



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DEL BENCHMARKING
COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO
HOSPEDAJE DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2020

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

AUTOR

BAZALAR BAIGORRIA, JOSÉ CARLOS WALTER

ORCID: 0000-0002-7616-2140

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

ORCID.0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Bazalar Baigorria, José Carlos Walter

ORCID: 0000-0002-7616-2140

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de la Escuela
Profesional de Administración

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Orcid. 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Angel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios:

Por la fortaleza que me
brinda cada día, para salir
adelante.

A mis padres:

Por inculcarme, los
valores que rigen mi vida
y que me permitirán
alcanzar mi objetivo
profesional.

Al asesor:

Dr. Centurión Medina
Reinerio por compartir su
tiempo y conocimientos
para poder Culminar mi
Tesis.

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres, que siempre me apoyan incondicionalmente en la parte moral y emocional para poder llegar ser una gran profesional.

También le dedico a mi hermana quien es mi mayor motivación para nunca rendirme y poder llegar a hacer un ejemplo para ella.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, Establecer las mejoras del benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020. La investigación fue de diseño no experimental – transversal-descriptiva, para el recojo de la información se tomó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados. El 54.55% los representantes tienen de 31 a 50 años. el 63.64% de los representantes son de género masculino, el 45.45% cuentan con grado superior universitario. el 45.45% tienen de 4 a 6 años, el 54.55% tienen conocimiento del término de gestión de calidad, el 45.45% indican que los personales tienen poca iniciativa para implementar la gestión de calidad, el 54.55% de los representantes indican que utilizan escala de puntuación como técnica de rendimiento del personal, el 50.00% indican que, si conocen el benchmarking, el 72.73% indican que la herramienta del benchmarking es indispensable para las organizaciones y para la mejora continua de la calidad, el 63.64% consideran que el benchmarking si mejora la rentabilidad. Se concluye que la mayoría de los representantes si aplican el benchmarking, a pesar de que le persona no se adapta a los cambios los dueños buscan identificar, analizar las organizaciones que posean las mejores prácticas y ver si efectivamente la comparación pudiera servir para mejorar la calidad de los servicios.

Palabras clave: calidad, benchmarking, empresa, gestión, representantes

ABSTRACT

The general objective of the research was to establish benchmarking improvements as a relevant factor of quality management in micro and small companies in the services sector, lodging category of the Chimbote district, 2020. The research was of a non-experimental design - transversal- descriptive. To collect the information, a sample population of 11 micro and small companies was taken, to whom a questionnaire of 20 closed questions was applied, using the survey technique. Obtaining the following results. 54.55% of the representatives are between 31 and 50 years old. 63.64% of the representatives are male, 45.45% have a higher university degree. 45.45% are 4 to 6 years old, 54.55% are aware of the term of quality management, 45.45% indicate that personnel have little initiative to implement quality management, 54.55% of representatives indicate that they use a scale of score as a staff performance technique, 50.00% indicate that, if they know benchmarking, 72.73% indicate that the benchmarking tool is essential for organizations and for continuous quality improvement, 63.64% consider that benchmarking is improves profitability. It is concluded that most of the employees do apply benchmarking, despite the fact that the person does not adapt to the changes, the owners seek to identify, analyze the organizations that propose the best practices and see if the comparison could effectively serve to improve quality of the services.

Keywords: quality, benchmarking, company, management, representatives

CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS	i
2. EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
3. HOJA DE FIRMA DEL 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 LITERARIA	6
III. HIPÓTESIS	34
VI. METODOLOGÍA	35
4.1 Diseño de la investigación.....	35
4.2 Población y muestra	35
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores	36
4.4 Técnicas e instrumentos	39
4.5 Plan de análisis	39
4.6 Matriz de consistencia	40
4.7 Principios éticos.....	42
V. RESULTADOS	43
5.1 Resultados.....	43
5.2 Análisis de resultados	48
VI. CONCLUSIONES	68
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
ANEXOS.....	76

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.....	43
Tabla 2. Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020	44
Tabla 3. Características del benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.....	45
Tabla 4. Propuesta de mejora del benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.....	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad	83
Figura 2. Género.....	83
Figura 3 Grado de instrucción	84
Figura 4. Cargo.....	84
Figura 5. Tiempo en el Cargo	85
Figura 6. Años en el rubro	85
Figura 7. Número de trabajadores en la empresa.....	86
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa	86
Figura 9. Objetivo de la empresa.....	87
Figura 10. Termino gestión de calidad	87
Figura 11. Técnicas de gestión que aplica	88
Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad	88
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	89
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento.	89
Figura 15. Termino Benchmarking	90
Figura 16. Compara servicios con otra empresa	90
Figura 17. Evaluación del desempeño de otra empresa	91
Figura 18. El benchmarking es primordial para las organizaciones	91
Figura 19. Uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente.....	92
Figura 20. El benchmarking aumenta a rentabilidad de la empresa.....	92

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las microempresas “representan más del 90% del total de empresas, generan entre el 60% y el 70% del empleo y son responsables del 50% del Producto Interior Bruto (PIB) a nivel mundial”. Del mismo modo estas empresas son “responsables de una generación de empleo e ingresos importantes en todo el mundo” y son un factor clave en la reducción de la pobreza y el fomento del desarrollo. También son las encargadas de emplear a “una gran proporción de trabajadores pertenecientes a los sectores más vulnerables de la sociedad”, como mujeres, jóvenes y personas de hogares desfavorecidos. No obstante, estas empresas llegan a fracasar porque no aplican en su gestión el benchmarking, pero este problema se da en diversas partes del mundo. (Organización de las Naciones Unidas, 2017)

En España el 99,98% de las empresas son micro y pequeñas empresas y crean el 74% del empleo del país, lo que sitúa a la economía española como una de las más dependientes de las pymes de toda Europa. No obstante, estas quiebran porque no aplican el benchmarking para mejorar continuamente sus operaciones, en este sentido No realizan investigaciones de mercado, no cuentan con un plan de mercadeo, del mismo modo la falta de conocimiento del área impide hacer marketing, por ende, si no se tiene nociones de este tema, debes asesorarte por personas expertas en el área, por ejemplo, puedes contratar a una persona o delegar esta responsabilidad a una agencia dedicada al marketing y publicidad. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2018)

Los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en el 2015 revelaron que en México existen más de 4 millones 15 mil unidades empresariales, es decir, Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), las cuales generan el 72 por ciento de los empleos del país. Sin embargo, uno de los principales errores en el marketing es que estas no invierten en benchmarking y estudio de análisis de la competencia, por considerarlo un gasto inútil y no una inversión, así que por lo general este tipo de empresas subsisten sin acción alguna que contribuya a la construcción de una marca, lo

cual en muchas ocasiones puede resultar en un obstáculo serio para el crecimiento y la expansión, así que el marketing debe estar contemplado en el presupuesto de toda PyME que desee crecer y consolidarse en el mercado. (Mesa, 2015)

En la Argentina hay 856.300 empresas, 83% de las cuales son microempresas; 16,8%, pymes, y solo 0,2% grandes compañías. Además, las firmas de hasta 200 empleados representan el 66% del empleo formal privado del país. Ésta podría ser una primera aproximación al mapa empresarial local, pero detrás de estas cifras también hay otras que muestran a las empresas como entes que nacen, se desarrollan y, en algunos casos, mueren; y uno del principal motivo por el cual quiebran es que muchos emprendedores comienzan el desarrollo de su oferta de productos/servicios sin investigar el mercado o sin haber aplicado el benchmarking en sus procesos, por ende les causa mucha sorpresa al encontrar que su idea tiene poca demanda o es muy difícil de vender. Para evitarlo, define a detalle qué tipo de clientes te gustaría tener e investiga sus necesidades, preferencias, aspiraciones y capacidad de compra. En base a estos datos, se debe pensar como la empresa puede satisfacerlos y crear la mejor oferta posible en base a ello. (Cerviño, 2016)

En Chile las micro y pequeñas empresas tienen una importancia fundamental en la generación de empleo en el país, porque según cifras aportadas por el INE en el año 2017, hasta un 70% de la mano de obra empleada está contratada en MYPES; sin embargo uno de los errores frecuentes es que las mypes no realizan estudio de mercado, debido a que consideran que estos estudios requieren de mucha inversión y no son conscientes de que esto contribuye a identificar las oportunidades de mercado en un determinado sector y esto es muy interesante si se quiere entrar en una parcela determinada de mercado o mejorar tu posición en ella. Además, este tipo de estudios contribuye a minimizar el riesgo a la hora de hacer negocios, porque contando con una mayor y más específica información sobre un determinado producto o un sector concreto las decisiones se pueden tomar con mayor conocimiento de causa. (INE, 2017)

Las Mypes son el motor de la economía, ya que aportan el 24% del Producto Bruto Interno (PBI) y generan el 85% del empleo privado en el país. No obstante, la mayoría de los dueños de las microempresas no aplican el benchmarking, por lo cual no mejoran la calidad de sus servicios, del mismo modo esto trae como consecuencia pérdida de clientes, por este motivo es importante crear un plan de mercadeo, ya que permite un análisis del sector de mercado, por ende, se puede establecer una evaluación del entorno donde se maneja la firma. A través de este enfoque se conocerá en qué aspectos se es más fuerte y competitivo, y cuales mejorar a fin de marcar diferencia con relación a la competencia. (Ministerio de producción, 2016)

En Ancash las micro y pequeñas empresas tiene dificultades en el uso del benchmarking, cabe decir que existen errores los cuales son: que los emprendedores consideran que esta herramienta es un gasto, es decir más allá que podamos verlo como un gasto o como una inversión, hacer marketing requiere disponer de un presupuesto nuevo adicional, que las empresas pymes les cuesta asumir que deben realizar. O en algunos casos, si bien son conscientes de su importancia, no terminan queriendo o pudiendo hacerlo. La segunda es que las pymes se sinceran diciendo “de marketing sé poco y nada”. Eso los lleva a trabajar a ciegas, o en forma desordenada sin foco. Y por ende mal. No todas las pymes son iguales, pero muchas comparten este recelo acerca de lo que significa el marketing y cómo abordarlo.

En el distrito de Chimbote, podemos decir que el principal error es que no invierten en el benchmarking por considerar que no es necesario. Por eso estas empresas subsisten sin acciones que contribuyan a la construcción de una marca y a su consolidación en el mercado, del mismo modo no cuentan con profesionales en mercadeo, por ende, es mejor rodearse de personas que entiendan la materia y que puedan desarrollar un trabajo creativo y funcional, dentro de las posibilidades de las microempresas. Por los anteriormente expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es la mejora del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro

y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Establecer las mejoras del benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes de la micro y pequeña empresa del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020; del mismo modo describir las principales características de la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes del distrito de Chimbote, 2020; así mismo desarrollar las principales características del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedajes del distrito de Chimbote, 2020; y elaborar un plan de mejora del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedajes del distrito de Chimbote, 2020

El presente trabajo de investigación se justifica porque nos dará un conocimiento amplio de cómo es que se maneja a nivel organizacional los hospedajes, y por ende identificar la problemática que ello conlleva a mejorar y a la formalización de los establecimientos de hospedaje. Como se sabe el cumplimiento de los servicios de la gestión de calidad minimizan los impactos negativos, hacia la inserción necesaria de las buenas prácticas del benchmarking que forjan destinos responsables para dirigir y gestionar la toma de decisiones y rentabilidad de la empresa de alojamiento. Desde el punto de vista práctico, la investigación beneficia de manera directa a los dueños de empresa del establecimiento de hospedaje consolidada en la ciudad de Chimbote, que garantice la posibilidad de crear más valor, disminución de costos y una ventaja competitiva; y de manera indirecta a los colaboradores, clientes y futuros investigadores dentro de la especialidad. Finalmente, el trabajo de investigación servirá como antecedente para futuras investigaciones

y mayor conocimiento de la prestación de servicio de alojamiento en la ciudad de Chimbote; y así se pueda emplear y realizar proyectos de investigación para identificar las diferentes fallas y buscar soluciones de ayuda para la buena organización en el sector hotelero.

La investigación fue de diseño no experimental – transversal-descriptiva, para el recojo de la información se tomó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados. El 54.55% los representantes tienen de 31 a 50 años. el 63.64% de los representantes son de género masculino, el 45.45% cuentan con grado superior universitario. el 45.45% tienen de 4 a 6 años, el 54.55% tienen conocimiento del término de gestión de calidad, el 45.45% indican que los personales tienen poca iniciativa para implementar la gestión de calidad, el 54.55% de los representantes indican que utilizan escala de puntuación como técnica de rendimiento del personal, el 50.00% indican que, si conocen el benchmarking, el 72.73% indican que la herramienta del benchmarking es indispensable para las organizaciones y para la mejora continua de la calidad, el 63.64% consideran que el benchmarking si mejora la rentabilidad. Se concluye que la mayoría de los representantes si aplican el benchmarking, a pesar de que la persona no se adapta a los cambios los dueños buscan identificar, analizar las organizaciones que posean las mejores prácticas y ver si efectivamente la comparación pudiera servir para mejorar la calidad de los servicios. Se concluye que la mayoría de los representantes si aplican el benchmarking, en este sentido los dueños buscan identificar, analizar las organizaciones que posean las mejores prácticas y ver si efectivamente la comparación pudiera servir para mejorar la calidad de los servicios, del mismo modo si esta herramienta se orienta a los servicios hará que se incremente sosteniblemente la calidad y por lo tanto la percepción de una mejor relación calidad/precio por parte de los clientes.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes internacionales

Pérez (2018) en su investigación *Realización del benchmarking de la Gestión de mantenimiento en la refinería Sergio Soto de Cabaiguán*. Tuvo como objetivo aplicar el benchmarking en la Gestión de mantenimiento en la refinería Sergio Soto de Cabaiguán; siendo un estudio descriptivo, de corte transversal. Se concluye: Las principales insuficiencias en el accionar de la refinería Sergio Soto respecto a su Gestión de mantenimiento se encuentran relacionadas con el desempeño de los indicadores Ocupación de la fuerza de trabajo, Costo total de mantenimiento el Índice de mantenimiento correctivo, así como, en el comportamiento de las áreas Servicio de terceros, Medio ambiente, Gestión de piezas de repuesto y Administración del mantenimiento.

Ávila (2018) en su tesis *Benchmarking para establecer las condiciones iniciales para la propuesta de maestría en logística y cadena de suministro en la universidad católica de Colombia*. Tuvo como objetivo: Establecer y construir una propuesta de condiciones iniciales para una maestría en logística y cadenas de suministro en la Universidad Católica de Colombia con la ayuda de un benchmarking de las ofertas académicas del mercado; siendo un estudio descriptivo, de corte transversal. El estudio concluye que por medio del benchmarking se pudo obtener una matriz de comparación de las diferentes maestrías que se encuentran en el mercado nacional e internacional, con factores comparativos como el nombre del programa, la universidad que hace la oferta, ciudad, país, duración del programa, total de créditos del programa, modalidad, horario y sitio web de donde proviene la información. Como resultado se obtuvieron 12 ofertas a nivel nacional y 4 ofertas a nivel internacional, teniendo en cuenta el ranking EDUNIVERSAL de las mejores ofertas en Maestría en Logística y cadena de Suministro

Díaz (2017) en su tesis *Benchmarking de orden productivo, económico y comercial de las industrias vitivinícolas de Chile y Argentina*. El objetivo de esta investigación fue desarrollar un diagnóstico comparativo entre las industrias vitivinícolas de Chile y Argentina mediante la identificación de brechas de orden productivo, económico y comerciales. EL presente estudio fue descriptivo, de diseño no experimental, de corte transversal; para lograr este objetivo se aplicó una encuesta a 34 empresas productoras de vino. El estudio concluye que los representantes de ambos países muestran una postura de 'indiferencia' frente a la existencia de estrategias de marketing a nivel regional para posicionar sus vinos. Con respecto al benchmarking propiamente, se identifican las brechas existentes entre las industrias del vino de Argentina y Chile, las cuales son representadas mediante las similitudes y diferencias que existen entre ambas según los resultados arrojados por este estudio

Antecedentes nacionales

Vásquez (2019) en su tesis *Gestión de calidad y benchmarking como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, distrito de Trujillo, 2019*. Tuvo como objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad y Benchmarking como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019. La investigación es cuantitativa-descriptiva, para la recopilación de información se trabajó con un cuestionario que se realizó a 10 Mypes, obteniéndose los siguientes resultados: El 50,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 tienen entre 31 a 50 años. El 70,0% son del género masculino. El 70,0% tienen el grado de superior universitaria. El 50,0% se desempeñan como administrador. El 60,0% tienen entre 4 a 6 años en el cargo. El 70,0% tienen permanecen en el rubro entre 7 a más años. El 90,0% tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 80,0% trabajan con personas no familiares. El 100,0% tienen como objetivo generar ganancias. El 90,0% conocen el término gestión de calidad. El 70,0% conocen como técnica la atención al cliente. El 60% tienen dificultades para la

implementación de gestión de calidad, El 80% conocen la técnica de la observación. El 100,0% consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 100,0% consideran que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas. El 60,0% de los representantes no conocen el significado de la palabra benchmarking. El 90 % mencionan que el benchmarking si es primordial para ingresar al mercado. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo manifiestan que el benchmarking aumenta la rentabilidad de la empresa. El 70.0% consideran que necesitan la cultura al cambio. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo consideran que un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente. El 100% consideran que un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente. Se concluye que, la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo mencionan que la gestión de calidad ayuda al rendimiento de la empresa. Ayuda también alcanzar las metas de la organización, desconocen el significado de benchmarking, pero si una noción lo que es gestión de calidad, utilizan la técnica más en atención al cliente, menciona que los trabajadores no se adaptan a los cambios y dicen que el benchmarking es primordial en la organización ya que esto ayudara a ser más eficiente en la empresa, la mayoría conoce como técnica de la observación para saber el rendimiento del colaborador.

Espinoza (2018) en su tesis *Propuesta de mejora de benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hostales de la urbanización Lobatón del distrito de Lince 2018*. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Proponer las mejoras del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector de servicios, rubro hostales de la urbanización Lobatón del distrito de Lince 2018. Del mismo modo, la investigación fue de tipo cuantitativa, no experimental, descriptiva y transversal. La población y muestra de esta investigación fue de 10 hostales de la Urbanización Lobatón en el distrito de Lince. Para el

levantamiento de información se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario; obteniendo como resultados: el 100.0% tienen más de 40 años de edad. el 70.0% son de género masculino. el 100.0% manifestaron tener el grado de educación superior. el 100.0% de las personas encuestadas manifestaron ser los administradores de los hostales. y el 70% pasan de los 10 años dentro del rubro hotelero. El 100.0% de las MYPE tienen entre 6 a 10 empleados dentro de la organización. el 46.7% tiene un nivel medio en base a la gestión de calidad. el 50.0% señalan un nivel medio en base a la palmificación. El 50.0% un nivel medio en cuanto al control. El 40.0% de los representantes de las MYPE comentan que tienen un nivel medio en su mejora en relación de su gestión de calidad. el 53.3% de los empresarios responden tener un nivel bajo en base al benchmarking. El 10.0% de los empresarios dicen que su nivel de aplicación del benchmarking interno en su organización es bajo. el 50.0% tienen un nivel bajo de aplicación del benchmarking competitivo. El 100.0% de los empresarios indican que su benchmarking funcional alcanza un nivel bajo en su organización. Conclusiones: Los factores relevantes del benchmarking para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector de servicios, rubro hostales de la urbanización Lobatón del distrito de Lince 2018. Tienen las siguientes características: el benchmarking interno es de nivel medio, debido a que se ha identificado un proceso en sus organizaciones que realizan mejor que todos los demás, entre ellos manifestaron que era la atención al cliente, el servicio interno de limpieza y la administración propiamente dicha de la empresa. Por lo que debido a que este tipo de empresas no tienen muchos procesos que puedan observarse que requieren capacidades especializadas de los trabajadores, no hay muchas diferencias en los servicios que tienen las organizaciones. En cuanto al benchmarking competitivo, los encuestados manifestaron conocer a su competencia que se encuentra alrededor de su empresa, pero no conocen aspectos internos de las mismas, solo saben acerca de su infraestructura y acerca de los servicios que brindan, los cuales en este medio son estandarizados sin mucho que obtener de información para poder tomar como ejemplo. Sobre el benchmarking funcional, se registró que la

totalidad de los hostales son de nivel bajo, ello se debe a que no han realizado ningún estudio para identificar los mejores procesos en las empresas proveedoras o empresas complementarias a su rubro.

Pinta (2017) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las mypes del sector de productos hidrobiológicos en la provincia de Sullana año 2018*. La presente investigación ha tenido como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las MYPES en el sector de productos Hidrobiológicos en la Provincia de Sullana año 2018; la investigación es de tipo cuantitativa, de nivel descriptiva de diseño no experimental de corte transversa. Se aplicó la técnica de la encuesta con el instrumento del cuestionario, la población de la variable de gestión de calidad infinita y Benchmarking con una población de 7 empresas donde estuvo dirigida a gerentes siendo finita conocida de la cual el valor muestral de la variable de gestión de calidad es de 384 clientes, a quienes se les aplicó el cuestionario obtenido los siguientes resultados: el 67% considera que las empresas hidrobiológicas no tienen un sistema de calidad para el mantenimiento de los productos. el 72% conoce que la empresa cuenta con objetivos establecidos para el mejoramiento de calidad. el 68% considera que no tiene conocimiento que los objetivos de la empresa es responsabilidad del administrador. el 58% considera que la empresa donde compra los productos tienen políticas de calidad. el 80% considera que no está satisfecho con los productos y servicios que le brinda la empresa. el 61% considera que las estrategias establecidas por la empresa no le favorecen como cliente. el 91% considera que la empresa donde compra sus productos tiene éxito frente a la competencia. el 93% considera que no conoce cuál es el sistema de calidad que tiene la empresa. el 95% considera que el sistema que tiene la empresa de hidrobiológicos no previene la contaminación del ambiente. el 64% considera que el sistema brinde seguridad al personal en caso de accidente, el 59% considera que el sistema de gestión ISO 22000 no son las mejores para las empresas hidrobiológicos. el 94% considera que los sistemas de gestión de calidad ayuden a alcanzar los objetivos a la empresa. el 86% considera que no tiene

conocimiento que es benchmarking. el 100% considera que no aplica benchmarking en su empresa para realizar evaluación de la competencia. el 71% considera que el benchmarking interno no es la mejor opción para que los procesos sean eficientes y eficaces en su empresa. el 57% considera que el benchmarking funcional no es una buena estrategia para aplicar con empresas líderes del mismo sector. el 100% considera que es una buena técnica analizar las actividades de la competencia para implementar en tu empresa. el 71% considera que no realiza un plan de estrategias para superar las prácticas, soluciones y reducir el riesgo en su empresa. El 57% considera que realiza evaluaciones comparativas para llevar a cabo un proyecto de mejora en su empresa. el 100% considera que ejecuta los planes trazados en su empresa y supervisa los resultados. Conclusiones: Los sistemas de gestión de calidad se conoció que estos sistemas ayudan alcanzar los objetivos empresariales brindan la seguridad al personal en caso de accidentes; no tienen sistemas de prevención hacia la contaminación del medio ambiente, no conocen cual es el sistema de calidad que aplica la empresa; consideran que los sistemas de gestión de calidad ISO 22000 no son los mejores para las empresas Hydrobiológicas. Se concluye que los tipos de Benchmarking que utilizan las empresas de productos Hydrobiológicos se determinó que no realizan el tipo de benchmarking competitivo al no evaluar a la competencia; así mismo no tiene una precisión de conocimiento de lo que es Benchmarking funcional genérico; manifestaron que no es una buena estrategia entre empresas que lideran el mismo sector.

Antecedentes locales

Herrera (2018) en su tesis *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, casco urbano de Chimbote, año 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, casco urbano de Chimbote, 2018. La investigación fue No experimental-Transversal-Descriptiva. Para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una

muestra de 15 micro y pequeñas empresas de una población de 25 micro y pequeñas empresas, a los cuales se les aplico un cuestionario de 13 preguntas, a través de la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados principales: El 80,00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, el 73,33% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, El 100% de los representantes de la micro y pequeña empresa son dueños de sus negocios, El 86,57% de los representantes de la micro y pequeña empresa tienen estudios superiores no universitarios, El 73.33% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 6 años desempeñando en el cargo, El 73.33% de los representante de las micro y pequeñas empresas indican que su negocio tiene de 4 a 6 años, El 60% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, El 100% de los trabajadores de la micro y pequeña empresa se encuentran en condición laboral de eventuales, El 100% de las micro y pequeñas empresas demuestran que el motivo principal de creación es para generar ganancias, El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han demostrado que emplean y conocen el Benchmarking, El 100% de los representantes de la micro y pequeña empresa analizan a su competencia. El 100% de los representantes de la micro y pequeña empresa piensan que siempre la gestión de calidad permite un mejor rendimiento en sus trabajadores y procesos organizaciones. Se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas (60%) usan la herramienta del Benchmarking, así mismo la mayoría (60%) conocen el significado de Benchmarking, la totalidad (100%) analizan a su competencia y finalmente la totalidad (100%) piensan que siempre la gestión de calidad permite un mejor rendimiento en sus trabajadores y procesos organizacionales.

Pérez (2016) en su tesis *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016*. La presente investigación tiene como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya,

distrito de Chimbote, 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva, cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una muestra dirigida de 7 empresas de denominación actividades veterinarias, según el sondeo realizado en el Jr. José Olaya, por lo que se les aplicó a los representantes un cuestionario de 22 preguntas cerradas por medio de la encuesta; del cual se obtuvo los siguientes resultados: El 71,4% tienen entre 31 a 50 años. El 100,0% son del género masculino. El 100,0% tienen el grado de superior universitaria. El 71,4% se desempeñan como administrador. El 57,1% tienen entre 4 a 6 años en el cargo. El 85,7% permanecen en el rubro entre 7 a más años. El 100,0% tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 57,1% trabajan con personas no familiares. El 71,4% conocen el término gestión de calidad. El 71,4% conocen otras técnicas modernas de gestión. El 42,8% tienen otras dificultades para la implementación de gestión de calidad, el 28,6% tienen la dificultad del aprendizaje lento. El 57,1% conocen la técnica de la observación. El 100,0% consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 100,0% consideran que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización. El 100,0% no conocen el significado de la palabra benchmarking. El 42,8% toman todas las estrategias de otras empresas, el 28,6% toman la estrategia de productos. El 100,0% consideran que se encaminan al mejoramiento de su empresa. El 71,4% manifiestan que el personal no muestra resistencia al cambio. El 85,7% consideran que el benchmarking es primordial para las organizaciones. El 42,8% consideran que necesitan el aprendizaje continuo, el 28,6% necesitan todas las fortalezas. El 71,4% consideran que un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente. Conclusión: La totalidad de las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, desconocen la palabra benchmarking, así como consideran que se encaminan al mejoramiento de su empresa, la mayoría absoluta conocen el término gestión de calidad, conocen otras técnicas modernas de gestión, manifiestan que el personal no muestra resistencia al cambio, consideran que el benchmarking es

primordial para las organizaciones, así como consideran que un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente, la mayoría conocen la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal y la mayoría relativa tienen otras dificultades para la implementación de gestión de calidad, toman como referencia todas las estrategias de otras empresas y consideran que necesitan el aprendizaje continuo como fortaleza.

Gonzales (2018) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro hostales ubicadas en el asentamiento humano miraflores, distrito de chimbote, provincia de santa, año 2017*. La investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro Hostales ubicadas en el AA. HH Miraflores, distrito de Chimbote, Provincia de Santa, año 2017. Se desarrolló un diseño no experimental – transversal. De una población se puso en estudio 10, a las cuales se aplicó un cuestionario de 20 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 50% de los encuestados tiene de entre 27 a 35 años de edad. El 60% de los encuestados son de género masculino. 60% de los encuestados tiene el grado de instrucción superior universitario. El 50% son administradores de la empresa. El 60% de las mypes en cuestión tienen de 6 años a 9 años de permanencia en el mercado. El 60% de las Mype en cuestión no cuentan con una misión y visión establecida. El 70% se creó con la finalidad de generar utilidades. El 70% de empresas en estudio tiene de 1 a 3 trabajadores. El 50% de empresa en estudio tienen conocimiento sobre la gestión de calidad. el 50% realiza gestión de calidad. El 60% conocen el marketing. El 70% mide el rendimiento del personal por medio de la observación. El 80% no capacitan a los trabajadores. El 70% de los representantes encuestados manifestaron que tienen poca iniciativa para el uso del marketing. El 100% manifestaron que si satisfacen las necesidades de los clientes. El 60% si cuentan con una base de datos para registrar a los clientes, El 50% se encuentra estable por el aumento de la competencia y otros factores. . El 60% fijan el precio tomando en cuenta la calidad del mismo servicio. El 60% emplea el canal directo como medio de distribución. El 80% si usan la

publicidad para promocionar sus servicios. El 40% utiliza los afiches para promocionar su producto. Conclusiones: Con respecto a la Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing se concluye que la mitad de micro y pequeñas empresas en cuestión (50%) tienen conocimiento sobre la gestión de calidad, el 50% realiza gestión de calidad, la mayoría 60% tiene conocimiento del marketing como técnica moderna, el 70% mide el rendimiento del personal mediante la técnica de observación, el 80% no capacitan al personal, el 70% tiene poca iniciativa en cuanto al uso del marketing, el 100% satisfacen las necesidades del cliente, el 60% cuenta con una base de datos para el registro de los clientes, en cuanto al ciclo de vida del producto la mitad 50% manifestó que mantiene una estabilidad en ventas, la mayoría 60% fija el precio en función a la calidad del servicio, el 60% emplea el canal directo como medio de distribución, el 80% usa la publicidad para promocionar los productos de los cuales un 40% utiliza los afiches como medio de comunicación para captar más clientes.

2.2. Bases teóricas

Micro y pequeñas empresas

Antes de iniciar con los fundamentos que apoyaran al estudio, es relevante conocer que significa una MYPE, debido a que estos negocios permiten mejorar la productividad del Perú, al respecto la Ley 28015 (2003) precisa que las MYPES son una “unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (p. 4)

En pocas palabras esta Ley permitió que se mejore la formalización de las micro y pequeñas empresas peruanas, pues las que son formales tengan grandes beneficios que les permitirán extenderse en el sector, y así poder generar una mayoría productiva y economía estable al país.

Características de la Ley MYPE 30056

De la misma manera otro gran cambio que le dio el Gobierno a las micro y pequeñas empresas es la promulgación de la Ley 30056 (2013) la cual establece que su artículo n° 5 que las micro, medianas y pequeñas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias.

Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (Artículo, n°5)

Sin duda ahora las micro y pequeñas empresas podrán contratar mayor personal y estos podrán contribuir a mejorar la economía y productividad de las micro y pequeña empresa, del mismo modo cabe decir que si los emprendedores deciden capacitar a su personal, podrán reducir algo de 1% el pago de los impuestos.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

De la misma manera es importante resaltar que las micro y pequeñas empresas generan la mayor fuente de empleo privado del país, y esto lo reafirma el Ministerio de trabajo (2013) pues explica que las micro y pequeñas son muy importantes porque representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas, del mismo modo este tipo de empresas son importantes por los siguientes motivos:

Proporcionan abundantes puestos de trabajo.

Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.

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

Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

Mejoran la distribución del ingreso (párr. 8).

Su producción está mayormente vinculada con el mercado interno, por lo que una parte significativa de la población y de la economía de la región dependen de su actividad. Al mismo tiempo, a diferencia de lo que ocurre en los países más desarrollados, la participación de las MYPE en las exportaciones es bastante reducida como resultado de un escaso desempeño en términos de competitividad, que también se expresa en la marcada brecha de productividad respecto de las grandes empresas.

Gestión de calidad

Algunos piensan que la gestión de calidad consiste en un gasto interminable, que las empresas deben realizar para garantizar que sus productos o servicios no sean defectuosos y cumplan con los requisitos básicos. Una adecuada implementación de un sistema de gestión de calidad, sin embargo, va más allá, pues ofrece un valor real y muchos beneficios para la organización, al respecto Hernández (2017) establece que:

La gestión de calidad, como nuevo enfoque gerencial, permite a organizaciones convertirse en entidades de avanzada en los senderos de la gestión del conocimiento, basada principalmente en el recurso más importante, el recurso humano y sus conocimientos. La verdadera capacidad empresarial no está representada en la cantidad de información con que cuente, sino en la capacidad para utilizarla. (p. 191)

Promover la calidad representa la oportunidad para impulsar la competitividad empresarial a través de la conexión entre producto o servicio y cliente, siendo esto una vía para estar en sintonía con los cambios del mercado

y del entorno dinámico que demanda hoy día estrategias y acciones precisas, con el menor riesgo posible.

Sistema de gestión de calidad

El Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es un conjunto de elementos relacionados que tienen por finalidad dirigir y controlar diferentes mecanismos para el cumplimiento de los objetivos y de la política de calidad institucional. Este sistema busca incrementar el grado de satisfacción de los usuarios ante los servicios recibidos, por medio de la calidad de los mismos, al respecto Hernández (2017) explica que:

Un Sistema de Gestión de la Calidad puede ayudar a tener un mejor control de cada uno de los procesos internos de una organización, desde un enfoque basado en procesos interrelacionados. Por ende, una cultura de la calidad debe estar basada en requisitos específicos como la satisfacción del cliente en toda su extensión y sobre la base del principio de mejora continua (p. 191)

Se trata de un proceso formal utilizado para revisar las operaciones, productos y servicios de una empresa, con el objetivo de identificar áreas que puedan requerir mejoras de calidad. Éste es requerido en todas las áreas de actividad comercial, independientemente del tamaño de la institución.

Norma ISO 9001

La Norma ISO 9001 se ha convertido en la base de los sistemas de gestión de la calidad más implementados a nivel mundial, ya que es una norma internacional que centra sus fundamentos en los principios de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema eficaz que le permita administrar y mejorar la calidad de sus bienes o servicios, de acuerdo con la Norma ISO 9001 (2015)

La ISO 9001 es una norma ISO internacional elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que se aplica a los Sistemas de Gestión de Calidad de organizaciones públicas y

privadas, independientemente de su tamaño o actividad empresarial. Se trata de un método de trabajo excelente para la mejora de la calidad de los productos y servicios, así como de la satisfacción del cliente. (p. 1)

Es muy importante que toda organización al momento de tomar la decisión de establecer un SGC, comprenda que esto representa una INVERSION para mantenerse vigente a largo plazo y que, al no implementar un sistema de esta naturaleza, los costos de la no calidad podrían representar una proporción considerable sobre sus costos anuales.

Principios de gestión de calidad

La familia de normas ISO 9000 se basa en 8 principios básicos de gestión de la calidad, al respecto la Norma ISO 9001 (2015) describe detalladamente cada uno de ellos

Enfoque al cliente Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.

Liderazgo Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

Compromiso del personal El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

Enfoque a procesos Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

Enfoque a la gestión Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

Mejora continua La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

Toma de decisiones basada en hechos Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

Relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor. (p. 2)

El uso exitoso de los ocho principios de gestión por una organización resulta en beneficios para las partes interesadas, tales como mejora en la rentabilidad, la creación de valor y el incremento de la estabilidad. Los principios de la gestión de calidad no pueden ser cerrados, en el momento en el que se implemente la norma ISO 9001 la empresa no se debe resentir. Para que dicha norma le pueda ser útil a la organización tiene que tomarse no como un sistema que se debe implementar sino como un sistema de referencia. Lo deseable es que sea un proceso de mejora continua en el cual la norma ISO 9001 actúe como parte del principio de organización de la calidad.

Errores en la gestión de calidad

Cada empresa es un mundo completamente diferente, por eso, pensar que la adaptación de procesos de una empresa a otra funcionará sin haber analizado el contexto si quiera es un grave error. No importa que una empresa sea del mismo sector que otra, el contexto podría ser completamente diferente, por lo que los procesos podrían cambiar en gran medida. Al respecto de acuerdo con la Norma ISO 9001 (2015) indica que los principales errores en la gestión de calidad son:

No conservar la objetividad. Algunas pequeñas fallas del sistema, no ameritan desatar una cacería de brujas que conduzca a culpar a otras personas y así, perder de vista el objetivo real que es identificar el problema y darle solución.

Modificar el sistema en forma estructural. El sistema puede necesitar ajustes, pero no reformas estructurales. De ser así, lo mejor es echar para atrás todo el proceso, e iniciar con la implementación de un nuevo sistema de gestión de calidad.

Falta de capacitación. El sistema requiere dosis de capacitación continuas y frecuentes. Ingresan nuevos empleados, algunos cambian de posición dentro de la organización, se han producido ajustes en el sistema... todas ellas son razones válidas para realizar sesiones de capacitación y retroalimentación del sistema. Le puede resultar de interés el artículo *Cómo realizar un análisis de necesidades de capacitación*.

No contar con un criterio de calidad para la selección del personal. Una vez implementado el sistema, a los requerimientos usuales para la incorporación de nuevos empleados, se debe agregar la experiencia con la norma ISO 9001 y el conocimiento de la misma, como factor de selección de suma importancia.

No observar con el mismo criterio todas las áreas de la organización. En empresas de carácter industrial, se suele concentrar el esfuerzo en la auditoría del sistema en el área de producción, y considerar que, departamentos como RR HH, o Servicios Generales, no ameritan tal despliegue de recursos.

Cada empresa es un mundo completamente diferente, por eso, pensar que la adaptación de procesos de una empresa a otra funcionará sin haber analizado el contexto si quiera es un grave error. No importa que una empresa sea del mismo sector que otra, el contexto podría ser completamente diferente, por lo que los procesos podrían cambiar en gran medida.

Beneficios de la gestión de calidad

Un sistema de gestión de calidad (SGC) abarca un conjunto de normas y estándares internacionales que, interrelacionados entre sí, promueven el cumplimiento de los requisitos de calidad en una organización. Esto contribuye que los productos, servicios, y todos los procesos relacionados a ellos, cumplan con las condiciones que se les exige. Al respecto Talavera (2018) indica que

Generar mayor eficiencia. Las empresas con un SGC tienen el objetivo de maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos. Establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones más sencillas y menos agotadoras en términos de tiempo o gasto financiero.

Estimula la moral de los empleados. Las funciones claras y definidas, los sistemas de capacitación establecidos, así como una clara comprensión de cómo sus roles afectan la calidad y el éxito del negocio, son propios del enfoque de un SGC. Este busca que los empleados estén motivados y satisfechos, ya que así se desempeñarán adecuadamente en la organización.

Ofrece reconocimiento internacional. ISO 9001, la norma que establece los requisitos para la implementación de un SGC, es una marca mundial de gestión de calidad. Al implementar este sistema, tu negocio parecerá digno de confianza. El objetivo de muchas empresas es exportar a nivel internacional, y la acreditación ISO contribuirá en gran medida a establecer la credibilidad en el ámbito comercial internacional.

Mejora la gestión de procesos. Los directivos pueden aprender qué mejoras son necesarias en un negocio a través de un sistema de documentación y análisis. Este es un procedimiento cuidadosamente planificado e implementado, que garantizará la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos de cualquier error costoso.

Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente. ISO 9001 se basa en el principio de mejora continua. El estándar permite a las empresas definir qué debe ser un producto de calidad y cómo deben satisfacerse las necesidades de los clientes. Así, proporciona a las empresas el marco para revisar periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con el objetivo de una mejora continua.

Benchmarking

El benchmarking es un proceso que permite medir a tu empresa y otros negocios afines para así compararlos empresarialmente y desarrollar una estrategia que permita que mejores. Es un proceso que implica estudiar a tu competencia y que identifiques así en qué nivel está tu empresa en contraste con ellas. De acuerdo con Obeso (2017) indica que

Benchmarking es un análisis estratégico profundo de las mejores prácticas llevadas a cabo por empresas del mismo segmento que el tuyo. Benchmarking viene de la palabra de origen inglés “benchmark”, que significa “referencia”, y es una herramienta de gestión esencial para el perfeccionamiento de procesos, productos y servicios.

Es decir, que el benchmarking consiste en evaluar y analizar los procesos, productos, servicios y/o demás aspectos de otras compañías o áreas para compararlos y tomarlos como punto de referencia para tus futuras estrategias. La intención es aprender de la experiencia de los demás para mejorar tu propio desempeño. Contrario a copiar, esto te permitirá diferenciarte de los demás de una manera efectiva. El benchmarking es un proceso continuo que ayuda a las empresas a mantenerse a la vanguardia e innovar en un mundo de constante cambio. Por eso exige aprendizaje constante y adaptabilidad.

Objetivos del Benchmarking

El propósito del benchmarking deriva de la necesidad de definir objetivos razonables y conseguir la mejora continua. Es un proceso de

dirección pero lo más importante, es un medio por el cual las prácticas necesarias para alcanzar los objetivos que se descubran nuevos y comprendido. El benchmarking legitima los objetivos basándose en la orientación externa en lugar de extrapolación de prácticas internas y tendencias pasadas. Dado que el ambiente externo cambia tan rápidamente, los objetivos que se fijan focalizados en lo interno, a menudo fallan en descubrir lo que los clientes esperan de sus proveedores. Al respecto Galán (2019) indica los objetivos de esta herramienta:

Mejorar los procesos productivos de nuestra empresa. Realizando mejoras en nuestros procesos de fabricación, aumentaremos la calidad y rentabilidad de la empresa.

Calidad percibida. Todas las mejoras que apliquemos en nuestra compañía, van destinadas a incrementar la calidad que perciben de ella nuestros clientes, ya sean externos o internos.

Ser la referencia de nuestro mercado. Aplicando las mejoras prácticas de nuestra industria, podemos convertirnos en el punto de referencia de nuestro sector.

En resumen, podemos decir que el benchmarking sirve para: Identificar los procedimientos. Esto es analizar nuestros propios procesos de producción con el objetivo de encontrar los puntos débiles y los puntos fuertes, tanto de nuestra empresa como de aquellas compañías que analicemos en nuestro proceso de benchmarking.

Del mismo modo permite conocer los directivos de la competencia y de otras empresas ajenas a nuestro sector. Esto nos permitirá poder comparar las mejores prácticas de la industria, así como la de los propios directores o gerentes de esas empresas. Ese conocimiento nos puede servir de guía en ese camino hacia el éxito. De ahí que sea importante conocer no solo los procedimientos de esas empresas sino también de sus propios organismos directivos y su funcionamiento.

Importancia del Benchmarking

La mejora continua dentro de una marca personal y empresarial, se debe realizar todos los días, donde es necesario la evaluación de los procesos internos y externos que influyen en el crecimiento, avance y mejora de la misma, por lo tanto, en ocasiones es necesario realizar comparaciones constantes, donde nos permita extraer aspectos positivos de los líderes de un rubro, adaptándolos a los procesos e implementarlos. Al respecto Talavera (2020) explica que:

El estudio, evaluación y análisis constante, favorece el conocimiento de la situación real y palpable en el mercado. Parte de esto, no solo es estudiar de forma interna, sino también la realidad de la calle y de la competencia, que ayuda a la empresa a inspirarse y desarrollar ideas más innovadoras, adaptables y realistas en el entorno en que se desarrolla.

La mayor relevancia que tiene la herramienta es que facilita el reconocimiento de las fortalezas y debilidades (o aspectos a mejorar) que tiene cada empresa y ver la realidad de forma clara e íntegra, sin asumir por lo que creen o sienten, sino ver y comparar desde afuera. Esto ayuda a desarrollar las bases para la creación de nuevas estrategias o plan de acción, que permite mejorar los procesos, optimizar los recursos y aumentar la rentabilidad de la empresa.

Tipos de benchmarking

Benchmarking es la estrategia que se utiliza para analizar los productos, servicios, metodologías y prácticas empresariales de las organizaciones líderes en el mercado, para compararlos con los de tu empresa y tomarlos como punto de referencia para establecer algunas mejoras; además el benchmarking puede aplicarse a todos los departamentos empresariales. Las personas que se encargan de llevarlo a cabo empiezan primero analizando los aspectos de la empresa que pueden avanzar más y después determinan qué empresas de la competencia son las mejores en estas áreas para aprender de ellas. Incluso

existen empresas que se dedican exclusivamente al benchmarking y lo hacen para otras compañías clientes, en tal sentido Silva (2020) establece que existen distintos tipos de benchmarking que describimos a continuación:

Benchmarking interno: es muy utilizado en empresas de gran porte y consiste en evaluar las mejores prácticas que se hayan adoptado en las diferentes áreas, departamentos, sectores o filiales, para adaptarlas al resto de la compañía.

Benchmarking competitivo: este es uno de los tipos de benchmarking en los que se apela a realizar un análisis minucioso de las estrategias y métodos utilizados por los competidores para superarlos. Este tipo suele ser complicado ya que implica estudiar a los principales competidores, pero es bastante efectivo porque le permite a tu empresa saber con claridad los puntos que debe mejorar.

Benchmarking funcional: a veces las ideas más innovadoras no están en tu mismo sector de mercado, pero no por eso dejan de ser interesantes para aplicarlas en tu empresa. En este caso el benchmarking funcional se enfoca en analizar compañías líderes de otros sectores, que no necesariamente son tus competidores, para intensificar mejoras en áreas puntuales. Por ejemplo, una empresa que vende ropa por internet podría analizar las estrategias de servicio post-entrega de una aplicación de delivery de comida.

En estos últimos años, la innovación, el surgimiento de las nuevas tecnologías, los nuevos hábitos y necesidades por parte de la comunidad ha permitido a diversos emprendimientos surgir y desarrollar startups como modelos de negocios disruptivos, y también se convierte en un foco interesante, que llama la atención de marcas ya consolidadas, pero, que desean desarrollar nuevos productos y servicios. Dentro de este entorno, la herramienta Benchmarking, ha servido para comprender lo que ofrece actualmente en el mercado, y analizar los escenarios actuales con soluciones adecuados a esta nueva realidad, a través de la recopilación de información y transformarlo en

conocimiento de utilidad. La intención del benchmarking dentro de las empresas, es aprender de la experiencia de los demás para mejorar tu propio desempeño y así comprender las acciones detrás de cada una de ellas, tomándolo como fuente de referencia.

Fases del benchmarking

Esta técnica puede usarse tanto a nivel interno, analizando otros departamentos funcionales, como externo: analizando a la competencia directa, a otras empresas representativas o en alianza con otras compañías. En este sentido Talavera (2020) indica que para llevarlo a cabo se deben seguir los siguientes pasos:

Planificar. En esta etapa, la empresa debe establecer los objetivos que quiere lograr con el benchmarking, así como el enfoque de su análisis (cuantitativo, cualitativo o mixto) y los indicadores o KPIs que usará para realizar la tarea

Hacer. Después de elegir a los competidores que más se asemejan al modelo de negocio de nuestra organización, es importante determinar cuál es la información que se debe recolectar. Es ideal que esas marcas tengan buenos resultados en los departamentos que la empresa busca mejorar.

Controlar. En esta etapa, la compañía tiene que hacer el análisis de la información con el objetivo de encontrar las mejores prácticas para innovarlas y aplicarlas a su modelo de negocio. Es importante extraer datos y clasificarlos. Además, la empresa debe comparar los puntos fuertes de sus competidores con los suyos.

Actuar. La etapa final es la adaptación e implementación de las mejoras identificadas. Es necesario establecer fechas para aplicar los cambios. Como último paso del proceso, la compañía debe medir cómo afectan estas modificaciones y conocer en qué medida se logran los objetivos marcados al inicio.

La información que una empresa obtiene con el benchmarking la puede enviar directo hacia la cima. Está comprobado que garantiza el crecimiento, que contribuye a establecer nuevos procesos y que permite identificar fortalezas y debilidades, tanto propias como las de nuestra competencia. No hay que olvidar que este método no solo enseña qué es lo que se debe hacer para mejorar, sino también lo que no se debe hacer.

Implementación del benchmarking

Para realizar un proceso de benchmarking de manera correcta es necesario dar una serie de pasos, o completar una serie de fases o etapas. De hecho, el benchmarking es un proceso de mejora continua y que tiene una serie de fases. Estas consisten en: planificar, investigar, observar, analizar, adaptar y mejorar. De nuevo, se comenzaría con ese ciclo desde la planificación. De acuerdo con Ruiz (2018) indica los pasos para implementar esta técnica:

Identificación. Debemos identificar cuáles son los productos, servicios o procesos que se van a estudiar. Dicho de otra manera, deberemos identificar aquel problema o situación que queremos cambiar para que nuestro negocio mejore. En definitiva, surge de la necesidad de recabar información específica sobre nuestra propia actividad empresarial.

Investigación. Se establecerá el punto de referencia u objeto de comparación. Este puede ser de cuatro tipos: Interno. Cuando se comparan áreas de la misma empresa unas funcionan bien pero otras no un ejemplo de esto serían sucursales. Competitivo. Cuando comparamos nuestra empresa con nuestro competidor más directo. Funcional. cuándo se establece la comparación entre nuestro negocio y otro que aunque sea del mismo sector no es competencia directa. Genérico. cuándo tomamos como referencia una empresa que no es del sector pero que ha mejorado es problema que hemos edificado en nuestra propia empresa.

Definición de la métrica. Se deberá establecer qué es lo que se va a medir. Es decir, habrá que establecer cuáles son esas variables con las que vamos a llevar a cabo la comparación. Por ejemplo: horario de atención al cliente, nivel de productividad empresarial, etcétera.

Planificación del trabajo de campo. En este punto del análisis benchmarking, habrá que establecer cuáles serán los días, horas, personas, lugares y herramientas que se utilizarán para obtener la información que andamos buscando. Para ello se suelen emplear algunas técnicas como el comprador misterioso, la observación o consultas a expertos.

Llevar a cabo las mediciones. Deberemos seguir las mediciones que hemos establecido en el momento de planificación. En ocasiones es complicado medir algunos datos de nuestra competencia porque pueden ser confidenciales.

Comparar la información. Procesar toda esa información que hemos obtenido y comparar esos datos con los de nuestra propia empresa. De esta forma podremos ver cuáles son los puntos fuertes y débiles de cada una y podremos saber en qué somos peores, pero también qué hacemos bien y no se debe cambiar.

Mejoras. Estudiar las posibles mejoras, definir las y aplicarlas. Es fundamental tener claro que el benchmarking no es copiar e imitar lo que hacen los líderes en nuestra. Por ello, después de valorar lo que hacen bien, es necesario plantear cuáles son las mejoras que podemos aplicar y adaptarlas a las necesidades de nuestra empresa.

Control o seguimiento. Se debe realizar una estimación del tiempo tras el cual las mejoras deben ir dando sus frutos. No debemos pensar que vamos a introducir las mejoras y nuestros resultados van a mejorar de forma considerable. Es necesario, sobre todo al principio, ir evaluando cuáles son los resultados que nos ofrecen los cambios para saber si han sido positivos. Además, también podemos ir cambiando detalles que

nos ayuden a perfeccionar los diferentes procesos de nuestra organización.

Ventajas del Benchmarking

Hay que mirar el benchmarking como un proceso positivo, proactivo y estructurado que tiene como finalidad investigar y comparar las mejores prácticas y métodos utilizados en una actividad, para luego incluirlas en nuestros procesos. Al respecto Rosas (2019) indica que:

Es un enfoque efectivo para lograr un cambio operacional. Los puntos de referencia son el catalizador que mueve a una organización a niveles más altos de rendimiento.

Dado que los requisitos de los clientes están definidos rigurosamente, la evaluación comparativa mejora la satisfacción del cliente.

Se enfoca en los procesos que mejoran los resultados, no simplemente en los resultados.

Las medidas de rendimiento a menudo se mejoran como resultado de la evaluación comparativa.

La toma de decisiones mejora porque la organización ha mejorado el conocimiento del cliente, el enfoque del proceso y las medidas de rendimiento.

El benchmarking mejora la innovación y la creatividad ya que las barreras autoimpuestas al éxito se eliminan.

El benchmarking ofrece un mecanismo para desarrollar metas, la planificación estratégica e implementar planes contingentes mucho más rápidos y a un costo menor, en base a las lecciones estratégicas aprendidas por las otras empresas.

Es un mecanismo que genera realmente «valor añadido» a los comportamientos y desempeños organizacionales.

Podemos decir que esta herramienta mejorar el nivel de calidad: Uno de las principales ventajas presenta el Benchmarking es el de mejorar el valor creado sobre un producto, basándose en sus precios y los costes que son necesarios para su fabricación y venta. De nada sirve una comparación si el resultado no repercutirá en un aumento tangible de la calidad.

Desventajas del Benchmarking

A pesar de los beneficios que conlleva, debemos tener en cuenta una serie de puntos negativos que puede poseer. Al respecto Ruiz (2018) menciona las siguientes desventajas:

Algunos empresarios tienen la creencia de que la aplicación del benchmarking es una moda más. Por lo tanto, a pesar de que se lleven a cabo las diferentes etapas que comprende el proceso de benchmarking, las conclusiones pueden caer en saco roto. Como consecuencia, los resultados no implicarán cambio alguno en la empresa.

A la hora de conseguir la información o aquellos datos necesarios para llevar a cabo la investigación, cuando realizamos un proceso de benchmarking pueden topar con problemas de carácter legal. Esto es debido que algunos datos están protegidos por IPa confidencialidad o una patente. De ahí que quizás sea necesario contar con nociones de ética o incluso legales.

Precisamente, ese carácter de confidencialidad es otra de las desventajas. Esto es debido a que dificulta el poder realizar comparaciones con la competencia y compañías de otros sectores; con el fin de extraer esa información que necesitamos para mejorar nuestros procesos productivos.

El alto coste de realizar un proceso de benchmarking y, además, es un proceso largo que requiere muchas horas.

Requiere de alguien especializado. De ahí que la mayoría de los procesos de benchmarking se hagan de forma externa a la empresa.

No es aconsejable realizar este tipo de procesos para aquellas cuestiones que sean de carácter rutinario o de baja o mediana importancia. Solo han de utilizarse en aquellos procesos de alto impacto. Esto es bien en la propia organización, bien en el proceso productivo de la empresa.

Ahora que ya conoces las ventajas y desventajas del benchmarking, debes valorar seriamente la necesidad de realizar procesos de benchmarking en tu empresa. De esta forma podrás actuar como lo hacen los mejores con el objetivo de mejorar los resultados de tu empresa.

Marco conceptual

Micro y pequeñas empresas: son conocidas con las siguientes siglas MYPE, así mismo están consideradas como unidades económicas de un país teniendo el objetivo de desarrollar todas las actividades que se logran caracterizar por las ventas trimestrales o semestrales obteniendo una buena administración de manera independiente teniendo accesos tecnológicos con áreas pequeñas.

Gestión de calidad: está relacionada con los procesos administrativos de la empresa teniendo un objetivo de satisfacción, la gestión de calidad no solo se centra en la calidad del producto, sino también en la satisfacción de los clientes y el servicio, por otro lado la gestión de calidad tiene aseguramientos en la calidad y sus controles de procesos para obtenerlos más consistentes su calidad, en general, su formación empresarial y en la dirección de empresas es muy escasa. A la falta de formación se añade a menudo la falta de habilidades o de experiencia de los directivos o empresarios que llevan a sus empresas turísticas a importantes fracasos o a su desaparición. Así mismo es posible que nos podamos cuestionar como medir las calidades en el sentido de servicio otorgado, teniendo en cuenta que las medidas no tendría por qué ser cuantitativa, no obstante, los elementos cuantitativos al descompagnar las acciones y comportamiento de cada individuo o huésped.

Benchmarking: El benchmarking es una técnica y/o herramienta para la gestión que consiste en realizar buenas decisiones como referencia a las mejoras continuas en variedades de aspectos prácticos de la empresa, de manera que sea competitiva directa e indirecta, por otro lado, en algunas áreas del establecimiento de hospitalidad se lograra adaptarse a los nuevos cambios gracias a la técnica agregándoles mejoras consecutivas de manera fructífera. Finalmente, su principal centro radica en el estudio específico de las unidades de gestión de sus actividades dentro de una empresa, hablando de forma clara, se profundizará e interior del cuerpo para su correcta estudio e implantación, con diferentes tipos de resultados.

Atención al cliente: El servicio se refiere a la totalidad de acciones e implementaciones para todos los clientes que requieran y tengan el uso de adecuado durante y en trámite de la adquisición de una compra para lograr cumplir con las satisfacciones de los productos y servicios.

Servicio: Refiera a todas las acciones que son implementadas para el bienestar de los clientes directo el proceso y después del proceso de la compra, ejemplo. En una empresa de hospedaje existen algunos trabajadores que tienen equipaje para trasladar a la habitación, llevan la comida, limpian la instalación, estas actividades son apropiadas a todos los servicios para el bienestar del cliente.

Hospedajes: estas empresas están dedicadas al rubro de servicio dentro de ello se ofrece al huésped como parte del sector de la hostelería. La finalidad es de brindar a todos sus clientes un albergue, dentro de los aviones son variadas desde sus posadas e infraestructura de ello dependería sus comodidades y precios de alojamiento, en estos tiempos han llegado nuevas comodidades y modernidades para hospedarse a que van más allá de las clases de hospedarse para todos los clientes modernos, clientes tradicionales y clientes vacacionales.

III. HIPÓTESIS

En el estudio: Propuesta de mejora del benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020; no se planteó una hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación, No Experimental - Transversal – Descriptivo de propuesta

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable en estudio, es decir, se observó el benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas en estudio, tal como se encuentra dentro de su contexto (dentro de las micro y pequeñas empresas), conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal porque la investigación se llevó a cabo en un tiempo determinado teniendo un inicio y un fin, específicamente el año 2020.

Fue descriptivo de propuesta, porque se describo las características más importantes del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020; y en base a los resultados se elaboró una propuesta de mejora.

4.2. Población y muestra

Población

La población estuvo conformada por 11 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020. La cual se obtuvo mediante un sondeo. (Ver anexo 3)

Muestra

La muestra estuvo conformada el 100% de la población es decir por 11 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Aspecto complementario	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa. (Ley 28015, 2003)	Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una serie de características como son edad, genero, grado de instrucción, cargo y tiempo en el cargo que van a influir directa o indirectamente en la toma de decisiones.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 30 años - De 31 a 50 años - De 51 años a más 	Razón
			Género	<ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino 	Nominal
			Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitario - Superior universitario 	Ordinal
			Cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Dueño - Administrador 	Nominal
			Tiempo en el Cargo	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a mas 	Razón

Aspecto complementario	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley 28015, 2003)	Unidades económicas que tienen por características años de permanencia en el mercado, tienen una cantidad pequeña de trabajadores, muchas veces existe una relación familiar con los trabajadores pero con un objetivo de existencia	Cuantos años tiene la MYPE	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a mas 	Razón
			N° trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores. 	Razón
			Personas que trabajan en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Personas familiares - Personas no familiares 	Nominal
			Finalidad	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancias - Subsistencia 	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad	Proceso que permite medir a tu empresa y otros negocios afines para así compararlos empresarialmente y desarrollar una estrategia que permita que mejores. (Obeso, 2017)	La gestión de calidad utiliza técnicas modernas para eliminar las dificultades que puedan presentar los trabajadores en los distintos procesos, capacitándolos para luego aplicar técnicas de medición de rendimiento de los mismos. Una de estas técnicas es el Benchmarking, dicha técnica permite comparar sus servicios con otras empresas, así como evaluar el desempeño de otra empresa, del mismo modo el uso del benchmarking permite ser eficiente y aumenta a rentabilidad de la empresa	Termino gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
			Técnicas modernas de gestión de calidad que aplica:	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Marketing - Empowerment - Las 5 S - Outsourcing - Otros 	
			Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	
			Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - La escala de puntuaciones - Evaluación 360° - Otros 	
			Gestión de calidad mejora el rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	
			Termino Benchmarking	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tiene cierto conocimiento 	
			Compara servicios con otra empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre - A veces - Nunca 	
			Evaluación del desempeño de otra empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Buena - Regular - Mala 	
			El benchmarking es primordial para las organizaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	
			Uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	

			El benchmarking aumenta a rentabilidad de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Si - A veces - No 	Nominal
--	--	--	--	---	---------

4.4. Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizó, para recolectar información fue: La encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. El instrumento, que se utilizó para registrar la información fue: El Cuestionario, estructurado por 20 preguntas relacionadas a los aspectos generales de los representantes (5), de las micro y pequeñas empresas (4), y a la variable en estudio: gestión de calidad con el uso del marketing (11). (Ver anexo 4)

4.5. Plan de análisis.

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

4.6. Matriz de consistencia

Matriz de consistencia						
Problema	Objetivos					
Problema	General	Específicos	Variable	Población y muestra	Métodos	Técnica e instrumentos
¿Cuál es la mejora del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020?	Establecer las mejoras del benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.	Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020. Desarrollar las características del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las	Benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad	Población La población estuvo conformada por 11 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020. La cual se obtuvo mediante un sondeo. (Ver anexo 3) Muestra La muestra estuvo conformada el 100% de la población es decir por 11 micro y	Diseño Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación, No Experimental - Transversal - Descriptivo de propuesta - <i>Fue no experimental</i> porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable en estudio, es decir, se observó el	Técnica: La técnica utilizada fue la encuesta. Instrumentos: En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario Plan de análisis Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de

		<p>micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.</p> <p>Elaborar un plan de mejora del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedajes del distrito de Chimbote, 2020</p>		<p>pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.</p>	<p>benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad, tal como se encuentra dentro de su contexto (dentro de las micro y pequeñas empresas), conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.</p>	<p>los datos se utilizó como soporte el programa Excel.</p>
--	--	---	--	--	---	---

4.7. Principios éticos

La presente investigación: Propuesta de mejora del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020, se aplicaron principios éticos. Al respecto la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote a través del Comité Institucional de Ética en Investigación (2019) menciona los siguientes principios éticos:

El respeto de la protección a las personas, puesto que solo se hizo público la información obtenida voluntariamente de la situación que se encuentran las micro y pequeñas empresas, mas no la información personal de los representantes debido a que no hubo una autorización por parte de ellos para ser publico sus datos personales, razón por lo cual se mantuvo el respeto a su privacidad.

Beneficencia y no mal eficiencia, porque la información obtenida fue de uso para fines académicos, respetando el bienestar en todo momento de las personas voluntarias que participaron en la investigación.

Justicia, porque el trabajo de investigación se realizó bajo el cumplimiento de las normas y reglamentos de la universidad, y haciendo uso de las buenas practicas académicas teniendo en cuenta el trato equitativo con las personas que participaron el proceso de la investigación.

Integridad científica: alude al correcto procedimiento de la práctica de la ciencia, y connota honestidad, transparencia, justicia y responsabilidad el cual se refleja en el trabajo de investigación realizado.

Consentimiento informado y expreso: la información solicitada a los representantes de las micro y pequeñas empresas ene estudio, fue de uso académico y se respetó si el representante autorizo o no la publicación de sus datos, previamente al encuestarlos se les comunico el fin de dicho acto y se presentó un consentimiento.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.

Datos Generales	N	%
Edad		
18 a 30 años	3	27.27
31 a 50 años	6	54.55
51 a más años	2	18.18
Total	11	100.00
Género		
Femenino	7	63.64
Masculino	4	36.36
Total	11	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	2	18.18
Superior no Universitaria	4	36.36
Superior Universitario	5	45.45
Total	11	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	7	63.64
Administrador	4	36.36
Total	11	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 3 años	2	18.18
4 a 6 años	2	18.18
7 a más años	7	63.64
Total	11	100.00

Fuente: Cuestionario dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.

Características de las micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)		
0 a 3 años	4	36.36
4 a 6 años	5	45.45
7 años a más	2	18.18
Total	11	100.00
Numero de colaboradores		
1 a 5	6	54.55
6 a 10	3	27.27
11 a más	2	18.18
Total	11	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	7	63.64
Personas no familiares	4	36.36
Total	11	100.00
Objetivo de la empresa		
Generas ganancias	7	63.64
Subsistencia	4	36.36
Total	11	100.00

Fuente: Cuestionario dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.

Tabla 3

Características del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.

Benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad	N	%
Termino gestión de calidad		
Si	6	54.55
Tengo poco conocimiento	3	27.27
No	2	18.18
Total	11	100.00
Técnicas de gestión que aplica		
Benchmarking	2	18.18
Atención al cliente	1	9.09
Empowerment	2	18.18
La 5 s	6	54.55
Total	11	100.00
Dificultades del personal en la gestión de calidad		
Poca iniciativa	5	45.45
Aprendizaje lento	4	36.36
No se adapta a los cambios	2	18.18
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Total	11	100.00
Técnicas para medir el rendimiento		
La observación	0	0.00
La evaluación	5	45.45
La escala de puntuaciones	6	54.55
Evaluación 360°	0	0.00
Total	11	100.00
La gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa		
Si	10	90.91
A veces	1	9.09
No	0	0.00
Total	11	100.00
Termino Benchmarking		
Si	6	54.55
Tiene cierto conocimiento	3	27.27
No	2	18.18
Total	11	100.00

Continua...

Tabla 3

Características del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020

Benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad	N	%
Compara servicios con otra empresa		
Siempre	5	45.45
A veces	4	36.36
Nunca	2	18.18
Total	11	100.00
Evaluación del desempeño de otra empresa		
Buena	4	36.36
Regular	5	45.45
Mala	2	18.18
Total	11	100.00
El benchmarking es primordial para las organizaciones		
Si	8	72.73
No	3	27.27
Total	11	100.00
Uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente		
Si	7	63.64
No	4	36.36
Total	11	100.00
El benchmarking aumenta a rentabilidad de la empresa		
Si	7	63.64
A veces	0	0.00
No	4	36.36
Total	11	100.00

Fuente: Cuestionario dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.

Tabla 4

Propuesta del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.

Problema	Causa	Solución - Aplicación de mejora	Responsable
Solo el 54.55% conoce el termino gestión de calidad	No buscan informarse de las técnicas administrativas porque consideran que tiene suficiente experiencia en el sector	Buscar asesoramiento para capacitarse en temas de gestión empresarial y uso de herramientas administrativas	Administrador/propietario
El 45.45% del personal muestra poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad	Deficiente clima laboral Inadecuado plan de incentivos	Implementar un buzón de sugerencias para el personal. Otorgar incentivos económicos en base al cumplimiento de las metas.	Administrador/propietario
El 45.45% compara sus servicios con otras empresas	Desconocen las actividades para poder comparar sus servicios	Recopilar información de otros hospedajes a través de encuestas (tiempo de espera del cliente, trato personalizado, satisfacción del cliente)	Administrador/propietario
El 45.45% califica como regular la evaluación del desempeño de otras empresas	Desconocen de herramientas para evaluar el desempeño de otras empresas	Medir el desempeño a través de la participación de mercado. También se puede evaluar el desempeño de las empresas a través de encuestas de satisfacción.	Administrador/propietario

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en el distrito de Chimbote, 2020.

Edad: el 54.55% los representantes tienen de 31 a 50 años, estos resultados coinciden con Pérez (2016) quien menciona que el 71,4% tienen entre 31 a 50 años, del mismo modo coinciden con Herrera (2018) quien establece que el 80,00% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 50,0% tienen entre 31 a 50 años. Pero se contrastan con lo hallado por Espinoza (2018) quien evidenció que el 100.0% tienen más de 40 años de edad. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes son en la mayoría personas adultas que tienen experiencia en el negocio, pero para algunos por la misma edad que tienen les resulta difícil adaptarse a las nuevas tendencias empresariales.

Género: el 63.64% de los representantes de la micro y pequeñas empresas son de género masculino, estos datos coinciden con Espinoza (2018) quien evidenció que el 70.0% son de género masculino, así mismo con Pérez (2016) quien menciona que el 100,0% son del género masculino, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 70,0% de los representantes son del género masculino. Pero se contrastan con lo hallado por Herrera (2018) quien establece que el 73,33% son de género femenino. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes son en la mayoría personas de género masculino por el gran emprendimiento que tiene y gestionar múltiples tareas.

Grado de instrucción: el 45.45% de los representantes cuentan con grado superior universitario, estos datos coinciden con Espinoza (2018) quien evidenció que el 100.0% manifestaron tener el grado de educación superior, así mismo con Pérez (2016) quien menciona que el 100,0% tienen el grado de superior universitaria, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 70,0% tienen el grado de

superior universitaria. Pero se contrastan con Herrera (2018) quien establece que el 86,57% de los representantes de la micro y pequeña empresa tienen estudios superiores no universitarios. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas son en la mayoría relativa personas con grado superior universitaria que buscan adquirir nuevos conocimientos y poder aplicarlos en su negocio a diferencia de años anteriores.

Cargo que desempeña: el 63.64% de los representantes son los dueños, estos datos coinciden con Herrera (2018) quien establece que el 100% de los representantes de la micro y pequeña empresa son dueños de sus negocios. Pero se contrastan con lo hallado por Espinoza (2018) quien evidenció que el 100.0% de las personas encuestadas manifestaron ser los administradores, Pérez (2016) quien menciona que el 71,4% se desempeñan como administrador, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 50,0% se desempeñan como administrador. Estos resultados demuestran que la mayoría de las micro y pequeñas empresas están siendo dirigidos por los dueños esto implica que tengan mayor responsabilidad y no se den tiempo para capacitarse como en temas de tecnología de información y comunicación

Tiempo que desempeña en el cargo: el 63.64% de los representantes tienen más de 7 años (Tabla 1), estos se contrastan con Pérez (2016) quien menciona que el 57,1% tienen entre 4 a 6 años en el cargo, del mismo modo con Herrera (2018) quien establece que el 73.33% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 6 años desempeñando en el cargo, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 60,0% tienen entre 4 a 6 años en el cargo. Estos resultados demuestran que en la actualidad el tiempo que desempeñan en el cargo los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedajes del distrito de Chimbote son relativamente nuevos, implicando también que los negocios en este rubro no duran mucho tiempo.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro de hospedaje en el distrito de Chimbote, 2020.

Tiempo de permanencia de las microempresas: el 45.45% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años, este resultado coincide con Herrera (2018) quien establece que el 73.33% indican que su negocio tiene de 4 a 6 años. Pero estos datos se contrastan con lo hallado por Espinoza (2018) quien establece que el 70% pasan de los 10 años dentro del rubro hotelero, así mismo con Pérez (2016) quien menciona que el 85,7% permanecen en el rubro entre 7 a más años, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 70,0% tienen permanecen en el rubro entre 7 a más años. Estos resultados demuestran que en la actualidad las micro y pequeñas empresas en su mayoría tienen de 4 a 6 años lo que demuestra que son negocios relativamente nuevos que no existe una continuidad de los antiguos negocios y puede ser debido a la no aplicación de una buena gestión de calidad.

Número de trabajadores: el 54.55% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, estos datos coinciden con Pérez (2016) quien menciona que el 100,0% tienen entre 1 a 5 trabajadores, del mismo modo con Herrera (2018) quien establece que el 60% tienen de 1 a 5 trabajadores, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 90,0% tienen entre 1 a 5 trabajadores. Pero se contrastan con lo hallado por Espinoza (2018) quien establece que el 100.0% de las MYPE tienen entre 6 a 10 empleados dentro de la organización. Estos resultados demuestran que en la actualidad las micro y pequeñas empresas en su mayoría tienen de 1 a 5 trabajadores esto demuestra que la mayoría de este tipo de negocio son pequeños y no necesitan de más trabajadores para cumplir sus metas.

Relación con los trabajadores: el 63.64% de las micro y pequeñas empresas tienen una relación familiar con los trabajadores, estos datos se contrastan con Pérez (2016) quien menciona que el 57,1% trabajan con personas no familiares, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 80,0% trabajan con personas no familiares. Estos resultados demuestran que en la actualidad las micro y

pequeñas empresas en su mayoría tienen una relación familiar entre los dueños y los trabajadores, lo cual significa que los dueños saben diferenciar lo personal de lo profesional.

Objetivo de creación de la empresa: el 63.64% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancia, este resultado coincide con Herrera (2018) quien establece que el 100% de las micro y pequeñas empresas demuestran que el motivo principal de creación es para generar ganancias, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 100,0% tienen como objetivo generar ganancias. Estos resultados demuestran que en la actualidad las micro y pequeñas empresas en su mayoría fueron creadas para generar ganancias y con ello apoyar con fuentes de empleo a sus familiares.

Tabla 3

Características del benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje en el distrito de Chimbote, 2020.

Conoce el termino gestión de calidad: el 54.55% de los representantes tienen conocimiento del termino de gestión de calidad, estos datos coinciden con Pérez (2016) quien menciona que el 71,4% conocen el término gestión de calidad, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 90,0% conocen el término gestión de calidad. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje en el distrito de Chimbote en su mayoría conocen el termino gestión de calidad a comparación de años anteriores lo que implica un deseo de mejorar y surgir en el mercado.

Técnicas modernas de la gestión de calidad: el 54.55% de los representantes tienen conocimiento sobre las 5s, estos datos se contrastan con Pérez (2016) quien menciona que el 71,4% conocen otras técnicas modernas de gestión, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 70,0% conocen como técnica la

atención al cliente. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedajes del distrito de Chimbote en su mayoría aplican las 5S, en este sentido esto les permite involucrar a todos los empleados en una herramienta eficaz y sencilla; del mismo modo ayuda en la eliminación de desperdicios; reducen los riesgos de accidentes; y mejora los procesos de comunicación interna.

Dificultades para la implementación de gestión de calidad: el 45.45% de los representantes indican que los personales tienen poca iniciativa para implementar la gestión de calidad, estos datos se contrastan con Pérez (2016) quien menciona que el 42,8% tienen otras dificultades para la implementación de gestión de calidad, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 60% tienen otras dificultades para la implementación de gestión de calidad. Estos resultados demuestran que en la actualidad los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje en el casco urbano del distrito de Chimbote tienen un aprendizaje lento para implementar la gestión de calidad debidos a múltiples razones como el miedo al cambio o ideas cerradas a nuevos paradigmas, así mismo la mayoría de las Mypes esta formalizado, pero la mayoría relativa de trabajadores laboran de formal, la totalidad de las Mypes desconocen sobre estándares de calidad y ponen en práctica una gestión de calidad de manera inadecuada que carece de todo un plan estratégico administrativo y operativo, lo que los vuelve vulnerables en este mercado competitivo.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: el 54.55% de los representantes indican que utilizan escala de puntuación como técnica de rendimiento del personal, estos resultados se contrastan con los resultados encontrados por Pérez (2016) quien menciona que el 57,1% conocen la técnica de la observación, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 80 % conocen la técnica de la observación. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes utilizan para medir el rendimiento de su personal la técnica de la escala de

puntuación, esto puede ser debido a que no conocen otras técnicas de evaluación o no evalúan periódicamente a su personal.

La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: el 90.91% de los representantes indican que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, del mismo modo con Pérez (2016) quien menciona que el 100,0% consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, del mismo modo con Herrera (2018) quien establece que el 100% piensan que siempre la gestión de calidad permite un mejor rendimiento en sus trabajadores y procesos organizaciones. así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 100,0% consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Estos resultados demuestran los representantes en su totalidad consideran que la gestión de calidad permite mejorar el rendimiento en este sentido permite generar mayor eficiencia. Las empresas que aplican la gestión de calidad tienen el objetivo de maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos, por ende, se establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones más sencillas y menos agotadoras en términos de tiempo o gasto financiero. Del mismo modo estimula la moral de los empleados. Las funciones claras y definidas, los sistemas de capacitación establecidos, así como una clara comprensión de cómo sus roles afectan la calidad y el éxito del negocio, son propios de la gestión de calidad, ya que se busca que los empleados estén motivados y satisfechos, ya que así se desempeñarán adecuadamente en la organización.

Conoce usted el significado de la palabra benchmarking: la mayoría de los representantes el 50.00% indican que, si lo conocen, estos datos coinciden con Pérez (2016) quien menciona que el 100,0% no conocen el significado de la palabra benchmarking, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 60,0% de los representantes no conocen el significado de la palabra benchmarking. Estos resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedajes, en el casco urbano del distrito de Chimbote

en su mayoría mencionan que saben que son el benchmarking, pero no implica que exista un buen conocimiento del manejo de las mismas es importante aprender de otras organizaciones para ser más eficiente.

Usted suele comparar su servicio con otro micro y pequeña empresa para mejorar la calidad de su empresa: la mayoría de los representantes el 45.45% indican que, si suelen comparar sus servicios con otras empresas, estos datos coinciden con Pérez (2016) quien menciona que el 42,8% toman todas las estrategias de otras empresas, del mismo modo con Herrera (2018) quien establece que el 100% de las empresas analizan a su competencia. Estos resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas en su mayoría relativa si comparan sus servicios en este sentido observan como los otros hospedajes atienden al cliente, que promociones tiene para ellos, los precios, etc.; sin embargo no se debe confundir el benchmarking con un análisis de la competencia, ya que aunque sí que se pueden analizar a empresas competidoras directas, también se puede realizar un estudio de empresas de otros sectores que nada tengan que ver con lo nuestro, pero que en todo caso destaquen en un determinado aspecto que nos interese imitar (tiempo de atención al cliente, promociones, etc.)

Evalúa el desempeño de otro micro y pequeña empresa para aplicarlo en su negocio: el 45.45% consideran con un nivel regular que evaluar el desempeño de otra empresa y aplicarlo es importante, el 40.00% con un nivel bueno y el 10.00% con un nivel malo. Estos resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría tienen el ímpetu de emprender en su negocio, pero no en todas las micro y pequeñas empresas la utilizan como herramienta de trabajo.

El benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado: la mayoría de los representantes nos hacen mención que el 72.73% indican que la herramienta del benchmarking es

indispensable para las organizaciones y para la mejora continua de la calidad de las empresas, estos datos coinciden con lo hallado por Pérez (2016) quien expresa que el 85,7% consideran que el benchmarking es primordial para las organizaciones, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 90 % mencionan que el benchmarking si es primordial para ingresar al mercado. Estos datos indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedajes, en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría mencionan que saben que son el benchmarking, pero no implica que exista un buen conocimiento del manejo de las mismas

El uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente: el 63.64% expresan que sí, estos datos coinciden con lo hallado por Pérez (2016) quien expresa que el 71,4% consideran que un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente, así también con Vásquez (2019) quien menciona que el 100% consideran que un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente. Esto demuestra que la mayoría consideran que esta herramienta permite la eficiencia en los procesos de mejora del servicio. Sin embargo, no significa copiar o plagiar a tus rivales. Por ende, se debe encontrar los puntos más fuertes de los mejores en su segmento o sector, tratando de superarlos cada día. Por ende, podemos decir que el benchmarking bien ejecutado es una de las mejores herramientas para recopilar información, del mismo modo ayuda a fijar objetivos para la organización, evitando el conformismo e inmovilismo, así mismo es una fuente de nuevas ideas y ayuda a fomentar la implicación de los diferentes miembros de la organización que participan en el proceso.

El benchmarking aumenta la rentabilidad de la empresa: la mayoría de los representantes: el 63.64% consideran que si y el 36.36% expresan que nunca. Estos resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedajes, en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría mencionan, pero no implica que exista un buen conocimiento del manejo de las mismas. Finalmente se demuestra que el modelo permite en forma

exitosa evaluar la calidad del servicio en los hoteles, identificando los puntos clave en los cuales debe centrar la atención la firma, para mejorar la satisfacción de los clientes y aumentar la intención de recompra, y que a partir de estudios como este se podrían generar informes que faciliten la gestión de procesos, ayudando a mejorar los aspectos identificados, en los cuales se tiene alguna deficiencia, en aras de ofrecer un buen servicio con el fin de incrementar la fidelización y captación de nuevos clientes. Los esfuerzos de mejora se deben orientar hacia los aspectos claves detectados por estos tipos de estudios.

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

Nombre de la empresa: Hospedaje “ZAHARA”

Dirección: Jirón Tacna , km 2.3

Nombre del representante: Marvin Velaquez Robert

2. Misión

Hospedaje “ZAHARA” es una empresa de categoría media-alta que brinda un servicio de calidad en alojamiento, gastronomía, recreación y eventos a los turistas que visitan la provincia de Huaraz, mediante la aplicación de los recursos pertinentes y el compromiso del personal generando una rentabilidad considerable y contribuyendo al desarrollo turístico del sector

3. Visión

Ser la empresa líder en el sector hotelero, reconocida por la atención brindada a nuestros clientes en los servicios de alojamiento, gastronomía, recreación y eventos a nivel local; mediante procedimientos productivos representados por la calidad e innovación constante en las instalaciones y los recursos adquiridos por la institución.

4. Objetivos

Incrementar el nivel de utilidad neta en un 8%.

Mejorar la imagen de la empresa en un 20%

Incrementar el número de clientes en un 15%.

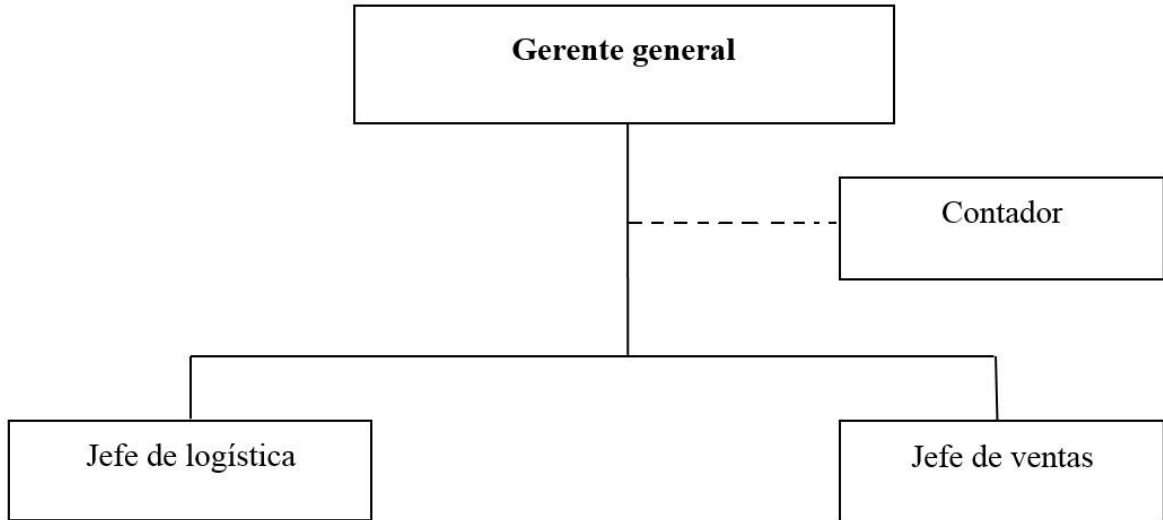
Incrementar el nivel de compromiso en un 20%

Incrementar el nivel de desempeño y productividad en un 20%.

Aumentar el nivel de interrelación y trabajo en equipo en un 25%

5. Productos y/o servicios

6. Organigrama de la empresa



6.2 Descripción de funciones

Cargo	Gerente
Perfil	<ul style="list-style-type: none">• Experiencia mínima de 3 años como gerente o administrador• Titulado en Administración de Empresas.• Estudios de capacitación sobre computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none">• Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.• Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.• Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.• Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.

Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 5 años de experiencia el área logística. • Título profesional (contador público) • Estudios de capacitación sobre liderazgo para el cambio, trabajo en equipo y análisis y solución de problemas
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Suministrar de manera clara la información de relevancia • Responsable de las decisiones tomadas por la gerencia en base a la información suministrada en cuanto a aspectos contables tributarios y financieros. • Verificar y asegurar que los datos contables relacionados con la cartera se estén controlando de acuerdo con lo establecido por la asamblea general, la junta directiva y el director ejecutivo. • Verificar y supervisar el pago de los diferentes tributos de los cuales es responsable la asociación de acuerdo a la normatividad vigente. • Verificar y controlar que los cheques sean debidamente soportados y contabilizados. • Verificar el pago a los proveedores y los clientes seas aplicados correctamente.
Cargo	Jefe de logística
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 2 años de experiencia el área logística. • Título Técnico de Instituto en Logística y Distribución • Estudios de capacitación sobre liderazgo para el cambio, trabajo en equipo y análisis y solución de problemas
Funciones	<p>planificación, es decir, la logística interna.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Controlar y coordinar las funciones en la cadena de suministro. • Analizar los procedimientos de distribución de las operaciones comerciales. • Optimizar el transporte: reducir el coste, plazos e itinerarios de entrega. • Utilizar el software de aprovisionamiento, transporte y control logístico.

Cargo	Jefe de ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 2 años en la venta proyectada • Experiencia teniendo personal a cargo. • Buen dominio de Excel • Excelentes relaciones interpersonales para tratar con clientes y proveedores.
Funciones	<p>departamento de Ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enfocar los esfuerzos de ventas al estudio de las necesidades existentes y potenciales de los clientes. • clientes. • Elaborar y hacer entrega de informes de ventas diarios. • Establecer metas para los Ejecutivos y Representantes de Ventas. • Estar al corriente con los cambios y tendencias en el mercado.

7. Diagnostico general

Fortalezas	Oportunidades
<p>UBICACIÓN ESTRATEGICA</p> <p>MANEJO DE REDES SOCIALES</p> <p>RECIENTE REMODELACION (VANGUARDIA Y TECNOLOGIA)</p> <p>SEGURIDAD PRIVADA 24 HORAS</p> <p>SERVICIO DE TRANSPORTE PROPIO DEL HOTEL</p>	<p>INVERSION PUBLICA EN LA CIUDAD, INCREMENTA TURISMO</p> <p>EVENTOS DEPORTIVOS DE CIUDAD (MUNDIALES-MUNICIPALES-CAMP)</p> <p>PRORROGA DE EXCEPCION DE IMPUESTOS PARA HOTELES</p> <p>AUMENTO DE INVERSION EN TECNOLOGIA HOTELERA</p> <p>PROVEEDORES CERCANOS DE MUCHOS INSUMOS UTILIZADOS EN EL HOTEL</p>
Debilidades	Amenazas
<p>HABITACIONES PEQUEÑAS PARA CORPORATIVOS DE RANGOS ALTOS</p> <p>PARQUEADERO LIMITADO</p> <p>ALTA ROTACION DE PERSONAL</p> <p>CARGA DE PROBLEMAS CONTABLES DE PERIODOS ANTIGUOS</p>	<p>LOS COMPETIDORES TIENEN BAJAS TARIFAS</p> <p>NUEVOS HOTELES EN LA ZONA</p> <p>INCREMENTO DE INSEGURIDAD EN LA ZONA</p>

8. Indicadores de gestión

- Nivel de ventas.
- Participación en el mercado.
- Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos.
- Posicionamiento frente a la competencia.
- Rentabilidad de la empresa.
- Nivel de endeudamiento.
- Cumplimiento del programa de entregas.

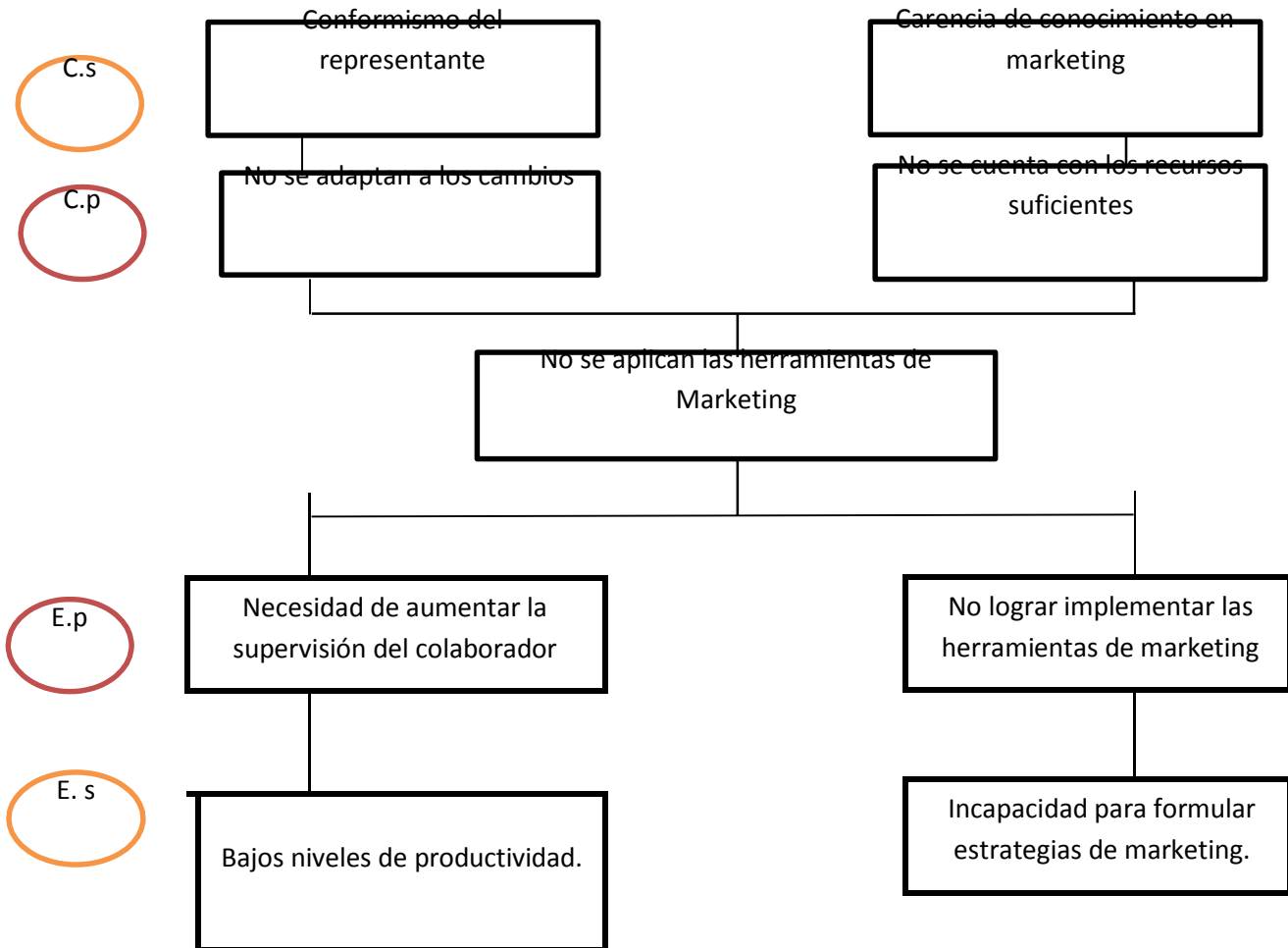
Indicadores	Problema	Acción de mejora
Nivel de ventas.	Nivel de ventas bajas	Aplicar el marketing mix, enfocándose más en la estrategias de productos es decir adquirir productos de mejor calidad e innovadores.
Participación en el mercado	Se desconoce de la participación de mercado.	Identificar el nivel de ingresos de las empresas del rubro, debido a que ello permitirá determinar la participación de mercado.
Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos	La satisfacción de los clientes es regular	Crear un buzón de sugerencias y reclamos
Posicionamiento frente a la competencia	Se desconoce del posicionamiento de la marca.	Aplicar el marketing online, se puede hacer uso del as redes sociales más accedidas, como el Facebook.
Rentabilidad de la empresa	Se desconoce de la rentabilidad	Mejor negociación con los proveedores para reducir los costos y maximizar las ganancias.
Nivel de endeudamiento	Financiamiento externo.	Crear un cronograma de pagos manual, para estar al día en los pagos

Cumplimiento del programa de entregas	En este caso el cumplimiento de entrega es rápida	Crear encuestas de satisfacción y con ello determina la eficiencia de entrega del producto.
---------------------------------------	---	---

9. Problemas

Problemas	Acción de mejora
Termino gestión de calidad El 62.50% tienen poco conocimiento	Asesoramiento de profesionales en gestión empresarial.
Técnicas de gestión que aplican El 68.75% no aplican	Asesoramiento de profesionales en gestión empresarial.
Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad El 43.75% poca iniciativa	Crear un plan de incentivos económicos y no económicos. Aplicar el liderazgo democrático para mejorar las relaciones interpersonales.
Herramienta de marketing que aplica El 68.75% no utilizan	Asesoramiento de profesionales en mercadotecnia. Aplicar herramientas de marketing más económicas como el marketing online.

10. Causas (Utilizando el diagrama de espina causa- efecto, tormenta de ideas, etc.).



11. Establecer soluciones

11.1. Establecer acciones

N°	Acciones de mejora a lograr	Dificultades	Plazo	Impacto	Priorización
1	Asesoramiento de profesionales en gestión empresarial.	No contar con los recursos financieros necesarios para el asesoramiento en gestión de calidad.	30 días	Elevar los conocimientos en gestión de calidad.	Buscar a profesionales expertos en gestión de calidad.
2	<p>Crear un plan de incentivos económicos y no económicos.</p> <p>Aplicar el liderazgo democrático para mejorar las relaciones interpersonales.</p>	No contar con los recursos financieros para la creación del plan de incentivos.	30 días	<p>Mejorar la iniciativa y aprendizaje del personal.</p> <p>Mejorar las relaciones impersonales.</p>	<p>Encuestas de satisfacción al trabajador para determinar cuáles es su motivación en el trabajo.</p> <p>Incentivar al trabajo en equipo.</p>
3	<p>Asesoramiento de profesionales en mercadotecnia.</p> <p>Aplicar herramientas de marketing más económicas como el marketing online.</p>	<p>No contar con los recursos financieros para el asesoramiento en marketing.</p> <p>Resistencia al cambio</p>	30 días	<p>Mejorar los conocimientos en marketing.</p> <p>Dar a conocer los productos y servicio que ofrece la empresa.</p>	Realizar una cotización sobre los medios de publicidad mas económicos y efectivos.

11.2.Estrategias (que se desean implementar).

ÁREA DE MEJORA N°1: Recursos humanos	
Descripción del problema	Se desconocen del termino gestión de calidad, El personal muestra poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad, no se aplican las herramientas de marketing.
Causas que provocan el problema	Carencia de recursos para aplicar el marketing. Conformismo del personal.
Objetivo a conseguir	Mejorar la competitividad de la empresa
Acciones de mejora	Asesoramiento de profesionales en gestión empresarial. Crear un plan de incentivos económicos y no económicos. Aplicar el liderazgo democrático para mejorar las relaciones interpersonales. Asesoramiento de profesionales en mercadotecnia. Aplicar herramientas de marketing más económicas como el marketing online.
Beneficios esperados	Incrementar las utilidades de la empresa. Mejorar el prestigio de la empresa.

12. Recursos para la implementación de las estrategias

- Humanos
- Económicos
- Tecnológicos

13. Esquematizar las estrategias

- Establecer acciones
- Estrategias
- Humanos
- Económicos
- Tecnológicos
- Establecer el tiempo del desarrollo (de cada estrategia).

Establecer acciones	Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
Asesoramiento de profesionales en gestión empresarial.	Buscar a profesionales expertos en gestión de calidad.	Administrador	s/. 1000.00	Uso de las TICS, en este caso uso de las computadoras	30 días
Crear un plan de incentivos económicos y no económicos. Aplicar el liderazgo democrático para mejorar las relaciones interpersonales.	Encuestas de satisfacción al trabajador para determinar cuál es su motivación en el trabajo. Incentivar al trabajo en equipo.	Administrador y colaborador	s/. 1000.00	Uso de las TICS, en este caso uso de las computadoras. Informes a través de encuesta de satisfacción del cliente.	30 días
Asesoramiento de profesionales en mercadotecnia. Aplicar herramientas de marketing más económicas como el marketing online.	Realizar una cotización sobre los medios de publicidad más económicos y efectivos.	Administrador	s/. 1000.00	Uso de las TICS, en este caso uso de las computadoras. Informes, encuestas y entrevistas a clientes potenciales. Uso de la técnica focus group.	30 días

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes son de género masculino, son los dueños, tienen entre 4 a 6 años en el rubro, tienen de 31 a 50 años, la mayoría relativa cuentan con grado superior universitario. Concluimos que la mayoría son personas adultas que tienen experiencia en el negocio, pero para algunos por la misma edad que tienen les resulta un poco más difícil adaptarse a las nuevas tendencias empresariales, del mismo modo predomina el género masculino, están siendo dirigidos por los dueños esto implica que tengan mayor responsabilidad y no se den tiempo para capacitarse en temas de gestión de calidad, y tienen poco tiempo en el rubro por este motivo es necesario que sepan adaptarse al entorno empresarial.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, tienen una relación familiar con los trabajadores, fueron creadas para generar ganancia, y la mayoría relativa tienen de 4 a 6 años y entre 0 a 3 años. Tienen entre de 4 a 6 años lo que demuestra que son negocios relativamente nuevos, pero lograron aprovechar la alta demanda en los servicios de hospedaje, tienen de 1 a 5 trabajadores esto demuestra que la mayoría de este tipo de negocio son pequeños y no necesitan de más trabajadores para cumplir sus metas, del mismo modo los dueños tienen una relación familiar entre los dueños y los trabajadores, lo cual significa que los dueños saben diferenciar lo personal de lo profesional, así mismo fueron creadas para generar ganancia y con ello se contribuye a incrementar los puestos de empleo.

La totalidad de los representantes indican que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, la mayoría indican que la herramienta del benchmarking es indispensable para las organizaciones, del mismo modo expresan que el uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente, que aumenta la rentabilidad de la empresa, así mismo tienen conocimiento del término de gestión de calidad, utilizan escala de puntuación como técnica de rendimiento del personal,

de la misma manera la mitad si conocen el termino benchmarking, si suelen comparar sus servicios con otras empresas, consideran con un nivel regular que evaluar el desempeño de otra empresa, la mayoría relativa tienen conocimiento sobre las 5s e indican que los personales tienen poca iniciativa para implementar la gestión de calidad. Se concluye que la mayoría de los representantes si aplican el benchmarking, en este sentido los dueños buscan identificar, analizar las organizaciones que posean las mejores prácticas y ver si efectivamente la comparación pudiera servir para mejorar la calidad de los servicios, del mismo modo si esta herramienta se orienta a los servicios hará que se incremente sosteniblemente la calidad y por lo tanto la percepción de una mejor relación calidad/precio por parte de los clientes.

Se elaboró una propuesta de mejora en base a los resultados de la investigación, con la finalidad de establecer las estrategias que permitan aplicar una adecuada gestión de calidad.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Incrementar las capacitaciones empresariales para conseguir una mejora de la conducción de sus conocimientos de los empleados, asistiendo a los talleres informativos los cuales se llevará a los representantes para obtener mejores decisiones, realizando un planteamiento y ejecución de los planes estratégicos y operativos que logren promover el crecimiento de la empresa y el logro de los objetivos propuestos por la empresa.

Invertir y generar para que sus micro y pequeñas sean establecimientos con un ambiente sofisticados y están a la vanguardia de los clientes presentando exclusividad en sus servicios, además se les sugiere complementar el equipamiento de las habitaciones, realizar políticas de gestión para los responsables en mantenimiento de la calidad captando segmentos del nivel adecuado.

Implementar un plan del benchmarking con la finalidad generar direccionamientos a la mype, donde se establezcan los objetivos del negocio y la manera en que se actuara para alcanzarlos, lo que promueve la motivación y el dinamismo del establecimiento, las normativas homologadas deben ser más frecuentes y han de ser implementadas de manera continua para los hospedajes, puesto en marcha del benchmarking para el establecimiento basada en el booking de los clientes orientados a los principales mercados nacionales, finalmente al aplicar estos procedimientos de mejora de la gestión de calidad, los representantes se deben mostrar dispuestos a aplicarlos en todas sus diferentes áreas para que la empresa debe estar siempre a la vanguardia de las nuevas herramientas y estrategias que aporten e incrementen las ventas así mismo estar un mejor posicionamiento en el mercado hospitalario.

Implementar la propuesta de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, M. (2018). *Benchmarking para establecer las condiciones iniciales para la propuesta de maestría en logística y cadena de suministro en la universidad católica de Colombia*. (Tesis post grado). Facultad de ingeniería. Universidad Católica de Colombia. Colombia
- Acosta, F. y Valencia, K. (2016). *Plan de marketing digital y social media para los hoteles de los municipios de Tolú y Coveñas del departamento de Sucre*. (Tesis pregrado). Facultad de Economía y Negocios. Universidad Tecnológica de Bolívar. Colombia
- Cerviño, B. (2016). *Las pequeñas y medianas compañías concentran el 66% de la fuerza de trabajo; el paso a ser exportadoras es una gran deuda pendiente en la Argentina*. <https://www.comafi.com.ar/1943-El-mapa-empresarial-de-un-pais-donde-las-pymes-son-las-grandes-empleadoras.note.aspx#:~:text=En%20tanto%2C%20seg%C3%BAAn%20un%20an%C3%A1lisis,alcanza%20el%2056%2C%25>
- Comité Institucional de Ética en Investigación. (2019). *Código de ética para la investigación versión 002*. <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- Díaz, C. (2017). *Benchmarking de orden productivo, económico y comercial de las industrias vitivinícolas de Chile y Argentina*. (Tesis post grado). Facultad de ciencias agronómicas. Universidad de Chile. Chile
- Espinoza (2018). *Propuesta de mejora de benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hostales de la urbanización Lobatón del distrito de Lince 2018*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú

- Galán, J. (2019). *¿Qué es el benchmarking?*. <https://www.josegalan.es/que-es-el-benchmarking/>
- Gonzales, G. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro hostales ubicadas en el asentamiento humano Miraflores, distrito de Chimbote, provincia de santa, año 2017*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú
- Hernández, H. (2017). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. <file:///C:/Users/usuario/Downloads/2130-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3243-1-10-20180823.pdf>
- Herrera, E. (2018). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, casco urbano de Chimbote, año 2018*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú
- INE. (2017). *La importancia de las PYMES en Chile*. <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-chile>
- Ley N° 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa*. <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Ley N° 30056 (2015). *Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Capítulo I, Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Artículo 5, características de las micro, pequeñas y medianas empresas*. <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>

- Ministerio de producción, (2016). *El 60% de las Mypes que utiliza el medio digital factura casi el doble*. <https://elcomercio.pe/economia/peru/produce-60-mype-utiliza-medio-digital-factura-doble-noticia-459915-noticia/>
- Ministerio de trabajo. (2013). *Importancia de las MYPEs en el Perú*. <http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Mesa, E. (2015). *4 errores que las PyMES cometen en Marketing*. Recuperado de, <https://www.merca20.com/4-errores-pymes>
- Nieto, A. (2017). *Desarrollo de estrategias de marketing para mejorar el posicionamiento del hotel malecón Inn de la ciudad de Guayaquil, año 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad “Laica Vicente Rocafuerte” De Guayaquil. Ecuador
- Norma Iso 9001 (2015). *ISO 9001:2015*. <https://www.isotools.org/pdfs/sistemas-gestion-normalizados/ISO-9001.pdf>
- Norma ISO 9001, (2015). *Errores más comunes entre los profesionales de la gestión de calidad primera parte*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2019/09/errores-mas-comunes-entre-los-profesionales-de-la-gestion-de-calidad-primera-parte/>
- Norma ISO 90001 (2015). *La gestión por procesos*. <https://www.fomento.es/NR/ronlyres/9541ACDE-55BF-4F01-B8FA-03269D1ED94D/19421/CaptuloIVPrincipiosdelagestindelaCalidad.pdf>
- Obeso, A. (2017). *Qué es benchmarking y qué ventajas aporta a las empresas*. <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-benchmarking/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, (2018). *La economía española es una de las más dependientes de las pymes de toda Europa*. <https://cepymenews.es/la-economia-espanola-una-las-mas-dependientes-las-pymes-toda-europa>

- Organización de las Naciones Unidas, (2017). *La ONU considera que las pymes son la espina dorsal de la economía y las mayores empleadoras del mundo.* <https://www.20minutos.es/noticia/3382959/0/pymes-microempresas-onu-economia-empleo/#:~:text=en%2024%20horas-,La%20ONU%20considera%20que%20las%20pymes%20son%20la%20espina%20dorsal,las%20mayores%20empleadoras%20del%20mundo&text=Las%20micr oempresas%20y%20pymes%20generan,empleo%20en%20todo%20el%20mund o>
- Pérez, A. (2018). *Realización del benchmarking de la Gestión de mantenimiento en la refinería Sergio Soto de Cabaiguán.* (Tesis post grado). Facultad de ingeniería mecánica. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Cuba
- Pérez, F. (2016). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016.* (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú
- Pinta (2017). *Caracterización de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las mypes del sector de productos hidrobiológicos en la provincia de Sullana año 2018.* (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú
- Rosas, R. (2019). *Benchmarking: mucho más que un análisis de la competencia.* <https://rosanarosas.com/benchmarking-mucho-mas-analisis-la-competencia/>
- Ruiz, B. (2018). *Ventajas y desventajas del benchmarking.* <https://www.emprendepyme.net/ventajas-y-desventajas-del-benchmarking.html>
- Ruiz, V. (2018). *Cómo hacer un benchmarking paso a paso.* <https://www.emprendepyme.net/como-hacer-un-benchmarking-paso-a-paso.html>

- Silva, D. (2020). *¿Qué es, para qué sirve y cuáles son los tipos de benchmarking?*.
<https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-benchmarking/>
- Talavera, I. (2020). *Benchmarking en tiempo de crisis: impacto positivo de esta técnica disruptiva en las ventas*. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/04/benchmarking-en-tiempo-de-crisis-impacto-positivo-de-esta-tecnica-disruptiva-en-las-ventas/>
- Talavera, A. (2018). *Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad*.
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Vásquez, A. (2019). *Gestión de calidad y benchmarking como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, distrito de Trujillo, 2019*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES											
N°	Actividades	Año 2020								Año 2021	
		Semestre I				Semestre II				Semestre I	
		Mes				Mes				Mes	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
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 al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X						
5	Mejora del marco teórico					X					
6	Redacción de la revisión de la literatura						X				
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X			
8	Ejecución de la metodología								X		
9	Resultados de la investigación									X	
10	Conclusiones y recomendaciones									X	
11	Redacción del pre informe de Investigación.										X
12	Reacción del informe final										
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación										
14	Presentación de ponencia en eventos científicos										
15	Redacción de artículo científico										

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable estudiante			
Categorías	Base	% Numero	Total (S/.)
Suministros			
Impresiones	0.3	30	9
Fotocopias	50	0.1	5
Empastado	0	0	0
Papel Bond A 4 (500 Hojas)	2	22.5	45
Lapiceros	2	0.8	1.6
Servicios			0
Uso del turnitin	50	2	100
Sub total			160.6
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar la información	20	2	40
Sub total			40
Total de presupuesto desembolsable			200.6
Presupuesto no desembolsable			
Categoría	Base	% Numero	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120
Búsqueda de información en base de datos	35	2	70
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40	4	160
Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50
Sub total			400
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252
Sub total			252
Total de presupuesto no desembolsable			652
Total (S/.)			852.6

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante.

Anexo 3. Cuadro de sondeo

N	Razón comercial	Representante	Ubicación
1	Hospedaje “ZAHARA”	Marvin Velaquez Robert	Jirón Tacna , km 2.3
2	Hospedaje “EL BUNKER DE BALAN”	Henry Barrenzuela	hh.aa. ramiro prialet w-12
3	Hospedaje “WESTIN”	Segundo Navarro	Urb. primera El trapecio mz D- lote 24
4	Hospedaje “EL CONQUISTADOR”	Reyes vallejo Nathaly	Urb. primera El trapecio mz H- lote 2°- primera etapa
5	Hospedaje “MEILLY”	Sernaque Rodriguez Raul	Jr. Bolívar mz-t lote 19
6	Hospedaje “MARVENTO”	Martines Vera Maria	Calle enrique Meiggs #234
7	Hospedaje “FLORIDA”	Palacios Palacios Richart	Jr.florida #126
8	Hospedaje MI ESTRELLA	Rodriguez estrada Estrella	Urb. El trapecio mz R lote 20
9	Hospedaje “PRIMAVERA”	Marcos Vasquez	hh.aa. señor de los milagros mz T lote 2
10	Hostal “LEO”	Bracamonte Salinas Jose	Jiron Tacna , pardo #743
11	Hostal BOMBAY	Eugenio Sánchez	Calle Huascar 314 p.j 2 de Mayo

Anexo 4. Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO DE MARKETING



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Propuesta de mejora del benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020”

Para obtener el grado de bachiller en ciencias administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE: BENCHMARKING COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No

c) Tengo cierto conocimiento.

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

- a) Benchmarking
- b) Marketing
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) Outsorsing
- f) otros
- g) Ninguno

12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

15. ¿Conoce usted el significado de la palabra benchmarking?

- a) si
- b) no
- c) tengo cierto conocimiento

16. ¿usted suele comparar su servicio con otro micro y pequeña empresa para mejorar la calidad de su empresa?

- a) siempre
- b) a veces

c) nunca

17. ¿usted evalúa el desempeño de otro micro y pequeña empresa para aplicarlo en su negocio?

a) siempre

b) a veces

c) nunca

18. ¿el benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado?

a) si

b) no

19. ¿Un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente?

a) si

b) no

20. ¿el benchmarking aumenta la rentabilidad de la empresa?

a) si

b) no

Anexo 5. Figuras

a) Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020

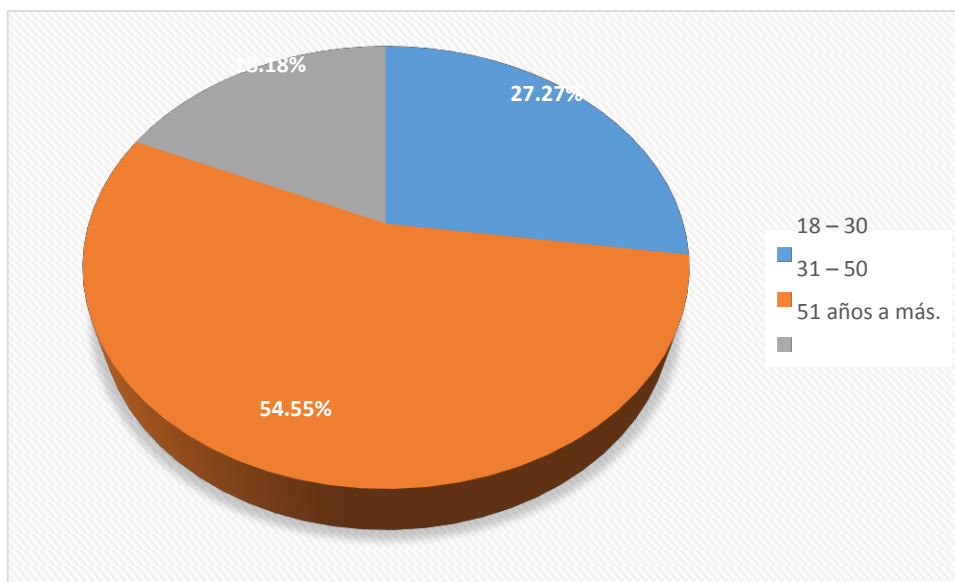


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

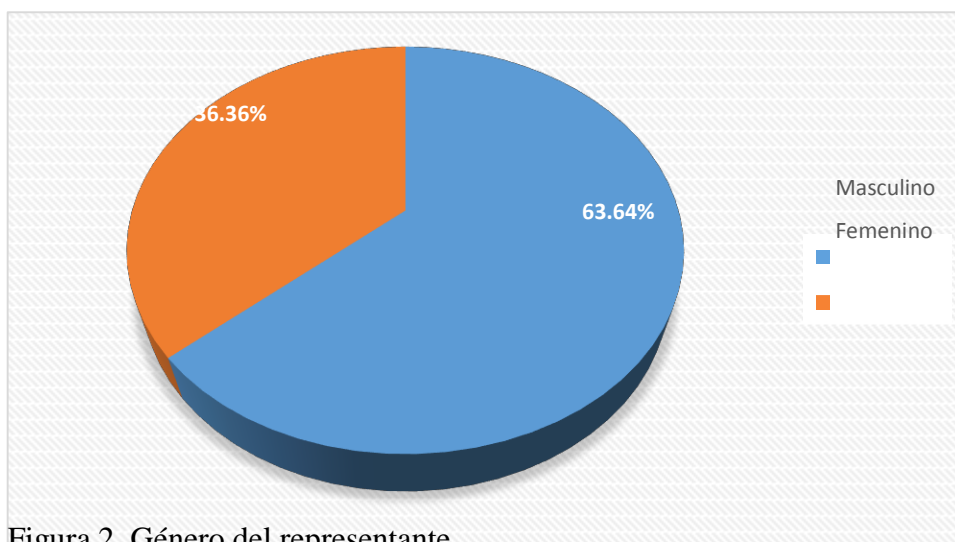


Figura 2. Género del representante

Fuente. Tabla 1

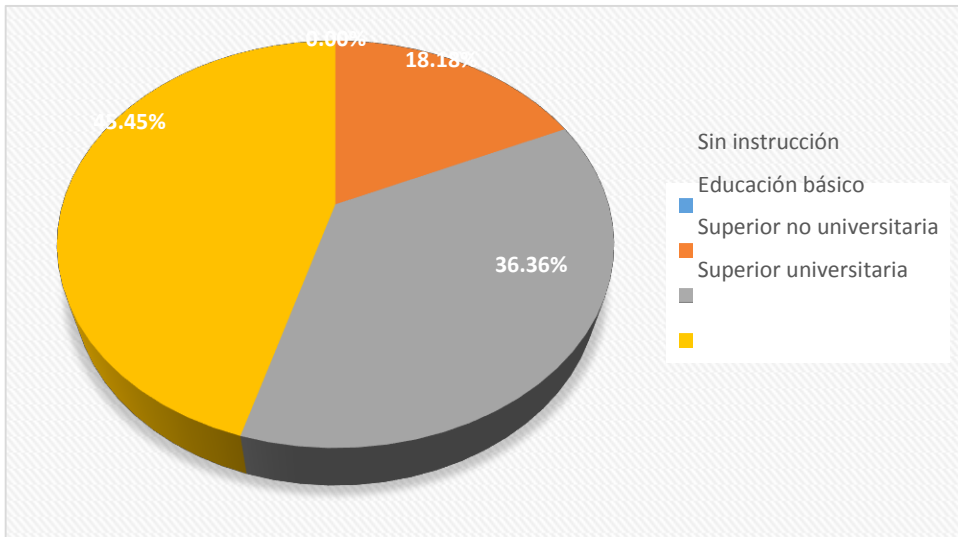


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

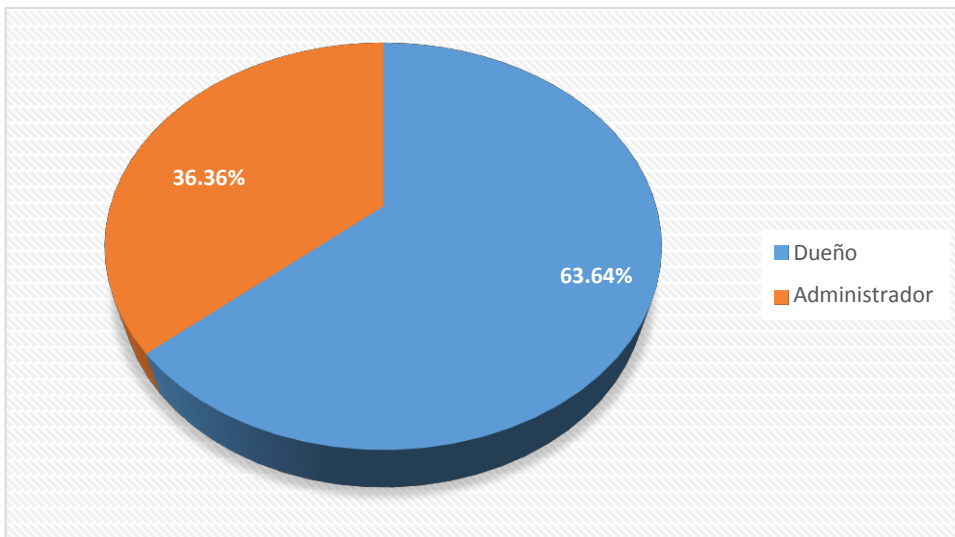


Figura 4. Cargo

Fuente. Tabla 1

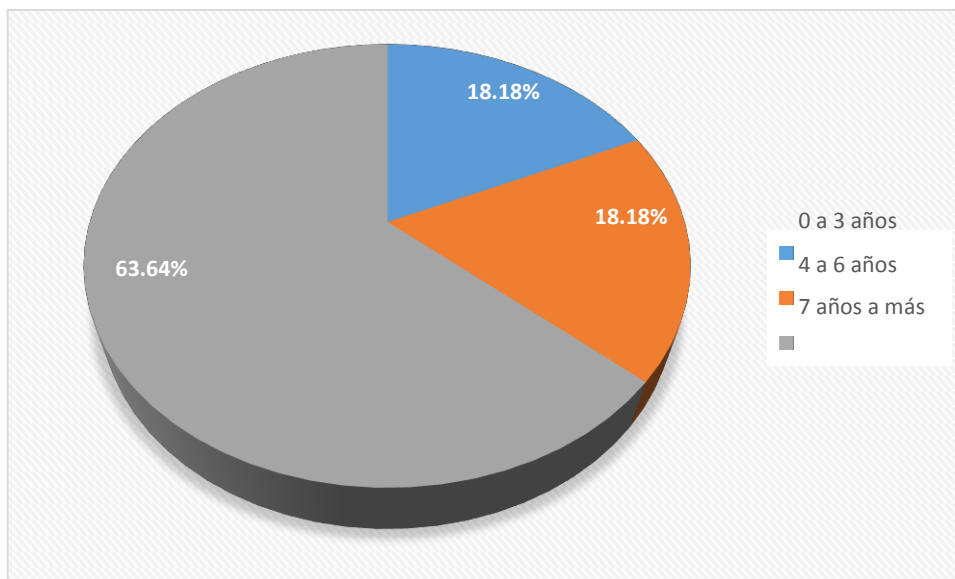


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente. Tabla 1

b) Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020

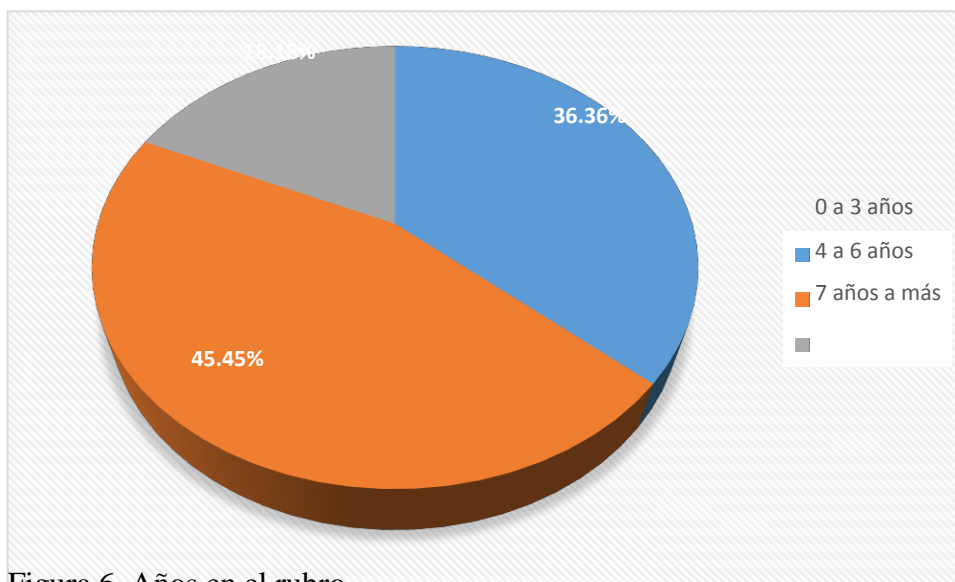


Figura 6. Años en el rubro

Fuente. Tabla 2

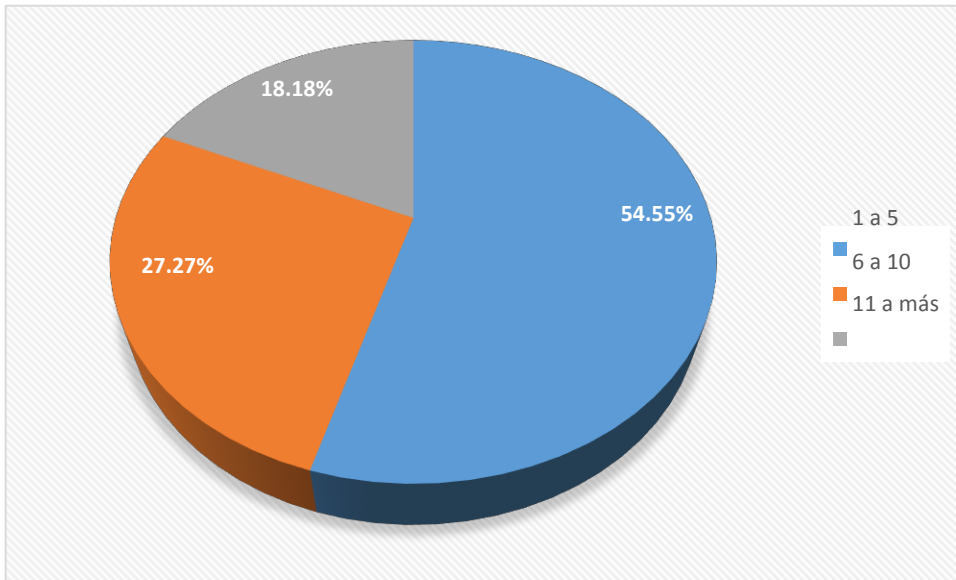


Figura 7. N° de trabajadores

Fuente. Tabla 2

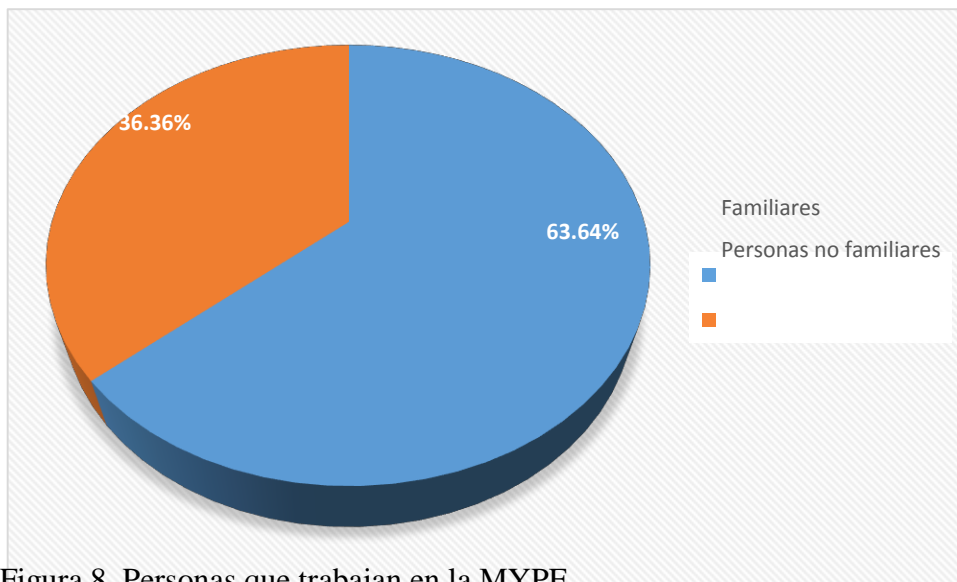


Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE

Fuente. Tabla 2

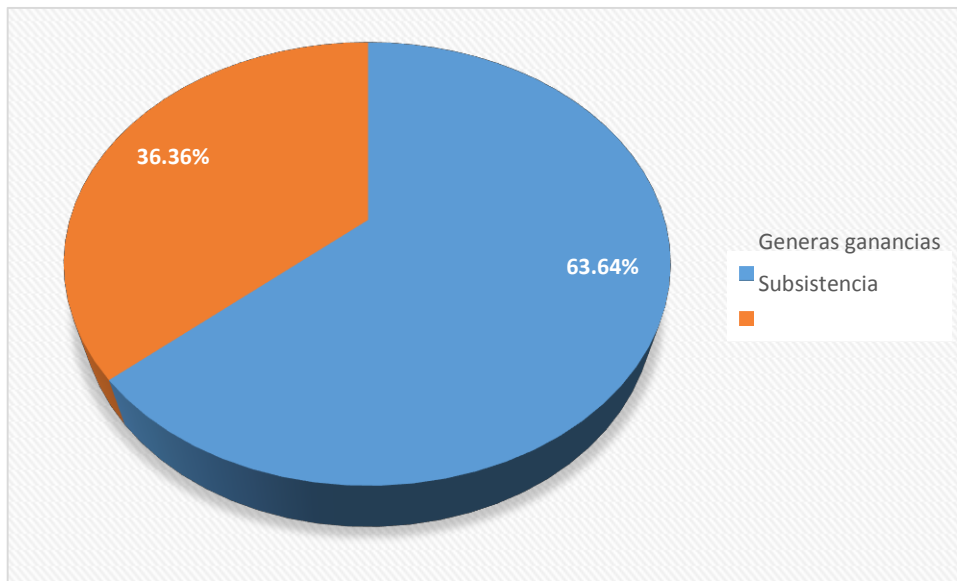


Figura 9. Finalidad de la MYPE

Fuente. Tabla 2

c) Características del benchmarking como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hospedaje del distrito de Chimbote, 2020.

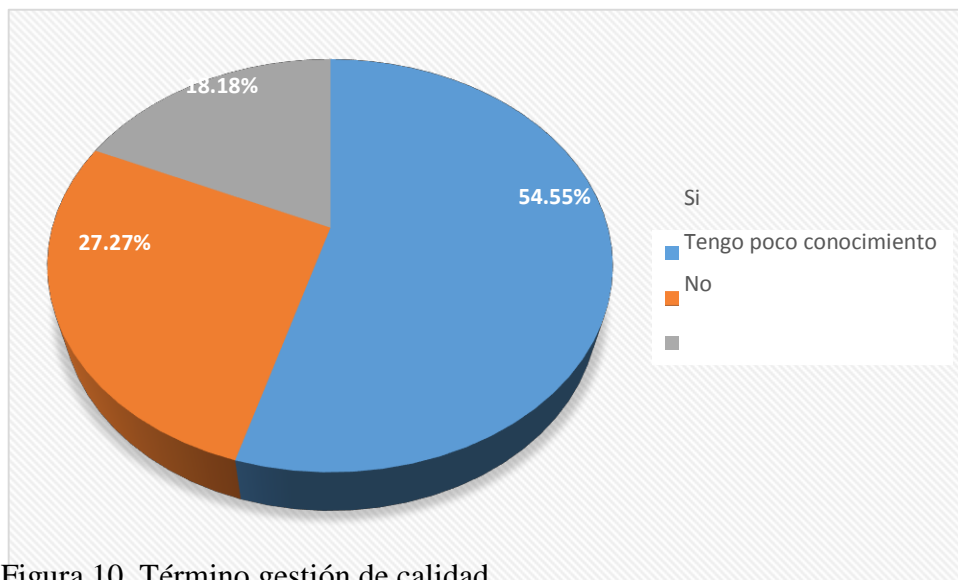


Figura 10. Término gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

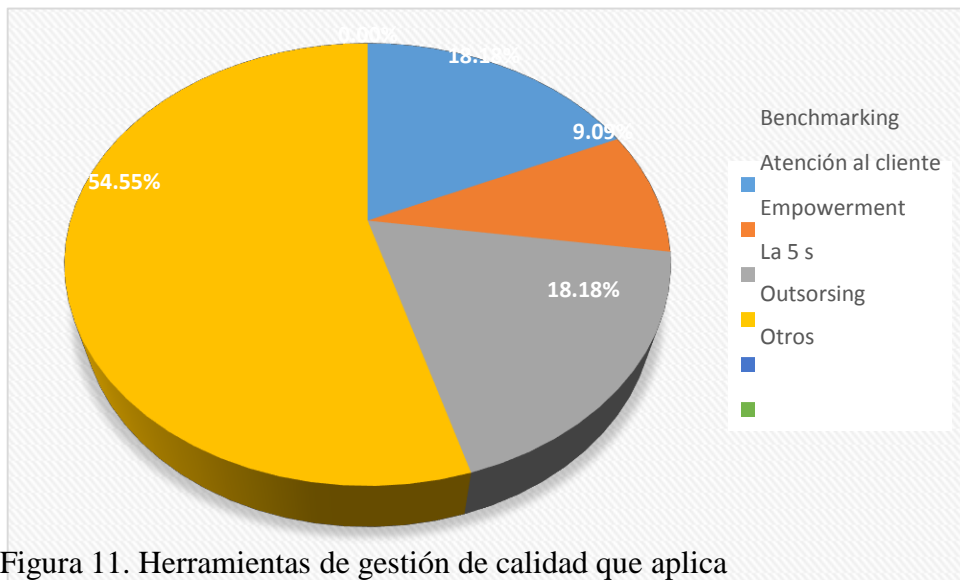


Figura 11. Herramientas de gestión de calidad que aplica

Fuente. Tabla 3

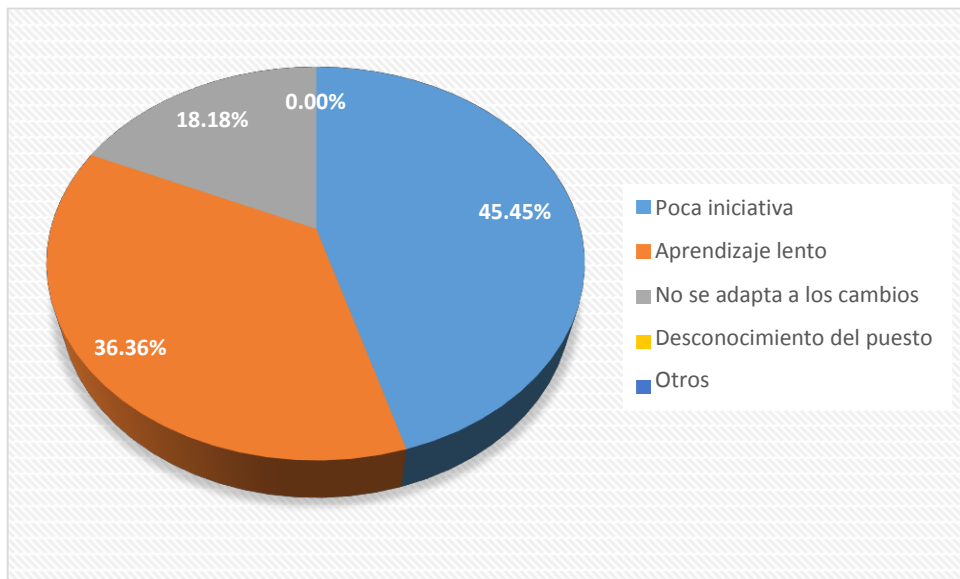


Figura 12. Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

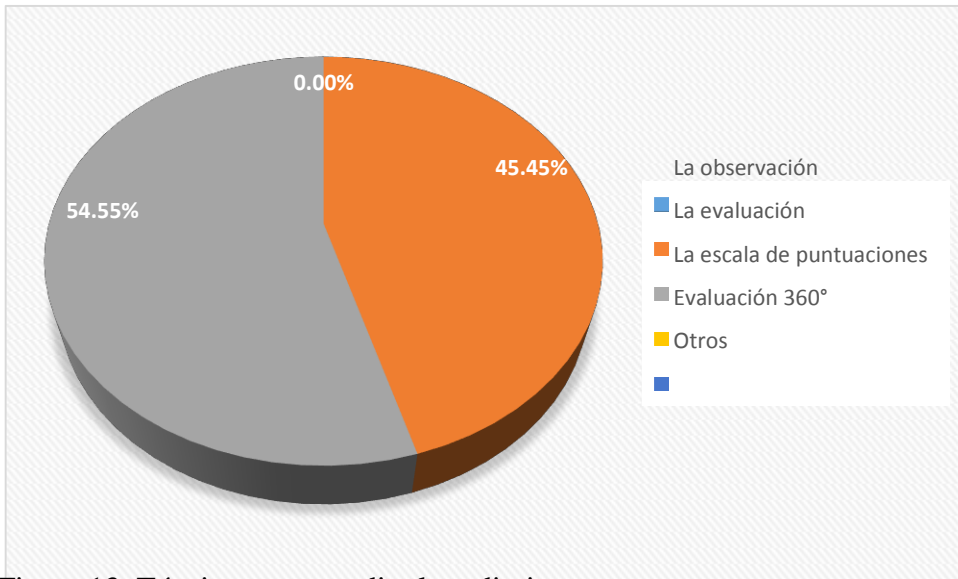


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento

Fuente. Tabla 3

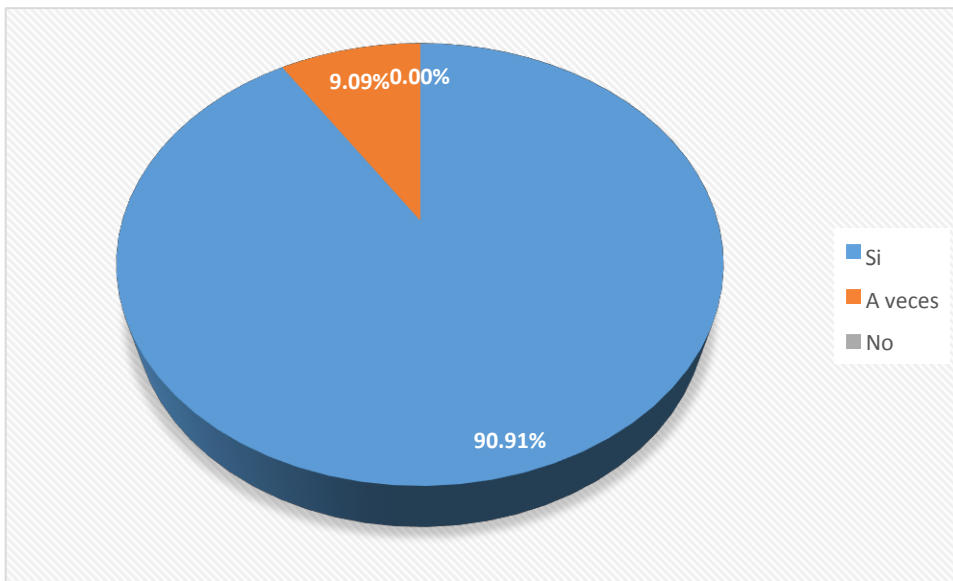


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa

Fuente. Tabla 3

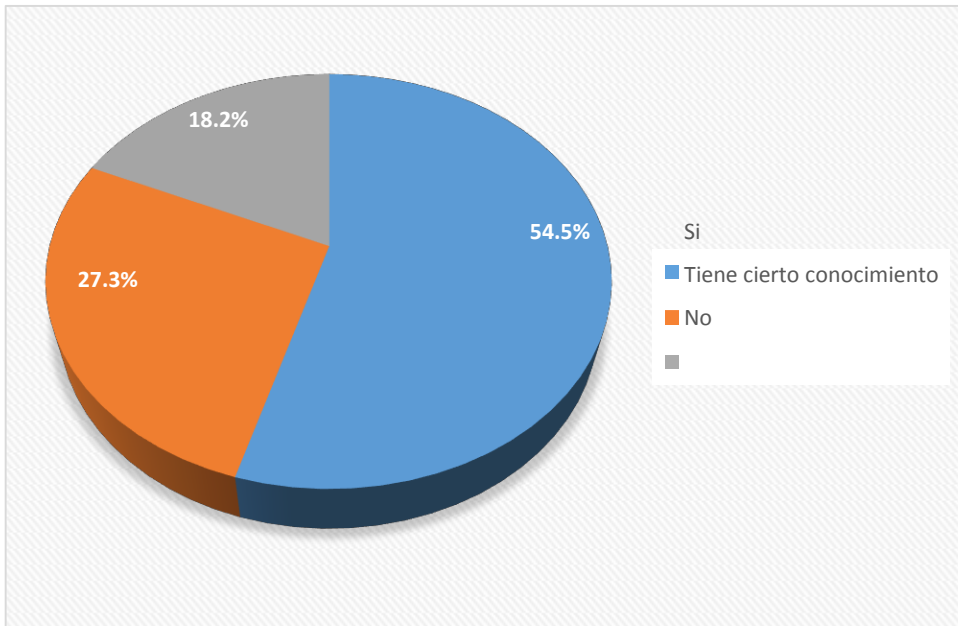


Figura 15. Termino Benchmarking

Fuente. Tabla 3

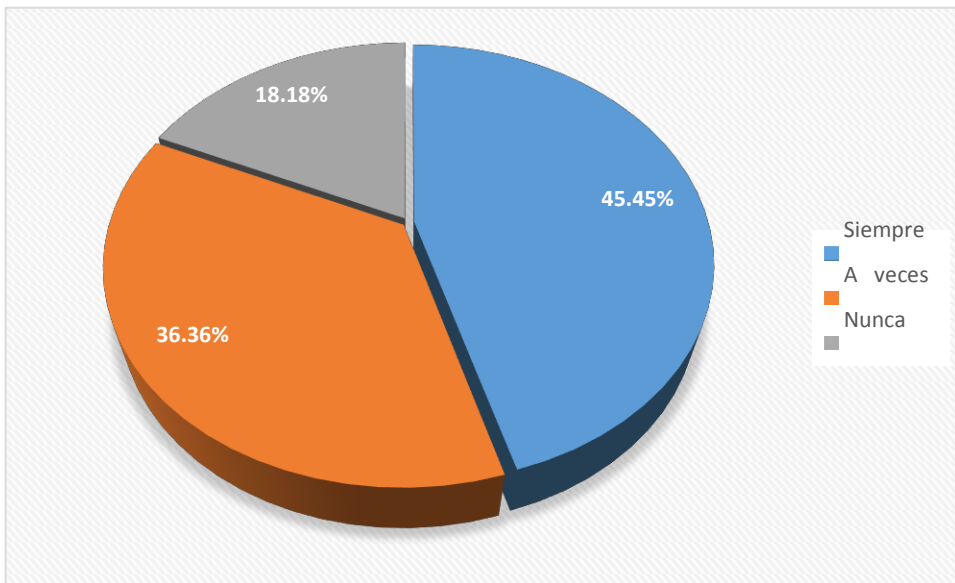


Figura 16. Compara servicios con otra empresa

Fuente. Tabla 3

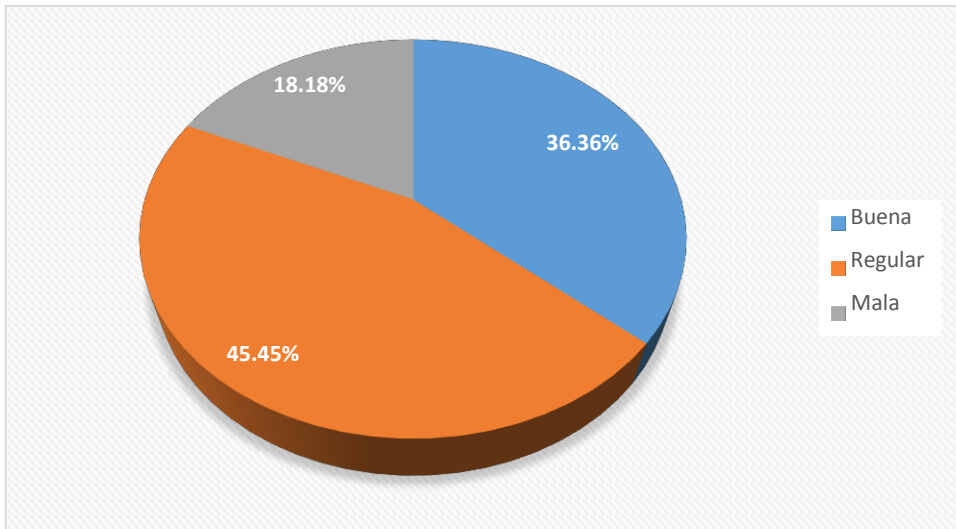


Figura 17. Evaluación del desempeño de otra empresa

Fuente. Tabla 3

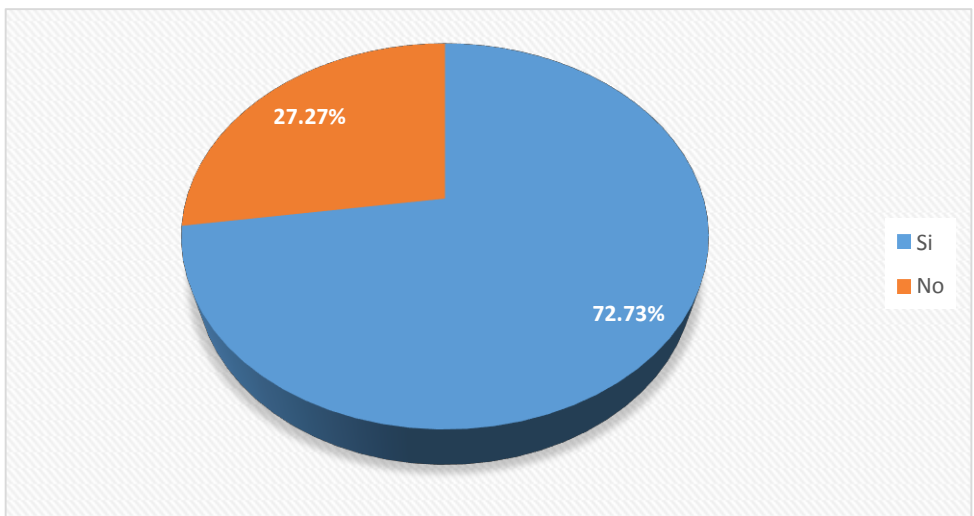


Figura 18. El benchmarking es primordial para las organizaciones

Fuente. Tabla 3

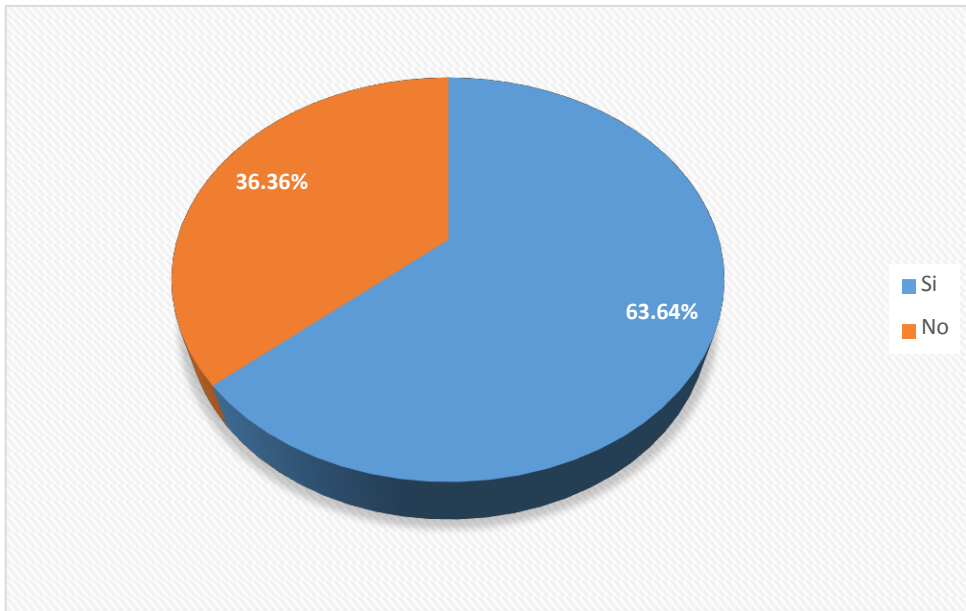


Figura 19. Uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente

Fuente. Tabla 3

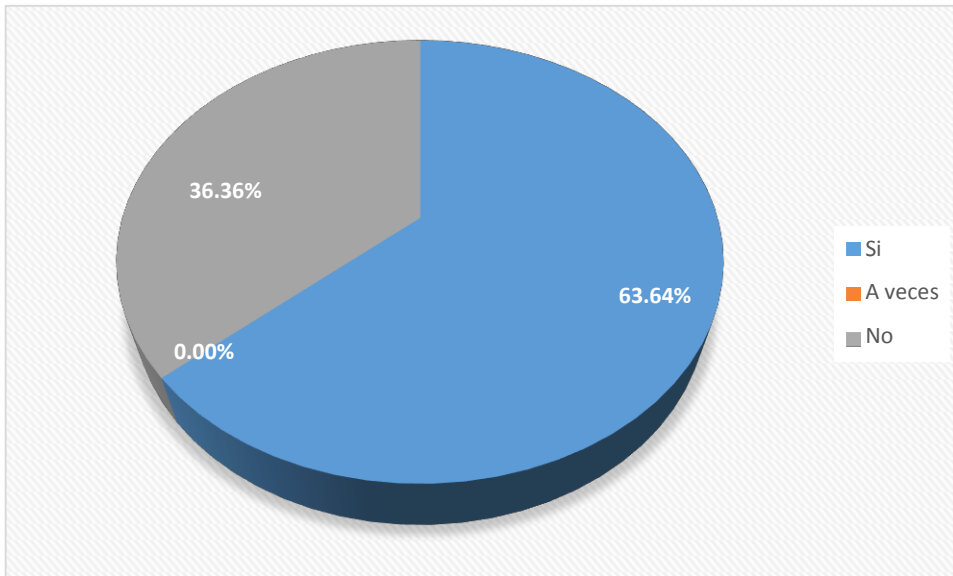


Figura 20. El benchmarking aumenta a rentabilidad de la empresa

Fuente. Tabla 3