos y otros agentes importantes en sectores de empresas competidoras con la finalidad de lograr objetivos específicos en pro del mejoramiento de la organización propia. Llontop y Rimarachín (2016) nos afirma que también ha tenido un gran protagonismo en el mundo del mercadeo porque les brinda ventajas y herramientas a las empresas, de adecuar sus principios comerciales a las tendencias del mercado. Los consumidores ahora tienen el poder de guiar a las empresas

por el camino que ellos desean transitar y éstas, siempre están en la constante búsqueda de la excelencia, comparando su desempeño con el de otras empresas exitosas.

Las mypes de Argentina tienen un grave problema que es la falta de profesionalismo, esto significa que no le dan un enfoque serio a la organización para que puedan alcanzar sus objetivos además existe falta de control de calidad y un buen uso del benchmarking; les hace falta hacer el enfoque de un público en específico al quien va ir dirigido su producto, no hay un plan de venta que considere los picos de demanda y las bajas de empleo, no hacen inversiones ni tampoco una investigación previa del mercado, no conocen las ventajas competitivas y debilidades de ellas mismas y no toman asunto a las fortalezas de la competencia (Paulise, 2015).

En Guatemala las pequeñas y medianas empresas proporcionan una gran fuente de ingreso para el desarrollo económico de este país, pero en términos de gestión de calidad presentan algunas problemáticas para su implantación dentro de la estructura organizacional de estas microempresas, dichos problemas reflejados en estas unidades económicas tal como Ovalle (2015) afirma que: “En la infraestructura, recursos, capacitaciones, control de proveedores, control de registros y documentación, dichos aspectos enfocados a la calidad y que alguna manera impiden a la empresa abrirse a un campo de competitividad internacional” p.43. Por lo tanto, se puede decir que las microempresas en este país aún no se han desarrollado planamente, no se han llegado mantener una buena rentabilidad y sostenibilidad en el mercado, motivos que limitan su desarrollo se enfocan claramente a la parte de la gestión de calidad y al poco uso de técnicas modernas administrativas como es el benchmarking, marketing, entre otras

herramientas que ayude a una mejora dentro de sus procesos internos de estas microempresas.

Las mypes de México también cuentan con problemas, una de sus más grandes problemáticas es la escasez de certificación en calidad y metodologías que están orientadas a mejorar la calidad y productividad de sus organizaciones, otro de los problemas con las que cuentan es la falta de un buen uso del benchmarking , muchas 3 de ellas se lanzan al mercado con solo lo que creen que va a ser necesario pero no con lo que requieren en realidad, pasando por alto los aspectos que pueden acabar con ellos mismo (competencia, falta de mano de obra o productos innovadoras (El Seminario, 2014).

Las micro y pequeñas empresas presenta problemas de gestión, derivadas de la falta de una buena comunicación organizacional generando conflictos y situaciones que atentan contra la eficiencia, la productividad y el clima laboral de la organización, haciendo muy complicada la posibilidad de mantener la mejora continua de todos los procesos, el problema primario es que existe un liderazgo negativo ya que sus líderes no comunican, no informan, creen que comunicarse con su equipo es una obligación y no una responsabilidad inherente a su tarea (Formanchuk, 2014 p. 1.).

Las micro y pequeñas empresas en el Perú tiene una alta tasa de emprendimiento, sin embargo, las cifras que acompañan al desarrollo de la MYPE no son muy estimulantes. Según datos de la corporación financiera de desarrollo (COFIDE) las micro y pequeñas empresas peruanas aportan entre el 40 y el 45% del PBI, emplean a casi el 60% de la PEA y llegan a cerca de los 4 millones de unidades productivas, pero sólo el 20% de ellas tienen índices de acumulación, es decir, ganan dinero haciendo lo que hacen y a nivel regional

más del 60% de ellas muere durante los dos primeros años de vida, debido que los emprendedores no aplican el benchmarking (Obregón, 2015).

En la región Ancash existen muchas micro y pequeñas empresas, siendo estas dirigidas por representantes o emprendedores, sin embargo, estas suelen realizar gestión de calidad de manera empírica, por lo que a veces suelen estancarse en sus procesos y desaparecen del mercado. Estas micro y pequeñas empresas son creadas por una necesidad a que en los últimos años se han registrado índices de desempleo, sin embargo, estas empresas no son gestionadas con calidad, lo que les impide el crecimiento y desarrollo empresarial (Vivar, 2016).

En el Distrito de Chimbote, específicamente el Mercado Modelo donde se desarrolló el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de ropa para damas las cuales tienen problemas de gestión de calidad, benchmarking entre otras técnicas porque solo tienen cierto conocimiento del término benchmarking y Gestión de calidad, creyendo que lo aplican de manera correcta pero solo lo hacen de forma empírica. Por lo anteriormente expresado, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018? Para dar solución a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, Distrito de Chimbote, 2018.



Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:  
Definir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, Distrito de Chimbote, 2018. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, Distrito de Chimbote, 2018. Identificar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, Distrito de Chimbote, 2018.

Esta investigación se justifica porque permite que los dueños y/o administradores de las mypes conozcan sobre gestión de calidad y benchmarking, también sobre los métodos necesarios e importantes para poder acercarse más a los clientes y ver sus necesidades, así lograrán implicar que la marca tenga mayor posibilidad de éxito en el mercado. De tal modo esta investigación se justifica teóricamente, puesto que se dará aportes significativos sobre las técnicas de gestión de calidad y sobre todo enfocándonos en el Benchmarking, puesto que es importante que las micro y pequeñas empresas conozcan esta técnica, para que puedan autoevaluarse y comparar su rendimiento con la competencia, de esta manera estos negocios podrán mejorar la calidad de sus productos y servicios. De la misma manera cuenta con una justificación social, puesto que esta investigación se realizó con la finalidad de proporcionar información válida para que autoridades políticas tomen conciencia de las importancias de las MYPES, y tomen medidas de apoyo a los emprendedores de la región Ancash, para que tomen decisiones a través de uso de las técnicas modernas de gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking. También se justifica porque será fuente de información pública, que

beneficiará a los estudiantes que desarrollaran sus trabajos de investigación científica y de esta manera realizar un mejor análisis en su tema.

La investigación fue de diseño no experimental - transversal – descriptivo. Fue no experimental porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente a la variable de gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking, fue transversal porque el estudio de la investigación se desarrolló en un tiempo determinado teniendo un inicio y un final específicamente el año 2018, fue descriptivo porque se describió las principales características de la gestión de calidad y Benchmarking.

Asimismo para el recojo de la información se utilizó una población de 12 y una muestra de 10 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 22 preguntas: 5 primeras preguntas están dirigidas a sus datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, las 4 siguientes preguntas están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas y las 13 preguntas están referidas a cerca de las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018.

Obteniendo los siguientes resultados: El 60 % de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas manifiestan que tienen una edad de 18 a 30 años, 50% de los encuestados tienen cierto conocimiento acerca del término gestión de calidad, porque fueron formados por publicidades, 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, 60% de las micro y pequeñas empresas están en el mercado de 7 a más años de antigüedad en este rubro, 60% de los representantes miden

su rendimiento de sus empleados. La investigación concluye que la mayoría de las microempresas conocen la gestión de calidad, pero tienen dificultades para su implementación por el desconocimiento del puesto y su aprendizaje lento, asumiendo que lo aplican correctamente pero solo lo hacen de forma empírica.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### Antecedentes internacionales

Logroño (2019) en su tesis de investigación *Evaluación y propuesta estratégica de mejoramiento de los modelos administrativos en la gestión comercial de la empresa azzorti venta directa s.a, de la Ciudad Riobamba, Provincia de Chimborazo, año 2016*. Tuvo como objetivo general En base a una evaluación, proponer estratégicamente un modelo Administrativo para la mejora en la gestión comercial de la Empresa Azzorti Venta Directa S.A, de la ciudad Riobamba, Provincia de Chimborazo, Año 2016, y planteó los siguientes objetivos específicos: Evaluar el modelo administrativo de la empresa Azzorti Venta Directa S.A de la ciudad Riobamba, Provincia de Chimborazo, Fortalecer el servicio de postventa que mantienen la Empresa Azzorti Venta Directa S.A, de la ciudad Riobamba, Provincia de Chimborazo ,Definir el modelo administrativo para una eficiente gestión comercial de la Empresa Azzorti Venta Directa S.A, de la ciudad Riobamba, Provincia de Chimborazo, Proponer un sistema de mejoramiento administrativo en la gestión comercial de la Empresa Azzorti Venta Directa S.A. La investigación fue de diseño no experimental/ transversal, se obtuvo los siguientes resultados: obtuvimos que el 84% conoce el nombre del líder a cargo de la gestión de ventas, las asesoras encuestadas nos indican que el servicio presentando por Azzorti lo consideran excelente y muy bueno un 44% respectivamente, comprar productos Azzorti les ha producido bienestar al 27, el 78 % nos indican que el crédito es uno de los motivantes más importantes que tiene Azzorti para impulsar su negocio, el 74% que considera que el servicio prestado por Azzorti es un factor diferenciador, que la gestión que realiza la líder, es Excelente en un 55%, muy bueno un 29%, bueno tan solo un 11% y la asesoras que no están de acuerdo

con el trabajo realizado por las líderes y lo consideran regular están en un 5%, teniendo también como malo un 0%.,el 92% consideran que la información impartida por la líder cumple con sus expectativas y mínimamente un 8% no la ha recibido o no ha cumplido con lo que esperaban, El 44% de las asesoras encuestadas considera que el servicio de entrega es muy bueno, el 51% de las asesoras encuestadas aprovecha el abanico de productos que ofrece la empresa. Conclusiones: Como la mayoría de las asesoras conocen e identifican a la líder por la que son tratadas, visitas, etc., entendemos que el proceso que se está aplicado se debe mantener. El servicio de entrega que tiene la compañía es calificado en su mayoría como excelente y muy bueno, porque al ser clientes directos de la fábrica, les ofrecen muchas garantías, recibiendo el producto de una manera cómoda y segura. Los productos que son ofertados en el catálogo de Azzorti, son apreciados positivamente por las asesoras desde el punto de vista de satisfacción, bienestar, confianza etc., impulsando a que se mantenga las líneas actualmente presentadas. Lo que más valoran las asesoras de la empresa es el crédito, haciendo que eso nos diferencie de la competencia y que seamos preferidos al momento de elegir, ya que la venta de los productos es más cómoda y accesible. Una de las fortalezas que posee la empresa es el servicio prestado, ya que la manera que nos perciben las asesoras, está muy bien reconocida, favoreciendo el negocio de cada una de ellas. El trabajo de la líder es muy considerado y valorado por las asesoras, ya que son el contacto directo entre la empresa y las asesoras. El servicio post venta, realizado por nuestras líderes de grupo es bien valorado por que le da seguridad, confianza a nuestro grupo de ventas. La logística de entrega de los productos está bien estructura, según la percepción de las asesoras, es el adecuado. La calidad de los productos en un número pequeño de asesoras lo valora. Del

51% de las asesoras encuestadas volverían a comprar los productos Azzorti, el proceso que se está utilizando es muy atractivo para ese grupo de asesoras.

García (2017) en su tesis de investigación *Plan estratégico del sistema de gestión de calidad de la empresa Confetex de Colombia S.A.S.* Tuvo como objetivo general Elaborar un plan estratégico del Sistema de Gestión de Calidad de la empresa Confetex de Colombia S.A.S, y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir la plataforma estratégica de la empresa Confetex de Colombia S.A.S, Caracterizar los elementos del Sistema de Gestión de Calidad de la empresa Confetex De Colombia S.A.S. teniendo como referencia la norma ISO 9001 versión 2015, Diseñar la matriz del plan estratégico del Sistema de Gestión de Calidad empresa Confetex de Colombia S.A.S. La investigación fue tipo descriptivo y de diseño no experimental/ transversal se obtuvo los siguientes resultados: De acuerdo a las entrevistas aplicadas se puede concluir que el personal de la empresa está conformado por el 53% mujeres, se observa que el personal que ingresa a la empresa recibe como parte de su inducción institucional información general presentándose mayor énfasis en los temas de indicadores sobre disciplina con una participación del 29%, seguido de las políticas generales del personal con un 27%, el 36% del personal recibe por parte de la empresa su respectiva dotación, el 70% de personal recibe su inducción y entrenamiento mediante capacitaciones, el 97,5% del personal recibe las herramientas y materiales adecuados para el desempeño de sus labores, el 85% de los trabajadores son informados oportunamente sobre la importancia de satisfacer y cumplir los requisitos del cliente interno y cliente externo, el 13% del personal recibe algunas veces información sobre los requisitos del cliente, el 18% se encuentra poco de acuerdo con la calidad presentada, de esta manera

a pesar de ser la empresa estricta en sus procesos de calidad de los productos, el 38% del personal realiza una interpretación adecuada de las instrucciones, el 72,20% expresa que rara vez entienden de manera incorrecta las indicaciones. Conclusiones: Se entendió la importancia de la implementación de un S.G.C. - Sistema de Gestión de Calidad, basado en la norma técnica ISO 9001, en CONFETEX, como respuesta a los requerimientos del mercado y a las necesidades de los clientes, proveedores y de la misma compañía.

Avilés (2016) en su tesis de investigación *Estudio de factibilidad para la creación de un taller destinado al diseño, confección y venta de ropa para dama en el cantón Daule a partir del año 2016*. Tuvo como objetivo general Determinar la viabilidad para crear un taller destinado al diseño, confección y venta de ropa para dama en el cantón Daule, y planteó los siguientes objetivos específicos: Realiza un estudio de mercado en el cantón Daule para determinar las necesidades prendarias de la población femenina de esta ciudad, Determinar la instalación y equipos necesarios para iniciar el negocio, Determinar la viabilidad económica y financiera. La investigación fue de diseño no experimental/transversal se obtuvieron los siguientes resultados: El 41% de las mujeres encuestadas prefiere enviar a confeccionar la ropa, el diseño es algo indispensable al momento de ir a confeccionar una prenda de vestir y está representado con el 71%, la mayoría de las encuestadas se inclinan por los colores cálidos con un 40, seguida por la tela Chiffon que está representada con el 33% , gabardina el 21% , el 59% podemos inducir que no conocen una taller que llene las expectativas de las clientas por lo cual es una ventaja para nuestro taller, la mayor parte de las mujeres encuestadas están de acuerdo con la forma de pago a crédito con un 65%, nos muestra que el 37% de las mujeres encuestadas opinan que en 5

días preferirían recibir su prenda, el 48% en que si compraría ropa diseñada y confeccionada a su medida por un taller de modistería a un precio cómodo y de calidad en el cantón Daule. Conclusión: En algunos domicilios donde se confecciona las prendas de vestir las amas de casas separan un pequeño espacio para instalar las máquinas que se utilizan para el proceso de producción. Las cuales en ciertos casos son máquinas antiguas o de segunda mano, otras están en mal estado por falta de mantenimiento, se puede mencionar que la falta de capital puede indicar la causa de no renovar sus maquinarias, cabe mencionar que algunas costureras han abandonado el trabajo de confección en algunos casos es por enfermedad o por vejez.

### **Antecedentes nacionales**

Panduro (2017) en su tesis de investigación *Caracterización de la Gestión de calidad y la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjui – 2017*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Comprobar que la Gestión de Calidad y la formalización son las ideas que aplican los propietarios y/o representantes legales de las MYPES sector comercial – rubro venta de ropas para damas del distrito de Juanjuí, 2017. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de las MYPES sector comercial rubro venta de ropa para damas. Analizar cuál de los enfoques de la gestión de la calidad predomina en las MYPES sector comercial rubro venta de ropa para damas. Caracterizar la formalización de las MYPES sector comercio rubro venta de ropas para damas del distrito de Juanjuí. La metodología utilizada en esta investigación corresponde a un estudio cuantitativo, de nivel descriptivo cuyo diseño es no experimental, descriptivo simple. La población de estudio estuvo conformada por 10 MYPE a la cual se aplicó un



cuestionario estructurado de 15 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 80% cuentan con edades entre 20 a 35 años, se determinó que en un 70% pertenecen al sexo femenino, el 50% cuenta con grado de instrucción secundaria, el 100% utiliza documentos de gestión para mejorar la calidad del servicio, el 60% utiliza plan estratégico como documento de gestión, el 70% implementa documentos de gestión, el 40% si capacita a su personal, el 70% si realiza evaluación al cliente, el 60% si hace uso de las TIC, el 90% si es formal, el 50% tiene el beneficio de acceso al crédito financiero, el 80% si tiene asesorías de entidades, el 60% afirma que la formalización aumenta costos laborales, el 100% si formalizaría su empresa, el 100% dice que la formalización contribuye a la expansión. La investigación concluye que las edades de los representantes legales son de personas jóvenes, la relación que tienen en las tomas de decisiones son acertadas ya que están en la edad de 20 a 35 años de edad. En el género, se observa que es el sexo femenino son la grande mayoría quienes dirigen las empresas en este rubro. El grado de estudios en su gran mayoría es de educación secundaria, ya que en este rubro no necesitan tener grados superiores. Con respecto a la gestión de calidad se demuestra que en su gran mayoría están de acuerdo con la necesidad del cliente de los tres documentos de gestión, escogieron el plan estratégico, en la implementación de la empresa en su gran mayoría no son implementadas, en cuanto a la evaluación de satisfacción un gran numero dijeron que sí. En su gran mayoría de los encuestados son empresas formales. En cuanto a la formalización si están formalizados es porque contribuye a la expansión de sus ventas y por ende aumenta los costos laborales.

Araujo (2016) en su tesis de investigación *Caracterización de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial Barranca, del distrito de Barranca, 2016*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar si las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – venta minorista de ropa para damas del Centro Comercial Barranca aplican la gestión de calidad, en el año 2016. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar de qué manera la productividad influye en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de ropas para damas del Centro Comercial Barranca, del Distrito de Barranca. De qué manera la eficiencia influye en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de ropa para damas del Centro Comercial Barranca, del Distrito de Barranca. La investigación fue tipo descriptivo y de diseño no experimental/ transversal, se trabajó con una muestra de 10 MYPES, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre los 40 a 50 años, el 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han concluido sus estudios secundarios, el 60% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen estudios o conocimiento de administración de empresas, el 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas son formales, el 40% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 5 a más años en el mercado, el 80% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no cuenta con equipos de última tecnología, el 80% de las micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que sus instalaciones físicas no son visualmente atractivas, el 60% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no realizan publicidad,

el 75% de las micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que su publicidad es visualmente atractiva, el 86% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican que desconocen la nueva ley, el 10% de las micro y pequeñas empresas encuestadas si tienen conocimiento sobre gestión de calidad, el 79% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican que si muestran interés en dar soluciones a los problemas que se presentan, el 100% de las micro y pequeñas empresas encuestas aseguran tener un trato amable con el cliente, el 80% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican no contar con un manual de calidad, el 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican que resuelven las necesidades del cliente, el 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas han identificado procesos para dar un buen servicio al cliente. La investigación concluye que el 50% de las micro y pequeñas empresas están representadas por personas adultas entre 40 a 50 años, son mujeres y han culminado sus estudios secundarios. La totalidad de micro y pequeñas empresas encuestadas el 60% tiene conocimiento de administración de empresas, pero el total de las micros y pequeñas empresas son formales. La mayoría tienen 8 años de antigüedad en el mercado, no cuentan con equipos de alta tecnología, sus instalaciones no son visualmente atractivas, no realizan publicidad y de los que realizan si son visualmente atractivas. La totalidad de micros y pequeñas empresas encuestadas la mayoría desconoce de la nueva ley, tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa, la totalidad de la micro y pequeña empresa si brinda un buen trato al cliente, de las mismas la gran mayoría no cuenta con un manual de calidad, así como también prioriza en resolver las necesidades del cliente e identificar procesos para dar un buen servicio.

Rodríguez (2017) en su tesis de investigación *Caracterización de la Gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas de la urbanización los granados del distrito de Trujillo, año 2016*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad y el Financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Determinar las principales características del Financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Se aplicó una metodología de diseño no experimental, de corte transversal y de nivel descriptivo; para a cual se investigó a una población mastral de 10 Mypes, asimismo se aplicó la técnica de la encuesta y un cuestionario como instrumento, el cual constó de 20 preguntas cerradas, obteniéndose los siguientes resultados: El 60% de empresarios tienen de 31 a 43 años, el 60% de empresarios son de sexo femenino, el 70% de empresarios tienen grado de instrucción secundaria, el 70% de empresarios aseguran ser formales, el 80% de empresarios permanecen en el sector y rubro de 0 a 3 años, el 100% de los representantes aseguran tener de 0 a 3 trabajadores, el 100% de los representantes aseguran haber formado la mype con el objetivo de obtener

ganancias, el 100% de los representantes aseguran que están enfocados en el cliente, el 70% aseguran que conocen casi a la totalidad a sus clientes, el 50% casi siempre satisface las necesidades de los clientes, el 70% asegura que los trabajadores algunas veces se identifica con los problemas de la mype, el 70% asegura que algunas veces se toma medidas de decisión inmediata ante problemas, el 80% registra incidencias, el 70% algunas veces ha cumplido con los objetivos de calidad, el 80% financia su actividad con terceros, el 70% solicitó crédito al corto plazo, el 70% solicitó crédito en cajas municipales, el 100% de los representantes han solicitado crédito, el 100% de los representantes aseguran que les dieron facilidad al solicitar el crédito, el 100% de los representantes aseguran haber invertido el crédito en capital de trabajo. La investigación concluye que poco más de la mitad (60%) de empresarios tienen de 31 a 43 años, son de sexo femenino (60) y tienen grado de instrucción secundaria (70%). Más de la mitad (70%) de Mypes son formales, casi la totalidad permanecen en el sector y rubro de 0 a 3 años (80%), la totalidad tienen de 0 a 3 trabajadores y la totalidad asegura haber formado la Mype con el objetivo de obtener ganancias. La totalidad de los representantes aseguran que están enfocados en el cliente, casi la totalidad (70%) aseguran que conocen a sus clientes, la mitad casi siempre satisface las necesidades de los clientes, la mayoría (70%) asegura que los trabajadores algunas veces se identifican con los problemas de la Mype y casi la totalidad (70%) algunas veces ha cumplido con los objetivos de calidad. Casi la totalidad (80%) financia su actividad con terceros, solicitaron crédito al corto plazo en cajas municipales, la totalidad han solicitado crédito de hasta 10,000 soles, todos aseguran que les dieron facilidad al solicitar el crédito e invirtieron en capital de trabajo.

## **Antecedentes locales**

Rosales (2018) en su tesis de investigación *Gestión de calidad con el uso de benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial chic galerías en el Distrito de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el Centro Comercial "Chic Galerías" en el Distrito de Chimbote 2016, y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar los principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el Centro Comercial Chic Galerías en el Distrito de Chimbote 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el Centro Comercial Chic Galerías en el Distrito de Chimbote 2016. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el Centro Comercial Chic Galerías en el Distrito de Chimbote 2016. La investigación fue tipo descriptivo y de diseño no experimental/transversal, se trabajó con una muestra de 15 y una población de 20 MYPES, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 60% de los representantes del rubro de tienda de ropa para damas tienen edades entre 18 a 30 años, el 80% de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas son de género femenino, el 66,7 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con estudios superior universitario, el 66,7% de

los representantes de las micro y pequeñas empresas, se encuentran desempeñando el cargo de administrador respectivamente, el 73,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas, desempeñan en el cargo de 0 a 3 años, el 60% de las micro y pequeñas empresas tienen en el rubro de 0 a 3 años, el 100 % de las micro y pequeñas empresas tienen entre 01 a 05 empleados, el 60 % de los empleados que laboran en las micro y pequeñas empresas son personas no familiares, el 93,3 % de la creación de las micro y pequeñas empresas son para generar ganancias, el 46,7 % de las micro y pequeñas empresas conoce el término Gestión de calidad, el 66,7 % de las micro y pequeñas empresas conocen otras técnicas modernas de Gestión de Calidad, el 26,7 % de las micro y pequeñas empresas tienen poca iniciativa y desconocimiento del puesto para implementar la Gestión de Calidad, el 46,7 % de las micro y pequeñas empresas mide el rendimiento del personal con la evaluación, el 93,3 % de las micro y pequeñas empresas comprende que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% de las micro y pequeñas empresas comprenden que la Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización, el 46,7 % de las micro y pequeñas empresas no conoce el término Benchmarking respectivamente, el 60% de las micro y pequeñas empresas encuestadas toma como referencia de otras empresas los productos, para mejorar, el 66,6 % de las micro y pequeñas empresas cuestionadas opina que el Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa, el 46,6 % del personal a veces muestra resistencia al cambio, el 40% de las empresas encuestadas, indican que su personal no se resiste al cambio, el 86,6% de las micro y pequeñas empresas encuestadas opinan que es primordial el Benchmarking cuando las organizaciones desean incursionar, el 40% considera que necesita aplicar la cultura al cambio para poder implementar el Benchmarking, el 66,7% opina que es buen uso del buen Benchmarking permite a la

empresa ser eficiente. Conclusiones. La mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de tienda de ropa para damas, en el Centro Comercial Chic Galerías, del Distrito de Chimbote, creen que el benchmarking es fundamental para que este regrese al establecimiento, opinan que la empresa es eficiente cuando atiende y dan soluciones a los reclamos de los clientes, aunque la mayoría no conocen la interpretación de dicho término de manera formal, sino que por el contrario, las conocen a un modo más práctico, dado a sus experiencias empíricas obtenidas a lo largo de los años; por ende es común que para estos emprendedores el término atención al cliente se les haga familiar, porque constantemente a ello se dedican y conocen lo esencial que es un cliente para cualquier negocio, por lo tanto se esfuerzan siempre en brindar una correcta atención, de la manera más eficiente y eficaz, aplica la Gestión de Calidad en el servicio que brindan, es más afirman que la atención que brindan es buena, consideran que si brindan una buena atención al cliente y conocen el termino Benchmarking.

Chero (2015) en su tesis de investigación *Influencia del financiamiento en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta mayorista de alimentos del Distrito de nuevo Chimbote, año 2014*. Se obtuvo como objetivo general: determinar la influencia del financiamiento en la gestión de calidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta mayorista de alimentos del Distrito de Nuevo Chimbote, año 2014. Se plantaron los siguientes objetivos específicos: Identificar las características del perfil del propietario de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro venta mayorista de alimentos, del Distrito de Nuevo Chimbote Año 2014. Identificar las características de las Micro y Pequeñas



Empresas del sector comercio del rubro venta mayorista de alimentos del Distrito de Nuevo Chimbote Año 2014. Identificar las características del financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio del rubro venta mayorista de alimentos del Distrito de Nuevo Chimbote Año 2014. Identificar las características de la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio del rubro venta mayorista de alimentos del Distrito de Nuevo Chimbote Año 2014. Medir la correlación del financiamiento y la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas. del sector comercio del rubro venta mayorista de alimentos del Distrito de Nuevo Chimbote Año 2014. La investigación fue tipo descriptivo y de diseño no experimental/ transversal, La población de la investigación estuvo conformada por 100 MYPES, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 43,7 de los representantes tiene una edad entre 38 a 48 años, el 50,7% de los encuestados son de género masculino, el 39,4% tiene estudios secundarios, el 46,5% de los representantes instalan negocios por falta de empleo, el 39.4% tiene buen tiempo que se dedican a esta actividad comercial es más de 3 años, el 70,4% trabajan con 1 a 2 empleado, 78,9% el régimen tributario que tienen es el RUS, el 80,3% si tienen financiamiento de las mypes en el año 2013, el 45,1% las instituciones que brinda son los bancos, el 85,9% de mypes cumple con los requisitos establecidos por las entidades financieras para otorgar financiamiento, el 61% del financiamiento orientado a capital de trabajo, el 93% de empresarios no tiene dificultades en cumplir las obligaciones de deuda por realizar gestión de calidad, El 67% tiene dificultades de cumplir con obligaciones de deuda debido a altos intereses impuestas por entidades financieras, lo que indica un aprovechamiento de la demanda de financiamiento, el 55% de empresarios mejoraron sus ventas con el financiamiento, el 65% de reinversión de las utilidades es un

claro indicador de la gestión de calidad, el 25,4% mejoran su imagen en el mercado, el 73,2% algunas veces aceptan la devolución por el producto, el 52,1% algunas veces realizan capacitaciones a sus trabajadores, el 98 % de empresarios reconoce la importancia de la capacitación del personal para generar gestión de calidad, el 58% empresas financiadas normalmente, 4 empresas con financiamiento alto y 9 empresas con bajo financiamiento, el 66% empresas con gestión estable, el 83,3% tienen financiamiento con gestión de calidad. Conclusión elevar el financiamiento no garantiza un a gestión de calidad de las Mypes más alentar un financiamiento normal si se alcanza gestión de calidad estable, el financiamiento si influyo en la gestión de la calidad de las mypes del sector comercio del distrito de nuevo Chimbote en el año 2014.

Gutiérrez (2016) en su tesis de investigación *Caracterización de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del Centro Comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del Centro Comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013 Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes legales en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio - Rubro venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013, asimismo. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio- rubro venta minorista de ropa para damas del Centro Comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas Sector Comercio - rubro venta minorista de ropas para damas del Centro

Comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013. La investigación fue de diseño no experimental-transversal, descriptiva, utilizó una población maestra de 16 micro y pequeñas empresas a las cuales se les aplicó una encuesta de 17 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: El 35.7% de los representantes en las micro y pequeñas tienen una edad promedio de 40 a 50 años, el 64,3% son sexo femenino, 64,3% tienen un grado de instrucción de secundaria, el 50% tiene estudiosos conocimientos de administración, asimismo, el 100% de las micros y pequeñas empresas si están formalizadas, el 57,1% tiene una antigüedad de 8 a más años, el 78,6 no cuenta con equipos de alta tecnología, el 85.7% consideran que las instalaciones físicas son visualmente atractivas, el 71,4% si realiza publicidad, el 75% consideran que los elementos de la publicidad son visualmente atractivos (solo si usa publicidad), el 85,7% no tienen conocimiento de la nueva ley, y finalmente el 57,1% tienen conocimiento sobre gestión de calidad, el 78,6% cuando hay problemas muestra interés para solucionarlo, el 100% tienen un trato amable con los clientes, el 57.1% no existe algún manual de calidad, el 64.3% resuelven las necesidades de los clientes y el 71% Identifica los procesos para dar un buen servicio. Llegando a las siguientes conclusiones: En el presente estudio se concluye que el 35.7% de las micro y pequeñas empresas están representadas por personas adultas entre 40 a 50 años, son mujeres, han culminado sus estudios secundarios y la mitad tienen conocimiento de administración de empresas, asimismo. conclusión : La totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas el total de las micros y pequeñas empresas son formales, la mayoría tienen 8 años a más de antigüedad en el mercado, no cuentan con equipos de alta tecnología, sus instalaciones son visualmente atractivas, la mayoría no realizan publicidad pero de los que realizan si son visualmente atractivas y desconocen de la nueva ley y finalmente En el presente estudio se concluye que de la totalidad de las micro y pequeñas

empresas encuestadas, la mayoría no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa, la totalidad de la micro y pequeña empresa si brinda un buen trato al cliente, de las mismas la gran mayoría no cuenta con un manual de calidad, así como también prioriza en resolver las necesidades del cliente e identificar procesos para dar un buen servicio.

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

### **Micro y pequeñas empresas**

#### **Según la ley 28015 del artículo 1.- objetivó de la ley**

La ley tiene como objetivó establecer el marco legal para la producción de la competitividad, formalización y el crecimiento de la micro, pequeñas y medianas empresas, decretando políticas de alcance general y la creación de instrumentos de ayuda y promoción, animando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos y otras política que aumenten el emprendimiento y favorezcan la mejora de la organización empresarial, en igualdad con el crecimiento sostenido de esas unidades económicas (ley 28015, 2003).

Existen infinidad de definiciones cerca de lo que son las micro y pequeñas empresas; según el artículo 2 del Decreto Legislativo 1086 la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación producción, comercializaciones: bienes o presentaciones de servicios (Morillo, 2015 p.15).

#### **Característica de las micro y pequeñas empresas**

Las micro y pequeñas empresas se caracterizan por categoría empresarial de acuerdo a sus niveles de ventas en función a sus operaciones de ventas anuales, según (la ley 30056, 2013), afirma:

Microempresas: ventas anuales hasta un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias. Pequeñas empresas: ventas anuales superiores a 150 unidades impositivas tributarias, hasta un monto no mayor a 1700 UIT. Mediana empresa: ventas anuales

superiores a 1700 unidades tributarias hasta un monto máximo de 2300 Unidades Impositivas Tributarias UIT (p.9).

### **Importancia de las micro y pequeñas empresas**

Las micro y pequeñas empresas son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno(PBI), de acuerdo con Vásquez (2017), su importancia se debe a las siguientes razones: Reducen la pobreza por medios de actividades de regeneración de ingreso, incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población, son la principal fuente de desarrollo del sector privado, mejoran la distribución del ingreso, contribuye al ingreso nacional y al crecimiento económico y proporcionan abundantes puestos de trabajo. (parr.6)

Las Micro y Pequeñas Empresas hoy en día son importantes para el País debido a que contribuyen favorablemente con el Producto Bruto Interno teniendo como efecto para nuestro País una economía activa, también contribuye generando empleo a la población lo cual es un aporte muy significativo, en el Perú casi la mayoría de las empresas están constituidas por Micro y Pequeñas Empresas por lo que esto ha generado que la población tienda a desarrollar la capacidad de emprendimiento empresarial ayudando así a que nos desarrollemos casi en plenitud (Reyes, 2017).

## **Gestión**

Luego de haber analizado cuales son las bases de la gestión de calidad pasaremos a tocar temas importantes que todo gerente, administrador o dueño de un negocio debe saber. Los contenidos que se tocarán son piezas claves de la teoría de la administración y por ello necesarios para lograr que una empresa crezca y sea exitosa con el pasar de los años. Una empresa es una entidad creada con la finalidad de obtener bienes o prestar servicios a partir de la utilización de distintos factores de producción (como materias primas, maquinaria, mano de obra, capital). Constituye la base de la generación de la riqueza de un país. Sin empresas no habría producción ni puestos de trabajo (Chero, 2015).

## **Gestión de calidad**

Gestión de calidad al aspecto de la función general de la empresa que determina y aplica la política de calidad, para la obtención de la calidad deseada requiere compromiso y participación de los integrantes de la organización o empresa. Recae toda la responsabilidad de la gestión en la alta dirección o nivel jerárquico de la empresa, la gestión incluye procesos que se debe llevar paso a paso empezando con la planificación, dirección y control del desarrollo del sistema contantemente y otras actividades relacionadas con la calidad, la implementación de la política de calidad de una organización requiere sistemas de calidad (Valderrama, 2015).

## **Sistema de gestión**

Un Sistema de Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios. El establecimiento

de sistemas de gestión de calidad en las pymes se ha ido introduciendo como consecuencia de la globalización de la economía y la necesidad de trabajar, en muchos casos, con clientes que exigen este tipo de sistemas. Sin embargo, las ventajas que aportan, cuando se trabaja en entornos muy competitivos, ha llevado a que se multiplican las certificaciones en este tipo de empresas (Naranjo, 2015).

En los últimos 30 años, este paradigma ha ido evolucionando hasta convertirse en algo completamente nuevo. Hoy en día, todas las empresas se van dando cuenta de que es necesario crear un sistema de gestión que garantice la satisfacción total de los requerimientos de los clientes en toda parte del mundo. Este nuevo enfoque les permitirá ganar posiciones en el mercado, tanto nacional como internacional, ajustando sus procesos productivos administrativos a las exigencias que cada región o países en partículas presentan como requisito para acertar y consumir un bien o servicio que cubra sus expectativas (Guallar y Vaiget, 2014).

En términos generales las organizaciones eficientes utilizan los sistemas de gestión de calidad para satisfacer de una manera óptima las necesidades, requerimientos y expectativas del cliente con el producto o servicio que el cliente espera en un momento adecuado y en las condiciones que lo requiera. Y es que en la actualidad las empresas están en un entorno de competitividad bastante fuerte que de cierta forma limitan su crecimiento ya que son muy pocas las que llegan a ser sostenibles en el mercado; las organizaciones que establezcan sistemas de calidad en su administración deben estar siempre en constante actualización de información que minimice el riesgo de fracasar. Según Cortes (2015) menciona que: “la organización debe establecer las cuestiones tanto externas como internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que puedan lograr los



resultados previstos de su sistema de gestión de calidad” (p.71). Esto indica que para adaptar este proceso en una organización se debe dinamizar los sistemas que permitan una adaptación al cambio, y asimismo estructurar un esquema ilustrativo que identifique entre los colaboradores de una organización, y la orientación hacia los clientes, las organizaciones eficientes actuales emplean distintas normas de calidad.

Por tanto, un sistema de gestión de una determinada empresa, según la Norma ISO 9000:2000, se define como un “Conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan para establecer la política y los objetivos y para lograr dichos objetivos”, y mediante un sistema de gestión se puede controlar y dirigir una empresa con respecto a la calidad. Así mismo se define las funciones y procesos que están entrelazados entre sí para cumplir con los objetivos de la calidad de la empresa, está integrado a los diferentes elementos requeridos para llegar a cumplir con los requerimientos y acuerdos estipulados en conjunto con los distintos clientes, incluyendo las leyes aplicables y los requerimientos, además prevenir los riesgos y fallas (López, 2015).

### **Elementos de un sistema de gestión de calidad**

Existen 5 elementos de gestión de calidad, uno de ellos es la estructura organizacional, aquí hace referencia a la jerarquía de funciones y responsabilidades que pauta una empresa para alcanzar sus objetivos, tomando en cuenta las funciones y tareas que se le delimita a cada empleado; otro de los elementos es la planificación, aquí es donde se constituye al conjunto de las actividades que hace posible dibujar un mapa para lograr los objetivos establecidos; asimismo; tenemos los recursos, que es todo aquello necesario para llegar a los objetivos de la compañía ( equipo, infraestructura, dinero para invertir, personas), también tenemos los procesos, que son el conjunto de actividades que transforman materias

en productos o servicios y el último componente es el procedimiento, que son las formas de llevar a cabo el proceso, el conjunto de pasos detallados a seguir para transformar el material en producto o servicio (Riquelme, 2017).

### **Principios de la gestión de calidad**

Existen siete principios importantes que debemos de tener en cuenta para que un Sistema de Gestión de calidad funcione de una mejor manera. Es necesariamente importante estar pendiente de los siete principios fundamentales de la Gestión de Calidad se cumplan para que de esta manera se encuentren sistemas y herramientas que nos ayuden a mejorar el funcionamiento de estos, para hacer más eficientes nuestros procesos; uno de ellos es el enfoque al cliente, el cual menciona que debemos siempre comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarnos para acceder sus expectativas, asimismo el liderazgo, el cual menciona que debemos de crear y mantener un ambiente laboral armónico para que de esta manera los empleadores se sientan cómodos y a gusto con ellos y de esta manera involucrarse en cumplir con los objetivos de la organización; a su vez el compromiso y competencia de las personas, el cual menciona que el total compromiso del personal permite que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización, el enfoque basado en procesos: el cual nos dice que un resultado deseado se alcanza eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se administran como un proceso, la mejora, la cual nos dice que la mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de esta, también la toma de decisiones informadas, menciona que las decisiones informadas se basan en hechos y datos para tomar la decisión de manera eficaz y finalmente la gestión de las relaciones la cual menciona que

una relación de beneficio mutuo aumenta la capacidad d ambos para crear valor ( Robles, 2014).

### **Historia del Benchmarking**

El benchmarking nace en estados unidos a finales de los años sesenta, convirtiéndose es una herramienta de gestión empresarial desde finales de los ochenta en estados unidos, se trata de una técnica de autoevaluación y evaluación comparativa del rendimiento de la empresa y por otra parte se puede realizar como proceso de aprendizaje organizacional, también mantiene a la empresa en un proceso de continua investigación y medición de procesos tanto interno como de otras instituciones, con el fin de buscar los más altos estándares con que comparar la gestión del propio grupo de trabajo ayudando a tener una buena administración (Rojas, 2014).

### **Benchmarking**

Benchmarking es una herramienta que permite a una compañía u organización elevar sus estándares de competitividad y liderazgo en el mercado frente a un producto, marca, servicio, proceso, metodología o estrategia; detectando así falencias y debilidades ante los competidores directos que hay en el mercado o área específica, siendo un tipo de investigación que fomenta la creación de nuevas ideas y estrategias de mercadeo que impulsan al crecimiento de una compañía y sus empleados, basándose así en el aprendizaje que han logrado obtener de la competencia mediante un proceso de investigación sistemático y constante ya que este tipo de estudio debe presentarse de manera continua, teniendo en cuenta que la copia no es el foco en este punto ya que el objetivo de una compañía es excelencia y calidad ( Pérez , 2016).

El benchmarking se basa en la idea de que hoy en día es difícil crear algo nuevo pues casi ya todo está creado, y no hay razón para gastar tiempo y dinero en ello cuando lo más sensato es tomar como referencia y adaptar lo que ya existe y mejores resultados está dando. Por lo tanto, es el proceso mediante el cual se recopila información y se obtienen nuevas ideas, mediante la comparación de aspectos de tu empresa con los líderes o los competidores más fuertes del mercado (Kearns, 2018).

El benchmarking también llamado comparación referencial, es una de las prácticas de negocios más populares y efectivos y no se limita a ningún área en especial ni a un cierto tamaño de empresas. Esta herramienta consiste en hacer una comparación entre negocios y la competencia (tanto como directa como indirecta), así como comercios líderes en otras industrias u otros mercados con la intención de descubrir y analizar cuáles son sus estrategias ganadoras, de ser posibles y aplicarlas en tu propia empresa, así mismo esta técnica empresarial en la que se hace un estudio comparativo de las normas, metodologías, tecnologías, prácticas, procesos y otros agentes importantes en sectores de empresas competidoras con la finalidad de lograr objetivos específicos en pro del mejoramiento de la organización propia (Espinosa, 2017).

### **La importancia del benchmarking**

Actualmente las empresas se enfrentan a mercados globales que les presenta retos cada vez más grandes, uno de los retos principales es de la competitividad, ya que no solo se enfrentan a empresas locales, sino que la competencia se da entre empresas de todo el mundo. Para ser cada vez más competitivos las empresas recurren a diversas herramientas que les permitan bajar sus costos, aumentar la calidad de sus productos, etc. Entre estas herramientas o fórmulas de encuentra el benchmarking, es una estrategia que nos permite identificar las

mejores prácticas de negocios entre todas las industrias reconocidas como líderes, que al adaptarlas e implementálas en nuestra empresa, nos permite no solo alcanzar a la competencia directa, sino que nos dan ventaja competitiva mayor a la de estas (Hernández & Cano, 2017).

### **Tipos de benchmarking**

El objetivo común de los tres tipos es ayudar a los gerentes a que miren hacia fuera de sus departamentos, de sus organizaciones, hacia su competencia u otros sectores en que hay compañías que son las mejores en su clase. Según Rosales (2018) menciona los siguientes tipos: interno se suele dar en grandes empresas formadas por numerosos departamentos, las que es muy común comparar los niveles alcanzados dentro de la misma organización, competitivo se utiliza cuando hay una competencia agresiva, comparando algunos aspectos con los competidores más directos o con los líderes del mercado sobre un cierto producto y funcional consiste en compararse con empresas que no pertenecen a tu mismo industria, con este consigues la ventaja de obtener información necesaria al no ser competidor de la empresa.

### **Recomendaciones para el éxito del benchmarking**

Cuando se inicia en el proceso del benchmarking, general ente se presentan algunos asuntos éticos o legales que deberán ser tratados por el equipo participante, para atender estas situaciones, algunas organizaciones con experiencia en el benchmarking han desarrollado su propio código ético que norma y guía el comportamiento de sus equipos de benchmarking. Estas declaraciones de ética normalmente representan un mensaje eficaz hacia los socios, sobre todo durante las cesaciones de conocimiento inicial, una vez forma esta red personal aumenta las oportunidades para el benchmarking informal del personal y la información se

pueda solicitar, acumular y resumir en corto tiempo. (Trejo, 2017) nos menciona las siguientes recomendaciones: solicitud de información: nunca solicite información que usted no esté dispuesto a proporcionar, relevación de identidad: establezca claramente su propósito, su identidad y la de la organización, nunca falsee su identidad ni de información engañosa de sus intenciones, organizaciones y directorios telefónicos de competidores: es inaceptable obtener estos documentos a través de engaños.

### **Fases del benchmarking**

Por consiguiente, en Benchmarking, cuenta con distintas fases, en este caso el que aplicara esta herramienta, debe ser un experto en el tema, por lo cual Zambrano (2018) menciona las siguientes fases: Preparación y presentación. Se da para evitar todo tipo de procesos que ocasionan una pérdida de tiempo y recursos humanos, físicos, tecnológicos y financieros, recolección de datos. Es donde se debe llevar a cabo la mayor recopilación de datos como: visitas entrevistas, encuestas, análisis estratégicos y estudios de diferencias. Esta es la fase donde se debe esmerar todo el equipo interno de benchmarking, liderados por su coordinador, para realizar todo proceso de revisión de datos y análisis de tallados para la toma de decisiones, motivación y adaptación. Debe presentar un informe y defender sus propuestas de cambio, implantación de las acciones de mejora. Implementar el plan de mejora, utilizando los instrumentos y herramientas, seguimiento y control de resultados. Verificar que los recursos se estén utilizando adecuadamente y que el plan se desarrolla de acuerdo con los tiempos estimados.

## **2.3 Marco conceptual**

### **Micro y pequeñas empresas**

Las micro y pequeñas empresas es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, existen casi 6 millones a nivel nacional, 93.3% microempresas (1 a 10 trabajadores) y solo 0.2% pequeñas (de 1 a 100 trabajadores), el resto, 5.9% son mediana y grandes empresas. Las Mypes mayormente surgen por necesidades insatisfechas de sectores pobres, por desempleo, bajos recursos económicos, trabas burocráticas, dificultades para obtener créditos, entre otros.

**Gestión:** Es el proceso que se encarga de desarrollar todas aquellas actividades productivas en una empresa, con el objetivo de generar rendimiento de los factores que suelen intervenir en el desarrollo de la misma, hace referencia a la acción y al efecto de gestionar y administrar.

**Calidad:** Es la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se sustenta en su habilidad para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente, o cumplir con las especificaciones con la que fue diseñado, está relacionado con las percepciones de cada individuo para comprar una cosa con cualquier otra de su misma especie y un cumplimiento de requisitos de cualidades.

## **Gestión de calidad**

Es un conjunto de acciones y herramientas que tiene como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos. Así que, antes que nada, tenemos que hacer hincapié en que no se quiere identificar los errores cuando ya se han producido, sino que se deben evitar antes de que ocurran.

Gestión de calidad nos ayuda a reducir la improvisación, ya que esta herramienta permite llevar una trazabilidad de todos los procesos de la empresa, de tal manera que podemos saber en todo momento como actuar en situaciones de funcionamientos normales, óptimas o adversas. Esta variable nos brinda una oportunidad clave, no solo para planificar, sino también para establecer los mecanismos para el seguimiento, control y la mejora continua de cada proceso.

## **Benchmarking**

En la actualidad las microempresas tienen que competir no solo con empresas del mismo régimen, sino que también se presentan otras competencias más emprendedoras que son astutas para poder salir ante rivalidad y con diferentes sociedades. Es un procedimiento sistemático y continuó para comprar nuestra propia eficiencia en términos de productividad, calidad y prácticas con las compañías que representan la excelencia.

El benchmarking es muy importante porque nos ofrece una relación inmediata y más efectiva de conocer y conseguir la razón por la cual la organización va por un buen o mal camino. Por eso que en la actualidad es necesario que se utilicé el benchmarking ya que proporciona estrategias que permite identificar las mejores claves de éxito de la empresa, de manera que al implementarse a la organización consiga se un empresa líder y competitiva dentro de un



mercado globalizado en que organizaciones empresariales tienen que siempre estar en una mejora continua.

### **III. HIPÓTESIS**

En el presente trabajo de investigación gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas en el mercado modelo del distrito de Chimbote, 2018 no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño de la investigación**

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

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente a la variable Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking solo se observó tal y como se presentó en la realidad, sin sufrir ningún tipo de modificación.

Fue transversal porque el estudio de investigación titulado: Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, distrito de Chimbote, 2018. Se desarrolló en un espacio determinado teniendo un inicio y un final específicamente 2018.

Fue Descriptivo porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, distrito de Chimbote, 2018.

## **4.2 Población y muestra.**

### **Población**

Se utilizó una población de 12 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, distrito de Chimbote, 2018. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo (ver anexo 3).

### **Muestra**

Se utilizó una muestra 10 micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, distrito de Chimbote, 2018. Porque solo participaron las micro y pequeñas empresas que brindaron información para el desarrollo del trabajo de investigación (ver el anexo 3).

### 4.3 Definición y operacionalización de variable e indicadores.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector comercio, rubro venta de ropa para damas	Son personas emprendedoras de diversas edades de ambos géneros que tienen una idea de negocio y busca la oportunidad de ponerlos en marcha con la finalidad de generar rentabilidad.	Los representantes están dirigidos por preguntas acerca de la edad, género, grado de instrucción, cargo de desempeño y tiempo que desempeña en el cargo	Edad	-18 a 30 años. -31 a 50 años -51 años a más.	Cuantitativo
			Género	- Masculino - Femenino	Nominal
			Grado de instrucción académica	Sin instrucción Primaria. Secundaria. Superior no universitaria. Superior universitaria.	Nominal
			Cargo que desempeña en la empresa	Dueño Administrador	Nominal
			Tiempo que desempeña en la empresa	- De 0 a 3 años. - De 4 a 6 años. - De 7 a más años.	Ordinal Numérica

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Características de las micro y pequeñas empresas	MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Las micro y pequeñas empresas se les dirigió Por preguntas básicas sobre el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro, el número de trabajadores, personas que trabajan en la empresa y objetivo de la creación de la empresa	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	- De 0 a 3 años. - De 4 a 6 años. - De 7 a más años.	Cuantitativa
			Número de trabajadores	- De 1 a 5 trabajadores - De 6 a 10 trabajadores. - De 11 a más trabajadores	Cuantitativa
			Vínculo familiar	- Familiares. - Personas no familiares	Nominal
			Objetivo de la creación	- Generar ganancia. - Subsistencia.	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Gestión de calidad bajo el enfoque Benchmarking.	Aplicar herramientas de gestión de calidad, en este caso utilizando en Benchmarking, que se refiere a la comparación, análisis, y evaluación de las mejores prácticas de mercadeo de otras empresas que estas Mejora posicionadas, para luego buscar estrategias para poder superarlas	La gestión de calidad se les pregunta acerca del conocimiento de gestión de calidad, dificultades que tiene el personal para la implementación, Técnicas para medir el rendimiento del personal, la gestión de calidad mejora el rendimiento de las empresas	Conocimiento del término gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sí.</li> <li>- No.</li> <li>- Tiene poco conocimiento</li> </ul>	Nominal
			Técnicas modernas de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Benchmarking</li> <li>- Marketing.</li> <li>- Empowerment</li> <li>- Las 5 c</li> <li>- Outsourcing</li> <li>- Otros.</li> </ul>	Nominal
			Dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca iniciativa.</li> <li>- Aprendizaje lento.</li> <li>- No se adaptan los cambios</li> <li>- Desconocimiento del puesto</li> </ul>	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La observación</li> <li>- La evaluación</li> <li>- Escala de puntuaciones</li> <li>- Evaluación de 360°</li> <li>- Otros.</li> </ul>	Nominal
			La gestión de calidad mejora el rendimiento de las empresas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal

			Conocimiento del término de benchmarking	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- Tengo cierto conocimiento</li> </ul>	Nominal
			Mejoramiento con estrategias de otras empresas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Productos</li> <li>- servicio</li> <li>- procesos de trabajo</li> <li>- todas</li> </ul>	Nominal
			Mejoramiento de la empresa con el Benchmarking	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal
			El personal muestra resistencia al cambio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal
			La resistencia del personal al cambio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Porque están acostumbrados a la rutina</li> <li>- Porque desean incentivos económicos</li> <li>- Porque desean incentivos simbólicos</li> <li>- no se resisten al cambio</li> </ul>	Nominal
			Primordialidad del Benchmarking en nuevos mercados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal



			Tipos de fortalezas del Benchmarking para una empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La cultura al cambio</li> <li>- Aprendizaje continuo</li> <li>- Competencia en el mercado</li> <li>- Todas</li> <li>- Ninguna</li> </ul>	Nominal
			Buen uso del Benchmarking que permite a la empresa ser eficiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal

#### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario está estructurado con 2 preguntas las cuales están distribuidas en tres partes: las 5 primeras preguntas están referidas a los datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, las 4 siguientes se refiere a las características de las micro y pequeñas empresas y las 13 preguntas están referidas a las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking (ver anexo 4).

#### **4.5 Plan de análisis.**

Después de que se aplicó el cuestionario a través de la técnica de encuestas se utilizó para el procedimiento y el análisis de bases de datos el programa Excel para el procesamiento de la información y elaboración de las tablas y figuras estadísticas así mismo se utilizó el programa Word para la redacción del trabajo de investigación, además se utilizó el programa PDF para la presentación final de la investigación y se utilizó el programa Power point para la elaboración de la ponencia de la investigación y se utilizó el programa antiplagio turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivo	Variable	Población y	Enunciado	Objetivo
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, Distrito de Chimbote, 2018?	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Definir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, Distrito de Chimbote, 2018.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p>	Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking	<p>Se utilizó una población de 12 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, distrito de Chimbote, 2018. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo.</p> <p>Se utilizó una muestra 10 micros y pequeñas empresas del</p>	<p>Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente a la variable Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking solo se observó tal y como se presentó en la realidad, sin sufrir ningún tipo de modificación.</p> <p>Fue transversal porque el estudio de investigación titulado: Gestión de calidad bajo el</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario estructurado</p>

	<p>Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, Distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo,</p>		<p>sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, distrito de Chimbote, 2018. Porque solo participaron las micro y pequeñas empresas que nos brindaron información para realizar el trabajo de investigación.</p>	<p>enfoque del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, distrito de Chimbote, 2018. Se desarrolló en un espacio determinado teniendo un inicio y un final específicamente 2018. Fue Descriptivo porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking de las micro y pequeñas empresas del</p>	
--	---	--	---	---	--

	<p>Distrito de Chimbote, 2018. Definir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, Distrito de Chimbote, 2018.</p>			<p>sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Mercado Modelo, distrito de Chimbote, 2018.</p>	
--	--	--	--	---	--

## **4.7 Principios Éticos**

Protección a las personas: se utilizó para el cuidado de su identidad y su privacidad por haber aportado sus fundamentos a mi investigación

Cuidado del medio ambiente y la Biodiversidad: Se utilizó mediante el reciclaje del papel utilizándolo por ambas caras sin desperdiciar, así mismo también el cuidado de la electricidad como es una laptop la cual utilice para desarrollar mi investigación.

Libre participación y derecho a estar informado: Se utilizó mediante el consentimiento informado la cual se le informo al participante acerca del trabajo de investigación que estuve realizando para fines específicos de mi informe sin antes indicarle que su aporte no le causaría ningún daño.

Beneficencia y no Maleficencia: Se respetó todas las opiniones del participante que brindaron su información para poder concluir con mi investigación sin causarle ningún daño.

Justicia: Se trató equitativamente a todas las personas que participaron y brindaron su información para el proceso de mi investigación.

Integridad científica: Se mantuvo los conflictos de intereses de la investigación, por lo cual menciono que la integridad de mis colaboradores está protegida y gracias a la información confidencial pude concluir con mi investigación.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1**

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado, modelo distrito de Chimbote, 2018*

Datos generales	n	%
<b>Edad</b>		
18 - 30 años	6	60.00
31 - 50 años	3	30.00
51 a más años	1	10.00
Total	10	100.00
<b>Género</b>		
Masculino	0	0.00
Femenino	10	100.00
Total	10	100.00
<b>Grado de Instrucción</b>		
Sin Instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	5	50.00
Superior no universitaria	3	30.00
Superior universitaria	2	20.00
Total	10	100.00
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	8	80.00
Administrador	2	20.00
Total	10	100.00
<b>Tiempo que desempeña en el cargo</b>		
0 a 3 años	2	20.00
4 a 6 años	3	30.00
7 a más años	5	50.00
Total	10	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, mercado modelo, distrito de Chimbote, 2018

**Tabla 2**

*Características de los micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018*

De las micro y pequeñas empresas	n	%
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</b>		
0 a 3 años	1	10.00
4 a 6 años	3	30.00
7 a más años	6	60.00
Total	10	100.00
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	10	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Vínculo familiar</b>		
Familiares	4	40.00
Personas no familiares	6	60.00
Total	10	100.00
<b>Objetivo de creación</b>		
Generar ganancia	7	70.00
Subsistencia	3	30.00
Total	10	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, mercado modelo, distrito de Chimbote, 2018

**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018*

Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking	n	%
<b>Conocimiento del termino gestión de calidad</b>		
Si	2	20.00
No	3	30.00
Tengo cierto conocimiento	5	50.00
Total	10	100.00
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>		
Benchmarking	1	10.00
Marketing	7	70.00
Empowerment	0	0.00
La 5 c	0	0.00
Outsourcing	2	20.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	2	20.00
Aprendizaje lento	3	30.00
No se adapta a los cambios	2	20.00
Desconocimiento del puesto	3	30.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>		
La observación	6	60.00
La evaluación	4	40.00
Escala de puntuación	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00
<b>La gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa.</b>		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa...



**Tabla 3**

*Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo, distrito de Chimbote, 2018*

Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking	n	%
<b>Conocimiento del término del benchmarking</b>		
Si	4	40.00
No	6	60.00
Tengo cierto conocimiento	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Mejoramiento con estrategias de otras empresas</b>		
Productos	3	30.00
Servicios	5	50.00
Procesos de trabajó	2	20.00
Todas	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Mejoramiento de la empresa con el Benchmarking</b>		
Si	6	60.00
No	3	30.00
A veces	1	10.00
Total	10	100.00
<b>El personal muestra resistencia al cambio</b>		
Si	3	30.00
No	5	50.00
A veces	2	20.00
Total	10	100.00
<b>La resistencia del personal al cambio</b>		
Porque están acostumbrados a la rutina	6	60.00
Porque desean incentivos económicos	2	20.00
Porque desean incentivos simbólicos	0	0.00
No se resisten al cambio	2	20.00
Total	10	100.00

Continúa...

### Tabla 3

*Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018*

Concluye

Primordialidad del Benchmarking en nuevos mercados		
Si	10	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	10	100.00
Tipos de fortalezas del Benchmarking para las empresas		
La cultura al cambio	2	20.00
A aprendizaje continuo	5	50.00
Competencia en el mercado	3	30.00
Todas	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	10	100.00
Buen uso del Benchmarking que permite a la empresa ser eficiente		
Si	6	60.00
No	2	20.00
A veces	2	20.00
Total	10	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018

## 5.2. Análisis de resultados

### **Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018**

Edad. El 60 % tiene una edad promedio entre los 18 a 30 años (tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados de Rosales (2018) el cual manifiesta que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una edad de 18 a 30 años, por otra parte, también contrasta con los resultados encontrados por Panduro (2017) el cual manifiesta que el 80% tienen una edad de 20 a 35 años, contrasta con Rodríguez (2017) que manifiesta que el 60% tiene una edad de 43 años, los resultados encontrados por Araujo (2016) manifiesta que el 50% de los representantes tiene una edad entre 40 a 50 años. Además, contrasta con lo encontrado por Chero (2015) manifestando que el 43.7% de los representantes tienen entre 38 a 48 años, también contrasta con lo encontrado por Gutiérrez (2016) quien manifiesta que el 35.7% de los representantes tienen una edad promedio de 40 a 50 años. Esto demuestra que hoy en día las micro y pequeñas empresas están formadas por personas jóvenes, donde tienen claro sus decisiones para la empresa, con una idea innovadora y con nuevos aportes para el mercado.

Género. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino (tabla 01). También estos resultados coinciden con Rosales (2018) quien manifiesta que el 80% son de sexo femenino. Este resultado coincide con los resultados encontrados de Panduro, (2017) el 70% que son del género femenino, además coincide con los resultados por Araujo (2016) el cual manifiesta que el 70% de los representantes son de género femenino y contrasta con los resultados de su investigación de Chero (2015) manifestando que el 50,7%

son de género masculino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes están dirigidas por personas de género femenino, en este estudio se observa un notorio cambio que ha dado los años, ya la mujer de hoy también puede ser cosas de hombres, donde podemos visualizar que ya no solo se dedican hacer amas de casas si no que puedes ser una persona suficientemente capaz de hacer actividades nuevas demostrando que tienen oportunidades y habilidades para emprender sus negocios.

Grado de instrucción. El 50% de los representantes de la micro y pequeñas empresas tienen estudios secundaria (Tabla 1). Asimismo, estos resultados coinciden con su investigación de Rodríguez (2017) manifestando que el 70% de empresarios tienen un grado de instrucción secundaria. Este resultado coincide con Gutiérrez (2016) manifestando que tiene el 64.3% que tienen estudios secundarios, Además coincide con lo encontrado por Araujo (2016) manifiesta que el 60% de los representantes tienen estudios secundarios, coincide con Panduro (2017) el 50% tienen el grado de instrucción secundaria, además coincide con Chero (2015) manifestando que el 39.4% tiene estudios secundarios. La cual contrasta con Rosales (2018) manifiesta que el 66,7% de los representantes tienen estudios superior universitaria. Esto evidencia que estas personas emprendedoras saben y hacen como manejar algunas técnicas administrativas para poder vender sus productos ya de esta manera tienen más conocimiento para poder administrar sus negocios.

Cargo que desempeña. El 80% de los representantes son dueños de sus negocios. Este resultado contrasta con sus resultados de su investigación de Rosales (2018) el cual manifiesta que el 66,7% tienen el cargo de administrador. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas se ocupan el cargo de dueños de su

propia empresa y están sujetos a más responsabilidad para emplear a nuevas estrategias para hacer crecer sus negocios.

Tiempo que desempeña en el cargo. El 50% de los representantes encuestados han estado en el cargo más de 7 años. Estos resultados contrastan con Rosales (2018) manifestado que el 73,3% de los representantes desempeñan de 0 a 3 años en el cargo. Esto demuestra que la gran mayoría de los empleados tienen un buen tiempo administrando las empresas esto quiere decir que estos trabajadores hacen bien su trabajo con mucha responsabilidad para poder acceder de puesto.

**Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018.**

Tiempo de permanencia en la empresa en el rubro. El 60% de las micro y pequeñas empresas están en el mercado de 7 a más años de antigüedad en este rubro (tabla 2). También este resultado contrasta con sus resultados por Rodríguez (2018) lo cual manifiesta que el 80% tiene una permanencia en el rubro de 0 a 3 años. Además, contrasta con Gutiérrez (2016) el cual manifiesta que el 57,1% tiene una antigüedad de 8 a más años. Estos resultados contrastan con Araujo (2016) lo cual manifiesta que el 40% tiene 5 a más años en el rubro y finalmente contrasta con los resultados de su investigación de Chero (2015) manifestando que el 39,4% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 3 años de permanencia en el rubro. Esto demuestra que la mayoría de las empresas tiene un alto grado de posicionamiento en estos rubros, poniéndose en un nivel de favoritos ante los nuevos mercados.

Números de trabajadores. El 100% de los que dirigen de las microempresas trabajan con un personal máximo de 1 a 5 obreros elaborando en su negocio, este resultado coincide con Rosales (2018) el 93.3% manifiestan que cuentan con más de 1 a 5 trabajadores en sus

empresas, además contrasta con Rodríguez que manifiesta que el 100% cuentan tener de 0 a 3 trabajadores en su empresa, estos resultados contrastan con Chero (2015) lo cual manifiesta que el 70,4% tienen de 1 a 2 empleados elaborando en su negocio. Demostrando que la totalidad de la micro y pequeñas empresas cuentan con un número de trabajadores promedio de 1 a 5 empleados y así poder llegar a sus objetivos y metas propuestas.

Vínculo familiar. El 60% de las personas encuestadas que elaboran en las empresas no son familiares (Tabla 2) coincide con Rosales (2018) que manifiesta que el 60% de los empleados no son familiares. En este estudio se puede analizar que la mayoría de los emprendedores se inclinan en seleccionar a personas no familiares para formar parte de sus negocios, así pueden sancionar si culpa o reproche, a diferencia de un familiar, porque el trato sería muy diferente y no se les exigiría tanto como los demás, esto puede originar múltiples problemas internos que impediría el desarrollo del negocio.

Objetivo de creación. El 70% de las microempresas fueron creadas con un objetivo de generar ganancias. También estos resultados coinciden con los resultados de su investigación de Rodríguez (2017) manifestando de que el 100% de las micro y pequeñas empresas son creadas para obtener ganancias. Estos resultados coinciden con su investigación de Rosales (2018) manifiesta que el 93.3% son creadas con un objetivo de generar ganancias. Esto manifiesta que actualmente la totalidad forman sus empresas para lograr desarrollarse económicamente y con esto dar más empleos a las personas que necesitan, aunque en una minoría son personas que quieren simplemente ser sus propios jefes o buscan hacer proyectos de realidad y pues lo ponen en práctica.

**Tabla 3: Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2018**

Conocimiento del termino gestión de calidad. El 50% de los encargados tienen cierto conocimiento acerca del término gestión de calidad (Tabla 3). Estos resultados contrastan con su investigación de Gutiérrez (2016) que manifiesta que el 57.7% de los encuestados tienen conocimiento sobre la gestión de calidad y finalmente contrasta con Rosales (2018) lo cual manifiesta que el 46,7% que los representantes tienen conocimiento de la gestión de calidad. Este estudio se visualiza que la gran mayoría de los emprendedores carecen de información acerca de las técnicas administrativas. Si fueran utilizadas cambiaría radicalmente la trayectoria de su empresas o negocio bebido que se posee herramientas administrativas que permiten a los emprendedores a estar averiguando frente a los cambios del mercado, asimismo les permite reducir los riesgos y problemas tanto interno como externo del negocio la ves permitiendo a su negocio sea más competitivo y poder lograr sus objetivos propuestos.

Técnicas modernas de la gestión de calidad. El 70% de los representantes de las micro pequeñas empresas aplican la técnica del Marketing. Estos resultados contrastan su investigación de Rosales (2018) manifestando de que el 66,7% conocen otras técnicas modernas de la gestión de calidad. Esto demuestra que la gran mayoría de los empresarios utiliza la herramienta del Marketing ya que les ayuda a mejorar la comercialización sus productos así de esa manera satisfacer sus necesidades de los consumidores en este estudio observamos que la técnica del benchmarking no lo utilizan mucho, pero sabemos si ellos implementaran están herramientas mejoraría su negocio.

Dificultades para la implementación de la gestión de calidad. El 30% de los representantes manifestaron que tienen un aprendizaje lento y desconocen del puesto. Estos resultados contrastan con su investigación de Rosales (2018) manifestando que el 26,7% tiene poca iniciativa. La gran parte de los representantes demuestra un aprendizaje lento para poder implementar la gestión de calidad ya que no dan mucha capacitación a sus empleados por eso que tienen una dificultad para aprender ya que todo el empresario debe estar en comunicación con sus trabajadores.

Técnicas para medir el rendimiento del personal. El 60% manifiestan que miden su rendimiento de su personal con la observación. Estos resultados coinciden con su investigación de Rosales (2018) el cual menciona que el 33,3% que utilizan la técnica de la observación para medir su rendimiento de sus empleados. Se puede analizar que, debido al desconocimiento del emprendedor por los únicos medio conocidos por ellos, es la observación y la evaluación, ya que por estos medios les evalúan sus empleados, donde ellos ponen como prueba a sus trabajadores, las ventas, metas que han realizado mensual, haciendo más competitivo, a veces ellos mismos son los que aplican sus propias autoevaluaciones para poder generar más ganancias en sus negocios.

La gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa. El 100% de los representantes que fueron encuestados de las micro pequeñas empresas aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento en sus negocios. Este resultado coincide con su investigación de Rosales (2018) el 93,3% manifiestan que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio. Hemos podido observar, que la mayoría de los emprendedores, tienen y comprenden que la gestión de calidad es vital importancia que se aplique,



especialmente si son tiendas de ropa, siempre teniendo en cuenta, que muchas decisiones, les ayudara a tener mejor resultados en el negocio.

Conocimiento del término del benchmarking. El 60% de los representantes no tienen conocimiento acerca del Benchmarking (Tabla 3) estos resultados coinciden con la investigación por Rosales (2018) el cual menciona que el 46,7% no conocen el término del benchmarking. En este estudio observamos que la mayoría no conocen acerca de benchmarking, pero si tienen cierto conocimiento y cual ellos hacen uso de esta herramienta, para identificar los puntos débiles de sus competidores y previamente desarrollar una estrategia y su negocio obtenga mejores resultados en sus ventas.

Mejoramiento con estrategias de otras empresas. El 50% de las personas que fueron encuestadas decidieron por el servicio ya que todas las empresas utilizan esas estrategias para mejorar su negocio. Estos resultados contrastan con la investigación de Rosales (2018) el cual menciona que el 60% de los empresarios toman como referencia de otras empresas son los productos. Esto demuestra que la mayoría de los representantes aplican la gestión de en el servicio que brindan, ya que algunos manifiestan toman como referencia a los productos y sean obligados estar actualizados con las nuevas prendas que lleguen de la competencia así ellos puedan mejorar sus prendas.

Mejoramiento de la empresa con el Benchmarking. El 60% de los dueños de las empresas dijeron que si mejora sus negocios utilizando la herramienta del Benchmarking. (Tabla 3) estos resultados coinciden con la investigación por Rosales (2018) el 66,6% opinan que el benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa. En estudio se observa que la gran mayoría los empresarios comprenden que esta herramienta es muy importante para su

negocia ya que les permite capitalizar el éxito de los competidores y así poder evitar fallos en la empresa.

El personal muestra resistencia al cambio. El 50% de los encuestados no tienen resistencia al cambio de cualquier implementación que agreguen en sus puestos. Estos resultados contrastan con sus resultados de su investigación de Rosales (2018) el cual menciona que el personal a veces tiene resistencia al cambio. Esto manifiesta que la mayoría de los representantes no tiene ninguna dificultad para un cambio que se da en la empresa, ya que ellos están capacitados e informados ya sea por su propia cuenta o algunas capacitaciones que les brinda las empresas ya que algunos si demuestran resistencia al cambio.

La resistencia del personal al cambio. El 60% de los dueños están acostumbrados a la rutina por eso que el personal se resiste al cambio cuando les implementa. Estos resultados contrastan con los resultados de su investigación con Rosales (2018) el cual manifiesta que el 40% de los representantes no se resiste al cambio. La mayoría de los empresarios están acostumbrados solo a su rutina, por eso que cuando dan un cambio en la empresa ellos se les hace difícil adaptarse a esa rutina, los dueños deben capacitarse e informarse de nuevas técnicas, estrategias para poder cumplir sus objetivos.

Primordialidad del Benchmarking en nuevos mercados. El 100% de los representantes de las micro pequeñas empresas manifestaron que si es muy importante el Benchmarking en sus empresas ya que les ayuda a elevar sus estándares de su competitividad y tener un liderazgo en el mercado con sus productos. Estos resultados coinciden con su investigación de Rosales (2018) el cual menciona que el 86,6% de los empresarios que fueron encuestados opinan que es primordial el benchmarking cuando las organizaciones desean incursionar en nuevo

mercado. El gran porcentaje de las sociedades saben que es importante esta herramienta en sus negocios ya que con esto van obtener ingresos y a la vez mejora sus productos ya que dará mejores cambios.

Tipos de fortalezas del Benchmarking para una empresa. El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un aprendizaje continuo para poder implementar el Benchmarking. Estos resultados contrastan con su investigación de Rosales (2018) el cual menciona que el 40% consideran que necesitan aplicar la cultura al cambio para poder implementar el benchmarking. La mayoría relativa de los emprendedores encuestados manifiestan que necesitan conocer más de estos términos para poder aplicarlos en su empresa ya que, haciendo uso de estas fortalezas, ellos podrán notar un camino notorio, de mejora entre sus competidores, sería bueno que se capaciten con referencia estos términos para que tengan conocimiento más completo así puedan poner en práctica y mejore sus negocios.

Buen uso del Benchmarking que permite a la empresa ser eficiente. El 60% de los representantes de las micro pequeñas empresas manifestaron que un buen uso del Benchmarking les ayuda a ser eficientes. (Tabla 3) este resultado coincide con sus resultados de investigación por Rosales (2018) manifiesta que el 66,7% opinan que es buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente. Una mayoría de los emprendedores encuestados manifiestan que una buena aplicación de esta herramienta va a permitir que las empresas sean eficientes, así va aumentar la probabilidad, que sus clientes tengan preferencia por el producto.

## VI. CONCLUSIONES

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, la mayoría de los encuestados tienen una edad entre 18 a 30 años, desempeñan el cargo de dueños y la minoría tienen estudios secundarios y tienen de 7 años a más en el cargo.

La totalidad de las microempresas cuentan con un número de trabajadores de 1 a 5 empleados que elaboran en su empresa. Así mismo la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el rubro más de 7 años, la cual los empresarios prefieren a personas que no sean familiares y se creó con la finalidad de generar ganancias.

La totalidad de los representantes manifiestan que la gestión de calidad si contribuye al rendimiento de su negocio y el benchmarking es muy importante por que ayudaran a las empresas tener ideas para su mejoramiento y así llegar a nuevos mercados. La mayoría de las micro y pequeñas empresas aplica la técnica de marketing y la manera de medir el rendimiento de sus trabajadores es la observación de esta manera podrán saber cómo se desenvuelven los trabajadores así los clientes pero los empresarios tienen poco conocimiento acerca del Benchmarking, pero creen conveniente que el Benchmarking ayuda a mejorar a la empresa ya que les ayuda a tener algunas ideas de cómo mejorar su negocio y también a sus trabajadores por lo que presentan dificultades cuando hay un cambio de por lo que están acostumbrados a tener una sola rutina continua.

La minoría de los representantes tienen poco conocimiento acerca de gestión de calidad así mismo los trabajadores que tienen problemas como el aprendizaje lento y el desconocimiento del puesto en la que están ubicados es por eso que se resisten al cambio que da la empresa, pero los empresarios toman referencias de otras empresas para su mejoramiento continuo.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Recomendar a los propietarios (gerentes) capacitarse en las nuevas técnicas de benchmarking para utilizar y mejorar su empresa. Que el benchmarking es parte de un proceso de desarrollo para la mejora de un producto, servicios y método con respecto al competidor más fuerte o aquellas instituciones consideradas como líderes.

Mejorar la atención al cliente dando soluciones rápidas a sus inquietudes y problemas, ofreciendo un mejor trato, más ofertas, precio justo y productos de calidad, esto repercutirá en atracción de clientes nuevos y un crecimiento financiero.

Aplicar las estrategias de benchmarking en las micro y pequeñas empresas, “venta de ropa para damas” para mejorar productos, servicios y procesos en base a la comparación directa con empresas del mismo rubro que sean consideradas como organizaciones con mejores prácticas en el mercado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araujo (2016) *Caracterización de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial Barranca, del distrito de Barranca, 2016.*
- Atao, E. (2015) *Gestión de calidad y competitividad de las pymes del sector comercio, rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014:* Recuperado de <http://www.mundomype.com/articulos/ImportanciadelasMypesenelMundo.pdf>
- Avilés, K. (2016) *Estudio de factibilidad para la creación de un taller destinado al diseño, confección y venta de ropa para dama en el cantón Daule a partir del año 2016.*
- Chero, A. (2015). *influencia del financiamiento en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta mayorista de alimentos del distrito de nuevo Chimbote, año 2014,* recuperado de [file:///C:/Users/User/Downloads/Uladech\\_Biblioteca\\_virtual%20-%202019-10-23T165538.617.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20-%202019-10-23T165538.617.pdf)
- Cortes, M. (2015). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015).* Editorial ICB. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5349794&ppg=78>
- El Seminario (2014). *Pymes en México, sólo la mitad sobrevive a los 18 meses.* Recuperado de: <https://elsemanario.com/negocios/25019/los-errores-y-los-problemas-de-las-pymes-en-mexico/>

- Espinosa, R. (2017). *Benchmarking: qué es, tipos, etapas y ejemplos*. Recuperado de:  
<http://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos/>
- Formanchuk, F. (2014). “*Grandes Pymes*”. Recuperado el 03 de Setiembre del 2016.  
Recuperado de:  
[http://www.grandespymes.com.ar/2014/05/13/problemas de comunicación - interna-en-la-empresa-latinoamericana/](http://www.grandespymes.com.ar/2014/05/13/problemas-de-comunicacion-interna-en-la-empresa-latinoamericana/)
- García (2017) en su tesis titulada *Plan estratégico del sistema de gestión de calidad de la empresa Confetex de Colombia S.A.S*. Recuperado de:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40239/1/Plan%20de%20negocios%20Aviles%20Mestanza%20Katherine%20%28Estudio%20de%20factibilidad%20para%20la>
- Gutiérrez (2016) en su tesis de investigación *Caracterización de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del Centro Comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013*.
- Guallar, J., & Vaiget, T. (2014). *Gestión de la calidad en la Biblioteca-Núrica Balangué Jarmo Saati. Barcelona: UOC*. Recuperado de:  
[https://books.google.com.pe/books?id=ybwLCAAQBAJ&pg=PT29&lpg=PT29&dLaadopcióndelanormalISO9001,contribuyeadotar de plena transparencia](https://books.google.com.pe/books?id=ybwLCAAQBAJ&pg=PT29&lpg=PT29&dLaadopcióndelanormalISO9001,contribuyeadotar+de+plena+transparencia)
- Hernández C., Cano M. (2017). *La importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad en el servicio en las organizaciones*. Recuperado de:  
[uv.mx/iiesca/files/2018/03/04CA201702.pdf](http://uv.mx/iiesca/files/2018/03/04CA201702.pdf)
- Kearns, D. (2018). *Definición de benchmarking*. *Revista Debitoor*. Recuperado de:  
<http://benchmarkingadministrativo.blogspot.com/2016/03/tipos-de-benchmarking.html>
- Llontop L., Rimarachín R. (2016). *Benchmarking y su relación con las ventas en la estación de servicios santa Ángela s.a.c José Leonardo Ortiz*. Recuperado de:  
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2287/Tesis%20de%20Llontop%20Salazar%20y%20Rimarach%20C3%ADn%20Rivera.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



López, P. (2015). *Cómo documentar un sistema de gestión de calidad según ISO*

*9001:2015. Editorial FC Editorial.*

Logroño, A. (2019) *en su tesis titulada Evaluación y propuesta estratégica de mejoramiento de los modelos administrativos en la gestión comercial de la empresa azzorti venta directa s.a, de la Ciudad Riobamba, Provincia de Chimborazo, año 2016.*

Recuperado de

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/10564/1/20T01186.pdf>

Ley 30056. (2013) *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, recuperado del sitio web:*

Recuperado de:

[http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02\\_30056\\_2966.pdf](http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02_30056_2966.pdf)

Ley N° 28015, (2003) *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, recuperado del sitio web:* Recuperado de

[http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY\\_28015.pdf](http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf)

Morillo, M. B. (2015). *Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de insumos agrícolas - casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013. Chimbote. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:*

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037102>

Naranjo, F. (2015). *Sistemas de Gestión: Valor Estratégico de las Organizaciones.*

Recuperado de:

<http://blog.seidor.com/infraestructura/sistemas-de-gestion-valor-estrategico-de-las-organizaciones/>

Ovalle, L. M. (2015) *Estudio para el establecimiento del impacto de un sistema de gestión para una mediana y pequeña empresa de alimentos en Guatemala. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala*. Recuperado de:

<https://biblioteca-farmacia.usac.edu.gt/Tesis/MAGEC119.pdf>

Obregón, T. (2015). *Las MYPES. Actualidad Empresarial N. ° 332 –Primera Quincena de agosto 2015 (pág. 02)*

Ortiz, H. (2018). *Sistemas de Gestión de la Calidad, Historia y Definición. Blog Sistema y Calidad Total.com*

Panduro, A. (2017). “*Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio - rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjui - 2017*”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Poma, N. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad y formalización de las mypes en el sector comercio rubro ferreterías en la provincia de leoncio prado tingo maría período 2015-2016*. Recuperado de:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1030/GESTION\\_DE\\_calidad\\_formalizacion\\_poma\\_sanchez\\_nels\\_david.pdf?sequence=4&isallowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1030/GESTION_DE_calidad_formalizacion_poma_sanchez_nels_david.pdf?sequence=4&isallowed=y)

Pérez J, (2016). *Definición de benchmarking*. Recuperado de:

<http://definicion.de/benchmarking/>

Paulise, L. (2015). *Dinero. 8 factores por los que fracasan el 90% de las Pyme*. Recuperado de:

<https://destinonegocio.com/cl/economia-cl/8-factores-fracasan-90-pyme/>

Rosales (2018). *Gestión de calidad con el uso de benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial chic galerías en el Distrito de Chimbote, 2016*.

Riquelme, M. (2017). *La Importancia De La Gestión De La Calidad*.

Rodríguez (2017) en su trabajo de investigación *Caracterización de la Gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas de la urbanización los granados del distrito de Trujillo, año 2016*.

Recuperado de:

<https://www.webyempresas.com/laimportancia-de-la-gestion-de-la-calidad>

Robles A. (2014). *Gestión de calidad sistemas 1*. Recuperado de:

<https://gestiondecalidadalan.wordpress.com/2014/10/09/gestion-de-calidad/>

Rojas, K. (2016). *Benchmarking como herramienta de desarrollo*

*empresarial*. Recuperado de:

<https://www.gestiopolis.com/benchmarkingherramienta-desarrollo-empresarial/>

Reyes L. (2017). *Importancia de las MYPES sostenibles y su Inserción en la Economía Peruana*. Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/JorgeReyes103/importancia-de-las-mypes-sostenibles-y-su-insercin-en-la-economia-peruana>

Sánchez, B. (2018). *Las pymes en Perú y su importancia y propuesta tributaria*

Recuperado de:

[file:///C:/Users/User/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316%20(4).pdf)

Silva, F. (2015). *Caracterización de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas del distrito de Chimbote, año 2014*. Recuperado de:

[file:///C:/Users/User/Downloads/Uldech\\_Biblioteca\\_virtual%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Uldech_Biblioteca_virtual%20(4).pdf)

Tello, S. (2014). *Importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*.

Valderrama, D. (2015). “*Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014*”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote, Perú estudio de la investigación o la comunicación de sus resultados.

Vivar (2016). *Las MYPES en Chimbote. ¿Cómo aceleramos el motor?* Periódico El Ferrol.

Recuperado de:

<http://www.elferrolchimbote.com/index.php/especiales/1414-lasmypes-enchimbote-como-aceleramos-el-motor>

Vásquez, J. (2017). *Importancia de las MYPEs en el Perú*. Recuperado de:

<http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-elperu.html>

Zambrano, L. (2018). *El benchmarking y sus fases*. Recuperado de:

<https://prezi.com/1wmolf4qsbxr/benchmarking/>

Trejo, R. (2017). *Estrategias de benchmarking para mejorar la fidelización de clientes de la empresa Premiere los Olivos, 2017*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de

<http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/560>

## ANEXOS

### Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	Año 2018								Año 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X													
4	Exposición del proyecto ante el jurado de investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodología					X	X	X	X								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos									X							
7	Elaboración del consentimiento informado									X							
8	Recolección de datos										X						
9	Presentación de resultados											X					
10	Análisis e interpretación de los resultados											X					
11	Redacción del informe preliminar												X				
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X				
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X	X		
14	Presentación de ponencias en jornadas de investigación															X	
15	Redacción de artículo científico																X

## Anexo 2. Presupuesto

<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
Impresiones	25	6	150.00
Fotocopias	6.20	2	12.40
Empastado	40	3	120.00
Papel bond A-4 (500 hojas	0.10	40	4.00
Lapicero	3	4	12.00
<b>Servicios</b>			
Uso de Turnitin	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			348.40
<b>Gastos de viaje</b>			
Pasaje de recolección de información	1.20	15	18.00
<b>Sub total</b>			18.00
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			<b>366.40</b>
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o numérico</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
Uso de Internet (laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	35	5	175.00
Búsqueda de información en base de datos	30	5	150.00
Soporte informático (Modulo de investigación del ERP University – MOIC)	40	1	40.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50.00
<b>Sub total</b>			415.00
<b>Recurso Humano</b>			
Asesoría personalizada ( 5 horas por semana )	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			<b>667.00</b>
<b>Total (S/.)</b>			<b>1033.40</b>

### Anexo 3. Cuadro de sondeo

#### Población

<b>Razón Social</b>	<b>Cargo del Representante</b>	<b>Dirección</b>
Puesto N° 76	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 125	Administrador	Av José Gálvez
Puesto N° 147	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 80	Administrador	Av José Gálvez
Puesto N° 90	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 438-440 Boutique Elite	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 66-69 Novedades Alex	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 46	Administrador	Av José Gálvez
Puesto N° 271	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 85	Administrador	Av José Gálvez
Puesto N° 200		Av José Gálvez
Puesto N° 2		Av José Gálvez

**Anexo 3.****Muestra**

<b>Razón Social</b>	<b>Cargo del Representante</b>	<b>Dirección</b>
Puesto N° 76	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 125	Administrador	Av José Gálvez
Puesto N° 147	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 80	Administrador	Av José Gálvez
Puesto N° 90	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 438-440 Boutique Elite	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 66-69 Novedades Alex	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 46	Administrador	Av José Gálvez
Puesto N° 271	Dueño	Av José Gálvez
Puesto N° 85	Administrador	Av José Gálvez



## **Anexo 4. Cuestionario**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

#### **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

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

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DEL BENCHMARKING EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE ROPA PARA DAMAS, MERCADO MODELO, DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018. Para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I. GENERALIDADES**

##### **I.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. Género**

- 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

## **I.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. vínculo familiar**

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

**II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

**II.1. GESTIÓN DE CALIDAD**

**10. Conocimiento del término gestión de calidad**

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

**11. Técnicas modernas de la gestión de calidad**

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

**12. Dificultades que 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. Técnicas para medir el rendimiento del personal**

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

**14. La gestión de calidad mejora el rendimiento de las empresas.**

- a) Si
- b) No

**II.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: BENCHMARKING**

**15. Conocimiento del término de benchmarking**

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

**16. Mejoramiento con estrategias de otras empresas**

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

**17. Mejoramiento de la empresa con el Benchmarking**

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

**18. El personal muestra resistencia al cambio**

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

**19. La resistencia del personal al cambio**

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

**20. Primordialidad del Benchmarking en nuevos mercados**

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

**21. Tipos de fortalezas del Benchmarking para una empresa**

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

**22. Buen uso del Benchmarking que permite a la empresa ser eficiente**

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

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 5. Hoja de tabulación

Características de los representantes de las micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo distrito de Chimbote 2018

Preguntas	Repuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Edad	18 - 30 años	IIIIII	6	60.00%
	31 - 50 años	III	3	30.00%
	51 a más años	I	1	10.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Género	Masculino		0	0.00%
	Femenino	IIIIIIIIII	10	100.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Grado de instrucción	Sin Instrucción		0	0.00%
	Primaria		0	0.00%
	Secundaria	IIII	5	50.00%
	Superior no universitaria	III	3	30.00%
	Superior universitaria	II	2	20.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Cargo que desempeña	Dueño	IIIIIIII	8	80.00%
	Administrador	II	2	20.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	II	2	20.00%
	4 a 6 años	III	3	30.00%
	7 a más años	IIII	5	50.00%
	<b>Total</b>			

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo distrito de Chimbote 2018.

<b>Preguntas</b>	<b>Repuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3 años	I	1	10.00%
	4 a 6 años	III	3	30.00%
	7 a más años	IIII	6	60.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIIIII	10	100.00%
	6 a 10 trabajadores		0	0.00%
	11 a más trabajadores		0	0.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Vínculo familiar	Familiares	III	4	40.00%
	Personal no familiares	IIII	6	60.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Objetivo de creación	Generar ganancia	IIIIII	7	70.00%
	Subsistencia	III	3	30.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%

Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo distrito de Chimbote 2018.

Preguntas	Repuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conocimiento del termino gestión de calidad	Si	II	2	20.00%
	No	III	3	30.00%
	Tengo cierto conocimiento	IIII	5	50.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking	I	1	10.00%
	Marketing	IIIIII	7	70.00%
	Empowerment		0	0.00%
	La 5 c		0	0.00%
	Outsourcing	II	2	20.00%
	Otros		0	0.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Dificultades del personal en la implementación de la gestión calidad	Poca iniciativa	II	2	20.00%
	Aprendizaje lento	III	3	30.00%
	No se adapta a los cambios	II	2	20.00%
	Desconocimiento del puesto	III	3	30.00%
	Otros		0	0.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	IIIIII	6	60.00%
	La evaluación	IIII	4	40.00%
	Escala de puntuación		0	0.00%
	Evaluación de 360		0	0.00%
	Otros		0	0.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
La gestión de calidad mejora el rendimiento de las empresas.	Si	IIIIIIIIII	10	100.00%
	No		0	0.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%



Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo distrito de Chimbote 2018

<b>Preguntas</b>	<b>Repuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Conocimiento del término de benchmarking	Si	III	4	40.00%
	No	IIII	6	60.00%
	Tengo cierto conocimiento		0	0.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Mejoramiento con estrategias de otras empresas	Productos	III	3	30.00%
	Servicios	IIII	5	50.00%
	Procesos de trabajo	II	2	20.00%
	Todas		10	100.00%
	<b>Total</b>			
Mejoramiento de la empresa con el Benchmarking	Si	IIII	6	60.00%
	No	III	3	30.00%
	A veces	I	1	10.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
El personal muestra resistencia al cambio	Si	III	3	30.00%
	No	IIII	5	50.00%
	A veces	II	2	20.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
La resistencia del personal al cambio	Están acostumbrados a la rutina	IIII	6	60.00%
	Desean incentivos económicos	II	2	20.00%
	Desean incentivos simbólicos		0	0.00%
	No se resisten al cambio	II	2	20.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Primordialidad del Benchmarking en nuevos mercados	Si	IIIIIIII	10	100.00%
	No		0	0.00%
	A veces		0	0.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Tipos de fortalezas del Benchmarking para una empresa	La cultura al cambio	II	2	20.00%
	A aprendizaje continuo	IIII	5	50.00%
	Competencia en el mercado	III	3	30.00%
	todas		0	0.00%
	Ninguna		0	0.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%
Buen uso del Benchmarking que permite a la empresa ser eficiente	Si	IIII	6	60.00%
	No	II	2	20.00%
	A veces	II	2	20.00%
	<b>Total</b>		10	100.00%

**Anexo 6.**

**FIGURAS**

Características de los representantes de las micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo distrito de Chimbote 2018

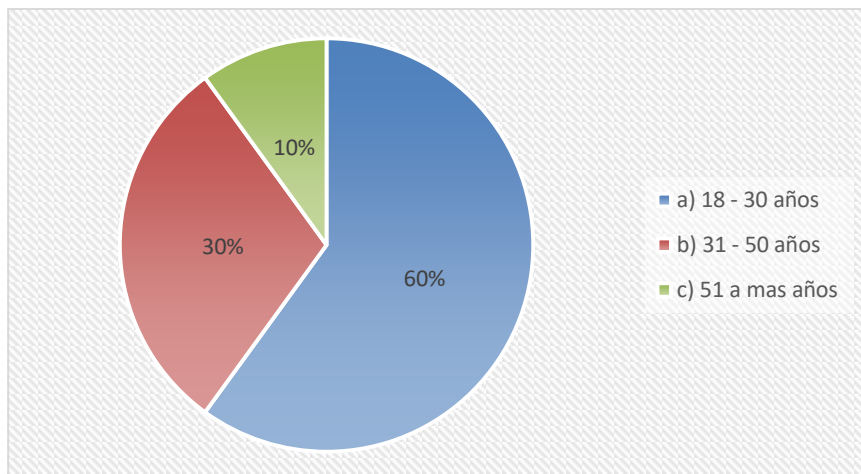


Figura 1. Edad  
Fuente. Tabla 1

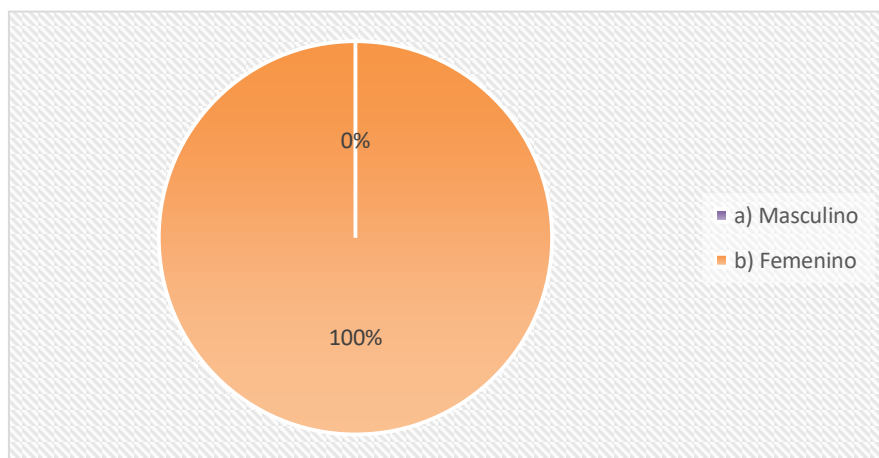


Figura 2. Género  
Fuente. Tabla 1

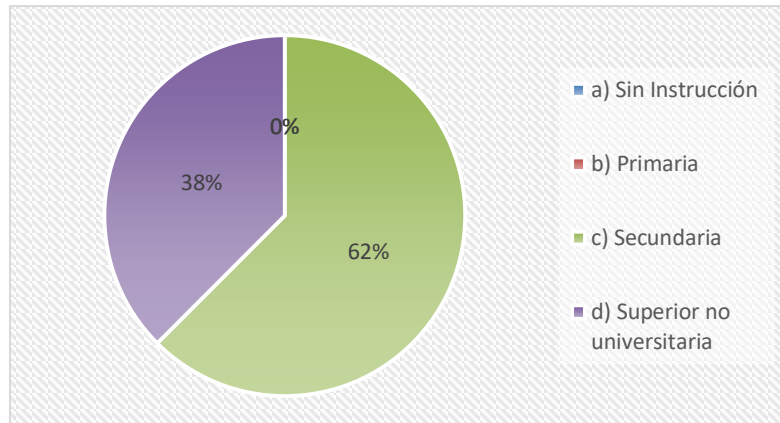


Figura 3. Grado de instrucción  
Fuente. Tabla 1

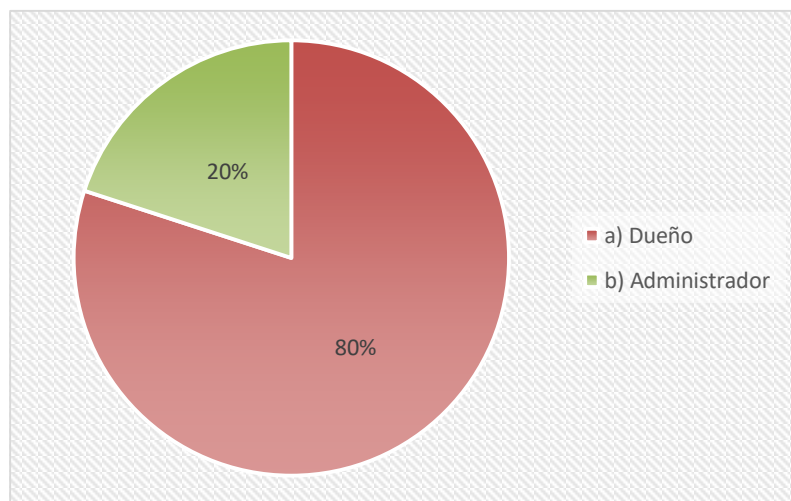


Figura 4. Cargo que desempeña  
Fuente. Tabla 1

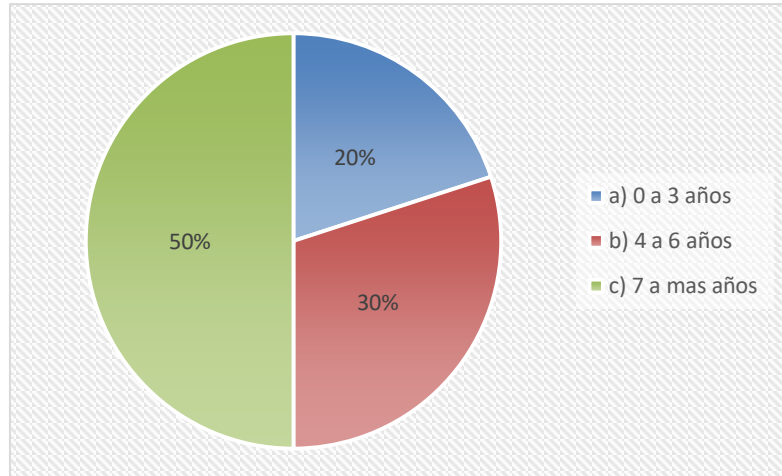


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo  
Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo distrito de Chimbote 2018.

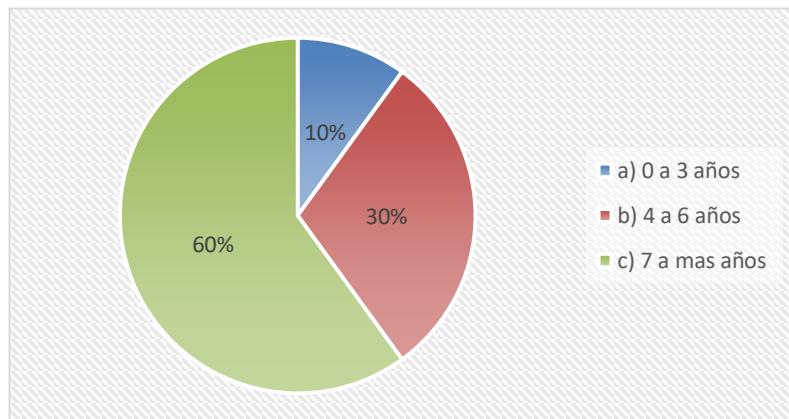


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro  
Fuente. Tabla 2

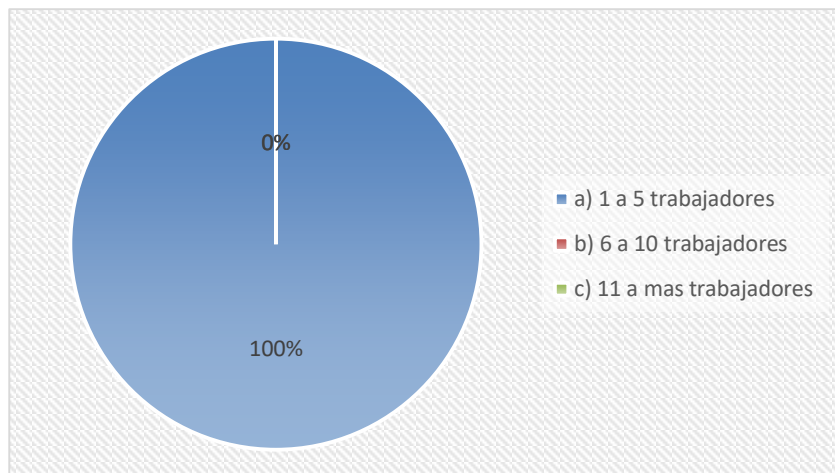


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

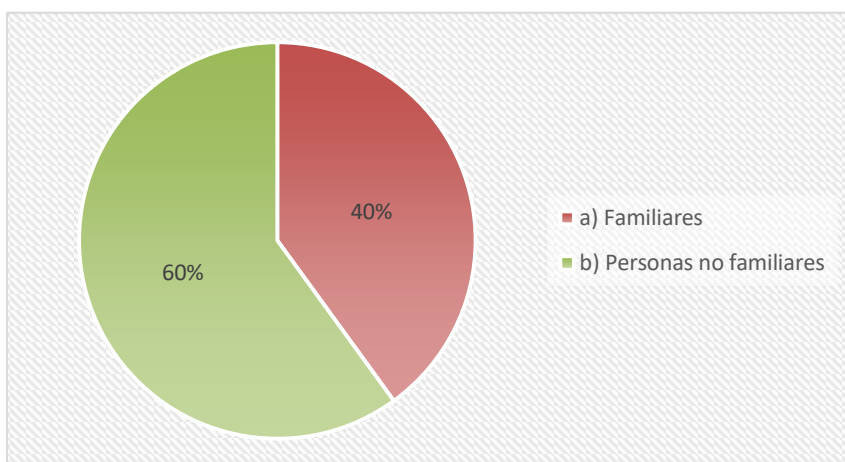


Figura 8. Vínculo familiar

Fuente. Tabla 2

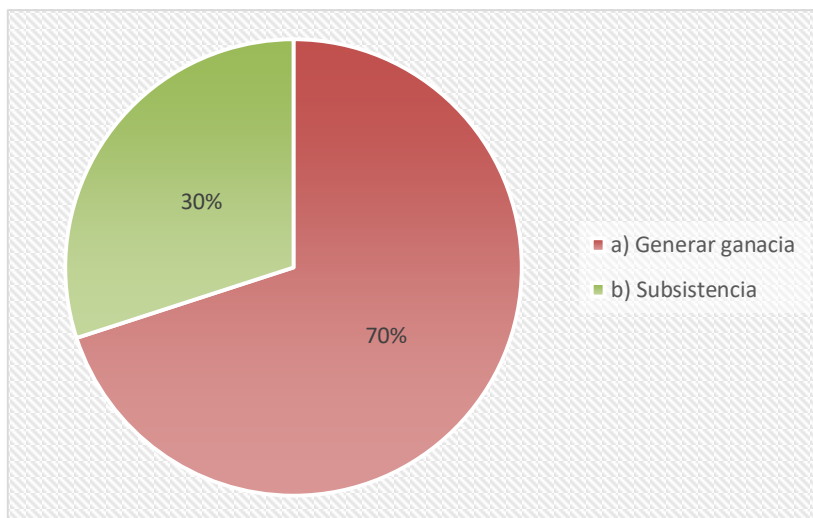


Figura 9. Objetivo de creación  
Fuente. Tabla 2

Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas mercado modelo distrito de Chimbote 2018

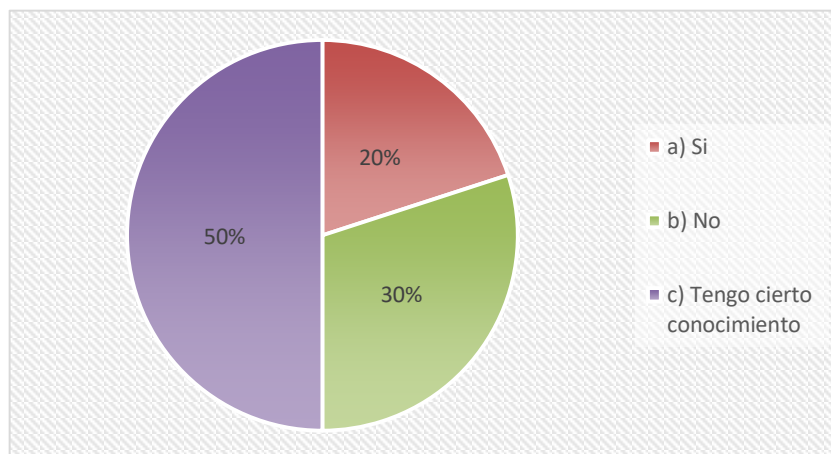


Figura 10. Conocimiento del termino gestión de calidad  
Fuente: Tabla 3

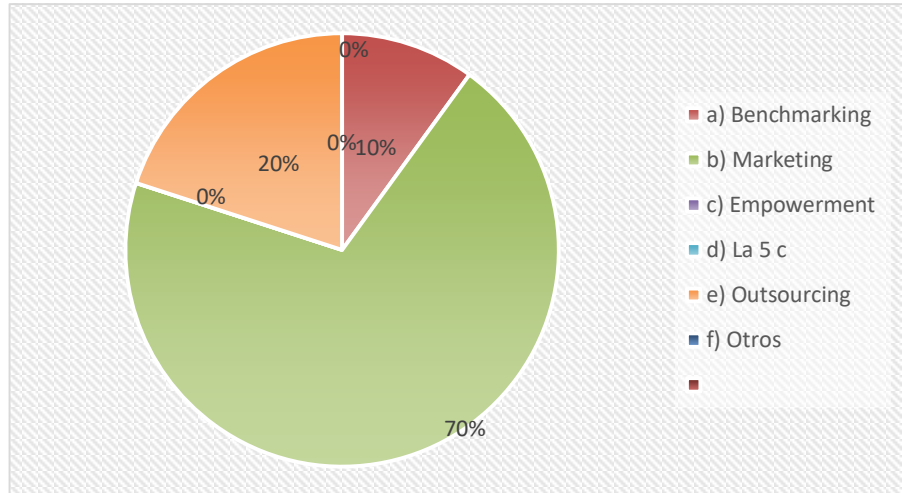


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad  
Fuente. Tabla 3

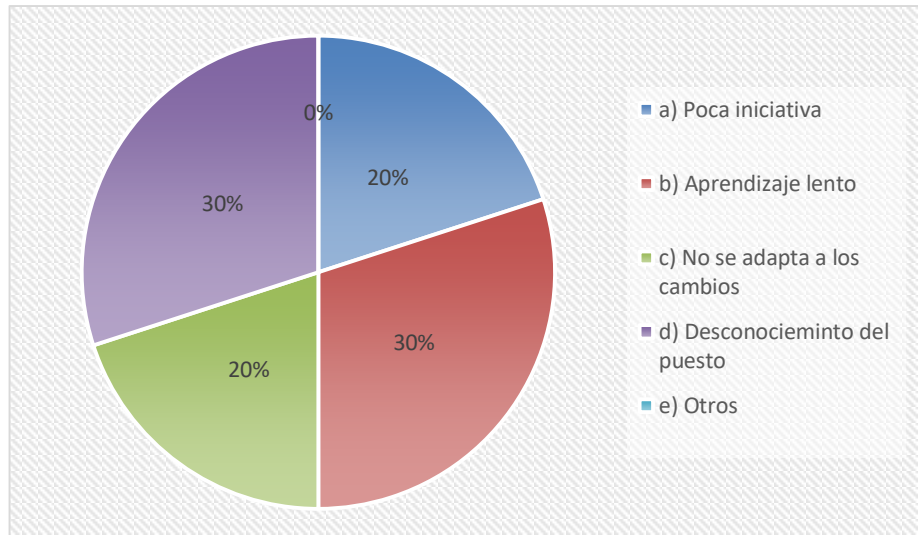


Figura 12. Dificultades para la implementación de la gestión de calidad  
Fuente. Tabla 3

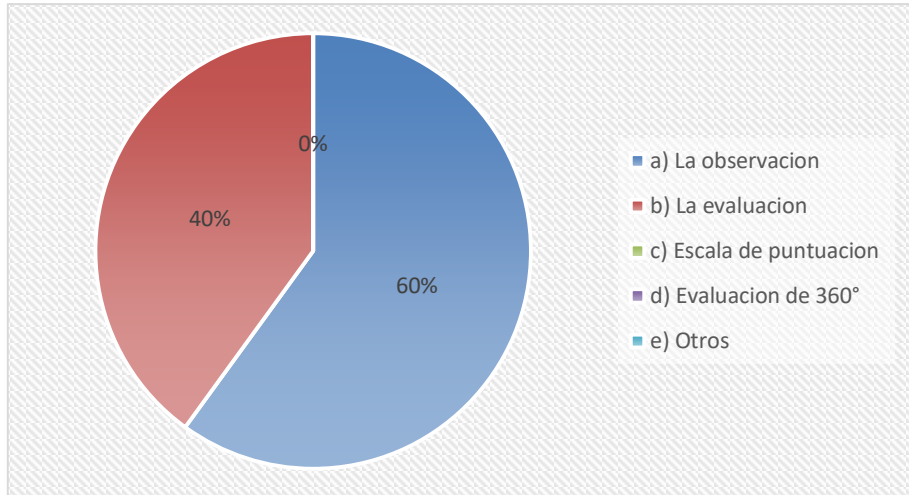


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento  
Fuente. Tabla 3

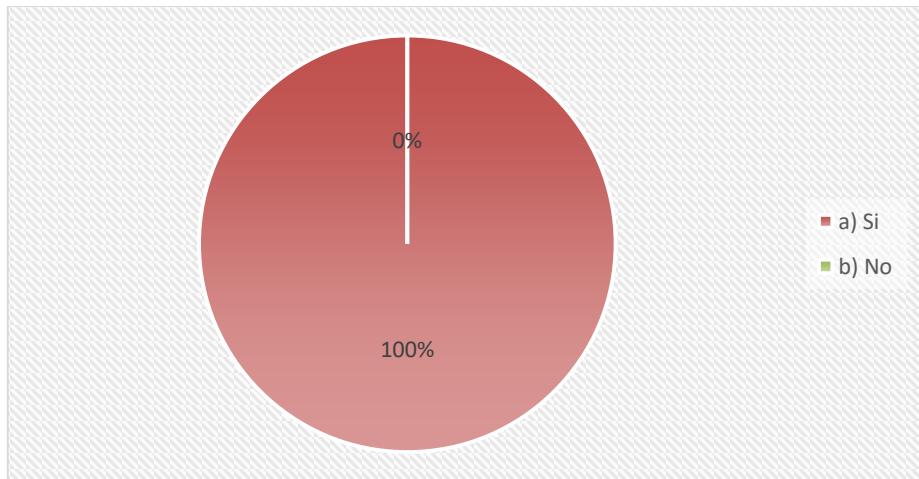


Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa  
Fuente. Tabla 3



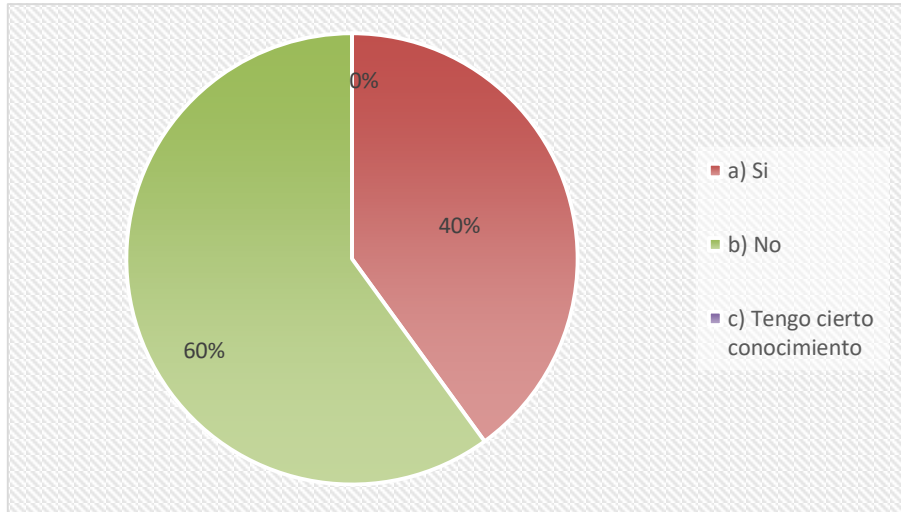


Figura 15. Conocimiento del término del benchmarking  
 Fuente. Tabla 3

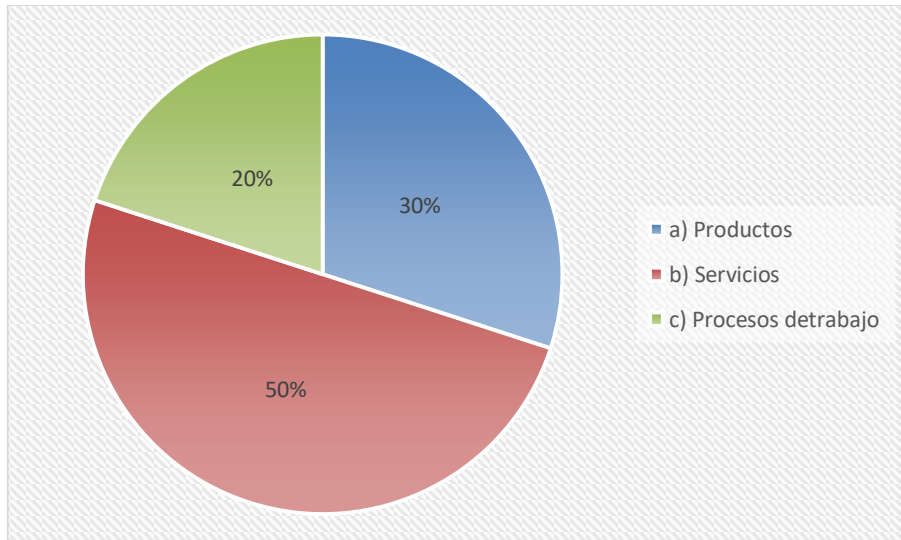


Figura 16. Mejoramiento con estrategias de otras empresas  
 Fuente. Tabla 3

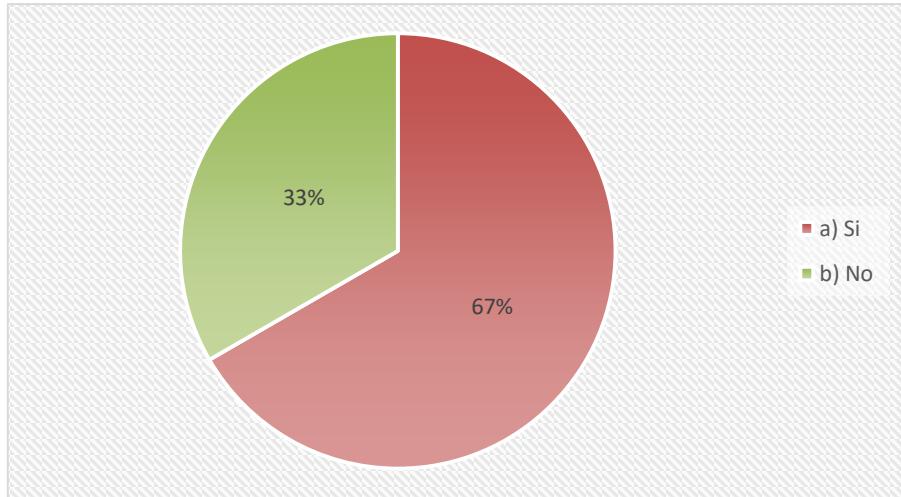


Figura 17. Mejoramiento de la empresa con el Benchmarking  
Fuente. Tabla 3

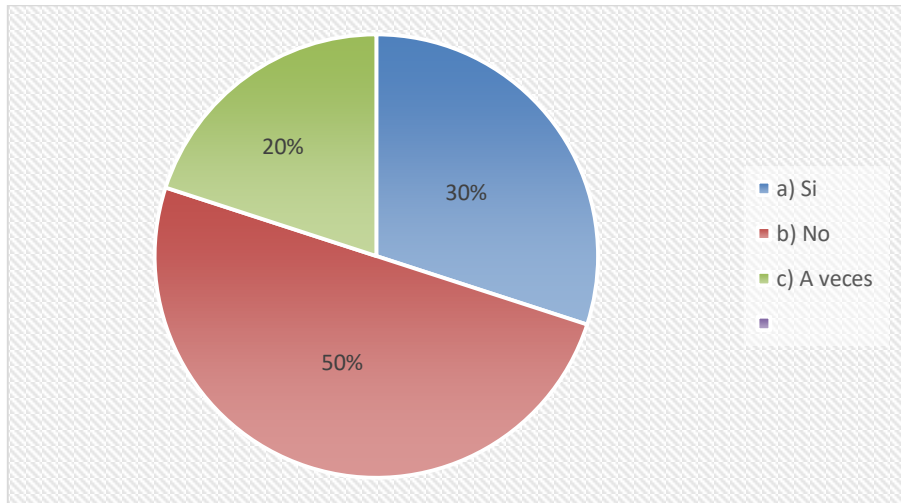


Figura 18. La resistencia del personal al cambio  
Fuente. Tabla 3

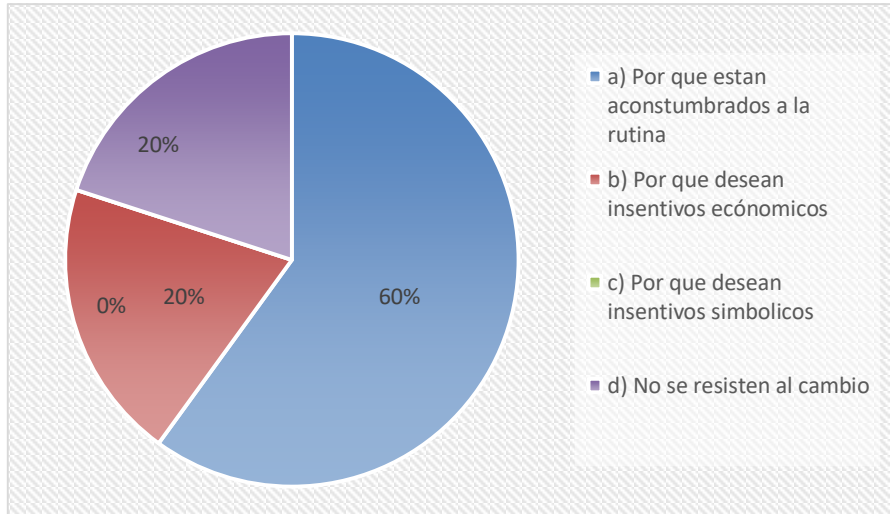


Figura 19. Resistencia del personal al cambio  
 Fuente. Tabla 3

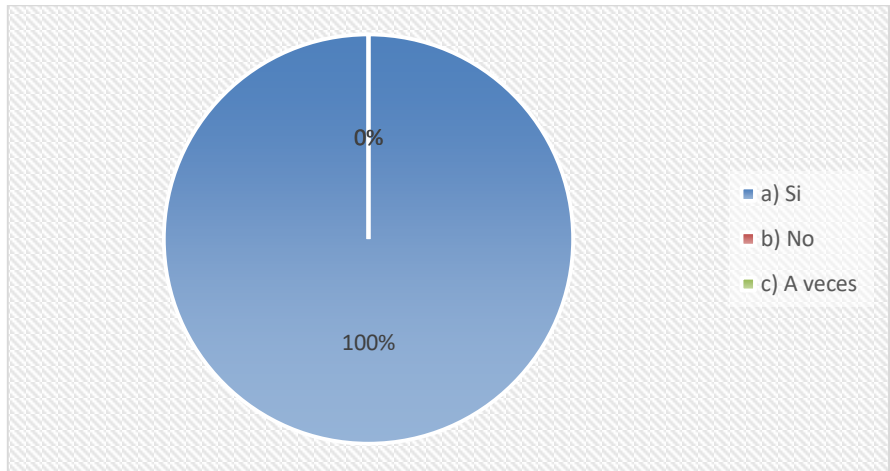


Figura 20. Primordialidad del Benchmarking en nuevos mercados  
 Fuente. Tabla 3

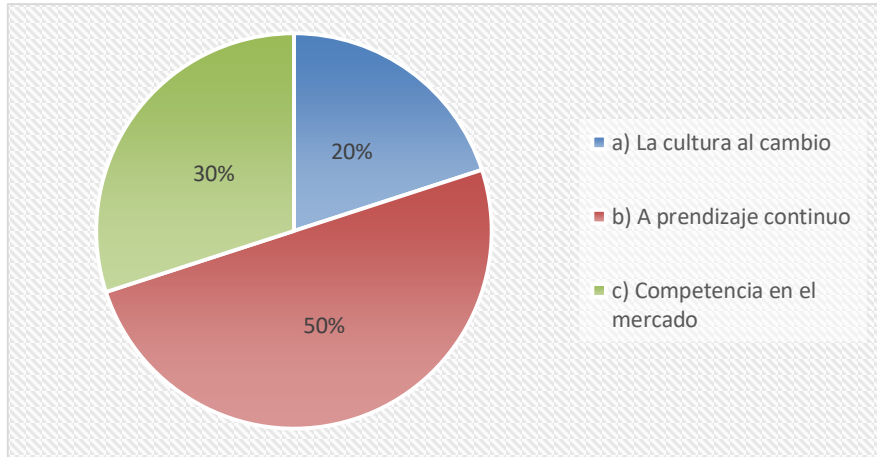


Figura 21. Tipos de fortalezas del Benchmarking para una empresa  
Fuente. Tabla 3

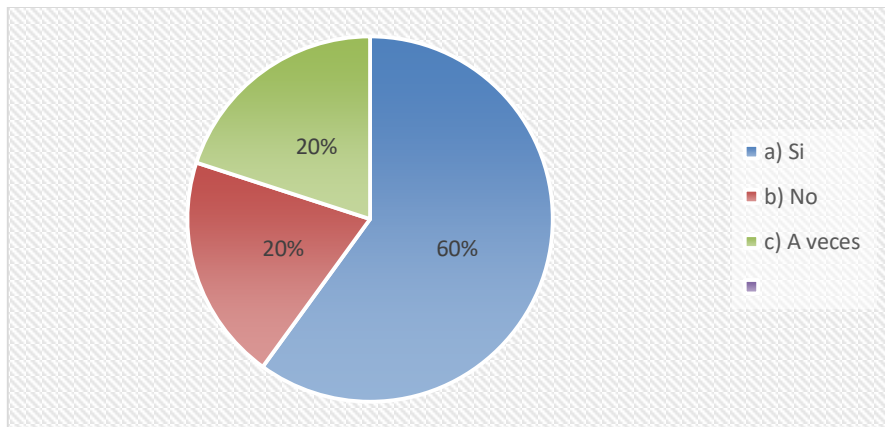


Figura 22. Buen uso del Benchmarking que permite a la empresa ser eficiente  
Fuente. Figura 3