

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

EL BENCHMARKING COMO FACTOR RELEVANTE EN LA
GESTION DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO,
RUBRO PELUQUERIAS Y OTROS TRATAMIENTOS DE
BELLEZA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2019

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

AUTOR:

LLONTOP OCAÑA, JUNIOR ALEXANDER
ORCID: 0000-0001-7204-5660

ASESOR:

MGTR. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA
ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERU

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Llontop Ocaña, Junior Alexander

ORCID: 0000-0001-7204-5660

Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Chimbote, Perú

ASESOR

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, financieras y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5776

Dr. Salinas Gamboa, Jose German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Dra. Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5776

Presidenta

Dr. Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Dra. Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado principalmente a Dios por haber permitido llegar hasta este momento tan importante en mi formación profesional.

A mi esposa Yomira por su tiempo y sacrificio para apoyarme, por creer en mi capacidad, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre ha estado brindándome su comprensión y fortaleza incondicional.

A mi pequeño hijo Mathiu por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme día a día y así luchar para que la vida nos depara un futuro mejor.

AGRADECIMIENTO

A mis padres Flor y Erick por su apoyo,
paciencia y comprensión en los días
importantes en los que me ausente.

A mis asesores por enseñarme y
orientarme en todo este proceso para lograr
finalmente mi sustentación.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características del benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta. Para la obtención de información se utilizó una población muestral de 36 representantes de las micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 58.33% no tiene conocimiento del término gestión de calidad, el 66.67% conoce otras técnicas modernas de gestión de calidad, el 75.00% manifestó que su personal no implementa gestión de calidad porque desconocen el puesto, el 69.44% considera que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. La investigación concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas no tienen conocimiento del término gestión de calidad por lo cual están siendo dirigidas con información empírica, además no consideran que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento de la empresa, así mismo no aplican el benchmarking ni conocen la importancia de dicho término.

Palabras clave: Benchmarking, Gestión de calidad, Mype.

ABSTRACT

The present research had as general objective: To determine the characteristics of benchmarking as a relevant factor in quality management and improvement plan in micro and small companies in the service sector, hairdressing salons and other beauty treatments in the Chimbote district, 2019. The research was of a non-experimental - cross-sectional - descriptive - proposal design. To obtain information, a sample population of 36 micro and small companies was used to whom a questionnaire of 22 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 58.33% have no knowledge of the term management of quality, 66.67% know other modern quality management techniques, 75.00% stated that their staff does not implement quality management because they do not know the position, 69.44% consider that quality management does not contribute to improving the performance of the company. The research concludes that most micro and small companies do not have knowledge of the term quality management, which is why they are being directed with empirical information, they also do not consider that quality management helps to improve the performance of the company, likewise it does not apply benchmarking and do not know the importance of this term.

Keywords: Benchmarking, Quality management, Mype.

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 de literatura.....	9
III. Hipótesis.....	34
IV. Metodología.....	35
4.1. Diseño de la investigación.....	35
4.2. Población y muestra.....	36
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	38
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
4.5. Plan de análisis.....	42
4.6. Matriz de consistencia.....	43
4.7. Principios éticos.....	45
V. Resultados.....	46
5.1. Resultados.....	46
5.2. Análisis de resultados.....	61
VI. Conclusiones.....	68
Aspectos complementarios.....	69
Referencias bibliográficas.....	70

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.....	46
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.....	47
Tabla 3. Características del benchmarking cómo factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.....	48
Tabla 4. Propuestas de mejora para las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.....	51

Figuras

<i>Figura 1.</i> Edad del representante.....	94
<i>Figura 2.</i> Genero del representante.....	94
<i>Figura 3.</i> Grado de instrucción.....	95
<i>Figura 4.</i> Cargo que desempeña.....	95
<i>Figura 5.</i> Tiempo que desempeña el cargo.....	96
<i>Figura 6.</i> Tiempo de permanencia en el rubro.....	96
<i>Figura 7.</i> Número de trabajadores.....	97
<i>Figura 8.</i> Personas que trabajan en su empresa.....	97
<i>Figura 9.</i> Objetivo de creación.....	98
<i>Figura 10.</i> Conocimiento del término gestión de calidad.....	98
<i>Figura 11.</i> Técnicas modernas de gestión de calidad.....	99
<i>Figura 12.</i> Dificulta del personal para implementar la gestión de calidad.....	99
<i>Figura 13.</i> Genero del representante.....	100
<i>Figura 14.</i> La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio.....	100
<i>Figura 15.</i> Conocimiento del término benchmarking.....	101
<i>Figura 16.</i> La referencia de las otras empresas mejora.....	101
<i>Figura 17.</i> Benchmarking mejora su empresa.....	102
<i>Figura 18.</i> El personal se resiste al cambio.....	102
<i>Figura 19.</i> Benchmarking ayuda a incursionar en nuevos mercados.....	103
<i>Figura 20.</i> Fortalezas que necesita su empresa.....	103
<i>Figura 21.</i> Benchmarking permite a la empresa a ser eficiente.....	104

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las micro y pequeñas empresas son consideradas una de las más grandes economías a nivel mundial, porque son consideradas como una fuente de suma importancia ya que generan el empleo, el desarrollo y las riquezas en el crecimiento empresarial en un 45% del Producto Bruto Interno (PBI).

Las micro y pequeñas empresas juegan un papel importante para la fuerza laboral en muchos países porque constituyen el centro de toda la actividad económica; es por ellos que las micro y pequeñas empresas generan la mayor parte del empleo en América Latina y el Caribe.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) nos indica que, en el Perú según los estudios realizados, el 96.5% son micro y pequeñas empresas que se dedican a la comercialización de bienes y a la vez prestan servicios. Entonces al hablar de MYPE nos referimos a todas las personas decididas, la cual está ascendiendo en el Perú en un 8.4% según lo informado por el INEI entonces podemos decir que es un país emprendedor y que se encuentran en crecimiento.

Luna (2017) nos dice que, si la economía no crece, se pierde el trabajo, puesto que la gente se auto emplea, es por eso que las micro y pequeñas empresas están creciendo día a día.

Nuestro entorno actual es considerado como un mundo competitivo porque se encuentra apto para seguir obteniendo un crecimiento productivo, es así como se encuentra sometido a las presiones de demanda y oferta, donde el benchmarking es considerado como una herramienta útil para la mejora de los procesos en las micro y pequeñas empresas.

Actualmente hablar del benchmarking es saber cómo las micro y pequeñas empresas llevan un proceso continuo para la evaluación de los productos, servicios y métodos con respecto a los competidores más eficientes, pero nos damos cuenta que en la actualidad el benchmarking no lo ponen en práctica, es por ello que se va a investigar y a dar a conocer las soluciones continuas para así aplicarlo en las micro y pequeñas empresas.

Lo que se desconoce son las diferentes evaluaciones y competencias que presentan las Mypes con respecto al benchmarking, asimismo se podrá conocer los tipos de estrategias que utilizan las micro y pequeñas empresas, de tal manera se pueda dar resultado a los altos y bajos que se presentan.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) nos informa que existe un aproximado de 11 millones de micro y pequeñas empresas que se encuentran en América Latina y el Caribe. Actualmente las Mypes son muy importantes para la fuerza laboral alrededor del mundo porque son el centro de la actividad económica. Las Mypes hoy en día generan el 47% de empleo la cual están ofreciendo varios puestos de trabajo donde ellos se están planteando un desafío para el desarrollo de sus países. (EFE, 2015).

Confecámaras (2016) manifiesta que en el país de Colombia existen alrededor de 2.5 millones de Mypes y el 67% son las generadoras de empleo, las cuales aportan un aproximado del 28% al producto bruto interno. Los resultados referentes a la creación de las empresas nos dicen que los inversionistas y emprendedores brindan la confianza en su país. Las micro y pequeñas empresas en Colombia las consideran productivas porque generan el empleo y sobre todo dan ingresos en la rentabilidad y apoyo donde en el país hay registradas el 94.7% como micro empresas y el 4.9% como pequeñas y medianas empresas.

En Colombia las barberías mueven US\$ 280 millones al año en el mercado colombiano la cual ha crecido en un 5.7% y existe alrededor de 6,508 locales dedicados a la belleza masculina, nos informó que el benchmarking en el ámbito nacional ha sido considerado dentro de las herramientas administrativas como una solución a corto plazo es por ellos que las organizaciones se han fijado metas para que puedan posicionarse en el mundo competitivo la cual comprende el 85% de las actividades en el país. (INNOVAR, 2014)

Manzoni (2017) nos informa que en el país de Argentina figura un aproximado de 856,300 organizaciones donde el 83% son consideradas micro y pequeñas empresas y ofrecen mayores puestos de trabajo. Asimismo, nos informa que las Mypes en Argentina están en constantes cambios porque cuando se les presenta algún inconveniente salen frente a ello tomando las mejores decisiones para que tengan éxitos en sus ventas y sobre todo buscar un buen posicionamiento en el mercado competitivo.

En argentina las micro y pequeñas empresas son representadas por el 60%, la cual contribuyen al PBI cerca al 30%, así mismo nos informan que en dicho país solo aplican el benchmarking algunas grandes compañías ya que les cuesta trabajar en equipo y compartir información, además los directivos del país tienden creer que lo saben todo, y piensan que para aplicar el benchmarking hay que ser muy abierto. (Casinelli, 2015)

Sercotec (2013) nos dice que en Chile existen un aproximado de 1.5 millones de micro y pequeñas empresas, las cuales solo representan un total de 95.5% de las empresas que son formales y aportan con el 49.3% del empleo en el país; y a su vez las Mypes se caracterizan por la variedad de productos y servicios que suelen ofrecer. Asimismo, en Chile existe una red que ayuda a los pequeños emprendedores que inician su negocio y les dan un apoyo económico que puedan poner en marcha el surgimiento positivo en su micro y pequeña empresa.

En Chile existen en el mercado de productos de cuidado masculino movió \$153,148 millones en 2014 en Chile, un más del 8% en relación con el 2013, donde las ventas de estos locales han subido cerca de 25% en los últimos años, de la mano de la moda de usar barba y un afeitado puede costar entre \$7 mil y \$14 mil. El benchmarking tiene una mayor percepción de la calidad que permitirá aumentar la satisfacción de los clientes y ampliar la participación en el mercado, la cual va a traer grandes beneficios a mediano y largo plazo. (Economía y Negocio, 2015)

El ministerio de Hacienda (2015) nos informa que en Brasil se considera a una micro empresa aquella cuyo ingreso anual es igual o inferior a R \$360.000.000 y a una pequeña empresa, aquella que tiene un ingreso bruto superior a R \$360.000.000 e igual o inferior a 3,600,000.00. Es por ello que generan la mayoría de los puestos de trabajo creados en los sectores formales e informales del país y por el cual necesitan bajas inversiones para ingresos y empleo.

Jiménez (2018) nos dice que el PBI Brasileño ha crecido durante el trimestre del 2018 un 0.2% se sabe que hoy en día en Brasil los empresarios tienen una timidez al momento de iniciar su negocio o invertir por el miedo a fracasar, ya que considera que el desempleo y la baja rentabilidad son las dos más grandes características en la economía de América Latina.

El benchmarking en Brasil es considerado como uno de los más respetados sellos en la sostenibilidad en la economía porque un aproximado de 5,000 Mypes lo ponen en práctica al momento de buscar mejoras en sus negocios y muestran diariamente resultados positivos. Las empresas que aplican el benchmarking son automáticamente reconocidas como poseedores de las mejores prácticas sociales. (Ruschell, 2014)

Luna (2017) afirma que, en el Perú, el número de microempresas ha crecido comparado al del año pasado estaba en un 94%, y ahora el número de MYPE es de 96.5% del total, hay más empleo en nuestro país, pero es informal, sin remuneraciones y sin seguro. Si la economía crece, se pierde el trabajo, puesto que la gente se auto emplea, es por ello que las microempresas están creciendo. Las Mypes peruanas generan 8.13 millones de puestos de trabajo, donde 6.5% millones de ellas son informales.

Por otro lado, El Comercio (2016) nos informa que el 42% de los empresarios de las micro y pequeñas empresas consideran que la situación económica familiar se encuentra en crecimiento. Según un sondeo que se realizó nos indicó así que el 71% de emprendedores que operan en diferentes Mypes su situación seguirá mejorando con el transcurso de los años, ya que se reflejan las ventas positivas en un 66%. Asimismo, una encuesta que se realizó en dicho año reveló que el 48% de las Mypes se financian con préstamos de entidades financieras, mientras que solo el 45% lo hacen, pero con capital propio.

En el Perú existen 2 tipos de barberías entre ellas tenemos las urbanas y las inspiradas en el diseño (teniendo los cortes como futbolistas) y las clásicas que aún mantienen la poca aceptación en el mercado. Los costos pueden variar entre S/. 20 y S/.45. En cuanto a la demanda de las barberías, es una tendencia ya consolidada por el aumento de los clientes hombres, la cual facturan hasta un promedio de S/. 40,000. (Gestión, 2017)

Llenque (2016) nos informa que, según lo indicado por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, en Ancash hay una suma de alrededor de 39,206 microempresas donde en la provincia del Santa hay un total del 58% y el 40% que están ubicadas en el distrito de Chimbote y el 10% en la zona de Nuevo Chimbote y posteriormente el 8% se encuentra en el resto de los distritos. En Chimbote hay una cantidad normal de 9,095 microempresas y en Nuevo Chimbote se encuentran registradas

un total de 2,750 microempresas, por estos montos dados podemos decir que en nuestro distrito las Mypes ocupan un papel muy importante porque generan el crecimiento económico en Chimbote.

El Ferrol (2016), afirman que: más de 18 mil micro y pequeñas empresas se encuentran en funcionamiento actualmente en la provincia del Santa. Las Mypes están dirigidas a personas emprendedoras y creativas que desean poner en marcha su idea de negocio, la cual les va a ir generando ingresos y ayuda a disminuir el desempleo, es así como las presencias de las Mypes tienen cada día más fuerza en la economía del país.

Según informa el Instituto Nacional de Estadística e Informática nos dice que el 88% del departamento son micro, pequeñas o medianas empresas. Donde las personas se encuentran trabajando un total de 69.2% en medias empresas y el 11% de dicha población en grandes empresas localizadas en Ancash.

Para la presente tesis se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿La mejora del benchmarking como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019?

Para poder dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características del benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Para alcanzar el objetivo general se planteó cuatro objetivos específicos que son los siguientes:

- Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.
- Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.
- describir las principales características del benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.
- Elaborar una propuesta de mejora en función a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

La presente investigación se justificó porque fue de ayuda para los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, quienes serán objeto de estudio con el fin de detectar los errores que atraviesan y no les permiten desarrollarse o posicionarse en el mercado, para guiarlos en cómo desarrollar un Benchmarking adecuado la cual los conducirá a tener una mejor rentabilidad.

Asimismo, se justificó porque permitió conocer las características de la gestión de la calidad del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza.

También se justificó porque al realizar un plan de mejora a las Mypes en el sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, estaremos colaborando con su

crecimiento y posicionamiento en el mercado, lo cual incrementa la economía en la localidad.

Además, se justificó por contener información de gran utilidad en el ámbito de los negocios y en nuestra carrera profesional, para que los estudiantes que hagan lectura de este trabajo de investigación tengan conocimiento de cómo desarrollar el Benchmarking.

Para finalizar esta investigación se justificó porque sirvió como futuras investigaciones sobre el empleo de una gestión de calidad bajo el enfoque del Benchmarking y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas y en otros tipos de estudio similares en la ciudad. Región y país.

Esta investigación no posee efectos negativos para la sociedad, al contrario, va a beneficiar, por lo que es factible su realización en beneficio de la micro y pequeña empresa bajo los principios éticos de confidencialidad y respeto a la persona humana.

La investigación realizada fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta, para la obtención de datos se utilizó una población muestral de 36 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, a través de la técnica de la encuesta donde se obtuvieron los siguientes resultados: el 66.67 conoce otras técnicas modernas de gestión de calidad, el 75.00% manifestó que su personal no implementa gestión de calidad porque desconocen el puesto, el 69.44% considera que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa.

La investigación concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas no tienen conocimiento del término gestión de calidad por lo cual están siendo dirigidas con información empírica, además no consideran que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento de la empresa.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Bravo (2019) en su tesis titulada *La gestión de calidad con el uso de benchmarking y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la avenida José leal del Distrito de Lince, 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de calidad con el uso de benchmarking en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la avenida José Leal, distrito de Lince, Lima 2018; y como objetivos específicos: Determinar las características de una gestión de calidad con el uso de Benchmarking en las MYPE del sector servicio – rubro restaurantes, de la avenida José leal, distrito de Lince, 2018. Determinar la rentabilidad que se logra con la aplicación de una gestión de calidad con el uso de Benchmarking de las MYPE del sector servicio – rubro restaurantes, de la avenida José leal, distrito de Lince, 2018. Determinar si la gestión de calidad con el uso de Benchmarking influye en la rentabilidad de las MYPE del sector servicio – rubro restaurantes, de la avenida José leal, distrito de Lince, 2018. La investigación fue de tipo cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Obteniendo como principales resultados: Respecto a los representantes legales y MYPE: El 61% de los encuestados resulto ser el dueño del negocio y del sexo femenino, el 78% se encuentran en el mercado entre 0 y 6 años. Respecto a la gestión de calidad: 39% algunas veces, planifican políticas de servicios, 32 % nunca realizan capacitaciones, 39% algunas veces controlan BPM en los procesos, 52% algunas veces identifican las oportunidades de mejora. Respecto al uso de Benchmarking: 39% casi siempre identifican la empresa referente en el medio en servicios, 39% casi siempre averigua y estudia los métodos que aplican estas empresas, 87% algunas veces implementan acciones para la mejora continua de los procesos. Respecto a la rentabilidad.

39% casi siempre determina el costo de sus productos con alguna técnica de costeo, 61% siempre maneja un adecuado control de sus gastos. Llegando a la conclusión que la mayoría de las MYPE perciben que el benchmarking como una herramienta que influye favorablemente en su rentabilidad.

Espinoza (2019) en su tesis titulada *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*. 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; y como objetivos específicos: Identificar 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. Describir los factores relevantes del benchmarking para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector de servicios, rubro 2018. Elaborar la propuesta de mejora del benchmarking 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. La investigación fue de tipo cuantitativa, no experimental, descriptiva y transversal. Obteniendo como principales resultados: Respecto a las características de los representantes se tiene que 100% tienen más de 40 años de edad, 70.0% son varones. 100.0% tienen educación universitaria. Sobre las MYPE: 40.0% tienen más de 11 años en el sector y el 100.0% tienen entre 6 a 10 trabajadores. Sobre la gestión de calidad: 46.0% es de nivel medio. En cuanto a las dimensiones Planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad, los resultados fueron 50.0% medio, 50.0% medio y 60.0% alto respectivamente. Del mismo modo los resultados con respecto al

Benchmarking: 53.3% es de nivel bajo. Así también en las dimensiones benchmarking, interno, competitivo y funcional, se tiene que fueron 60.0% medio, 50.0% bajo y 100.0% bajo respectivamente. Llegando a la conclusión de identificar los factores relevantes del benchmarking para la mejora continua, asimismo 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 y 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.

Huamán (2019) en su tesis titulada *El Benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, 2017; y como objetivos específicos: Determinar las características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas de rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, 2017; Determinar las características de las micro y pequeñas empresas de rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, 2017; Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, 2017 y Determinar las características del benchmarking en las micro y pequeñas empresas de rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, 2017. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo con un diseño no experimental – transversal. Obteniendo como principales resultados: el 40,54% tienen entre 31 y 50 años de edad, además; el 62,2% manifiestan que tienen de 1 a 5 trabajadores en la empresa; el 48,65% identifica los objetivos trazados de la empresa y que estas sean cumplidas; el 64,86% afirman que casi siempre la empresa cuenta con métodos para prevenir fallas que se puedan presentar; el

48,65% mencionan que casi siempre deben contar con un plan de trabajo; el 48,65% encuestados afirman que casi siempre toman en cuenta las estrategias competitivas de otras empresas. Llegando a la conclusión que la investigación orientada a las empresas hoteleras es importante ya que la herramienta del benchmarking ayudará a identificar y analizar las mejores prácticas de su empresa y compararlos con los de sus competidores para que vean en que están fallando para mejorar en ese aspecto logrando así eficiencia y eficacia de acuerdo al servicio que brinda.

Pérez (2019) en su tesis titulada *Propuesta de mejora de la capacitación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pacarán, provincia de Cañete, 2018.*

Tuvo como objetivo general: Proponer las mejoras de la capacitación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, del distrito de Pacarán, provincia de Cañete, 2018; y como objetivos específicos: Identificar los factores relevantes de la capacitación de personal para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pacarán, provincia de Cañete, 2018. Describir los factores relevantes de la capacitación de personal para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pacarán, provincia de Cañete, 2018. Elaborar la propuesta de mejora de la capacitación de personal para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pacarán, provincia de Cañete, 2018. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo con diseño no experimental y corte transversal. Obteniendo como principales resultados: el 75% de los empresarios tienen más de 31 años de edad, el 65% son mujeres, el 40% tienen de grado de instrucción secundaria y el 80% son propietarios. El análisis y el procesamiento de datos se realizaron

en el programa SPSS, versión 25 con el que se elaboraron tablas, gráficos simples y porcentuales para obtener las siguientes conclusiones: Sobre la Gestión de Calidad, el 60% indico que muy pocas veces establecen objetivos de calidad, el 45% acoto que definen estrategias en concordancia con las metas establecidas, el 40% concluyo que da seguimiento a los procesos que realizan, el 35% comparo que los resultados con las metas trazadas, el 45% menciono que promueve la mejora continua, el 40% manifestó que detecta los errores y los corrige. Sobre la Capacitación de personal, el 45% indico que realiza evaluación por desempeño, el 40% afirmo que realiza informes periódicamente, el 50% menciono que está pendiente de las necesidades de los trabajadores, el 40% acoto que realiza capacitaciones, el 45% manifestó que establece programas de capacitación, el 65% sustento que invierte en el desarrollo profesional de los trabajadores, el 50% afirmo que verifica los resultados de la capacitación y el 35% indico que la capacitación mejora las habilidades de los trabajadores. Llegando a la conclusión que la gestión de Calidad, el 60% indico que muy pocas veces establecen objetivos de calidad, el 45% acoto que definen estrategias en concordancia con las metas establecidas, el 40% concluyo que da seguimiento a los procesos que realizan, el 35% comparo que los resultados con las metas trazadas, el 45% menciono que promueve la mejora continua, el 40% manifestó que detecta los errores y los corrige.

Mata (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comidas criolla, Av. Pacifico, distrito de Nuevo Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante de comida criolla, Av. pacifico, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016; y como objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del

sector servicio, rubro restaurante de comida criolla, Av. Pacifico, distrito de nuevo Chimbote ,2016. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante de comida criolla, Av. Pacifico, distrito de nuevo Chimbote,2016. Describir las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante de comida criolla, Av. Pacifico, distrito de nuevo Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental transversal. Obteniendo como principales resultados: El 67 % de los representantes son los propios dueños. El 50 % de los representantes tiene una edad promedio de 18 a 30 años. El 75% de los representantes son de género femenino. El 50 % son convivientes. El 67 % de los representantes cuentan con estudios superiores universitarios. El 75 % son micro empresas. El 59 % tienen una permanencia de 5 a 10 años. El 67 % cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores. El 75 % tienen como trabajadores a sus propios familiares. El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo principal generar ganancias. El 100 % de las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad contribuye con el rendimiento del negocio. El 42% de las micro y pequeñas empresas evalúan a su personal por medio de un periodo de prueba. El 100% de las micro y pequeñas empresas administran con calidad su negocio. El 100% considera que la gestión de calidad ayuda a cumplir sus objetivos y metas trazadas. El 50% conoce el termino gestión de calidad. El 100% de las micro y pequeñas empresas consideran que es necesario aprender de otras organizaciones para tener más eficiencia. El 83% de las micro y pequeñas empresas suelen comparar su servicio con otras micro y pequeñas empresas para obtener mejor calidad. El 100% de las micro y pequeñas empresas consideran usar como modelo las buenas prácticas de otras micro y pequeñas empresas para ser aplicadas. El 75% evalúa el desempeño de otra micro y pequeña empresa para ser evaluados en su negocio. Llegando a la conclusión que la

mayoría de las micro y pequeñas empresas están dirigidas por sus propios dueños, tienen edad promedio de 18 a 30 años, son de género femenino, la totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen permanencia en el rubro entre 5 a 10 años, la gestión de calidad contribuye en el negocio, evalúa el desempeño del personal mediante un periodo de prueba, administran con calidad su negocio y la gestión de calidad ayuda a alcanzar sus objetivos.

Díaz (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Santa Cristina, Nuevo Chimbote, año 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016; y como objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016, de igual manera, determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016, y por último determinar las características de las Gestión de Calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental-transversal. Obteniendo como principales resultados: El 87,5% son dueños del negocio. El 62,5% tiene una permanencia de más de 7 años en el cargo. El 62,5% tiene de 6 a 10 trabajadores. El 100% tiene como objetivo generar rentabilidad. El 87,5% considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 37,5% conoce el término del benchmarking e indica que esta técnica les puede permitir encaminar mejor el negocio. El 37,5% aplican el

aprendizaje continuo como fortaleza que necesita su empresa para implementar el benchmarking y el 50% considera que el buen uso de la técnica del benchmarking sí permitiría a la empresa ser más eficiente. Llegando a la conclusión que las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad con el uso del benchmarking mejoraría el rendimiento del negocio siendo más eficiente en sus procesos generando mayor competitividad, sin embargo, no lo aplican por falta de conocimiento y capacidad, esto se ve evidenciado en su gestión haciendo que el negocio no de los frutos esperados.

Pérez (2019) en su tesis titulada *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. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016; y como objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016; determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016; 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. La investigación fue un tipo y nivel de investigación descriptiva, cuantitativa y un diseño transaccional Obteniendo como principales resultados: El 71,4% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 100,0% son del género masculino, el 100,0% tienen el grado de superior universitaria, el 85,7% de las micro y pequeñas empresas permanecen en el rubro entre 7 a más años, el 100,0% tienen entre 1 a 5 trabajadores, el 71,4% conocen el término gestión de calidad,

el 100,0% no conocen el significado del palabra benchmarking, el 85,7% consideran que el benchmarking es primordial para las organizaciones. Llegando a la conclusión que los representantes de dichas empresas reconocen que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, así como ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, pero que no saben aplicar un buen benchmarking, motivo por el cual se hizo esta investigación.

Olivera (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad con el uso del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas, rubro estaciones de servicios, distrito de Chimbote, 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking de las micro y pequeñas empresas, rubro estaciones de servicios, distrito de Chimbote, 2017; y como objetivos específicos: Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro estaciones de servicios, distrito de Chimbote; describir las características de las micro y pequeñas empresas, rubro estaciones de Servicios, distrito de Chimbote, 2017; describir las características de gestión de calidad con el uso del Benchmarking de las micro y pequeñas empresas, rubro estaciones de servicios, distrito de Chimbote, 2017. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo. Obteniendo como principales resultados: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene de 31 a 50 años; El 50% de los representantes de las micro y pequeñas son de género masculino y el otro 50% femenino; el 87.5% de los representantes cuenta con superior universitaria; el 81.2% de los representantes conoce el término gestión de calidad; el 43.8% de los representantes aplica la técnica del Liderazgo; el 100.0% de los representantes considera que la Gestión de Calidad si ayuda a mejorar el rendimiento de su personal; el 62.5% de los representantes no conoce el término Benchmarking; el 100.0% de los representantes considera el Benchmarking como una inversión. Llegando a la conclusión que los

representantes son mayores de edad, parcialmente son hombres y mujeres, cuenta con profesión universitaria, conocen el término gestión de calidad y aplican la técnica moderna de liderazgo, consideran que la gestión de calidad ayuda al rendimiento de su personal y no conocen el benchmarking, pero lo consideran una inversión.

López (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad con el uso del Benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzados, centro comercial "Santa María", Chimbote, 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzados, centro comercial "Santa María", Chimbote, 2017; y como objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzados, centro comercial "Santa María", Chimbote, 2017. Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzados, centro comercial "Santa María", Chimbote, 2017. Describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzados, centro comercial "Santa María", Chimbote, 2017. Elaborar un plan de mejora sobre la Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzados, centro comercial "Santa María", Chimbote, 2017. La investigación fue de diseño no experimental – transversal. Obteniendo como principales resultados: El 55,9% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad. El 55,9% son de género femenino. El 58,8% tienen grado de instrucción superior no universitaria. El 91,2% son los administradores. El 100,0% tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 76,5% tienen como

finalidad generar ganancias. El 52,9% aplican la técnica de atención al cliente. El 50,0% aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas. El 38,2% aseguran que el personal se resiste al cambio porque están acostumbrados a la rutina. El 64,7% que a veces el buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente. Llegando a la conclusión que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas no conocen el termino Benchmarking, las estrategias que toma como referencia de otras empresas es para mejorar los productos, servicios, proceso de trabajo y consideran que a veces el buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Las Micro y Pequeñas Empresas:

Según el Ministerio de Trabajo de Promoción y empleo (2014) en su contexto define a las MYPES como: “Es la unidad Económica constituida por una persona natural jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (p.5)

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) son de suma importancia para lograr el desarrollo social, promover un desarrollo territorial basado en el desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresa y en su efectiva la incorporación en los mercados, favoreciendo de esta manera la generación de empleo. A su vez es importante que busca que las MYPE ingresen en el mercado para generar empleo y oportunidades a los pobladores del país.

Podemos decir que las micro y pequeñas empresas es un organismo y su propósito es lograr un fin lucrativo. Según la Ley 28015 (2016) nos dice:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. (p.1)

Las micro y pequeñas empresas están formadas por personas emprendedoras que decidieron iniciar una idea de negocio. Los dueños de estos pequeños negocios son personas con espíritu exitoso, debido a ello logran establecerse en el mercado donde operan efectivamente. Algunos de ellos tal vez no cuentan con una buena economía o con estudios terminados, pero día a día saben resolver los diferentes conflictos que se le atraviesan y salen adelante pese a los riesgos de nuestro mundo cambiante.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas:

Las Mypes deben de presentar las siguientes características para su buen funcionamiento, pero teniendo en cuenta el número de trabajadores y cuanto es lo que genera cada organización.

El número absoluto de trabajadores: Las microempresas abarca a 10 trabajadores y la pequeña empresa abarca de uno hasta cincuenta trabajadores. En cuanto a los niveles de acuerdos anuales: Las organizaciones son aquellas que sus montos no exceden las 150 UIT. Mientras que la pequeña organización es aquella cuya suma comienza desde la suma más extrema demostrada para la microempresa hasta un límite de 850 UIT. (Centyy, 2014, p. 128)

Por lo tanto, las micro y pequeñas empresas hoy en día deben de seguir ciertas características para que puedan tener un control y saber en qué condiciones se encuentra cada país, porque las personas que laboran en estas organizaciones suelen contar con diferentes ingresos, la cual ayuda al crecimiento económico del país porque aumenta la productividad y el trabajo para los ciudadanos.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas

Hoy en día las micro y pequeñas empresas tienen un papel fundamental en la situación económica del Perú. Tello (2014) señala que:

La importancia de las micro y pequeñas empresas, el punto principal es que es una de las principales fuentes de empleo; ya que es una herramienta de promoción de empleo importante porque solo exige una inversión inicial y permite el acceso personas de bajos recursos. En segundo lugar, se puede decir que potencialmente que constituye un gran apoyo para el entorno empresarial y con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económico puedan generar su propio empleo y asimismo contribuyan a la producción o funcionamiento de más empresas. (p. 204)

Las mypes son consideradas una unidad productiva porque mueve la economía de los diferentes países, la cual genera el desarrollo ya que brindan empleo, y ayuda a disminuir o a erradicar con la pobreza porque nos generan ingresos asimismo ayuda a desarrollar en los ciudadanos el pensamiento emprendedor y por ende fomenta el progreso en el sector privado y favorecen el incremento monetario.

Los emprendedores

Los emprendedores son personas que tienen motivación para lograr sus objetivos y buscar la manera correcta para iniciar algo nuevo así se presente diferentes riesgos. Según Cardozo (2015) afirma que:

Definición de problemas, deseo de resolverlo, identificación de los medios para resolverlo, comprensión de las dificultades para solucionarlo, visualización de las personas que pueden ayudar y anticipación de lo que ocurrirá si se es exitoso o se falla. Los líderes empresariales poseen imaginación, motivación, compromiso, integridad, pasión, tenacidad, trabajo en equipo y visión. Enfrentan dilemas y toman decisiones. Ser empresario es una posición de construir y renovar la generación de riqueza a largo plazo. (p.43)

Para iniciar un negocio se necesita ganas de sobre salir ya que los emprendedores poseen ciertas características que los hacen triunfar en su negocio, entre ellos el compromiso, la iniciativa, responsabilidad, creativas e innovación, optimismo, trabajo en equipo y lo más esencial es que saben cómo captar y cumplir las expectativas del cliente.

Competitividad empresarial

Es hablar de las organizaciones o empresas que usan diferentes estrategias o herramientas, para que puedan lograr obtener beneficios elevados para su rentabilidad y buen funcionamiento. Cerda (2015), afirma que “La competitividad de las empresas reguladas aumenta cuando las políticas ambientales producen como resultado costos menores o reducción de precios de los bienes amigables con el medio ambiente.” (p.4). Es por ello que las empresas buscan obtener precios accesibles para las personas al momento de adquirir su producto, también buscar el mejor precio y ver la mejora para competir en el mercado y puedan ser sobresalientes.

Teorías de la calidad

La calidad es saber llegar y poder satisfacer las necesidades del cliente a base del producto o servicio que se ofrezca, ya sea brindándole un producto de alta calidad o de confianza al momento de adquirirlo. Pola (2012) nos dice que:

Existen varios conceptos acerca de calidad, pero el mostrar una buena calidad no es necesariamente lujo, tamaño, excelencia, entre otros. Muchos productos de alta calidad son de diseños sencillos, usando los mínimos recursos, ya que el tamaño tampoco define la calidad del producto, es decir, por ser más grande que sea no implica una mayor calidad, porque lo que se busca es llegar a las necesidades que el cliente o el usuario exige a la organización. (p.9)

Por lo anteriormente mencionado podemos concluir diciendo que la calidad no solo se basa en el producto que se brinda sino también en las diferentes necesidades que se tiene que satisfacer a nuestros cliente o consumidores, es así que la empresa debe de centrarse en lo que el cliente necesita para que les pueda generar rentabilidad y estabilidad en el mercado competitivo.

Implantación de la calidad

En la gestión de calidad, es el consumidor el que opina sobre el nivel de calidad que necesita para satisfacer sus necesidades. Cuatrecasas (2014) menciona lo siguiente:

- **Calidad del cliente o concertada:** representa la calidad que desea el cliente para satisfacer sus necesidades y está relacionada con las diferentes características que aportan calidad al producto.
- **Calidad de diseño o planificada:** es la calidad que la empresa diseña, planifica y quiere legar a producir para responder a las necesidades del cliente. Es la calidad prevista.
- **Calidad de producción o realizada:** tiene que ver con el grado de cumplimiento de las características de calidad de un producto o servicio y de las especificaciones de diseño. Es la calidad resultante del proceso de producción. (p.586)

Al iniciar un sistema de gestión de calidad en la empresa, hace que la empresa mejore en su calidad al momento de realizar o brindar un producto o servicio, es por ello que se debe de seguir diferentes estándares de calidad para llegar a lo deseado.

Gestión de Calidad

Gestión de Calidad es un mecanismo operativo que se da dentro de una organización para así optimizar sus procesos productivos. Así mismo está relacionado con la gestión empresarial que consiste en brindar productos y/o servicios con calidad para así satisfacer las necesidades y expectativas de todo cliente.

Un sistema de gestión de calidad según ISO 9001. (2013) define “La Gestión de la Calidad como el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de un producto o servicio que va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad”

Es por ello que los grandes “compradores” se dieron cuenta que para garantizar que sus proveedores les enviaran los productos adecuados cumpliendo con sus especificaciones, era necesario que organizaran y documentaran todos aquellos aspectos de su organización que pudieran influir en la calidad del producto que les suministraban. Todo ello debía estar sistematizado y documentado, y es por eso que empezaron a obligar a sus proveedores a garantizar la calidad.

El termino gestión de calidad no solo se refiere a la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, sino también en los medios que influyeron para obtenerla.

Uribe (2011) afirma que:

Es el conjunto de actividades que funciona junto con la dirección general de la empresa, que se encuentran enfocadas a determinar e implementar la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades; que se establecen para llevar el control

de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad dentro de un sistema de gestión en los productos y servicios, incluyendo la planeación estratégica, el desarrollo de actividades y la evaluación constante de la calidad. La gestión de la calidad no solo implica resolver la calidad del producto o servicio, sino también administrar como llevar la calidad dentro de la empresa, esto quiere decir que dentro de la administración se debe mejorar continuamente el proceso de gestión de la empresa la cual deben de reducir todo lo que no da valor agregado o genera ganancias dentro de la empresa para que se lleve de una forma efectiva y eficiente su buen funcionamiento. (p.23)

Basándose en la gestión de calidad es aquella que se promueve a través de los diferentes procesos de la empresa para obtener mejores ventajas y resultados de calidad a través del control de los procesos. Si un producto se encuentra bien elaborado y garantiza su calidad pues hace que los clientes se fidelicen con nuestra empresa.

Definición del Benchmarking

Día a día el entorno empresarial pasa por diferentes cambios la cual se encuentra muy inestable es ahí donde el benchmarking busca la mejora de la empresa, no solo se enfoca internamente, si no también externamente, y es así como busca la superación a través de la comparación con las demás organizaciones para saber qué es lo que tiene que mejorar al momento de ofrecer el producto o servicio. Cárdenas (2016) afirma que:

Hacer encuestas no es lo mismo que analizar la voz del cliente, esto implica poder entender lo que el mercado desea o demanda, lo cual tiene que ver con tiempos de ciclo, calidad del producto, costo, innovación, etcétera. Escuchar la voz del cliente y hacer benchmarking es cuando empieza la oportunidad de hacer reingeniería. El benchmarking debe referirse a procesos clave y registrar indicadores comparación

debe tener un sentido específico respecto a lo que se desea medir. El Benchmarking puede efectuarse no solamente con empresas de un mismo grupo, sino con las que pertenecen al mismo ramo industrial y con la competencia específica, además de “con lo mejor de su clase”, aquello que verdaderamente destaca en aspectos como: cobranza, innovación, distribución o servicio al cliente. (p.22)

Saber lo que el cliente desea es importante porque se busca mejorar en los productos o servicios que se ofrece para tener clientes fidelizados en nuestra empresa ya que es una oportunidad de innovación y rentabilidad.

Cipriano (2014) explica que: “Es un proceso sistemático que se utiliza para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones reconocidas como representantes de las practicas más sobresalientes, con el propósito de realizar mejoras en la empresa que lo lleva a cabo” (p.164)

Es así que el benchmarking ocupa un papel muy importante en las empresas porque ayuda a mejorar ante la competencia, saber qué hacer para implementar nuevas cosas y obtener un posicionamiento rentable ante las demás organizaciones.

Importancia del Benchmarking

En el mercado actual las empresas se centran en sobrevivir ante tanta competencia es por ello que deben de buscar métodos de mejora que les ayude a ser más eficientes y así puedan captar a los clientes. Sánchez (2016) nos indica que “Es importante porque ayuda continuamente a medir productos, servicios para compararlos con los competidores líderes de forma que permita determinar si la forma de como desarrollan las actividades de la empresa representa una mejor practica teniendo en cuenta el coste de efectividad”. Es por ello que el Benchmarking identifica las mejores prácticas de las otras empresas para analizarlos y conseguir una ventaja competitiva.

Tipos de Benchmarking

Actualmente existen diferentes tipos de benchmarking ya que buscan llegar a un objetivo en común porque se van enfocados en la competencia logrando así las mejoras de las mismas. Según Espinosa (2017) tenemos los siguientes:

Competitivo: Este busca medir las funciones principales de la competencia ya sea mejorando los productos y/o servicios, para llevar a cabo las mejoras pero que superen a la competencia.

Interno: Este se lleva dentro de la misma organización es decir se aplica más en las empresas grandes porque constan de diferentes departamentos y con ello pueden ver los mejores resultados que presentan y sus buenos resultados sean seguidos por el resto.

Funcional: Este logra identificar las mejores prácticas dentro de las empresas es decir que el área sea excelente y se pueda mejorar más con el transcurso del proceso. (p.2).

Es así como el benchmarking se puede aplicar en diferentes sectores ya que no se trata de copiar a la competencia si no de mejorar y aprender de lo que están haciendo los diferentes líderes para poder implementarlos dentro de la propia organización.

Herramienta del Benchmarking

Para aplicar el Benchmarking es necesario tener en cuenta herramientas que ayuden a la empresa a sobre salir ante sus competidores. Segovia (2017) nos afirma que:

Se incluyen aquí las tools con las que queremos compararnos con la competencia para conocer quien hace las cosas mejor en el ámbito social. En ese caso, vamos a ver las herramientas para pasar a ser el análisis a la competencia, se señalan algunas, entre ellas:

Soluciones especiales: Esta solución es gratuita, si bien no ofrece información en tiempo real y la actualización de cada variable no se produce al mismo tiempo, nos ofrece: El número de seguidores, personas hablando de la empresa y ratio de viralidad.

Soluciones alternativas: Son soluciones de empresas que usan volcando los datos de las anteriores en repositorio comunes que usan los clientes, para busquen la mejora de su producto o su servicio al momento de ofrecer al cliente. (p.65)

Es por ello que aplicando el Benchmarking nos ayuda a dar soluciones para la mejora de nuestros servicios, toda empresa busca la mejora y sobre salir ante el mercado cambiante, es así que hoy en día la competencia entre las micro y pequeñas empresas más fuertes y solo las empresas que se adaptan a los cambios que exigen los clientes sobre salen en el ámbito empresarial.

Objetivos del Benchmarking

El Benchmarking es sinónimo de mejora y esto se traduce en diferentes objetivos que se van identificando para obtener resultados eficientes. Cipriano (2014) afirma que:

El benchmarking requiere que la administración superior presente con claridad su equipo para que puedan ver las mejoras en los procesos dentro de la empresa. Las empresas hoy en día usan el existo del benchmarking para ser creativos, la cual les va a permitir posicionarse entre los mejores. Se debe de evaluar si el benchmarking que se está aplicando ayuda a que el empleado se esfuerce más y cambien efectivamente los resultados. Los datos que se obtiene deben de analizarse y deben cambiar las metas que se plantear anteriormente. De esta manera, lo cambios ocasionados no se vean afectados dentro de la organización, sino que sea de gran ayuda para su mejor funcionamiento. (p.165)

Lo principal que una empresa busca es tener éxito y para ello se debe de tener en cuenta estos objetivos o características para que puedan tener acogida en sus diferentes cambios, as mismo para que pueda realizarse debe de tener el apoyo o aprobación de la alta dirección de dicha empresa y es así como, logran una acción positiva ya que viene de ante mano con una estrategia de mejora para las organizaciones.

Benchmarking y Reingeniería

Las empresas buscan mejorarse para que puedan competir en el mundo empresarial en el que se encuentran es porque ello que su principal objetivo es posicionarse y generar rentabilidad. Mora (2012) nos dice que:

El objetivo de cualquier esfuerzo de reingeniería es el crear una ventaja competitiva, rentable y sostenible para las organizaciones. Es así que se debe de identificar ventajas competitivas para perseguir objetivos ambiciosos que nos lleven más ver más allá de nuestros competidores. Es por ello que la reingeniería es una herramienta clave para llevar efectivamente el proceso del Benchmarking porque vamos a plantearnos objetivos y saber llegar a ello. (p.30)

Es así como el benchmarking nos ayudara a buscar que productos o servicios son líderes en las demás empresas para poder mejorar y poner en prácticas diferentes estrategias que ayuden a adquirir nuevos conocimientos y se pueda plantear en nuestra organización, buscando la mejora y posicionamiento ante las demás organizaciones.

Procesos de Benchmarking

Para determinar el proceso de benchmarking se debe de comprender las necesidades de los clientes, pero antes de ello una de las principales reglas del benchmarking es conocerse uno mismo como empresa para luego poder evaluar e intentar comprender a nuestros competidores.

Etapa 1: Determinar los aspectos: Para construir un plan de benchmarking y elegir que se hará es esencial distinguir al cliente de la evaluación relativa.

Etapa 2: Formar un grupo: Definir qué tipo de individuo liderara los ejercicios de evaluación comparativa y el número de participantes; y después de eso se puede iniciar el procedimiento.

Etapa 3: Identificación de los socios: Pueden ser individuos o asociaciones que brindan datos sobre la exploración, representantes, especialistas y expertos de una empresa.

Etapa 4: Recopilar y examinar los datos: Consiste en recopilar y desglosar los datos de evaluación relativa, cuando los clientes de evaluación similar, los requisitos de estos y los factores llegan a un logro básico. (Cipriano, 2014, p.172)

El seguir estas etapas conlleva a seguir un Benchmarking productivo ya que se debe de entender que es lo que necesita o espera el cliente antes de iniciar con una investigación, la cual va a permitir a la organización evaluar de manera adecuada la situación propia de la empresa y de las actividades el cliente para que se pueda tomar la decisión adecuada, donde va a consistir en entrevistar a diferentes clientes.

Proceso de Investigación en el Benchmarking

Para que una empresa aplique o inicie una investigación sobre el Benchmarking primeramente debe de visualizar a las empresas que son las más conocidas en su área y poder establecer que es lo que debe de mejorar o ante que empresas debe de sobre salir en el mundo empresarial. Mora (2012) afirma que

El Benchmarking inicia con el proceso hacia la investigación de los datos, que es el corazón dentro de la asociación donde se puede mejorar la exposición de las diversas zonas elegidas. El grupo de investigación está a cargo de las consecuencias de la

empresa. La recopilación de datos no está limitada a visitar diferentes empresas, ya que la parte importante del trabajo es en la revisión de documentos y producciones, además de visitas y reuniones. El análisis de los datos se basará en cada caso, su tendencia a las necesidades introducidas por la empresa para tener opción de buscar una ejecución superior antes diferentes organizaciones. (p.25)

Es así como aplicando un buen benchmarking la empresa podrá poner en práctica las estrategias que se planteó para que se pueda comparar con el resto de organizaciones, la cual va a permitir que se inicie el proceso de estudiar a la competencia e identificar en nivel se encuentra frente al resto de las empresas.

Socios de Benchmarking

Para llevar a cabo los diferentes procesos del benchmarking se debe de tener en cuenta uno de los puntos más importantes es decir la selección de las empresas a quienes se va a estudiar. Según Matallana y Castellano (2015) afirman que:

La empresa interesada en realizar estos estudios deberá buscar compañías que serán sus socios con el fin de identificar los pro y contras que cuentan dichas organizaciones. Es así que existen dos tipos de socios los internos y los externos, ya que los internos pertenecen a la misma compañía y el intercambio de la información se pueda dar sin problema alguno; pero en los socios externos puede surgir una serie de dificultad porque las competencias por lo general piensan que los estudios que se realizan solo son para robarles información y quitarles la ventaja competitiva. (p. 97)

Es por ello que para buscar socios la empresa debe de llevar diferentes practicas ya sean innovadores y mejores para lograr el objetivo trazado.

Marco Conceptual

Historia de las Barberías en el Perú:

En nuestro país, existía una tradicional peluquería de barrio limeño donde solo se atendían varones y se afeitaban normalmente con navaja con el pasar del tiempo fue desapareciendo en las últimas décadas y donde dieron lugar a las peluquerías unisex es decir se atendían entre hombres y mujeres. Luego apareció otro tipo de negocio, el spa, que es exclusivamente para mujeres, donde además del corte de cabello se ofrecen servicios especiales como masajes, tratamiento para la piel, y otros. Hoy en día el antiguo salón de belleza se ha modernizado y fue ganado terreno, pero quizá el hombre quedó allí fuera de lugar. Es entonces el inicio de las barberías en Lima fue una respuesta a eso. Las barber shops son la demanda del lugar exclusivo para varones que quieren lucir un buen peinado, una barba bien cortada, y un buen servicio.

Cliente:

Son aquellas personas o entidades que ingresan a una empresa para adquirir un producto o servicio, para satisfacer sus necesidades y deseos personales a través de estas empresas que ofrecen los productos. No siempre el cliente puede comprar un producto o servicio para consumirlo el mismo sino también puede comprar para que lo consuma otra persona.

Satisfacción:

Estado del cerebro que se produce al sentirse bien en medio de alguna situación o sensación de placer al realizar todo lo necesario para cumplir los objetivos. Nos hace

sentirnos realizados, nos provee alegría y comodidad con el momento que vivimos o adquirimos un producto para un uso personal.

Mejora Continua

Eliminar desperdicios es decir eliminar cosas innecesarias de las operaciones que no brindan productividad en los procesos. Es buscar las mejoras de los productos y las administraciones de una organización, la cual va a permitir garantizar y tener la opción de cumplir los requisitos de los clientes.

III. HIPOTESIS

Según Rodríguez (2015) nos indica que la hipótesis es decisiva ya que nos permite tener la conexión con el marco teórico y el campo de estudio, es decir, muestra lo que estamos buscando o tratando de probar (p.37).

- En el presente trabajo de investigación titulado el benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019; no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Para desarrollar el presente trabajo de investigación se utilizó un diseño: No experimental - transversal – descriptivo – de propuesta.

Según Hernández (2017) nos indica que la investigación no experimental se puede explicar cómo una investigación que se realiza sin manipular la variable de estudio, es decir, que todo estudio debe realizarse sin ser intervenido (p. 152).

- Fue no experimental porque no se manipulo deliberadamente a la variable benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019. Solo se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Según Ávila (2018) señala que los estudios transversales son caracterizados porque el estudio se evalúa en una sola ocasión es decir se realiza en un solo periodo de tiempo o en un momento dado (p. 28).

- Fue transversal por el estudio de investigación el benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019 Se realizó en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente en el año 2019.

Según Naghi (2017) nos informa que las investigaciones son descriptivas ya que con esta forma de estudio se puede saber dónde, cuándo y como del objeto de estudio es decir se encarga de puntualizar las características esenciales de la población que se está estudiando (p.91).

- Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad en el Benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Según Toscano (2018) nos indica que la investigación es de propuesta ya se va a identificar las características y comportamientos del objeto de estudio para luego ser analizado y proponer alternativas o soluciones (p. 82).

- De propuesta porque se elaboró una propuesta de mejora para los resultados encontrados en la investigación, Propuesta de mejora del benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

4.2. Población y Muestra

Toledo (2019) nos indica que la población se podría definir como el conjunto de personas u objetos que tienen características similares, ya que cuando se lleve a cabo la investigación debe de tenerse en cuenta las principales características esenciales al seleccionarse la población de estudio (p.5).

- Se utilizó una población de 54 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en el distrito de Chimbote, 2019.

Según informa Toledo (2019) nos dice que la muestra es una parte de la población es decir está conformada por un tamaño proporcional de la población que reflejan características similares, que se selecciona para obtener la información con la que se va a trabajar. (p.10).

- Se utilizó una muestra de 36 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en el distrito de Chimbote, 2019. Porque solo participaron las micro y pequeñas empresas que brindando información para el desarrollo del trabajo de investigación.

4.3. Definición y Operacionalización de la variable e indicadores

Aspecto complementario	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Son las personas encargadas que dirigen y que representan o asumen responsabilidad en las empresas encuestadas. Gonzales (2017)	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son de distintas edades y de ambos géneros, tienen diferentes grados de instrucción, permitiéndoles ser dueño o administrador, así mismo cuentan con varios años	Características de los representantes	-Edad	1. ¿Qué edad tiene?	Nominal
				-Género	2. ¿Cuál es su género?	
				-Grado de Instrucción	3. ¿Cuál es su grado de instrucción?	
				-Cargo	4. ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?	
				-Tiempo en el Cargo	5. ¿Cuánto tiempo va desempeñando el cargo?	

		desempeñando el cargo.				
--	--	------------------------	--	--	--	--

Aspecto complementario	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Medición
Micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica que está constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización, contemplada en la legislación vigente. Sánchez (2018)	Las micro y pequeñas empresas son negocios pequeños que ya tienen tiempo de permanencia en el rubro, cuentan con trabajadores que pueden ser o no familiares para que puedan lograr el objetivo de creación.	Características de las micro y pequeñas empresas	-Tiempo de la Mype	6. ¿Cuánto tiempo de permanencia tiene la empresa en el rubro?	Nominal
				-Nº de trabajadores	7. ¿Cuál es el número de trabajadores que tiene la empresa?	
				-Personas que trabajan son	8. ¿Las personas que trabajan en su empresa son?	
				-Objetivo de creación	9. ¿Cuál es el objetivo de creación de la empresa?	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Medición
Gestión de calidad en Benchmarking	Es la que permite mejorar los procesos internos y mediante ello se podrá aumentar la productividad de la empresa. Empleando el Benchmarking Ayuda a las empresas a compararse con su competencia y mediante ello aplicar una estrategia de mejora. Hernández (2020).	La gestión de calidad es una técnica moderna que los representantes deben conocer para que la puedan implementar, de tal manera les ayudara a medir el rendimiento de su personal y aumente el rendimiento del negocio.	Características de la gestión de calidad en Benchmarking	-Gestión de calidad	10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?	Nominal
				-Técnicas de gestión de calidad	11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	
				-Dificultades de gestión de calidad	12. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?	
				-Rendimiento del personal	13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	
				-Rendimiento del negocio	14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	

				-Conoce benchmarking	15. ¿Conoce usted el significado de la palabra Benchmarking?	Nominal
				-Estrategias de otras empresas	16. ¿Las estrategias que toma como referencia de otras empresas es para mejorar?	
				-Benchmarking mejora la empresa	17. ¿El Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa?	
				-Resistencia del personal	18. ¿El personal muestra resistencia al cambio?	
				-Incurción en nuevos mercados	19. ¿El Benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado?	
				-Implementación de benchmarking	20. ¿Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking?	
				-Uso del benchmarking	21. ¿Un buen uso del Benchmarking permite a la empresa ser eficiente?	

4.4. Técnica e instrumento de recolección de datos

La técnica que se utilizó en la tesis fue la encuesta porque es una técnica que sirve para obtener datos de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de información fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado con 22 preguntas, distribuidas en tres partes, las 5 primeras preguntas están referidas a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, las 4 siguientes están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas y las 13 últimas preguntas están referidas a las características de la gestión de calidad en Benchmarking.

4.5. Plan de análisis

La recopilación y llenado de datos de la encuesta se efectuará en los mismos locales de las Micro y Pequeñas Empresas, ya que se tiene la información de sus direcciones; habiéndonos presentados inicialmente y luego de sus aceptaciones que será en su mayoría de buen agrado se procederá a aplicar el cuestionario.

El procesamiento de los resultados se realizó en el Programa Informático Microsoft Excel, en el cual se construirá la base de datos, a partir de la cual se elaborarán tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como gráficos estadísticos de las variables en estudio. También se utilizó Microsoft Word para elaborar la redacción del trabajo de investigación, el PDF para la presentación del trabajo de investigación final, el programa TURNITIN para hacer la verificación que no existe plagio y finalmente PPT para la presentación de la ponencia.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e instrumento	Plan de análisis
<p>¿La mejora del benchmarking como factor relevante permite una Gestión de Calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – ¿Rubro Peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019?</p>	<p>Objetivo General: - Determinar si la mejora del benchmarking como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.</p> <p>Objetivos Específicos -Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, Rubro Peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.</p> <p>-Describir las características de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, Rubro Peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.</p> <p>-Describir las características del Benchmarking como factor</p>	<p>Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad</p>	<p>Población Muestral: consta de 36 micro y pequeñas empresas del sector Servicio – rubro Peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.</p>	<p>Se utilizó un diseño: No experimental - transversal – descriptivo – de propuesta. Fue no experimental porque no se manipulará deliberadamente a la variable benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019. Solo se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones. Fue transversal por el estudio de investigación propuesta de mejora de benchmarking como factor de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019. Se realizó en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente en el</p>	<p>Técnica: La encuesta</p> <p>Instrumento: El cuestionario</p>	<p>La recopilación de los datos se realizó en la misma Mype mediante las encuestas. El procesamiento y las tablas de frecuencia se realizó en el programa Microsoft Word y Excel.</p>

	<p>relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, Rubro Peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.</p> <p>-Elaborar una propuesta de mejora en función a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, Rubro Peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.</p>		<p>año 2019.</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad en el Benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.</p> <p>De propuesta porque se elaboró una propuesta de mejora para los resultados encontrados en la investigación, Propuesta de mejora del benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.</p>		
--	--	--	--	--	--

4.7 Principios éticos

En el presente trabajo de investigación se ha utilizado principios éticos como: Protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derecho a estar informado, beneficencia y no maleficencia, justicia, e integridad científica. Se reconoce que toda información manipulada en la presente investigación ha sido aprovechada para fines exclusivamente académicos.

Protección a las personas: A las personas que colaboraron brindando información se les respeto sus derechos fundamentales, su dignidad humana, su identidad, la confidencialidad y su privacidad.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: El trabajo de investigación tuvo medidas en favor del medio ambiente, imprimiendo solo el informe final, las demás revisiones fueron virtuales logrando la disminución del uso del papel.

Libre participación y derecho a estar informado: Todas las personas que ayudaron en la investigación lo hicieron con su pleno consentimiento, utilizando su información solo para fines específicos establecidos en el informe.

Beneficencia y no maleficencia: Se les aseguró el bienestar de las personas que nos ayudaron en nuestra investigación y no se les causo ningún daño.

Justicia: Se les aseguró el bienestar de las personas que nos ayudaron en nuestra investigación y no se les causo ningún daño.

Integridad científica: Se mantuvo la integridad científica ya que se declaró los conflictos de interés en la investigación, además no se declararon daños a las personas que me apoyaron en mi investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Datos generales	n	%
Edad		
18 – 30 años	6	16.67
31 – 50 años	21	58.33
51 a más años	9	25.00
Total	36	100.00
Genero		
Masculino	27	75.00
Femenino	9	25.00
Total	36	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	00.00
Primaria	0	00.00
Secundaria	9	25.00
Superior no universitaria	9	25.00
Superior universitaria	18	50.00
Total	36	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	30	83.33
Administrador	6	16.67
Total	36	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 3 años	6	16.67
4 a 6 años	18	50.00
7 a más años	12	33.33
Total	36	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Características de las micro y pequeñas empresas	n	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	6	16.67
4 a 6 años	18	50.00
7 a más años	12	33.33
Total	36	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	30	83.33
6 a 10 trabajadores	6	16.67
11 a más trabajadores	0	00.00
Total	36	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	3	8.33
No familiares	33	91.67
Total	36	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancias	36	100.00
Subsistencia	0	00.00
Total	36	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Tabla 3

Características del benchmarking cómo factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Benchmarking cómo factor relevante de la gestión de calidad	n	%
Conocimiento del término gestión de calidad		
Si	6	16.67
No	21	58.33
Tiene poco conocimiento	9	25.00
Total	36	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad		
Benchmarking	0	00.00
Marketing	12	33.33
Empowerment	0	00.00
Las 5 c	0	00.00
Outsourcing	0	00.00
Otros	24	66.67
Total	36	100.00
Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad		
Poca iniciativa	9	25.00
Aprendizaje lento	0	00.00
No se adapta a los cambios	0	00.00
Desconocimiento del puesto	27	75.00
Otros	0	00.00
Total	36	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	24	66.67
La evaluación	12	33.33
Escala de puntuación	0	00.00
Evaluación 360°	0	00.00
Otros	0	00.00
Total	36	100.00
La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio		
Si	11	30.56
No	25	69.44
Total	36	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características del benchmarking cómo factor relevante de la gestión de calidad En las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad	n	%
Conocimiento el término benchmarking		
Si	0	00.00
Tengo cierto conocimiento	6	16.67
No	30	83.33
Total	36	100.00
La referencia de las otras empresas mejora		
Productos	5	13.89
Servicios	20	55.56
Procesos de trabajo	6	16.66
Todas	5	13.89
Total	36	100.00
Benchmarking mejora su empresa		
Sí	10	27.78
A veces	6	16.67
No	20	55.55
Total	36	100.00
El personal se resiste al cambio		
Si	16	44.44
A veces	6	16.67
No	14	39.89
Total	36	100.00
Benchmarking ayuda a incursionar en nuevos mercados		
Si	9	25.00
No	11	44.44
A veces	16	30.56
Total	36	100.00

Continua...

Tabla 3

Características del benchmarking cómo factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

			Concluye...
<hr/>			
Fortalezas que necesita su empresa			
Cultura al cambio	6	16.67	
Aprendizaje continuo	30	83.33	
Competencia en el mercado	0	00.00	
Todas	0	00.00	
Ninguna	0	00.00	
Total	36	100.00	
<hr/>			
Benchmarking permite a la empresa ser eficiente			
Si	8	22.22	
A veces	17	47.22	
No	11	30.56	
Total	36	100.00	
<hr/>			

Nota. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Tabla 4

Propuestas de mejora para las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Problemas encontrados	Causa	Solución	Responsable
Desconocimiento del término gestión de calidad	Los representantes suelen dirigir sus empresas sin tener conocimiento básico de los términos empresariales.	Capacitarse sobre los temas empresariales (gestión, calidad en los procesos y productividad) para poder dirigir adecuadamente su empresa; Asimismo realizar estudios en su ámbito empresarial y profundizar sus conocimientos para lograr a cumplir los objetivos.	Representante
Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad	El desconocimiento del puesto por qué no están calificados para laborar en ello.	Evaluar los conocimientos del personal en el proceso de selección para saber si están calificados a ocupar el puesto solicitado; asimismo evaluar constantemente sus labores para ver el desempeño de cada empleado y solo atraer a los candidatos potencialmente calificados.	
La gestión de calidad no mejora el rendimiento del negocio	No contar con el conocimiento básico de los beneficios que se obtienen aplicando la gestión de calidad.	Evaluar los beneficios que se obtienen aplicando la gestión de calidad, ya que ayudaran a sistematizar los recursos y a ser más eficientes en la empresa, además que se contribuirá a generar ahorros e ingresos, para lograr el rendimiento efectivo dentro de la organización.	
Desconocimiento del término benchmarking	Desconocimiento de una clara disciplina sobre dicho término	Concientizar sobre la importancia que se adquiere utilizando y aplicando el término del benchmarking, ya que, se va a conocer los aspectos positivos y negativos dentro de la organización, obtener una información clave para tomar la mejor decisión y así establecer las estrategias y metas de acuerdo	

		a las circunstancias del entorno competitivo.	
Benchmarking no mejora la empresa	No pueden observar qué objetivos precisos se pueden alcanzar con su desarrollo	Construir objetivos alcanzables que se lograrán aplicando el benchmarking porque va a permite a la empresa obtener ventajas competitivas, por ello se debe conocer, anticiparse, analizarse, posicionarse y mejorar diariamente.	
Personal se resiste al cambio	La falta de capacitación y preparación para implementar nuevos cambios	Preparar al personal con educación y comunicación para que se adapten a los nuevos cambios que se solicitan en la empresa, asimismo generando el compromiso para obtener relaciones positivas, aportando ideas y encontrar soluciones, las cuales van a garantizar a lograr una mejor calidad en sus servicios o productos.	
Benchmarking no ayuda a incursionar en nuevos mercados	No haber estudiado ni aplicado el benchmarking cómo elemento importante para extender a nuevos mercados	Idear nuevos mecanismos que ayuden tanto a los empresarios y trabajadores a aplicar el benchmarking en la micro y pequeña empresa para obtener mejores resultados porque con ello vamos a poder estudiar los puntos débiles y/o fuertes, amenazas y/o oportunidades y así lograr encontrar en que somos mejores y ayude a posicionarnos mejor ante los competidores.	

Plan de mejora

1. Datos Generales

- **Nombre o razón social:** Mypes de peluquerías y otros tratamientos de belleza.
- **Giro de la empresa:** peluquerías y otros tratamientos de belleza
- **Dirección:** Chimbote – Perú
- **Nombre del representante:** Dueños de las peluquerías y otros tratamientos de belleza.
- **Historia:**

La historia de las peluquerías viene de hace muchos años atrás desde la prehistoria, en esas épocas los cortes no se hacían con peines y tijeras, se hacían con piedras filudas que a la vez servían para afilar las flechas, en estas épocas la peluquería no era algo estético.

2. Misión

Brindar un buen servicio que sea de calidad que logre satisfacer las necesidades y exigencias de cada cliente, dejándoles una buena experiencia que hará que regresen pronto.

3. Visión

Ser las mejores peluquerías del distrito ofreciendo los mejores servicios con buenos estándares de calidad, así superar cualquier expectativa del cliente.

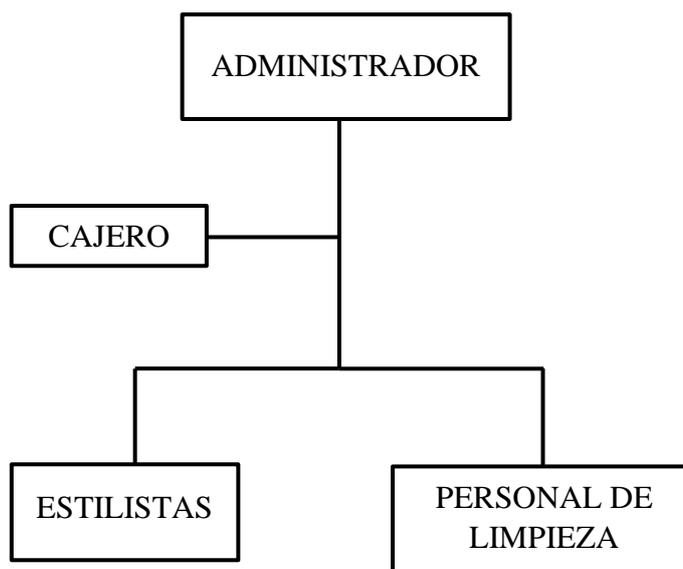
4. Objetivos

- Ofrecer servicio de cuidado de personal y estética.
- Mantener a los clientes satisfechos, brindándoles un servicio con técnicas y conocimientos de un personal bien capacitado.

5. Productos y/o servicios

Peluquerías y otros tratamientos de belleza

6. Organigrama



6.1. Descripción de funciones

Cargo	ADMINISTRADOR
Perfil	-Licenciado en administración de empresas o carreras afines -Experiencia mínima 3 años en el cargo.
Funciones	Planear, organizar, dirigir y controlar la empresa.

Cargo	CAJERO
Perfil	-Educación mínima secundaria completa -Experiencia mínima 1 año en el puesto
Funciones	Realizar el cobro a los clientes por los servicios brindados. Apertura y cierre de caja.

Cargo	ESTELISTAS
Perfil	-Estudios técnicos en peluquerías. -Experiencia laboral en el puesto.
Funciones	Brindar los servicios que los clientes soliciten: corte, teñido de cabello, laceado, etc.

Cargo	PERSONAL DE LIMPIEZA
Perfil	-Secundaria completa -Experiencia en limpieza de ambientes y SSHH.
Funciones	-Mantener los ambientes, equipos y mobiliario limpios. -Limpiar y desinfectar las áreas de trabajo

6.2. Diagnostico empresarial

<p style="text-align: center;">MATRIZ FODA</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aumento de clientes -Nuevas tecnologías en equipos -Variedad de proveedores. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aumento de la competencia -Precios de productos volátiles. -Impuestos elevados
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Buen trato a los clientes -Uso de productos de calidad -Años de experiencia -Precios justos y accesibles -Equipos modernos 	<p>ESTRATEGIAS (FO)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ofrecer promociones a los clientes que acuden con frecuencia. 	<p>ESTRATEGIAS (FA)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Satisfacer las necesidades de cliente, de tal manera que se logre captar la mayoría del mercado.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Alquiler de local elevado -Falta de capacitación al personal -Poco conocimiento empresarial 	<p>ESTRATEGIAS (DO)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificar obtener propio local. -Capacitar al personal para no perder clientes. 	<p>ESTRATEGIAS (DA)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capacitarse en términos empresariales para diferenciarse de la competencia.

7. Indicadores de Gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de las Mypes
Conoce el termino gestión de calidad	Desconocen el termino gestión de calidad dentro de la empresa
Dificultad del personal para implementar gestión de calidad	Tienen dificultad para implementar la gestión de calidad por el desconocimiento del puesto.
Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	los representantes indican que la gestión de calidad no mejora el rendimiento del negocio.
Conocimiento del término Benchmarking	No conocen el termino benchmarking
Benchmarking mejora su empresa	Los representantes indican que el benchmarking no mejora su empresa.
El personal se resiste al cambio	Indican que el personal si se resiste al cambio
Benchmarking ayuda a incursionar en nuevos mercados	Indican los representantes que a veces el benchmarking ayuda a incursionar en nuevos mercados

8. Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
Conoce el término gestión de calidad	Desconocimiento del término gestión de calidad	Esto surge por falta de capacitación en términos empresariales
Dificultad del personal para implementar gestión de calidad	Desconocimiento del puesto	Surge porque no se da charlas de inducción ni se capacita al personal para que puedan ejecutar su labor.
Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	No consideran que mejora el rendimiento del negocio	Surge porque no tiene conocimiento de los beneficios que se obtiene al aplicar la gestión de calidad.
Conocimiento del término Benchmarking	Desconocimiento del término benchmarking	Esto surge a la poca preparación que tiene los representantes
Benchmarking mejora su empresa	No consideran que mejora su empresa	Surge porque no conocen el termino Benchmarking
El personal se resiste al cambio	Si se resiste al cambio	Falta de preparación al personal
Benchmarking ayuda a incursionar en nuevos mercados	A veces ayuda a incursionar en otros mercados	Porque no consideran como elemento importante al benchmarking.

9. Establecer soluciones

9.1. Establecer acciones

Indicadores	Problemas	Acción de mejora
Conoce el termino gestión de calidad	Desconocimiento del término gestión de calidad	Capacitarse sobre los temas empresariales (gestión, calidad en los procesos y productividad) para poder dirigir adecuadamente su empresa.
Dificultad del personal para implementar gestión de calidad	Desconocimiento del puesto	Evaluar los conocimientos del personal en el proceso de selección para saber si están calificados a ocupar el puesto.
Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	No consideran que mejora el rendimiento del negocio	Evaluar los beneficios que se obtienen aplicando la gestión de calidad, ya que ayudaran a sistematizar los recursos y a ser más eficientes en la empresa.
Conocimiento del término Benchmarking	Desconocimiento del término benchmarking	Concientizar sobre la importancia que se adquiere utilizando y aplicando el término del benchmarking.
Benchmarking mejora su empresa	No consideran que mejora su empresa	Construir objetivos alcanzables que se lograrán aplicando el benchmarking porque va a permitir a la empresa obtener ventajas competitivas.
El personal se resiste al cambio	Si se resiste al cambio	Preparar al personal con educación y comunicación para que se adapten a los nuevos cambios que se solicitan en la empresa.
Benchmarking ayuda a incursionar en nuevos mercados	A veces ayuda a incursionar en otros mercados	Idear nuevos mecanismos que ayuden tanto a los empresarios y trabajadores a aplicar el benchmarking en la micro y pequeña empresa para obtener mejores resultados.

9.2. Estrategias que se desean implementar

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Capacitarse sobre los temas empresariales (gestión, calidad en los procesos y productividad) para poder dirigir adecuadamente su empresa.	Bajos recursos económicos para invertir en capacitaciones	6 meses	Permitirá a los representantes adquirir nuevos conocimientos importantes para un mejor rendimiento de la empresa.	Enfocarse en temas fundamentales para la mejora de la empresa
2	Evaluar los conocimientos del personal en el proceso de selección para saber si están calificados a ocupar el puesto.	Falta de control a los trabajadores	7 días	La empresa contara con personal apto para los puestos designados	Analizar los CV de los postulantes al momento de seleccionar al personal.
3	Evaluar los beneficios que se obtienen aplicando la gestión de calidad, ya que ayudaran a sistematizar los recursos y a ser más eficientes en la empresa.	Escaso conocimiento de los beneficios que se obtienen.	3 días	Mejorará el rendimiento de la empresa.	Involucrar al personal en las metas y objetivos de la empresa.
4	Concientizar sobre la importancia que se adquiere utilizando y aplicando el término del benchmarking.	Poca iniciativa	3 días	Permitirá que los representantes estén preparados para afrontar problemas empresariales.	Orientar sobre los beneficios que se obtiene al aplicar benchmarking
5	Construir objetivos alcanzables que se lograrán aplicando el benchmarking porque va a permitir a la empresa obtener ventajas competitivas.	Poca importancia al Benchmarking	7 días	Lograr un buen nivel de competencia.	Analizar las debilidades.
6	Preparar al personal con educación y comunicación para que se adapten a los nuevos cambios que se solicitan en la empresa.	El personal se enfoca en otras actividades	7 días	Personal comprometido en la mejora de la empresa.	Orientar al personal para que puedan hacer frente a cualquier situación.
7	Idear nuevos mecanismos que ayuden tanto a los empresarios y trabajadores a aplicar el benchmarking en la micro y pequeña empresa para obtener mejores resultados.	Falta de tiempo	7 días	Mejor posicionamiento en el mercado.	Capacitación sobre temas que aumentaran la competitividad en la empresa.

9.3. Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategias	Recursos humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Enfocarse en temas fundamentales para la mejora de la empresa	Administrador	S/. 150.00 mensual	Internet Computadora Impresora	6 meses
2	Analizar los CV de los postulantes al momento de seleccionar al personal.	Administrador	S/. 30.00	Internet Computadora	7 días
3	Involucrar al personal en las metas y objetivos de la empresa.	Administrador	S/. 50.00	Computadora Impresora	3 días
4	Orientar sobre los beneficios que se obtiene al aplicar benchmarking	Administrador	S/. 50.00	Internet Computadora Impresora	3 días
5	Analizar las debilidades.	Administrador	S/. 30.00	Computadora Impresora	7 días
6	Orientar al personal para que puedan hacer frente a cualquier situación.	Administrador	S/. 50.00	Proyector Computadora Impresora	7 días
7	Capacitación sobre temas que aumentaran la competitividad en la empresa.	Administrador	S/. 150.00	Internet Computadora Impresora	7 días

10. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero	Diciembre
1	Enfocarse en temas fundamentales para la mejora de la empresa	01/01/2021	01/07/2021	■	
2	Analizar los CV de los postulantes al momento de seleccionar al personal.	02/07/2021	08/07/2021		■
3	Involucrar al personal en las metas y objetivos de la empresa.	09/07/2021	11/07/2021		■
4	Orientar sobre los beneficios que se obtiene al aplicar benchmarking	12/07/2021	14/07/2021		■
5	Analizar las debilidades.	13/08/2021	19/07/2021		■
6	Orientar al personal para que puedan hacer frente a cualquier situación.	20/09/2021	26/09/2021		■
7	Capacitación sobre temas que aumentaran la competitividad en la empresa.	18/10/2021	24/10/2021		■

5.2. Análisis de resultado

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Edad del representante: El 58.33% de los representantes tienen de 31 a 50 años de edad. Estos resultados coinciden con la investigación de Espinoza (2019) donde indica que el 100% tienen un rango de edad de 40 años, también coincide con Huamán (2019) cual indica que 40.54% tienen el mismo rango de edad, asimismo coincide con Pérez (2019) donde indica que el 75% tiene más de 31 años de edad, coincide con Pérez (2019) donde indica que el 71.4% tienen el mismo rango de edad, coincide con Olivera (2019) donde indica que el 50% tienen el mismo rango de edad y finalmente coincide con López (2019) cual indica que el 55,9% tienen entre 31 a 50 años de edad. Pero estos resultados contrastan con la investigación de Mata (2019) donde indica que el 50% tienen una edad promedio de 18 a 30 años de edad. Estos resultados demuestran que la mayoría de los representantes están dirigidos por personas mayores con gran capacidad y experiencia para tomar las mejores decisiones.

Genero del representante: El 75.00% de los representantes son de género masculino. Estos resultados coinciden con la investigación de Espinoza (2019) cual indica que el 70.00% son varones, también coincide con Pérez (2019) donde indica que el 100% son de género masculino, asimismo coincide con Olivera (2019) el cual indica que el 50% son de género masculino. Pero estos resultados contrastan con la investigación de Bravo (2019) donde indica que el 61.00% son de sexo femenino, también contrasta con Pérez (2019) cual indica que el 65.00% son mujeres, asimismo contrasta con Mata (2019) donde informa que el 75.00% son de género femenino y finalmente contrasta con López (2019) cual indica que el 55.90% de los representantes son de género femenino. Estos resultados

demuestran que la mayoría de mypes están dirigidas por representantes del género masculino, ya que consideran cuentan con más disposición de tiempo y sólo se centran en su trabajo.

Grado de instrucción: El 50.00% de los representantes tienen como grado de instrucción superior universitario. Estos resultados coinciden con la investigación de Mata (2019) donde indica que el 67.00% cuentan con estudios superiores universitarios, asimismo coincide con Pérez (2019) cual indica que el 100.00% tienen grado superior universitaria, también coincide con Olivera (2019) donde informa que el 87.50% su grado de instrucción es superior universitario. Pero estos resultados contrastan con la investigación de Espinoza (2019) donde indica que el 100.00% tienen educación universitaria, también contrastan con Pérez (2019) cual informa que el 40.00% tienen grado de instrucción secundaria y finalmente contrasta con López (2019) donde indica que el 58.80% tienen como grado de instrucción superior no universitaria. Estos resultados demuestran que las mypes están dirigidas por personas que cuentan con un título ya que se encuentran más calificados con conocimientos actualizados para dirigir una empresa.

Cargo que desempeña: El 83.33% de los representantes desempeñan su cargo como dueños. Estos resultados coinciden con la investigación de Bravo (2019) donde indica que el 61.00% de sus encuestados son dueños del negocio, asimismo coincide con Pérez (2019) donde indica que el 80.00% son propietario, también coincide con Díaz (2019) donde indica que el 87.50% son dueños del negocio. Pero estos resultados contrastan con López (2019) donde indica el 91.20% son los administradores. Estos resultados demuestran que los representantes iniciaron su negocio y son los que llevan el control y/o supervisión de la micro y pequeña empresa.

Tiempo que desempeña el cargo: El 50.00% de los representantes tiene desempeñando su cargo de 4 a 6 años. Estos resultados contrastan con Díaz (2019) donde indica que el

62.50% tienen una permanencia de más de 7 años en el cargo. Estos resultados demuestran que los dueños tienen experiencia y están más informados de lo que sucede dentro de su empresa.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Años de permanencia en el rubro: El 50.00% de las mypes tienen de 4 a 6 años en el rubro. Estos resultados contrastan con Bravo (2019) donde indica que el 78.00% se encuentran en el mercado de 0 a 6 años, también contrasta con Espinoza (2019) donde informa que el 40.00% tienen más de 11 años en el sector, asimismo contrasta con Mata (2019) cual informa que el 59.00% tienen una permanencia de 5 a 10 años y finalmente contrasta con Pérez (2019) donde indica que el 85.70% permanecen en el rubro entre 7 años a más. Estos resultados demuestran que las mypes ya tienen un posicionamiento en el mercado y por ende tienen gran aceptación por parte de los clientes.

Número de trabajadores: El 83.33% de las mypes tienen de 1 a 5 trabajadores laborando. Estos resultados coinciden con la investigación de Huamán (2019) donde indica que el 62.20% manifiesta que tienen de 1 a 5 trabajadores, también coincide con Pérez (2019) y con López (2019) los cuales indican que el 100.00% tienen entre 1 a 5 trabajadores. Pero estos resultados contrastan con la investigación de Espinoza (2019) donde indica que el 100.00% tienen entre 6 a 10 trabajadores, también contrasta con Mata (2019) cual informa que el 67.00% cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores, asimismo contrasta con Díaz (2019) donde indica que el 62.50% tienen de 6 a 10 trabajadores. Estos resultados demuestran que la mayoría de empresas sólo necesita una mínima cantidad de trabajadores para poder laborar mejor, evitar pagar a más personal y obtener más ingresos.

Personas que trabajan en su empresa: El 91.67% tiene trabajando en su empresa a personas no familiares. Estos resultados contrastan con Mata (2019) donde indica que el 75.00% tienen como trabajadores a sus propios familiares. Estos resultados demuestran que a las mypes les permite llevar un parámetro de jerarquía para que no existan preferencias y evitar roces personales.

Objeto de creación: El 100.00% indican qué es un objeto de creación fue para generar ganancias. Estos resultados coinciden con Mata (2019) donde indica que el 100.00% de las mypes su objeto de creación fue generar ganancias y también coincide con López (2019) cual indica que el 76.50% tienen como finalidad generar ganancias. Pero estos resultados contrastan con la investigación de Díaz (2019) donde indican que el 100.00% tienen como objeto generar rentabilidad. Estos resultados demuestran que hoy en día las empresas son creadas para generar ingresos y que se mantengan un equilibrio económico estable.

Tabla 3 Características del benchmarking cómo factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Conoce el termino gestión de calidad: El 58.33% indican que no conocen dicho término. Estos resultados contrastan con la investigación de Pérez (2019) donde indica que el 71.40% conocen el termino gestión de calidad, también contrasta con Olivera (2019) cual informa que el 81.20% de los representantes si conocen el termino gestión de calidad y asimismo contrasta con Mata (2019) donde indica que el 50.00% conoce el termino gestión de calidad. Estos resultados demuestran que las mypes no se encuentran muy informadas generalmente acerca del término gestión de calidad dentro de sus micro y pequeñas empresas.

Técnicas modernas de gestión de calidad: El 66.67% conoce otras técnicas modernas de gestión de calidad (Atención al Cliente). Estos resultados coinciden con la investigación de López (2019) donde indica que el 52.90% conocen como técnica moderna de gestión de calidad atención al cliente. Estos resultados demuestran que la mayoría de empresarios aplican y tienen más conocimiento sobre atención al cliente ya que indican y consideran que el cliente es lo más importante dentro de la empresa.

Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad: El 75.00% de los dueños considera que es el desconocimiento del puesto. Estos resultados contrastan con López (2019) cual informa que el 38.20% asegura que el personal se resiste al cambio porque están acostumbrados a la rutina. Estos resultados demuestran que los trabajadores no se encuentran capacitados para ocupar el puesto indicado es por ello que se necesita más compromiso para obtener mejores cambios en las empresas.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 66.67% utiliza la observación para medir el rendimiento de su personal. Estos resultados contrastan con la investigación de Mata (2019) donde indican que el 42.00% evalúan a su personal por medio de un periodo de prueba. Estos resultados demuestran que los representantes de las mypes observan a los trabajadores para medir su rendimiento, sin saber si se desenvuelven eficazmente y eficientemente.

La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio: El 69.44% de los representantes responden que no ante esta pregunta. Estos resultados contrastan con la investigación de Mata (2019) donde indica que el 100.00% de los representantes responden que si ante esta interrogante, también contrasta con Díaz (2018) cual indica que el 87.50% responden que si ante esta pregunta y asimismo contrasta con López (2019) donde indica que el 50.00% de los representantes aseguran que la gestión de calidad si mejora el rendimiento

de sus empresas. Estos resultados demuestran que no consideran que la gestión de calidad es vital para crecer cada día como organización.

Conocimiento del término benchmarking: El 83.33% de los representantes no conocen dicho término. Estos resultados coinciden con la investigación de Pérez (2019) cual indica que el 100.00% no conocen la palabra benchmarking y también coinciden con Olivera (2019) cual indica que el 62.50% de los representantes no conocen dicho termino. Pero contrastan con la investigación Díaz (2019) donde indican que el 37.50% si conocen el término del benchmarking. Estos resultados demuestran que la mayoría de los representantes no aplican benchmarking en el desarrollo continuo de sus actividades dentro de su empresa.

Las referencias de otras empresas: El 55.56% de los representantes consideran que la referencia de su empresa es acerca los servicios que brindan, el 16.66% considera que es son los procesos de trabajo y el 13.89% indica que es por los productos y todo lo mencionado. Estos resultados demuestran que hoy en día los representantes se enfocan más en brindar un servicio de calidad para obtener más clientes y tener su fidelización.

Benchmarking mejora su empresa: El 83.33% los representantes consideran que no mejora la situación de la empresa. Estos resultados contrastan con la investigación de Pérez (2019) donde indican que el 85.70% consideran que el benchmarking si mejora su empresa ya que es primordial para las empresas. Estos resultados demuestran que los representantes no utilizan el benchmarking para que puedan compararse con su competencia y así puedan ver en qué mejorar sus productos y/o servicios que brindan ya sea adaptándolos a su empresa y agregándole mejoras.

Personal se resiste al cambio: El 44.44% de los representantes responden que sí ante está pregunta, el 38.89% indican que no y el 16.67% consideran que a veces su personal se

resiste al cambio. Estos resultados demuestran que el personal tiene que adaptarse a las políticas y cambios que existan dentro de la organización para que así puedan obtener mejoras positivas.

El benchmarking ayuda a incursionar en nuevos mercados: El 44.44% de los representantes consideran que no, el 30.56% consideran que a veces ayuda a entrar a nuevos mercados y el 25.00% indican que sí. Estos resultados demuestran que, sino aplicamos adecuadamente el benchmarking, esto no ayudará a posicionarnos en nuevos mercados así se agreguen mejoras a sus productos o servicios que la empresa ofrezca.

Fortalezas que necesita su empresa: El 83.33% considera el aprendizaje continuo cómo fortaleza para la organización. Estos resultados coinciden con la investigación de Díaz (2019) donde indica que el 37.50% aplican el aprendizaje continuo como fortaleza que necesita su empresa. Estos resultados demuestran que los representantes se adaptan a diario a los cambios que hay en la sociedad para enfocarse exclusivamente en las necesidades del cliente.

Benchmarking permite a la empresa a ser eficiente: El 47.22% de los representantes responden qué a veces antes esta interrogante. Estos resultados coinciden con la investigación de López (2019) donde indica que el 64.70% responden que a veces el buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente. Pero contrasta con la investigación de Díaz (2019) cual indica que el 50.00% considera que el buen uso de la técnica del benchmarking si permitirá a la empresa ser más eficiente. Estos resultados demuestran que sí aplicamos adecuadamente el benchmarking ayudará a lograr objetivos que sobresalen ante las demás organizaciones ya que se encuentran en constantes cambios.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría 58.33% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, 75.00% son de género masculino, 50.00% tienen grado de instrucción superior universitaria, 83.33% son ellos los dueños y 50.00% tienen entre 4 a 6 años como empresarios.

La totalidad 100.00% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias. Y la mayoría 50.00% llevan entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro, 83.33% tienen de 1 a 5 trabajadores, 91.67% de los colaboradores de la empresa no son familiares.

La mayoría 58.33% de los representantes no conocen el término gestión de calidad, 66.67% conocen otras técnicas de gestión de calidad, 75.00% tienen como dificultad el desconocimiento del puesto para implementar la gestión de calidad, 66.67% conocen la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, 69.44% consideran que la gestión de calidad no mejora el rendimiento del negocio, 83.33% no tienen conocimiento sobre el término benchmarking, 55.56% las estrategias que toman como referencia para mejorar son los servicios, 55.55% benchmarking no encamina al mejoramiento de la empresa y 83.33% considera que el aprendizaje continuo es la fortaleza que necesita la empresa. La minoría 44.44% considera que su personal si se resiste al cambio, 44.44% el benchmarking no ayuda a incursionar a nuevos mercados y 47.22% que el benchmarking a veces permite ser eficiente en la empresa.

Se elaboró el plan de mejora con las respectivas soluciones de acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación, ayudando a las micro y pequeñas empresas con el apoyo del benchmarking a desarrollarse positivamente en el mercado.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Realizar una capacitación intensiva en los temas de ámbito empresarial, enfocándose principalmente en la gestión de calidad y benchmarking, que este dirigido a todo el personal de la empresa, incluyendo también a los representantes, para así obtener un mejor manejo y desarrollo en la micro y pequeña empresa.

Evaluar constantemente a los empleados sus labores para ver el desempeño de cada uno y solo atraer a los candidatos potencialmente calificados.

Concientizar a los empresarios sobre la importancia que tiene para la micro y pequeña empresa el aplicar y ejecutar el benchmarking dentro de las organizaciones, ya que servirá para obtener una mejora continua y asimismo ayudará a maximizar la rentabilidad.

Aplicar un diseño mejorado para ofrecer servicios de calidad y sobre todo poder hacer más competitiva la empresa y ganar capacidad de superación.

Poner en práctica la propuesta de mejora elaborada en base a todos los resultados obtenidos con la finalidad de alcanzar un mayor conocimiento y mejorar continuamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ávila, M. (2018). *Diseño y análisis de estudios*. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=A97ke8RlhrkC&pg=PP50&dq=que+son+los+estudios+transversales&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwii1q22g_f2AhXMmeAKHTjVBOAQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=que%20son%20los%20estudios%20transversales&f.

Barrera, A. (2018). *benchmarking internacional de estrategias para la disminución del no pago de créditos en instituciones micro financieras caso de estudio: fondo esperanza spa*. Recuperado de:
<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/169842/Benchmarking-internacional-de-estrategias-para-la-disminuci%C3%B3n-del-no-pago-de-cr%C3%A9ditos-en-instituciones.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bravo, V. (2019). *La gestión de calidad con el uso de benchmarking y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la Avenida José Leal del distrito de Lince, 2018*. Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11741>

Cárdenas, Y. N. R. A. (2016). *Costos ii: La gestión gerencial*. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5308802&query=benchmarking>

Cardozo, A. P. (2015). *Puro management: emprendedores, gerentes, colaboradores, y sus empresas*. Recuperado de
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1&docID=5487075&tm=1541170160433>

- Casinelli (2015). *Como hacer Benchmarking*. Recuperado de:
<http://www.mercado.com.ar/notas/36539>
- Centy, V. D. B. (2014). *La inversión en recursos humanos y la competitividad de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3201636&query=Las+micro+y+peque%C3%B1as+empresas>
- Cerda, U. A. (2015). *Empresa, competitividad y medio ambiente. Santiago de Chile, CL: Red Panorama Socioeconómico*. Recuperado de:
<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=5&docID=10103229&tm=1500153547331>
- Cipriano, L. G. A. (2014). *Proceso administrativo*. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3228564&query=benchmarking>
- Confecámaras (2016). *Mipymes generan mayor empleo en Colombia*. Recuperado de:
<https://www.dinero.com/edicion-impres/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>
- Cuatrecasas, A. L. (2014). *Gestión de la calidad total*. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=17&docID=3175155&tm=1541197851433>
- Díaz, C. (2019). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, Nuevo Chimbote, año 2016*. Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8291>

Economía y Negocio (2015). *Tradición de las barberías vive nuevo boom en Santiago gracias a los jóvenes.* Recuperado de: <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=166123>

EFE (2015). *Las micro y pequeñas empresas generan gran parte del empleo en Latinoamérica.* Recuperado de: <https://www.elnuevoherald.com/noticias/mundo/america-latina/article34381194.html>

El Comercio (2016). *El 42% de las mypes cree que su situación económica ha mejorado.* Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/42-mypes-cree-situacion-economica-mejorado-211693>

Espinosa, R. (2017). *BENCHMARKING: etapas y ejemplos.* Recuperado de: <https://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos/>

Espinoza, E. (2019). *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.* Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15400>

Gonzales, H. (2018). *La gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector agropecuario, rubro ventas de fertilizantes en el distrito de Paiján, 2017.* Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/17283/MICROEMPRESA_GESTION_DE_CALIDAD_GONZALES_CABRERA_HECTOR_MARTIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Gonzales, O. (2017). *Representantes de las mypes y su participación en las entidades*. Recuperado de: <https://revistaganamas.com.pe/representantes-de-mypes-podran-tener-participacion-en-entidades-publicas/>
- Hernández, M. (2020). *Servicio de Calidad en el Benchmarking*. Recuperado de: <https://calidad.umh.es/plan-director/benchmarking/>
- Hernández, R. (2017). *Metodología de la investigación*. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huaman, M. (2019). *El benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, 2017*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/23049>
- INNOVAR (2014). *Desarrollo conceptual del Benchmarking y consideraciones de aplicación práctica*. Recuperado de: <http://bdigital.unal.edu.co/26642/1/24259-100857-1-PB.pdf>
- ISO 9001. (2013). *Calidad. Sistemas de Gestión de Calidad según ISO 9000*. Obtenido de: <http://iso9001calidad.com/que-es-calidad-13.html>
- Jiménez (2018). *La economía de Brasil se aleja tímidamente de la recesión*. Recuperado de: https://elpais.com/internacional/2018/08/31/actualidad/1535713817_906615.html
- Ley 28015. (03 de Julio de 2016). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf>

- Llenque (2016). *Día Nacional de las Micro y Pequeñas Empresas*. Recuperado de:
<https://radiorsd.pe/opinion/la-columna-del-dia-dia-nacional-de-las-micro-y-pequenas-empresas>
- Lopez, P. (2019). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzados, centro comercial "Santa María", Chimbote, 2017*. Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15663>
- Luna (2017). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1374>
- Ruschell (2014). *Benchmarking Brasil*. Recuperado de:
<http://www.institutomais.com.br/es/projetos-acoef/benchmarkin/>
- Manay (2012). *Mipymes y su participación en el desarrollo social y crecimiento económico*. Recuperado de:
<https://www.cesla.com/pdfs/LAS%20MIPYMES%20Y%20SU%20PARTICIPACION%20EN%20EL%20DESARROLLO%20SOCIAL%20Y%20CREMIENTO%20ECONOMICO%20DE%20AMERICA%20LATINA.pdf>
- Manzoni, C. (2017). *Las Mypes son las grandes empleadoras*. Recuperado de:
<https://www.lanacion.com.ar/1985790-el-mapa-empresarial-de-un-pais-donde-las-pymes-son-las-grandes-empleadoras>
- Mata, R. (2019). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comidas criolla, Av Pacifico*,

distrito de Nuevo Chimbote, 2016. Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10311>

Matallana, E y Castellano, J. (2015). *Las estrategias de las grandes corporaciones al alcance de la mediana empresa.* Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=tLBm9d5Lu0sC&pg=PT100&dq=benchmarking+concepto&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi2jdC7gY30AhUhlkGHbdMDfQQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=benchmarking%20concepto&f=false>

Ministerio de Trabajo de Promoción y Empleo. (2014). *Informe general - Registro nacional de la micro y pequeñas empresas (REMYPE).* Recuperado de:
<https://www.trabajo.gob.pe/mtpe/mostrarContenido5255.html?id=541&tip=9>

Mora (2012). *Outsourcing & Benchmarking.* Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3181636&query=benchmarking%2Bmora>

Naghi, M. (2017). *Metodología de la investigación.* Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA91&dq=que+son+los+estudios+descriptivos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwii-OCHhvf2AhXcQjABHWGeADcQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=que%20son%20los%20estudios%20descriptivos&f>

Olivera, C. (2019). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking de las micro y pequeñas empresas, rubro estaciones de servicios, distrito de Chimbote, 2017.* Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11378>

- Pola, M. Á. (2012). *Gestión de la calidad*. Barcelona, ES: Marcombo. Recuperado de:
<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=12&docID=10316208&tm=1500054756824>
- Pérez, A. (2019). *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*. Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8337>
- Pérez, Y. (2019). *Propuesta de mejora de la capacitación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pacarán, provincia de Cañete, 2018*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14691>
- Rodríguez, E. (2015). *Metodología de la investigación*. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=r4yrEW9Jhe0C&pg=PA37&dq=que+es+la+hipotesis&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj40tzZq7P3AhXGK7kGHWUjAiwQ6AF6BAgLEA1#v=onepage&q=que%20es%20la%20hipotesis&f>
- Salazar, Y. (2019). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) de la ciudad de Huaraz, 2018*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16404>
- Sanchez, M. (2016). *Cuantificación y generación de valor en la cadena de suministro extendida*. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=mNuUduFpNNEC&pg=PA36&dq=importancia+del+benchmarking&hl=es->

419&sa=X&ved=2ahUKEwi63aWN_Yz0AhXSFbkGHceHBi4QuwV6BAgDE
Ac#v=onepage&q=importancia%20del%20benchmarking&f=false

Segovia, N. A. (2017). *La medición en plataformas sociales*. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4946065&query=benchmarking>

Sercotec (2013). *Situación de la Micro y Pequeña Empresa en Chile*. Recuperado de:
http://www.mipymes.cl/2014/sercotec_chile-presento-la-situacion-de-la-micro-y-pequena-empresa-en-chile/

Tello, S. (2014). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. Recuperado de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLaMicroPequenasYMedianasEmpresasEnEID-5157875%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLaMicroPequenasYMedianasEmpresasEnEID-5157875%20(4).pdf)

Toledo, N. (2019). *Técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas*. Recuperado de:
<https://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/63099/secme-26877.pdf?sequence=1>

Toscano, R. (2018). *Sistemas integrados de gestión*. Recuperado de: <http://revista-edwardsdeming.com/index.php/biblioteca/article/download/25/46>

Uribe, M. M. E. (2011). *Los sistemas de gestión de la calidad: el enfoque teórico y la aplicación empresarial*. Recuperado de
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=22&docID=4909300&tm=1541190264344>

Vargas (2018). *El auge de las barberías en el mercado colombiano*. Recuperado de:

<https://www.larepublica.co/ocio/el-auge-de-las-barberias-mueve-us280-millones-al-ano-en-colombia-2766025>

Vásquez, H. (2017). *El benchmarking y su influencia en la competitividad en la empresa*

inversiones Ferronor EIRL - Bambamarca 2016. Recuperado de:

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4377/Vasquez%20Campos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

Cronograma de actividades																
N°	Actividades	Año 2019								Año 2021						
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del proyecto	X														
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X	X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X											
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X											
5	Mejora del marco teórico y metodológico					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	X	X	X			
12	Redacción del informe final													X		
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X	
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X
15	Redacción de artículo científico															X

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% numero	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.30	49	14.70
• Fotocopias	0.10	147	14.70
• Papel bond A-4 (500 hojas)	0.05	196	9.80
• Lapiceros	1.00	03	3.00
Servicios			
• Uso de turnitin	50.00	02	100.00
Sub Total			142.20
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	1.50	36	54.00
Sub Total			54.00
Total de presupuesto desembolsable			196.20
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% numero	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital –LAD)	30.00	04	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	02	70.00
• Soporte informático (Modulo de Investigación de ERP University – MOIC)	40.00	04	160.00
Sub Total			350.00
Recurso Humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	04	252.00
Sub Total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			602.00
Total (S/.)			798.20

Anexo 3. Consentimiento informado y Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

EL BENCHMARKING COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN
DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICROS Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO PELUQUERÍAS Y OTROS
TRATAMIENTOS DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2019

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia del Benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019

Participación

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y preguntas resueltas.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar acerca del Benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no el Benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planteado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costo para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, recomendaciones sobre gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos de cada participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Chimbote, Perú estudiante **LLONTOPECAÑA, JUNIOR ALEXANDER al celular 970763314.**

Y si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Escuela profesional de Administración, Telf: 350190, E-mail: escuela_administracion@uladech.edu.pe

Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará. También se me informó que, si participo o no, mi negativa a responder no afectará negativamente a la empresa. Comprendo que el resultado de la investigación será presentado a la comunidad científica para su mejor comprensión.

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Nombre participante


Firma participante

Dr. Reinerio Z. Centurión Medina
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD. 02106

Nombre del DTI


Firma del DTI

25-09-19
Fecha

10:30 am
Hora



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ECUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: EL BENCHMARKING COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTION DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO PELUQUERIAS Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2019

Trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas.

I. GENERALIDADES

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

1. ¿Qué edad tiene?

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

2. ¿Cuál es su género?

- a) Masculino
- b) Femenino

3. ¿Cuál es su grado de instrucción?

- a) Sin instrucción

- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?

- a) Dueño
- b) Administrador

5. ¿Cuánto tiempo va desempeñando 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. ¿Cuánto tiempo de permanencia tiene la empresa en el rubro?

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

7. ¿Cuál es el número de trabajadores que tiene la empresa?

- 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. ¿Cuál es el objetivo de creación de la empresa?

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

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

11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?

- a) Benchmarking
- b) Marketing
- c) empowerment
- d) las 5 c
- e) outsourcing
- f) otros

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

- a) poca iniciativa
- b) aprendizaje lento
- c) no se adapta a los cambios
- d) desconocimiento del puesto
- e) otros

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

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

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

- a) si
- b) no

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: BENCHMARKING

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

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

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

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

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

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

18. ¿El personal muestra resistencia al cambio?

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

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

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

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

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

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

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

Validación de instrumento

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES:

1.1.Apellidos y Nombres del Informante (Experto): Centurión Medina Reinerio Zacarias

1.2.Grado Académico: Doctor en Administración

1.3.Profesión: Licenciado en Administración

1.4.Institución donde labora: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

1.5.Cargo que desempeña: Docente

1.6.Denominación del instrumento: EL BENCHMARKING COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTION DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO PELUQUERIAS Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2019

1.7.Autor del instrumento: Llontop Ocaña Junior Alexander

1.8.Carrera: Administración

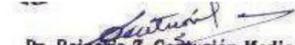
II. VALIDACION:

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El Ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Cuál es su edad?	X		X		X		
2. ¿A qué género pertenece?	X		X		X		
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?	X		X		X		
4. ¿Cuál es el cargo que desempeña?	X		X		X		
5. ¿Cuánto tiempo lleva desempeñando el cargo?	X		X		X		

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
6. ¿Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro?	X		X		X		
7. ¿Cuántos trabajadores hay en la empresa?	X		X		X		
8. ¿Cuál es el parentesco de las personas de la empresa?	X		X		X		
9. ¿Cuál es el objetivo de creación de la empresa?	X		X		X		

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
10. ¿Conoce el término gestión de calidad?	X		X		X		
11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	X		X		X		
12. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?	X		X		X		
13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	X		X		X		
14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X		X		X		

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El Ítem corresponde a alguna dimensión de la Variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
15. ¿ Conoce usted el significado de la palabra Benchmarking?	X		X		X		
16. ¿ Las estrategias que toma como referencia de otras empresas es para mejorar?	X		X		X		
17. ¿ El Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa?	X		X		X		
18. ¿ El personal muestra resistencia al cambio?	X		X		X		
19. ¿ El Benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en un nuevo mercado?	X		X		X		
20. ¿ Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking?	X		X		X		
21. ¿ Un buen uso del Benchmarking permite a la empresa ser eficiente?	X		X		X		


Dr. Roberto Z. Centurión Medina
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD. 02106

DNI N° 18174193

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Años de permanencia en el rubro	0 a 3 años	IIII	6	16.67
	4 a 6 años	IIIIIIIIIIII	18	50.00
	7 a más años	IIIIIIII	12	33.33
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	36	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	83.33
	6 a 10 trabajadores	IIII	6	16.67
	11 a más trabajadores	0	0	00.00
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	36	100.00
Personas que trabajan	Familiares	III	3	8.33
	Personas no familiares	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	33	91.67
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	36	100.00
Objeto de creación	Generar ganancias	IIIIIIIIIIII	36	100.00
	subsistencia	I	0	00.00
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	36	100.00

Características del benchmarking cómo factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conoce gestión de calidad	si	IIIII	6	16.67
	Tiene poco conocimiento	IIIIIII	9	25
	No	IIIIIIII IIIIIIII	21	58.33
		IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	36	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad	Benchmarking	0	0	00.00
	Marketing	IIIIIIII	12	33.33
	Empowerment	0	0	00.00
	Las 5 c	0	0	00.00
	Outsourcing	0	0	00.00
	Otros	IIIIIIII IIIIIIII	24	66.67
Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	36	100.00	
Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad	Poca iniciativa	IIIIIII	9	25.00
	Aprendizaje lento	0	0	00.00
	No se adapta a los cambios	0	0	00.00
	Desconocimiento del puesto	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	27	75.00
	Otros	0	0	00.00
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	36	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	IIIIIIII IIIIIIII	24	66.67
	La evaluación	IIIIIIII	12	33.33
	Escala de puntuación	0	0	00.00
	Evaluación 360°	0	0	00.00
	Otros	0	0	00.00
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	36	100.00
La gestión de Calidad mejora el rendimiento del negocio	Si	IIIIIIII	11	30.56
	No	IIIIIIII IIIIIIII	25	69.44
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	36	100.00
Conoce Benchmarking	Si	0	0	00.00
	Tengo cierto conocimiento	IIIII	6	16.67
	No	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	83.33

	Total	 	36	100.00
Las referencias de otras empresas mejora	Productos		5	13.89
	Servicios	 	20	55.56
	Procesos de trabajos		6	16.66
	Todas		5	13.89
	Total	 	36	100.00
Benchmarking mejora su empresa	Si		10	27.78
	A veces		6	16.67
	No	 	20	55.55
	Total	 	36	100.00
El personal se resiste al cambio	Si		16	44.44
	A veces		6	16.67
	No		14	39.89
	Total	 	36	100.00
Benchmarking ayuda a incursionar en nuevos mercados	Si		9	25.00
	No		11	30.56
	A veces		16	44.44
	Total	 	36	100.00
Fortalezas que necesita su empresa	Cultura al cambio		6	16.67
	Aprendizaje continuo	 	30	83.33
	Competencia en el mercado	0	0	00.00
	Todas	0	0	00.00
	Ninguna	0	0	00.00
	Total	 	36	100.00
Benchmarking permite a la empresa ser eficiente	Si		8	22.22
	A veces		17	47.22
	No		11	30.56
	Total	 	36	100.00

Anexo 5

Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

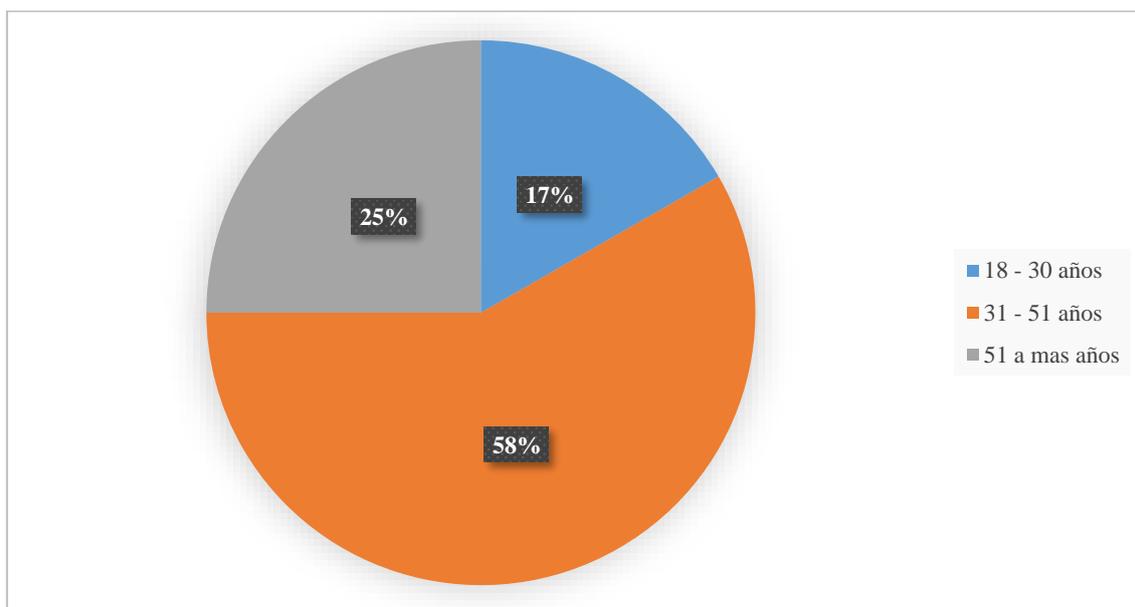


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

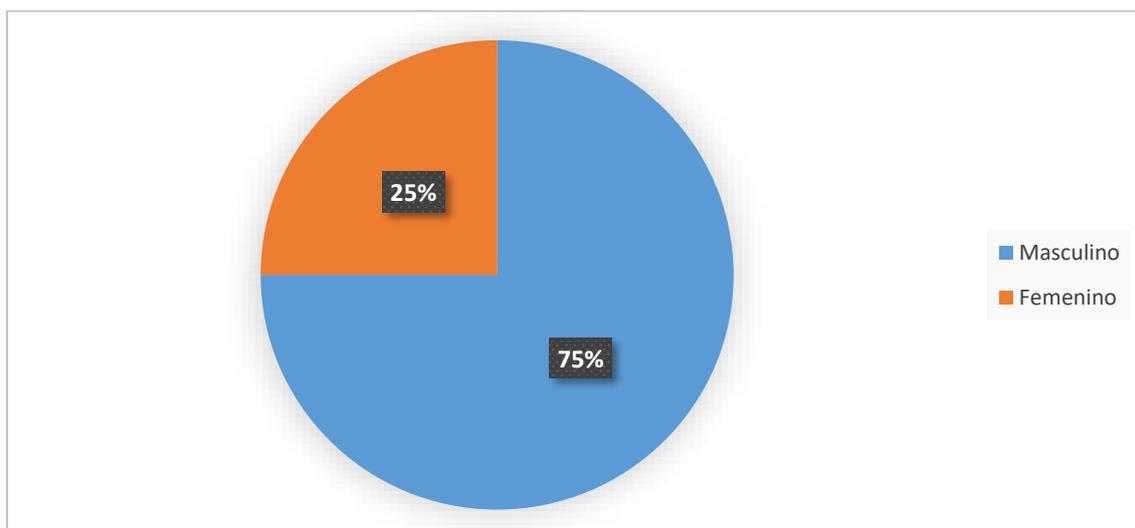


Figura 2. Genero del representante

Fuente. Tabla 1

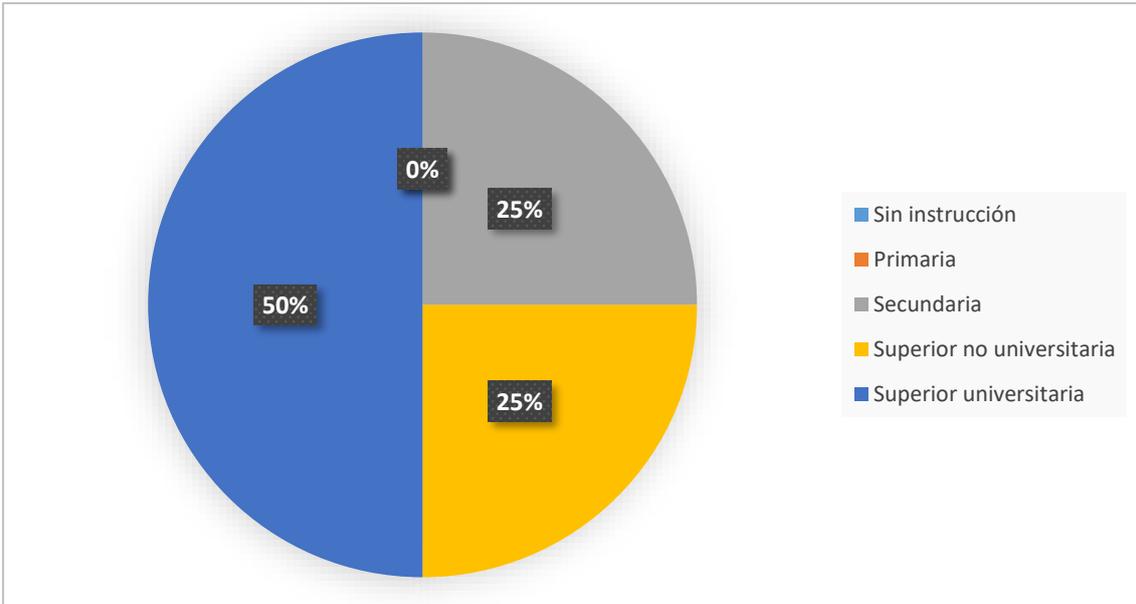


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

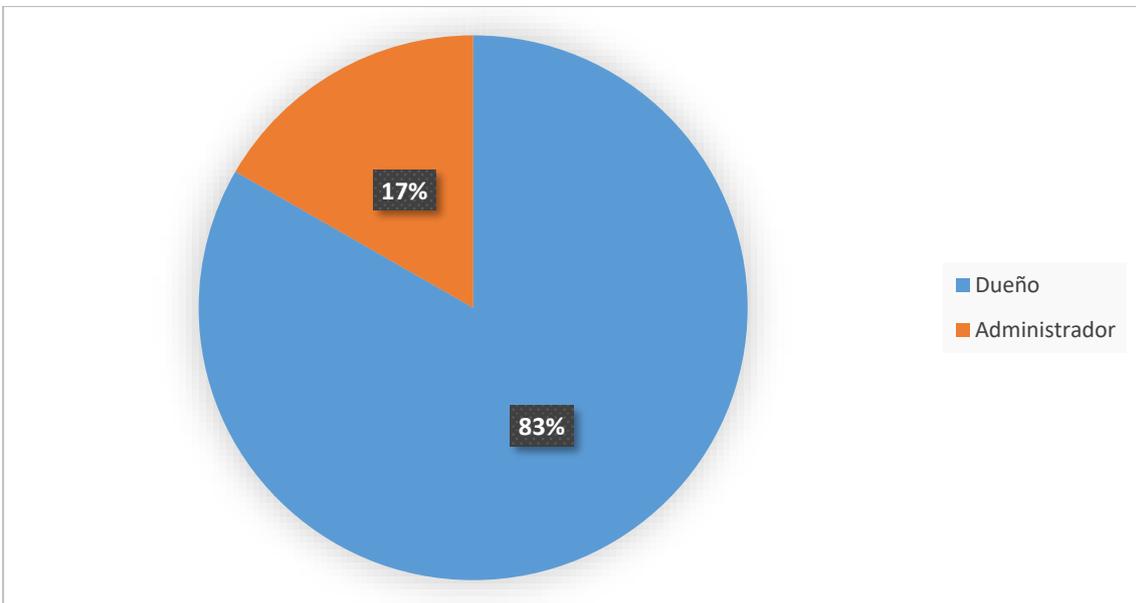


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

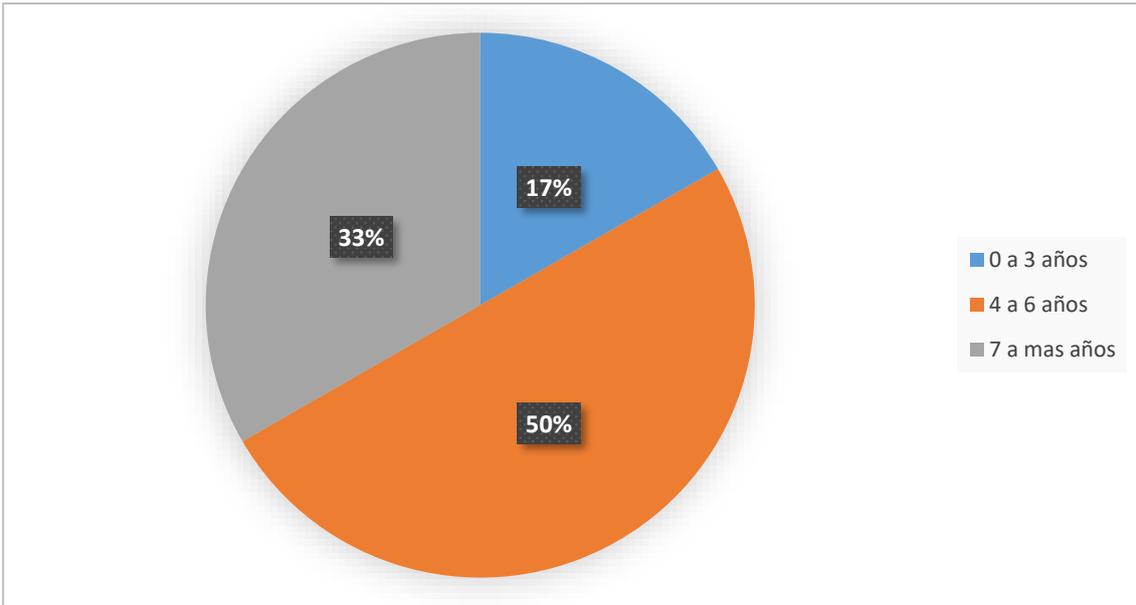


Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo

Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019.

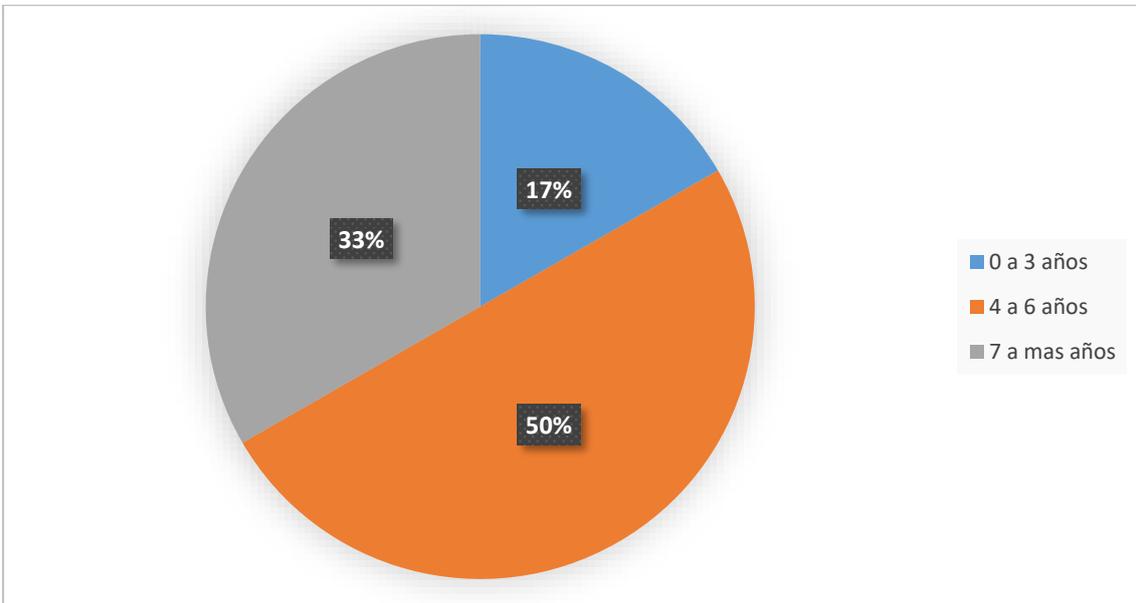


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente. Tabla 2

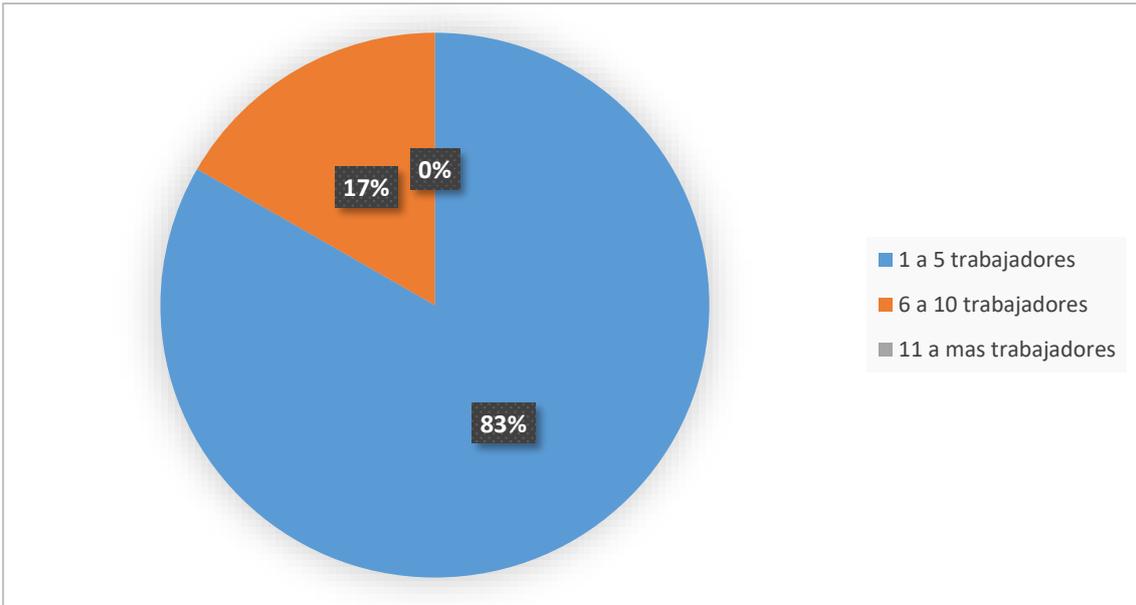


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

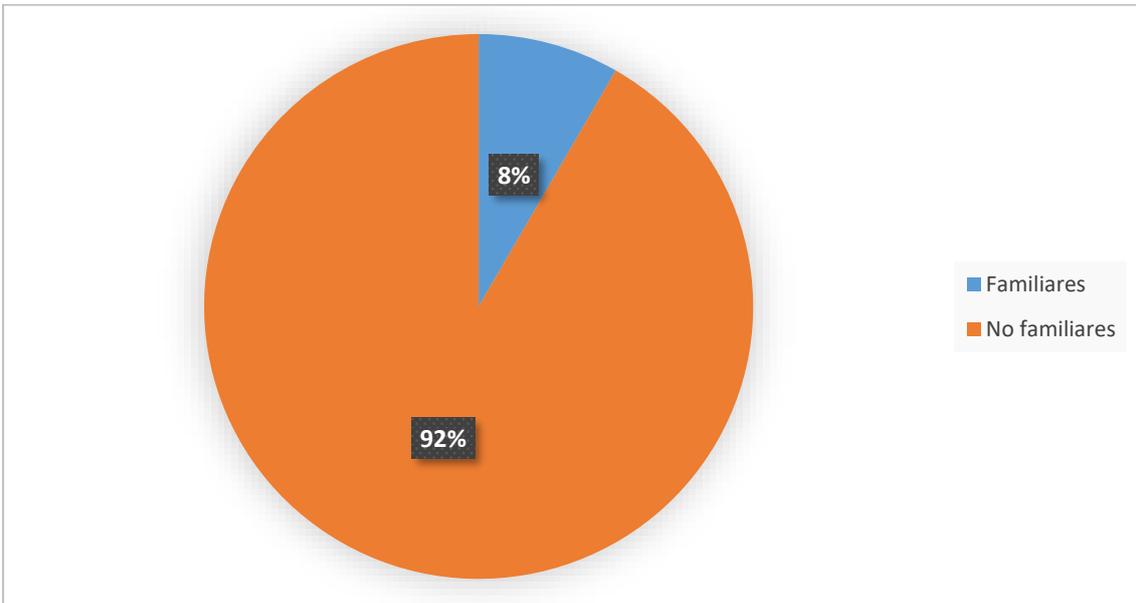


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa

Fuente. Tabla 2

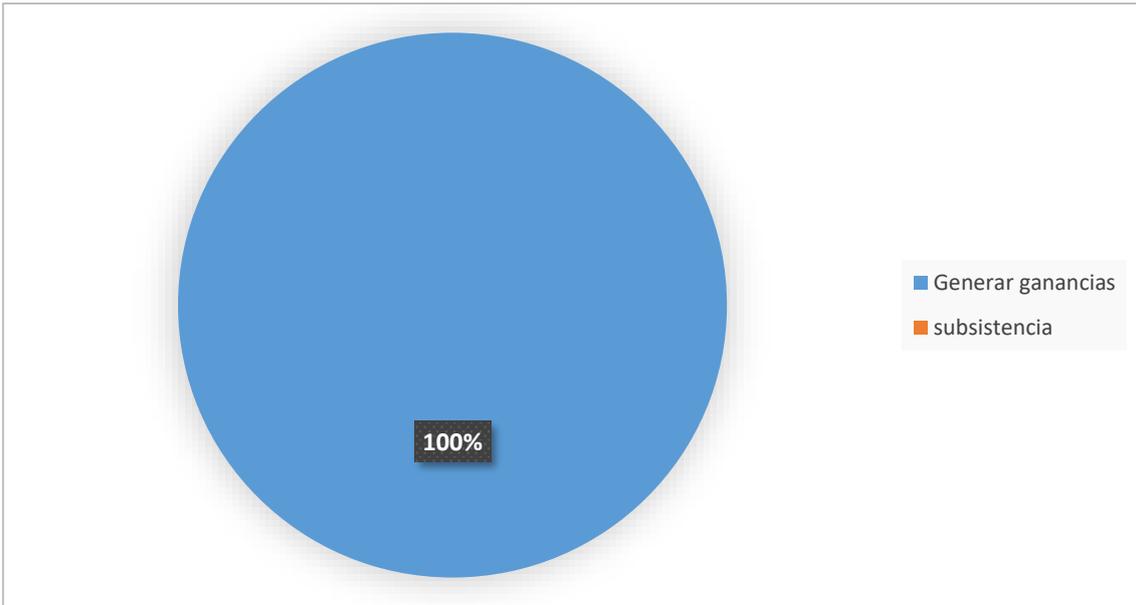


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2

Características del benchmarking como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Chimbote, 2019

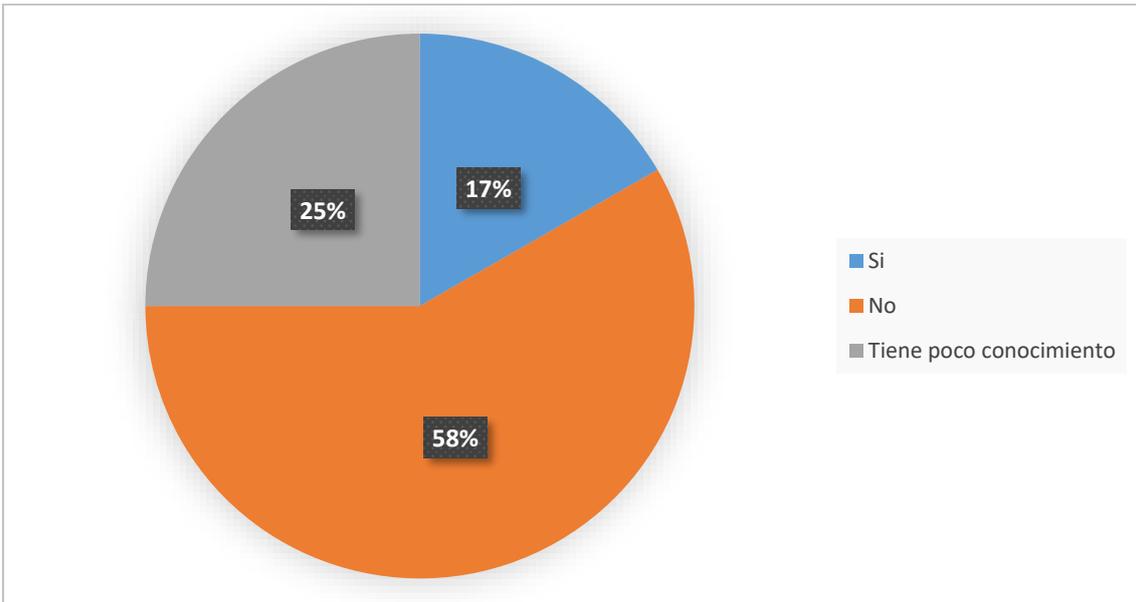


Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

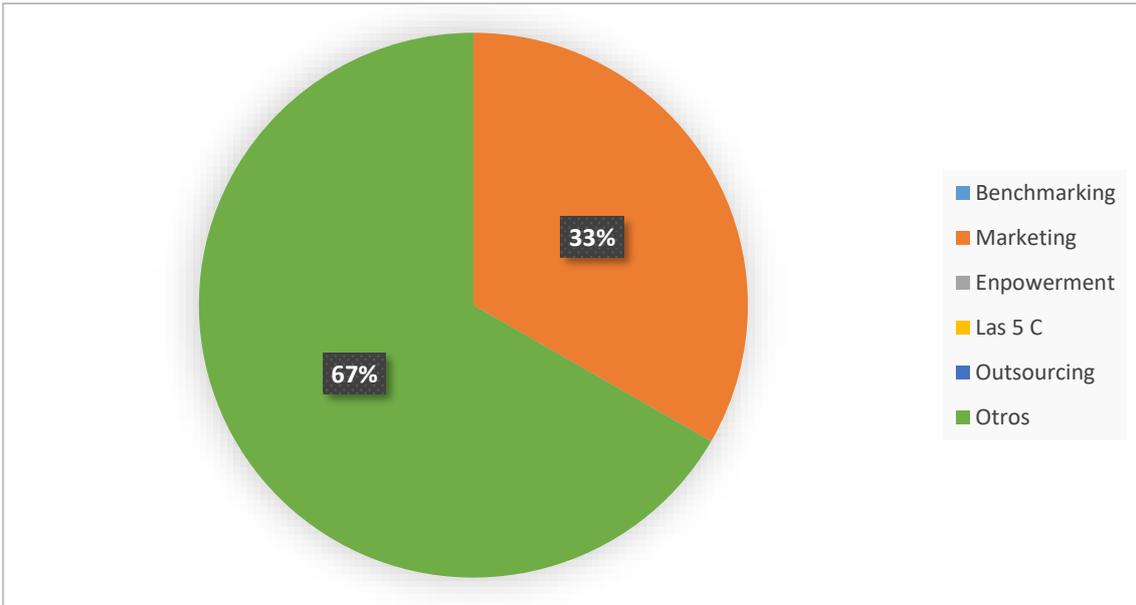


Figura 11. Técnicas modernas de gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

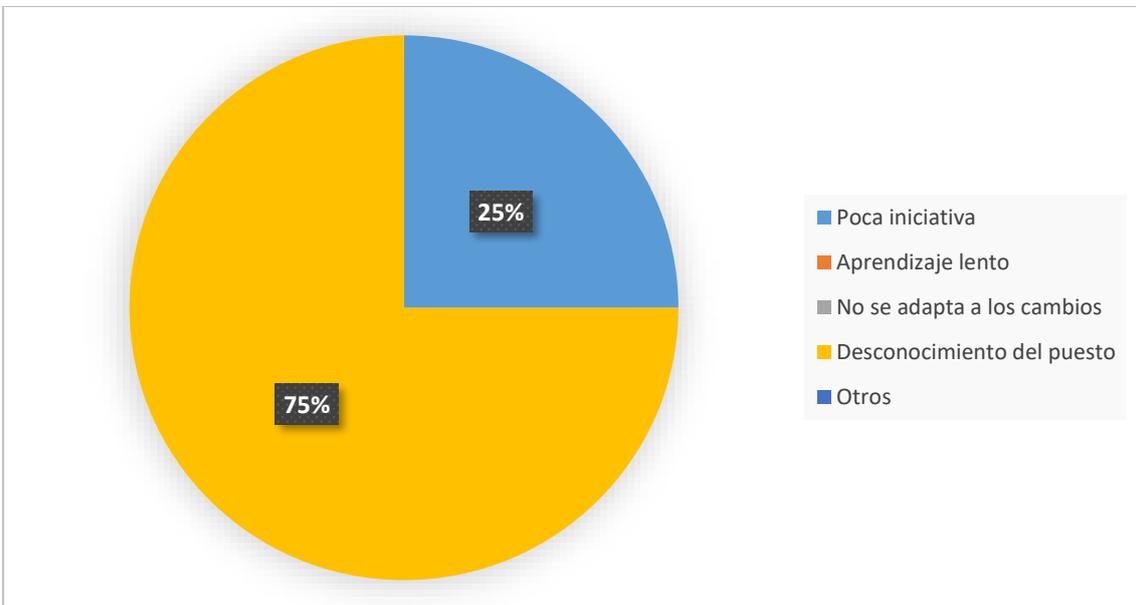


Figura 12. Dificulta del personal para implementar la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

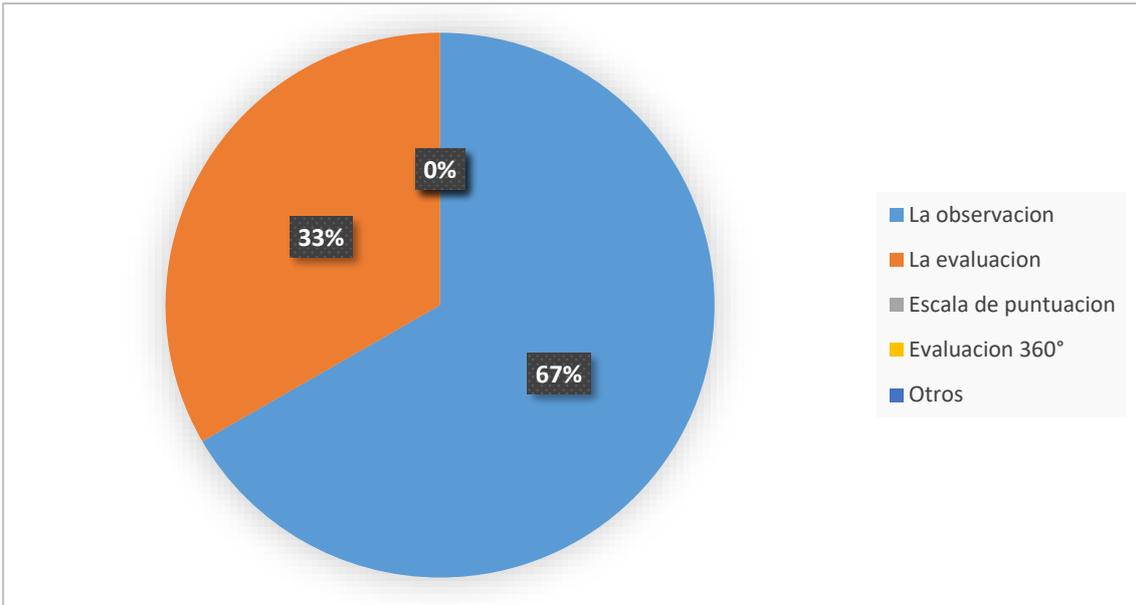


Figura 13. Genero del representante

Fuente. Tabla 3

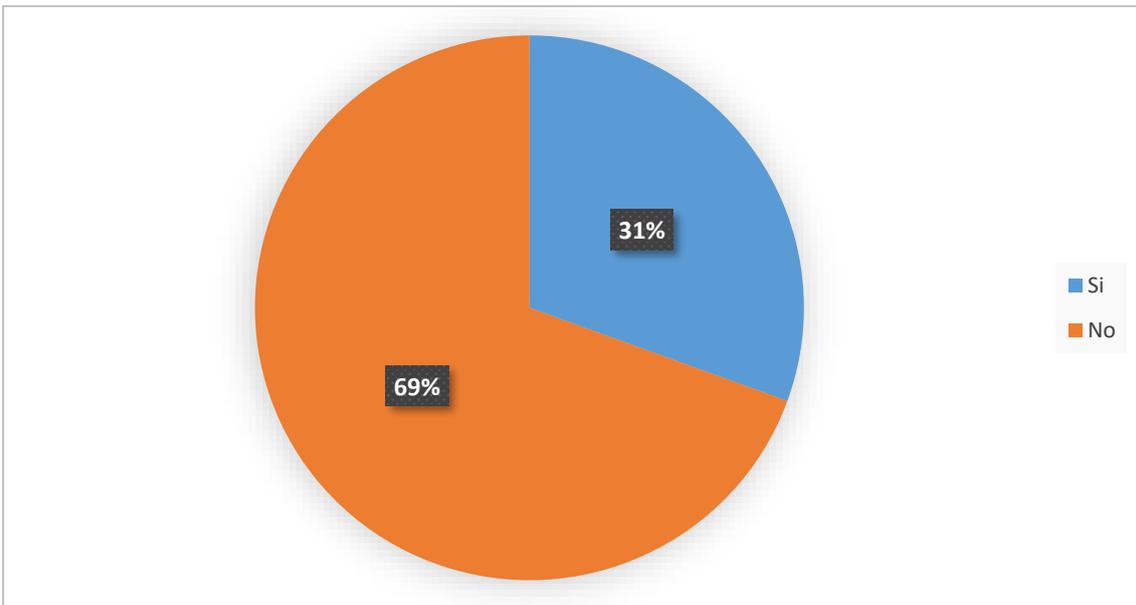


Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 3

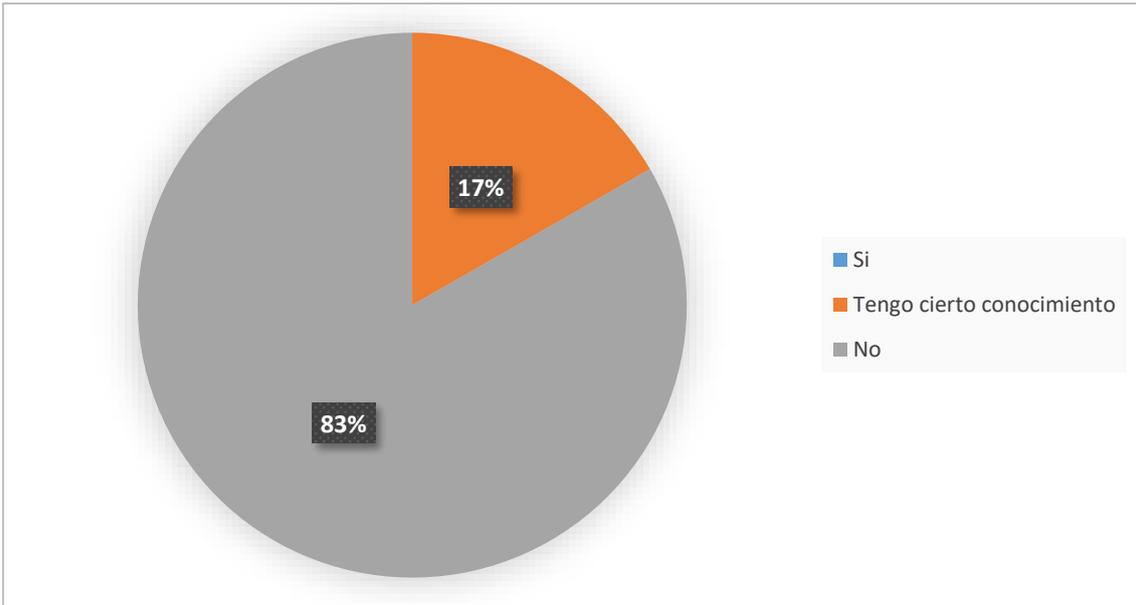


Figura 15. Conocimiento del término benchmarking

Fuente. Tabla 3

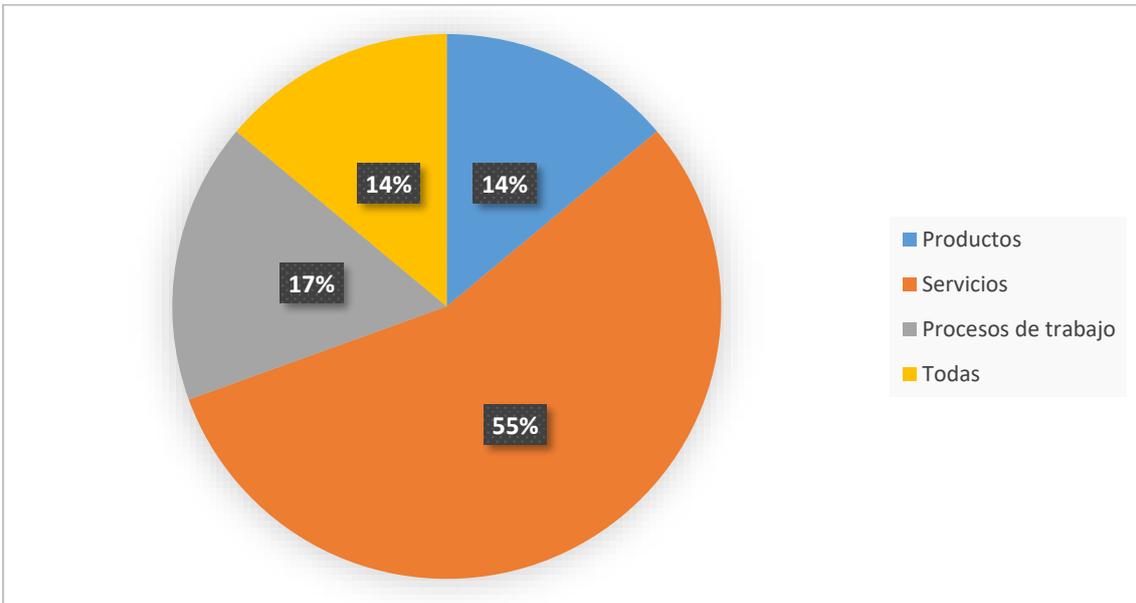


Figura 16. La referencia de las otras empresas mejora

Fuente. Tabla 3

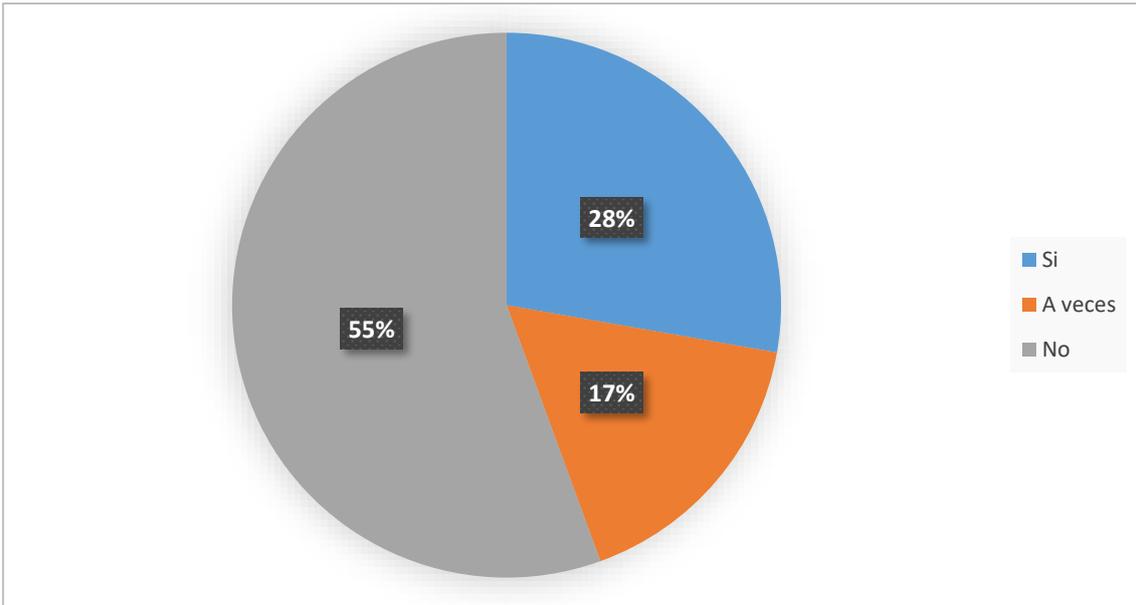


Figura 17. Benchmarking mejora su empresa

Fuente. Tabla 3

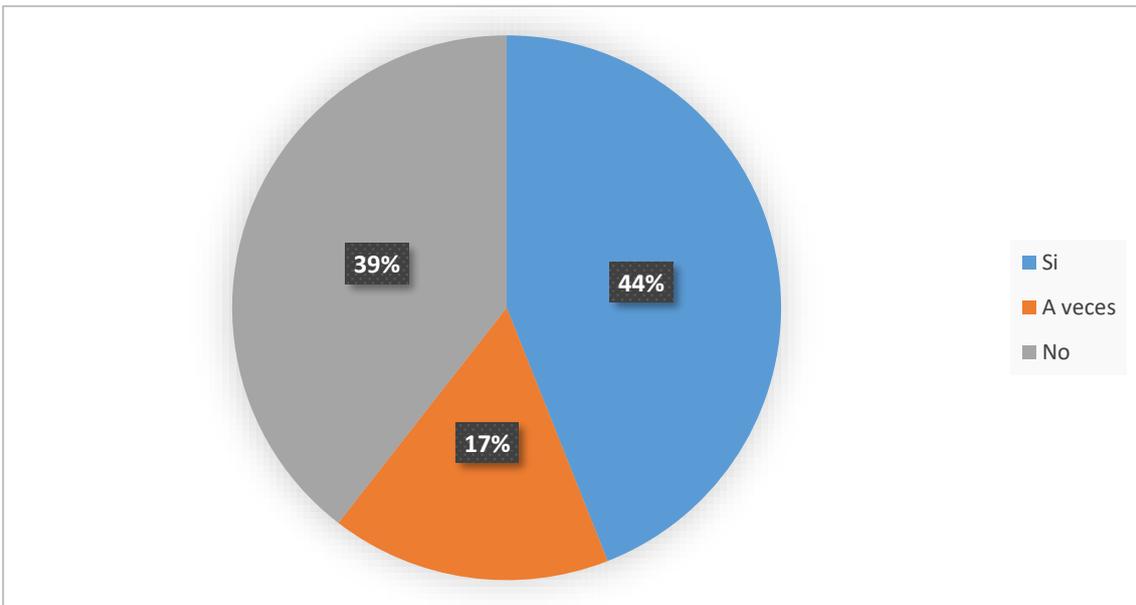


Figura 18. El personal se resiste al cambio

Fuente. Tabla 3

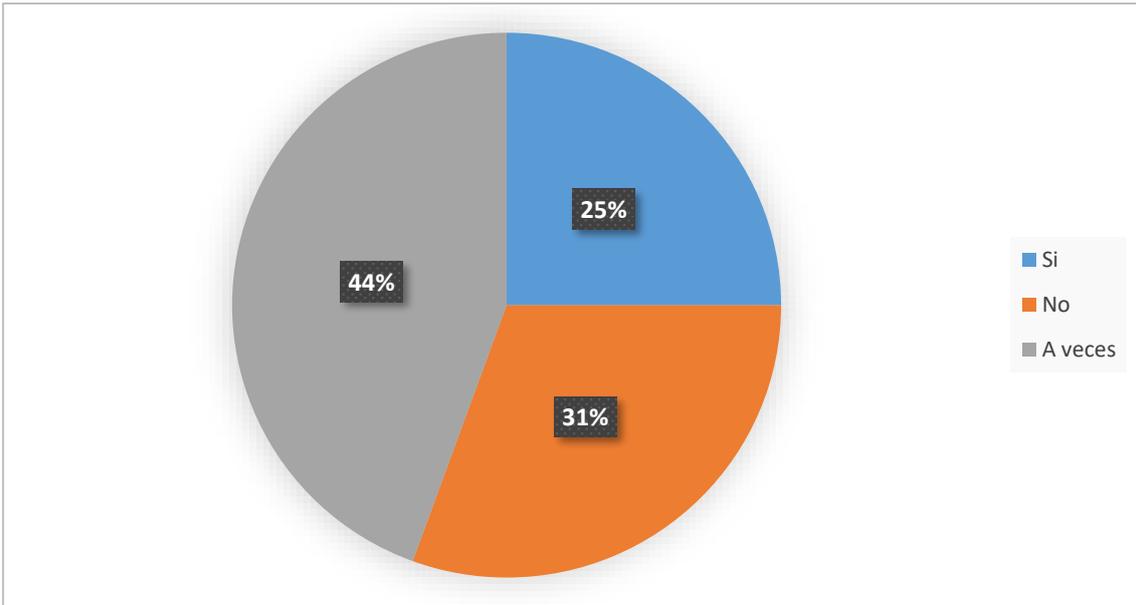


Figura 19. Benchmarking ayuda a incursionar en nuevos mercados

Fuente. Tabla 3

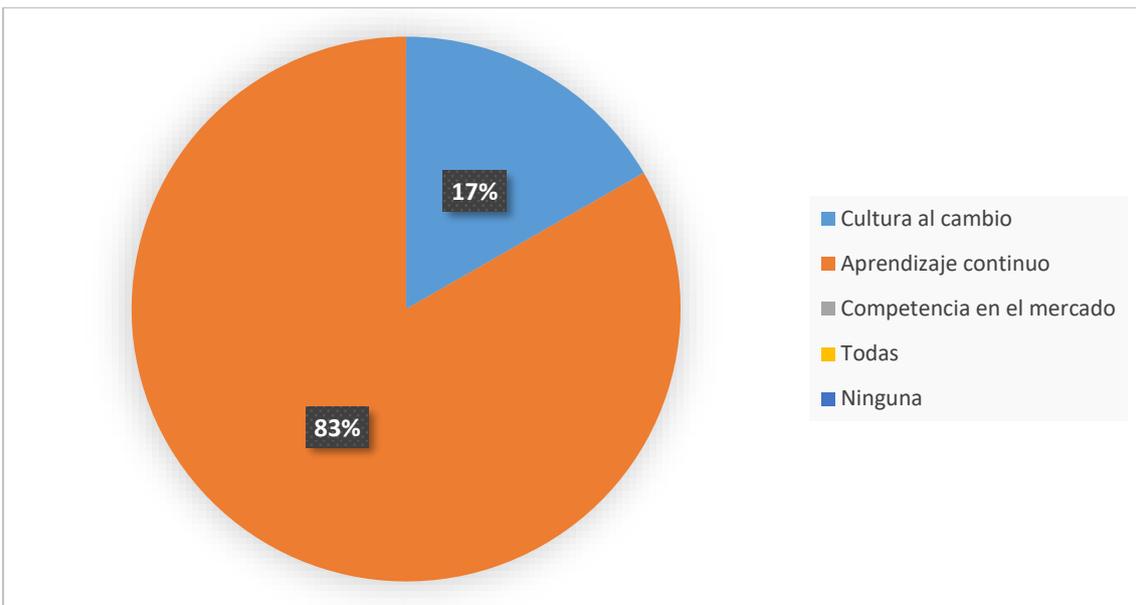


Figura 20. Fortalezas que necesita su empresa

Fuente. Tabla 3

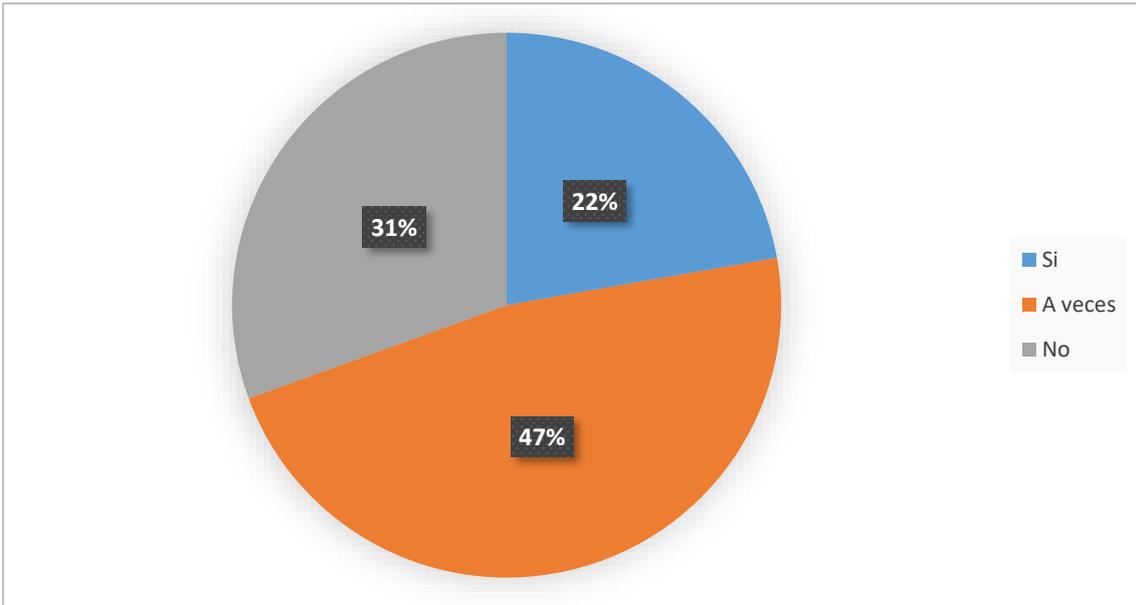


Figura 21. Benchmarking permite a la empresa a ser eficiente

Fuente. Tabla 3