



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**EL BENCHMARKING COMO FACTOR RELEVANTE EN LA
GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO
Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO
VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA
DEL MERCADO FERROCARRIL LAS MALVINAS, DISTRITO
DE CHIMBOTE, 2019**

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

**AUTORA
JUAREZ ZUÑIGA, JACKELINE JHOANA
ORCID 0000-0001-9883-6380**

**ASESOR
CENTURION MEDINA REINERO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**CHIMBOTE - PERÚ
2021**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

JUÁREZ ZÚÑIGA, JACKELINE

ORCID 0000-0001-9883-6380

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

ASESOR

CENTURION MEDINA REINERIRO ZACARIAS

ORCID 0000-0002-6369-5928

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

JURADO

Rosillo De Purizaca Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Salinas Gamboa José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Mino Asencio María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

HOJA DE JURADO Y ASESOR

Rosillo De Purizaca Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Salinas Gamboa José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Mino Asencio María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Centurión Medina Reinero Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Asesor

HOJA DE FIRMA DEL JURADO

Rosillo De Purizaca Del Carmen

Presidente

Salinas Gamboa José German

Miembro

Mino Asencio María Isabel

Miembro

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios, por guiar mi vida y ayudarme seguir con fortaleza y lograr cumplir mis sueños.

A mis padres por siempre ser mi apoyo incondicional para superarme y alcanzar mi meta, a mi pareja e hija por ser mi apoyo incondicional.

A los docentes a quienes les reconozco que me han brindado sus conocimientos gracias por tenerla paciencia para enseñarnos, con la finalidad de ser un buen profesional.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios; por ser parte de mi vida y por bendecirme en mis metas la cual he logrado cumplirlas en mi vida y por haberme bendecido con una hija que ocupa un lugar importante en mi vida.

A mis padres; por apoyarme desde siempre, por darme su amor infinito, por dirigir mi camino con sus sabios consejos, porque son lo más importante para mí, por creer en mí desde que nací.

A mi asesor; Centurión Medina Reinero Zacarías, Por todo el apoyo y compromiso que demostró en mi trabajo de investigación, por enseñarme que, los mejores resultados se consiguen esforzándose y trabajando, para dar lo mejor de uno mismo con mucha dedicación.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja del Jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de firma del Jurado y asesor.....	Iv
5. Hoja de Agradecimiento.....	vi
6. Hoja de Dedicatoria.....	vii
7. Contenido.	viii
7. Índice de Gráficos, Tablas y Cuadros.....	ix
8 Resumen y abstract	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la Literatura.....	10
III. Hipótesis.....	43
IV. Metodología.....	44
4.1. Diseño de la investigación.....	44
4.2. El universo y muestra.....	45
4.3. Definición y Operacionalizacion de variables.....	46
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	47
4.5. Plan de análisis.....	47
4.6. Matriz de consistencia.....	48
4.7. Principios éticos.....	49
V. Resultados.....	50
5.1. Resultados.....	50
5.2. Análisis de Resultados.....	54
VI. Conclusiones.....	68
Aspectos complementarios.....	68
Referencias Bibliográficas.....	70
Anexos.....	75

..

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas al por menor de artículos de ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.....	50
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.....	51
Tabla 3. Características del benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.....	52
Tabla 4. Plan de mejora del benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.....	53

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	82
Figura 2. Genero.....	82
Figura 3. Grado de instrucción.....	83
Figura 4. Cargo que desempeña.....	83
Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo.....	84
Figura 6. Tiempo de permanecía en el rubro.....	84
Figura 7. Número de trabajadores.....	85
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa.....	86
Figura 9. Objetivo de creación.....	86
Figura 10. Conoce el termino benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad.....	87
Figura 11. Técnicas administrativas conoce.....	87
Figura 12. Dificultades tiene el personal para aplicar el benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad.....	88
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento conoce.....	88
Figura 14. El benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad cree Usted que contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio.....	89
Figura 15. Las estrategias que toma de referencia de otras empresas es para mejorar	89
Figura 16. Tipo de fortalezas considera que necesita para poder implementar El Benchmarking.....	90
Figura 17. Un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente...	90

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 comercio, rubro venta al por menor de artículos de ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021. La investigación tuvo un diseño no experimental- transversal-descriptivo, se utilizó una población muestral de 16 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas con la técnicas encuesta, se obtuvo los resultados siguientes de los representantes de las mypes: el 50% tienen de 31 a 50 años de edad, el 81.25% son de género masculino, el 56.25% tiene un grado de instrucción básica, el 62.50% son dueños, el 81.25 objetivo de creación generar ganancias, el 50% no tienen conocimiento del termino gestión de calidad, el 43.75% usa la técnica observación para medir el rendimiento del personal, el 50% no conoce el benchmarking, el 50% desconoce el puesto, el 50% ninguna fortaleza para implementar el benchmarking, el 75% benchmarking si contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio, el 62.50 % si considera que un buen de benchmarking permite a la empresa ser eficiente, conclusiones: Las gran mayoría de las micro y pequeñas empresas no llegan a desarrollarse como debe ser y explotar su potencial porque desconocen el benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad y plan de mejora.

Puntos clave. Benchmarking, Calidad, Gestión, Mypes, Plan de mejora.

ABSTRACT

This research had the general objective of determining the characteristics of benchmarking as a relevant factor in Quality Management and Improvement Plan in micro and small companies in the trade sector, retail item of hardware from the Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, District de Chimbote, 2021. The research had a non- experimental-cross- descriptive- design, a sample population of 16 micro and small companies was used, to whom a questionnaire of 17 questions was applied with the survey techniques where the following results were obtained from the representatives of the mypes: 50% are from 31 to 50 years old, 81.25% are male, 56.25% have basic education degree, 62.50% are owners, 81.25% creation objective to generate profits, 50% have known ledge of term quality management, 43.75% use the observation technique to measure staff performance, 75% if it contributes to improve the performance of their business, 50% do not know benchmarking, 50% do not know the position, 75% take all the reference strategies of other companies to improve, 50% no strength to implement benchmarking, 62.50% if you consider that a good benchmarking allows the company to be efficient, conclusions: the vast majority of micro and small companies do not know benchmarking as a relevant factor in Quality Management, Improvement Plan. Key point. Benchmarking, Quality, Management, Micro-companies, Improvement Plan.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad en la que vivimos hemos sido participe de como las empresas han ido evolucionando debido a la constante competencia en la que se encuentran expuestas las empresas de diferentes sectores. Las Micro y pequeñas empresas viven en busca de la gestión de calidad y de una mejora continua, con el fin de crecer y desarrollarse. Para que así puedan mantenerse al mismo nivel que sus competidores.

Las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta al por menor de artículos de ferretería del Mercado ferrocarril de las Malvinas de Chimbote surgen como una necesidad de subsistencia y se inician como negocios familiares, debido a que existe un alto porcentaje de desempleo que afecta de manera económica a nuestra ciudad. Las micro y pequeñas empresas presentan algunos problemas debido a su poco conocimiento de parte de los dueños de cómo gestionar sus empresas, ya que la administran los mismos dueños la cual se basan en sus años de experiencia de trabajo y lo hacen de manera práctica o empírica la cual no tienen ningún conocimiento claro de cómo lograr gestionar de forma eficiente porque carecen de habilidades gerenciales, ya que no cuentan con la formación técnica o universitaria que le permitan lograr alcanzar sus objetivos al cual quiere llegar la empresa, la cual trae como consecuencia que tengan muy poco éxito y no logren mantenerse en el mercado, y se vean obligados a cerrar sus negocios por quiebre.

El benchmarking también contribuye a que las Mypes avancen su búsqueda a la excelencia, ya que pueden llevar a cabo este proceso tomando como punto de partida a las grandes compañías de cada sector y sus dinámicas de trabajo.

Sim embargo, el uso de esta técnica son procesos muy específicos que cada organización tiene ya que debe ser ajustado de acuerdo a su propia situación. Por ello la comparación y el análisis pueden permitir identificar las buenas prácticas, se tendrá que adaptar a las necesidades dicha organización. El benchmarking es una técnica de suma importancia la cual ayudara a lograr concretar metas y objetivos para la empresa, con la innovación de estrategias de benchmarking a fin de mejorar sus procesos de manejo de sus almacenes, inventarios, compras, competir en el mercado, para incrementar las ventas y obtener rentabilidad para la empresa.

La gran mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta al por menor de artículos de ferretería de Chimbote, no conocen la técnica administrativa benchmarking, es una pieza importante que ayudara a medir la eficiencia en aquellas áreas en la que se encuentren teniendo algunas falencias. Asimismo existen micro y pequeñas empresas que no usan el benchmarking como una ventaja competitiva y estratégica de mejora, lo cual no podrá definir a que nivel se encuentra con sus competidores y tampoco tiene claro sus objetivos que buscan alcanzar, eso también se debe al poco conocimiento que tienen los encargados o dueños de dichas empresas. Se realizara un estudio a las micro y pequeñas empresas para así poder identificar los problemas que tiene por no implementar la estrategia benchmarking, con la finalidad de conocer a fondo su gestión de las mypes en mención.

En México, según los datos obtenidos por el Centro Internacional de competitividad e innovación, Nos menciona que las Pymes constituyen un 97 % de las empresas del País, y logra generar un 79% de empleos, Por lo que es de

gran importancia para los emprendedores; Pero deben tener en cuenta las razones por las que fracasan las empresas de México. Son errores claves que no deben tener en cuenta ellos son: Mala Gestión; No necesariamente puede ser económica sino también (mala administración de sus compras, dificultad para conseguir materia prima, procesos internos que fallan, fuerza laboral); También influyen factores de tiempo (no conocer el tiempo de duración de sus productos, horas perdidas). Para las pymes deben tener claro manejar este tipo de sistema empresarial, que abarca una serie de detalles que empieza desde la selección de personal hasta las decisiones para solucionar y sacara adelante la empresa. Falta de Medición; La gran mayoría de las pymes no consideran los indicadores que señalan avance que tienen en cada mes, la falta de medición trae como consecuencia que los emprendedores nos e den si están trabajando de manera correcta, y si le está generando buenos resultados y que tipo de detalles puedan corregir, No creer relevante la publicidad para crecer, en México las pymes consideran innecesarias los gastos de inversión de publicidad, ya que lo creen irrelevante y no fomentan una presencia digital, redes sociales, sitios web, entre otros. **(Telaio, 2017).**

Yance, Solís, & Hermida (2017). En su artículo sobre: “La Importancia de las Pymes en Ecuador”, Nos mencionan que las pymes tienen una gran fuerza participativa en el Mercado y en la economía Nacional, ya que se constituye un papel principal en la economía y creación de empleo. El entorno económico de las pymes es muy cambiante la cual hace que varié su gestión, proceso y su estructura. Las Pymes son piezas fundamentales en la contribución del País en cuanto a su desarrollo económico y aporte productivo.

En Colombia se realizó una entrevista a los empresarios de los macro sectores de Comercio, Servicios e Industria, donde se ahondo en 21 subsectores económicos con mayor participación de las micro empresas son el 77% del sector Comercio. Para la mayoría de microempresarios afirman que logran obtener beneficios de las cámaras de comercio, ya que las herramientas que aplicaran y servirán para mejorar sus relaciones comerciales, Asimismo las capacitaciones, habilidades gerenciales y empresariales, la cual fue organizada por la Asociación Nacional de Instituciones Financieras donde medirá los resultados del año 2018. Se consideran que los empresarios que se benefician con las alianza de las Cámara de comercio, ya que para la mayoría había sido mediante una serie herramientas para Mejorar sus relaciones comerciales (27% en Comercio, 21% en Industria y el 30% en Servicios); En capacitaciones Gerenciales y Empresariales (25% Comercio, 33% en Industria, 25% en Servicio), para incrementar sus ventas(18% en Comercio, 9% en Industria, 13% en Servicio), En nuevos mercados y/o procesos (8% en Comercio, 9% en Industria, 10% en servicios). Los resultados muestran que los sectores empresariales tienen la oportunidad de seguir creciendo a través de las Capacitaciones y servicios que ofrecen las cámaras de comercio de sus regiones, Con fin de mejorar las condiciones de su entorno que impactaron positivamente con el crecimiento de los empresarios. **Confecamaras, (2017).**

Dini & Stumpo, (2018) “Mipyme en América Latina un frágil desempeño y nuevos desafíos para las Políticas de fomento” Nos manifiestan que las micro y pequeñas empresas son el componente fundamental del tejido empresarial Latinoamericano, Su importancia se manifiesta en dimensiones como su participación en el número total de empresas y creación de empleo.

En el Perú existen el 30% que representan un alto nivel de eficacia y automatización en el área de logística. Ha aumentado un 3% en comparación con el año 2013, según menciona un reporte logístico en el Perú. El Benchmarking 2014 realizado por GS1 sus resultados concluyeron que en nuestro País está logrando pasos importantes para mejorar la logística, Pero aún queda una brecha enorme de oportunidades por alcanzar si deseamos que las Mypes sean más competitivas. Este estudio se realizó investigando sus prácticas logísticas de 142 Mypes, También existen puntos a considerar como son las contratación de personal, la inversión, la capacitación y la optimización de procesos que traen nuevas definiciones de materia logística que al implementarse pueden repercutir en la productividad sin hacer enormes inversiones. Cuando se habla de optimización de los procesos quiere decir que tendremos una mayor competitividad y menos costo para la empresa. Pero aún hay muchas empresas que se resisten al cambio como también hay otras que toman conciencia de la importancia que tiene la logística en cuanto a la minimización de costos que no son necesarios, eso no solo pasa con inversiones de automatización, software, sino también sirve para mejorar los procesos de manejo eficiente de los almacenes, transporte, y de compra. **El Comercio, (2014).**

Las micro y pequeñas empresas que buscan lograr ser competitivas, el Instituto Nacional de Calidad, ha creado un modelo de Gestión Empresarial que impulsara Mejores resultados y la competitividad de las Mipyme, se deben promover la aplicación de estándares de Calidad, Su implementación del sistema de Gestión sea una decisión estratégica de las empresas que aportan a la mejora de su desempeño total y que les proporciona una base para su desarrollo y mejora continua, la cual tiene como objetivo que las Mipyme d cualquier sector económico,

puedan implementar un Modelo de Gestión de productos y servicios como enfoque estratégico que se orientan a la satisfacción del cliente. Esta herramienta de Calidad le va permitir avanzar hacia el progreso hacia otros sistemas que son producir y siguiendo los requisitos de las normas éticas peruanas, la calibración de los instrumentos de calidad, la certificación de productos de calidad, para fortalecer a las y contribuir con el crecimiento de la Mipyme. **Inacal, (2019).**

Andina, (2017). El Municipio de Trujillo en la que se va del año ha logrado la formalización de 750 mypes que fueron formalizadas en la Provincia de Trujillo, La Libertad donde lograron obtener su licencia de funcionamiento, Así preciso que se trata de las micro y pequeñas empresas de los rubros de construcción, Servicios alimenticios como también restaurantes, en el año anterior obtuvieron su licencia total de 3 mil 27 mypes localizadas en 59 territorios de la Ciudad Norteña.

Los trabajadores y microempresarios recibieron una capacitación por parte de la Sunafil, donde se ubica el emporio comercial Las Malvinas, pertenecen a la plaza ferretera del centro comercial Nicolini, centro comercial la bellota, Centro comercial el Progreso II, Centro Comercial Unicentro, Se realizaron varias acciones con el fin de prevenir el incumplimiento de la normativa laboral, accidentes laborales, trabajo forzoso e trabajo infantil, Para que de esta forma puedan prevenir y no se puedan repetir accidentes fatales. El objetivo fue acercar a las instituciones involucradas en la formalización laboral de los emprendedores, participaron la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, Seguro Social de Salud, Ministerio de Trabajo y promoción de empleo, Oficina de Normalización Previsional y la Municipalidad de Lima Metropolitana, durante la feria de microempresarios y trabajadores la cual pudieron hacer consultas gratuita, también realizo talleres de autodiagnóstico para los comerciantes para que puedan identificar situaciones de riesgo en sus negocios con la finalidad de disminuir el riesgo en sus locales. **Sunafil, (2017).**

En el Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, dónde se logro desarrollar el trabajo de investigación, existen varias micro y pequeñas empresas que se dedican al rubro de venta al por menor de artículos de Ferretería, son negocios rentables que aportan a economía de nuestra ciudad, pero aún le falta un largo camino para lograr establecerse y desarrollarse, ya que la gran mayoría de los encargados o dueños no cuentan con conocimientos administrativos y habilidades gerenciales, solo se basan en sus años de experiencia y la dirigen de manera empírica, lo cual no utilizan la herramienta benchmarking como una ventaja estratégica y competitiva, ya que desconocen el benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferretería, en el Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021. Por tanto se planteó la siguiente pregunta de investigación: *¿Cuáles son las principales características del benchmarking como factor relevante en la Gestión de calidad y Plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de ferretería en el Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021, y como se mejoraría?*, asimismo se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características del benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por artículos de Ferretería, Distrito de Chimbote, 2021. Tuvo como objetivos específicos Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferretería, Distrito de Chimbote, 2021.

Describir las características de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, Rubro venta al por de artículos de Ferretería, Distrito de Chimbote, 2021. Definir las principales características del Benchmarking como factor relevante en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, Rubro venta al por menor de artículos de Ferretería, Distrito de Chimbote, 2021. Se propone un Plan de mejora que será en función de sus resultados de la investigación el benchmarking como factor relevante en las micro y pequeñas empresas del Sector comercio, Rubro venta al por menor de artículos de ferretería, Distrito de Chimbote, 2021.

La investigación se justifica porque nos permite conocer sobre los conceptos y teorías del benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad, que se aplicara a las micro y pequeñas empresas, para así lograr obtener su desarrollo y crecimiento empresarial.

Se justifica porque nos da a conocer con un nivel exploratorio a las principales características de las micro y pequeñas empresas las cuales aplican el benchmarking y propuesta de mejora que será el ámbito de estudio de las cuales los mantendrá en el mercado generándose así más ingresos, rentabilidad, y estar al nivel de sus competidores.

Se justifica porque permitirá a los gerentes o administradores de dichas empresas u organizaciones aplicar el Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad en las Mypes, para lograr conocer a sus competidores, para que este a la altura de su competencia, con el fin de obtener mayores ganancias, y lograr mantenerse en el mercado.

En esta investigación los beneficiarios serán los dueños de dichos negocios y colaboradores, también se beneficiaría a los clientes, Por tanto se va aplicar el Benchmarking, ya que se realizará un plan de mejora de la calidad, en la cual se hará una serie de procesos de evaluación, implementación.

Puesto que esto implicara conocimientos nuevos, funciones que se llevara a cabo a través de un Plan de mejora de benchmarking que se asignará en su negocio. Por otro lado en la ciudad de Chimbote donde realizamos dicho trabajo de investigación servirá para conocer los problemas que presenta el sector comercio, porque se identificara las características de las mypes en estudio.

Finalmente esta investigación se justifica porque les servirá de antecedentes en el futuro para investigaciones sobre el benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferreterías, Ubicado en el Casco Urbano, Distrito de Chimbote, 2021.

La metodología que se utilizó para elaborar este trabajo de investigación fue de nivel descriptivo no experimental -transversal, porque no se manipulo la variable benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad, fue transversal por que se realizó en un tiempo determinado con un inicio y un final entre el año 2021. Fue descriptivo porque se describe las principales características del benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad, también se recogió la información se utilizó una población 20 Mypes y tuvo una muestra de 16 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas con la técnicas encuesta, se obtuvo los siguientes resultados siguientes: de los representantes de

las mypes: el 50% tienen de 31 a 50 años de edad, el 81.25% son de género masculino, el 56.25% tiene un grado de instrucción básica, el 62.50% son dueños, el 68.75% de 7 a más años en el cargo, el 62.50% de 7 a más años de permanencia en el rubro.

El 93.75% 1 a 5 trabajadores, el 56.25% son familiares, el 81.25% objetivo de creación generar ganancias, el 50% no conocen del termino benchmarking como factor relevante gestión de calidad, el 75% conoce la técnica marketing, el 50% desconoce el puesto, el 43.75% usa la técnica observación para medir el rendimiento del personal, el 75% benchmarking si contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio, el 75% toma todas las estrategias de referencia, el 50% ninguna fortaleza para implementar el benchmarking, el 62.50 % si considera que un buen de benchmarking permite a la empresa ser eficiente, *conclusiones*: Las gran mayoría de las micro y pequeñas empresas no llegan a desarrollarse como debe ser y explotar su potencial porque desconocen el benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad y plan de mejora.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes Internacionales

Ariza & Flechas (2015), en su trabajo de investigación: *Diseño del Sistema de Gestión de Calidad Iso 9001: 2015 Para la Comercializadora de Ferretería en Colombia R.F.C. S.A.S.* Se planteó el siguiente objetivo general: Diseñar el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 para la Comercializadora de Ferretería en Colombia R.F.C. S.A.S. Sus objetivos específicos: Realizar un diagnóstico de la situación actual en la empresa comercializadora de ferretería en Colombia R.F.C. S.A.S. que permita identificar la posición de la empresa respecto a los requisitos de la norma ISO 9001:2015. Elaborar la documentación del sistema de gestión de calidad bajo los requerimientos de la norma ISO 9001:2015 para la normalización de la empresa. Definir la política de calidad de la empresa de acuerdo con la norma ISO 9001:2015. Diseñar un sistema de control por indicadores de gestión, que permita mediante control estadístico de la calidad, mejorar los procesos de la empresa. Establecer los beneficios de la puesta en marcha de propuesta de Planeación y desarrollo del sistema de gestión de calidad de la Comercializadora. Bajo los lineamientos de la norma ISO.9001:2015. Metodología: Es una investigación de enfoque cuantitativo y cualitativo. Utilizó una Muestra: 2 auxiliares como muestra; auxiliar administrativo y auxiliar de ventas debido a que el número de población es mínimo. Población: La comercializadora cuenta con 5 empleados. Con la técnica a realizar un diagnóstico acertado en la empresa frente a un sistema de gestión de calidad, se implementó una lista de chequeo aplicada a la empresa, además de ello, la utilización de la investigación documental y teórica relevante para el desarrollo y soporte del tema. Resultados: La calificación global es baja (40%) donde la comercializadora ferretería en Colombia R.F.C. S.A.S., muestra comparativamente

el desempeño en cada área. El aspecto que mejor nivel presenta es el de liderazgo, con el 72%, el 90% de ellos tienen conocimiento del sistema de gestión de calidad y todos los trabajadores muestran interés, y están dispuestos al cambio y mejoramiento de sus funciones con el fin de mejorar la calidad en los servicios ofrecidos.

Conclusiones: Con el desarrollo del proyecto y los resultados obtenidos por medio de los procesos establecidos y la metodología utilizada podemos concluir lo siguiente: Con la Asesoría, por medio de cartillas y capacitaciones se estableció la sensibilización de la norma para la compañía, determinando un clima laboral favorable para las condiciones ideales para la implementación del sistema de Gestión de Calidad. Se estableció la documentación de los procesos de la compañía de acuerdo a las directrices dadas por la norma ISO 9001:2015 cumpliendo así los requisitos mínimos exigidos por la norma con respecto a la documentación. Así mismo se garantizó, mediante la disposición digital de documentos, la accesibilidad a la misma por parte de cualquier usuario de la compañía. Implementación del sistema de indicadores por medio de una herramienta de Ofimática, la hoja en Excel se estableció para el continuo mejoramiento y medición de los indicadores. No obstante, los resultados obtenidos permiten un análisis estadístico para determinar el estado, la eficacia y permite ser un apoyo coherente bajo la toma de alguna decisión. El personal tanto administrativo como operativo vinculado al sistema de gestión de calidad es el principal factor a tener en cuenta al momento de su implementación, un buen programa de gestión del cambio y divulgación de estrategias y resultados resulta de gran apoyo para la consecución de los resultados esperados. Se prevé que la herramienta de gestión desarrollada, contara con la posibilidad de tomar decisiones con un mayor grado de precisión dado a que cuentan con un mayor control de sus procesos internos, lo anterior se dará en la medida en que se realice un

mantenimiento apropiado al sistema y se planifiquen estrategias alrededor del mismo.

Aguilar (2015), en su tesis: *Gestión del Talento Humano en las Mipymes de la Industria Ferretera del Municipio De Asunción Mita*. Se planteó el siguiente objetivos general: Establecer cómo se lleva a cabo la gestión de talento humano en las MIPYMES de la industria ferretera del municipio de Asunción Mita, Jutiapa, sus objetivos específicos: Determinar cómo se realiza la planeación de recursos humanos en las empresas ferreteras. Identificar las capacidades básicas que se necesita para desempeñar funciones en los puestos que laboran las empresas ferreteras. Describir si existen capacitaciones para el desarrollo de los colaboradores. Determinar si en la empresa existen compensaciones y beneficios para los colaboradores. Verificar si las empresas implementan medidas de seguridad e higiene en el establecimiento y en el desarrollo de las actividades. En la investigación se utilizó como instrumento un cuestionario que va dirigido a los propietarios y colaboradores de las empresas ferreteras del municipio de Asunción Mita, para investigar los distintos problemas y aspectos que se estén dando dentro del entorno organizacional. Metodología: fue tipo descriptiva cualitativa sustentada por información cuantitativa utilizando un censo. Resultados: ya que se busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice en una población definida. Así también se caracterizó a las empresas en base a la Organización Internacional de Trabajo (OIT); y la Cámara de la Industria de Guatemala, en cuanto al número de empleados. A quienes se aplicó un cuestionario a través de la técnica encuesta obteniendo como resultado MIPYMES de la industria

ferretera del municipio de Asunción Mita, Jutiapa, no se da, porque todo lo hacen de manera informal; un 71% no reclutan adecuadamente al personal, lo hacen a través de información que proviene de colaboradores, amistades, conocidos y/o familiares.

Conclusiones: 1. La gestión del talento humano que realizan en las ferreterías, es de una forma empírica, pues los propietarios son los encargados del personal y desconocen el proceso que deben seguir. a. En relación a la planeación de recursos humanos. Se determinó, que la realizan informalmente, ya que desconocen de distintos factores como el análisis de puestos, reclutamiento, selección del personal, contratación, inducción, capacitación y motivación; pues los propietarios no planifican la cantidad ni el personal idóneo para ocupar los puestos vacantes de las empresas. 2. Se han identificado que las habilidades básicas que deben poseer los colaboradores en las empresas ferreteras son: atención al cliente y trabajo en equipo. 3. El propietario no considera de vital importancia brindar capacitaciones a sus colaboradores, lo que perjudica no contribuir al mejoramiento continuo del personal, productos y servicio de la empresa. 4. En relación a las compensaciones y beneficios, se determinó que las ferreterías, motivan a los colaboradores con retribuciones monetarias por ventas, desempeño y antigüedad del puesto; aunque en algunas tienen como incentivos proporcionar motivaciones no económicas como regalos y palabras alentadoras. 5. En cuanto a la seguridad e higiene, las empresas no cuentan con la respectiva señalización en la misma, vestuario apropiado para su labor, mascarías de protección, entre otros.

Antecedentes Nacionales.

Llontop & Rimarachín (2016), en su tesis: *Benchmarking y su Relación con las ventas en la Estación de Servicios Santa Ángela S.A.C José Leonardo Ortiz*. Se planteó el siguiente objetivo general: Identificar la relación entre el benchmarking y las ventas de la Estación de Servicios “Santa Ángela” S.A.C José Leonardo Ortiz. Objetivo específico: Identificar los factores que afectan el benchmarking en la estación de servicios “Santa Ángela” S.A.C José Leonardo Ortiz. Determinar el nivel de ventas en la Estación de Servicios “Santa Ángela” S.A.C José Leonardo Ortiz. Proponer estrategias de benchmarking para incrementar las ventas en la Estación de Servicios “Santa Ángela” S.A.C José Leonardo Ortiz. Validar la propuesta de benchmarking para incrementar las ventas en la Estación de Servicios “Santa Ángela” S.A.C José Leonardo Ortiz. Metodología: Métodos: Inductivo– Deductivo Técnicas de recolección de datos: Encuesta Entrevista Observación Técnicas Instrumentos: Cuestionarios. Conclusiones: Si existe relación entre el benchmarking y las ventas dado que el coeficiente de correlación de Pearson nos arrojó 0.737. Los factores que afectan los tipos de benchmarking en la empresa estación de servicios “Santa Ángela S.A.C” es la poca preocupación por dar a conocer su historia (publicidad) y la falta de servicios anexos como minimarket y venta de lubricantes que arrojaron un resultado en totalmente desacuerdo de 60% y 100% respectivamente. El nivel de ventas en la estación de servicios “Santa Ángela S.A.C” refleja que no se está dando soluciones en su totalidad a los clientes, ya que la encuesta aplicada arrojó un 29% de encuestados en desacuerdo al manejo de ventas de la empresa. El benchmarking ayudará a incrementar las ventas en la empresa estación de servicios “Santa Ángela S.A.C”.

La propuesta de benchmarking contribuirá a mejorar el nivel de ventas en la empresa estación de servicios “Santa Ángela S.A.C”. Resultados: El 100% del total de encuestados está totalmente de acuerdo (TA), que la empresa estación de servicios Santa Ángela S.A.C, se encuentra ubicada en una zona geográfica que le permite atender a sus clientes. El 60% del total de encuestados está totalmente en desacuerdo. El 100% del total de encuestados está totalmente de acuerdo, El 100% del total de encuestados está totalmente de acuerdo, El 100% del total de encuestados está totalmente de acuerdo, que la empresa estación de servicios Santa Ángela S.A.C, está dirigida por personas de una misma familia. El 100% del total de encuestados está totalmente de acuerdo, que la empresa estación de servicios Santa Ángela S.A.C, que la empresa cuenta con proveedores que ofrecen productos de calidad. El 100% del total de encuestados está totalmente de acuerdo, que la empresa estación de servicios Santa Ángela S.A.C, cuenta con proveedores con certificados ISO. El 100% del total de encuestados está totalmente de acuerdo, que los clientes más frecuentes de la empresa estación de servicios Santa Ángela S.A.C, son de carga pesada. El 80% del total de encuestados está de acuerdo que los clientes más frecuentes de la empresa estación de servicios Santa Ángela S.A.C, El 80% del total de encuestados está totalmente de acuerdo que los combustibles que suministra la empresa estación de servicios Santa Ángela S.A.C, El 80% del total de encuestados está totalmente de acuerdo que la empresa estación de servicios Santa Ángela S.A.C, frente a los demás competidores, El 40% del total de encuestados está totalmente de acuerdo ,que la empresa estación de servicios Santa Ángela S.A.C, ofrece servicios de mejor calidad frente a los demás competidores.

Trejo (2017), en su trabajo de investigación: *Estrategias de Benchmarking para mejorar la Fidelización de Clientes de la empresa Premiere de los Olivos, 2017*. Se planteó el siguiente objetivo general: Proponer un plan de benchmarking para mejorar la fidelización de clientes de la empresa Premiere ubicado en los Olivos. Objetivos específicos: Diagnosticar la situación actual de la óptica Premiere en los Olivos en cuanto a la gestión de clientes. Teorizar la herramienta de gestión y las demás categorías emergentes y apriorísticas de la investigación. Diseñar un plan de benchmarking para la mejora de fidelización de clientes de la óptica Premiere en los Olivos. Validar los instrumentos de evaluación de diagnóstico a través de la propuesta de juicios de expertos. Evidenciar la viabilidad a través de un manual de la propuesta. Metodología: La investigación mixta es un conjunto de procesos más complejos y amplios porque se utilizan la combinación de dos enfoques tanto cualitativo como cuantitativo, asimismo permite analizar los datos que se obtienen de estos dos enfoques de esta manera lograr un mejor entendimiento que permite recoger y analizar una investigación de una manera práctica, coherente y sencilla.

Conclusiones: Se propuso un plan de benchmarking para mejorar la fidelización de clientes de la empresa Premiere, obteniendo resultados que no es el óptimo con respecto a la fidelización de clientes, es decir la empresa aún no cuenta con una cartera de clientes fidelizados a pesar de brindar productos de calidad y contar con personal de amplia experiencia en la salud visual. Segunda: La empresa tiene un problema con respecto a servicio al cliente, ya que en el diagnóstico realizado se obtuvo resultados negativos es decir el cliente percibe que la empresa no brinda un servicio de calidad, motivo por el cual la retención del cliente también es bajo, sin embargo están satisfechos con los productos adquiridos es decir la empresa ofrece

productos de calidad. Durante la investigación realizada se ha teorizado las categorías y subcategorías, en este caso la herramienta de gestión Benchmarking asimismo la fidelización de clientes. La propuesta se ha diseñado con la finalidad de mejorar el proceso de fidelización de clientes de la empresa para lo cual se ha utilizado como herramienta de gestión benchmarking competitivo el cual permitió realizar una comparación con una de las cadenas de Óptica reconocida en el mercado. Los instrumentos para el diagnóstico han sido validados por tres expertos conocedores del tema y la propuesta fue validada por el Gerente general de la empresa quien intervino durante el proceso de la investigación aportando sus conocimientos. La propuesta se evidencia con un manual de propuesta que se ha desarrollado para mejorar la fidelización de clientes de la óptica Premiere. Resultados: La propuesta plan de benchmarking competitivo para mejorar la fidelización de clientes consideraremos tres escenarios el mejor escenario es lograr el 100% para lo cual se espera como resultado alcanzar un nivel de eficiencia de un 76.67% con respecto a la fidelización a largo plazo considerando en un escenario óptimo, caso contrario lograremos el escenario regular de 90% o el tercer escenario pésimo de un 85% ya que para lograr resultados positivos se realizará un plan de benchmarking, es decir elaborar un plan de actividades para indagar datos relevantes referente a los problemas identificados, dicha investigación se realizará a las ópticas que lideran el mercado y son reconocidos a nivel nacional.

Pacheco (2019), en su trabajo de investigación: *Gestión de Calidad con el Uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas, Sector comercio, rubro ferreterías en la Ciudad de Yurimaguas, Provincia de Alto Amazonas.*

Se planteó el siguiente Objetivo General: Determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso del Marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías en la ciudad de Yurimaguas, Provincia de Alto Amazonas, 2017. Objetivos Específicos: Describir las características del representante de las Micro y Pequeñas empresas. Describir las características de la Gestión de las Micro y Pequeñas empresas. Describir las características de la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas empresas. Describir las características del Marketing en las Micro y Pequeñas empresas. del sector comercio, Rubro Ferretería. Metodología: No experimental porque la investigación se desarrolló sin manipular la variable, se describió el fenómeno en su contexto tal y cual se observó Transversal porque se desarrolló el estudio de la investigación en un lapso de tiempo determinado, donde el estudio tuvo un inicio y un fin Descriptiva porque solo se describió los fenómenos, eventos, situaciones y contextos más relevantes de las Micro y Pequeñas Empresas, representantes y variable de estudio. Resultados: Con relación a la edad de los dueños de las MYPES, que nos muestra el 80% sus edades oscilan entre 31 a 50 años. El género son el 70 % son de sexo masculino, El grado de instrucción de los representantes de las MYPES, se pudo determinar que el 60% han cruzado el superior no universitario. Los cargos que desempeñan de los representantes, se pudieron determinar que el 60% lo ocupan los propietarios. Durante el tiempo de desempeño en el cargo de los representantes, se pudo determinar que el 40 % lo desempeñan desde 0 a 3 años, 10% entre 4 y 6 años, y el 50 % realizan desde más de 7 años, administrando dichas MYPES, pudiendo inferir que los propietarios administran, controlan y atienden en el cargo por muchos años con más de 7 años a cargo sus negocios.

La permanencia en el tiempo del funcionamiento de las empresas es muy importante para tomar posición en el mercado tanto en calidad y precio es lo que se puede observar que el 40 % de 7 a más años. El número de trabajadores es un factor muy importante para las MYPES dependiendo la magnitud del trabajo y de sus ventas, se observa que el 50% de dichas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, Es algo muy común que el inicio de un negocio comience a laborar familiar como pilar de crecimiento y confianza, eso nos muestra lo observado que el 90% de dichas empresas trabajan con familiares.

Para dar inicio a una idea de negocio es determinante los objetivos de creación por la que se constituyeron las MYPES, se pudo observar que el 90% fundo la Ferretería (empresa) con el fin de trabajar en ella y generar ganancias. Con respecto si los representantes conocen el significado de gestión de calidad en MYPES se pudo observar que el 60 % si conoce el significado. Las técnicas de gestión de calidad que conocen los propietarios, se pudo observar que el 90% desconoce todas las técnicas. Con relación a las dificultades para la implementación de la gestión de calidad de las MYPES, el 60% por tener otras dificultades. Los métodos y/o técnicas que nos ayuda a determinar la medida del rendimiento de los colaboradores nos arroja que el 80% aplica la técnica de la observación, Los dueños de los giros de negocio en el rubro ferretero están en pleno conocimiento en lo que ayude a crecer y/o incrementar el rendimiento de su negocio según los datos recolectados es el 100 % son consciente que la gestión de calidad es un pilar importante para la mejora y que está en tomar las decisiones para su implementación. En cada negocio es muy trascendental conocer si los productos ofrecidos logran cubrir las exigencias y necesidades de los clientes de las MYPES. Las herramientas tecnológicas están al alcance de la mano así es las accesible poder contar con una base de datos de nuestros de clientes de las

MYPES, el 70% afirmó que si dispone de una base de datos de sus clientes. Con relación al nivel de ventas de la Ferretería (empresa) de las MYPES, se observa que el 70% dio como respuesta que sus niveles de venta se han incrementado. Los medios de comunicación que utilizan para hacer publicidad del negocio de las MYPES, promocionan sus negocios por anuncios en las televisoras. la clase de instrumento de marketing utilizan en las MYPES, lo resultante es que el 70% dio como respuesta que no aplican ninguna herramienta de marketing. No se utilizan los prototipos de los medios que nos facilita el marketing, el 60 % dio como respuesta que no las utiliza porque desconoce mayormente su uso y aplicación. Las empresas, que el 100% respondió que el marketing implica una mejora para su empresa. Conclusiones: Referente a las principales características de los representantes de las MYPES. En el presente estudio de investigación se obtuvo que la gran parte de los representantes de las MYPES, específicamente del Sector Ferretero en la Ciudad de Yurimaguas, Provincia de Alto Amazonas en el año 2017. Tienen de 31 a 51 años de edad, en su mayoría son del género masculino, los cuales desempeñan el cargo administrador, son los dueños de su propio negocio, con experiencia en el cargo de 7 a más años, son los resultados más altos y su grado de instrucción académica refleja que tiene educación superior no universitaria. Referente a las principales características de las MYPES. El resultado del presente estudio de investigación se determinó las características de las MYPES, específicamente del Sector Ferretero en la Ciudad de Yurimaguas, Provincia de Alto Amazonas en el año 2017, la mayoría tienen el tiempo de permanencia en el rubro de 7 a más años, donde laboran de 1 a 5 trabajadores, los mismos que son personas familiares que laboran por confianza, los establecimientos fueron creados con el objetivo de generar ganancias.

Referente a las características de la gestión de calidad con el uso del Marketing. En esta investigación se demuestra que en su mayoría conocen el termino marketing como técnica innovadora de la gestión de calidad, en su totalidad los dueños y administradores de negocio conocen sobre el marketing, los cuales las técnicas que usan para medir el desempeño de su personal en su mayoría es la observación, implementar el marketing en sus empresas como una herramienta para mejorar la gestión de calidad les permitirá posesionarse en el mercado del rubro del negocio, la gestión de calidad interviene con un efecto positivo en el rendimiento de sus negocios, los que implementaron marketing anunciando su empresa y productos en la televisión elevaron sus ventas.

Picón (2017), en su trabajo de investigación : *“Gestión de calidad bajo el enfoque de marketing en el sector comercial, rubro ferreterías, Distrito de Calleria, año 2017”*, Tuvo como Problema: ¿Si las mypes del sector comercial, rubro ferreterías, evidencian un plan de gestión de calidad bajo el enfoque de marketing, conseguirá un posicionamiento sólido en el mercado?, se planteó el siguiente Objetivo General: Determinar si las mypes del sector comercial rubro ferreterías, evidencian un plan de gestión de calidad bajo el enfoque de marketing, en el distrito de Callería, permitiendo lograr un mejor posicionamiento en el mercado. Sus Objetivos Específicos: Determinar si las mypes del sector comercial, rubro ferreterías se administran aplicando herramientas estratégicas de gestión de calidad. Determinar si las mypes del sector comercial, rubro ferreterías, han adoptado un plan de gestión bajo el enfoque de marketing. El presente informe final de investigación tuvo como objetivo principal, determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Marketing, en las mypes del Sector Comercial Ferreterías, del distrito de Callería, año 2017.

El desarrollo de la investigación se realizó bajo Metodología de investigación del tipo descriptivo – correlacional - no experimental. Para tal efecto, se aplicó un cuestionario estructurado de 19 preguntas mediante la técnica de encuesta a 27 emprendedores de mypes de ferreterías, obteniendo como resultados: De los emprendedores: se caracterizan por estar principalmente en el rango de edad “adulto” de 40 a 50 años (40.7%). La mayoría de sexo masculino (77,8%) y formación técnica (44.4%); los empíricos están representados por 25.9%. En Gestión de Calidad: el 63.0% desconoce conducir una empresa con gestión de calidad; 74,1% no ha definido su misión, visión y valores, lo que origina falta de dirección. El 70.4% no se capacitó en marketing; tampoco aplicaron el análisis situacional FODA (59.3%). En Marketing: no tienen Plan de Marketing (66.7%), por lo tanto, su aplicación en empírica; el 37.0% indica no es necesario. Sin embargo, el 74.1% está al tanto de su competencia; tiene definido su mix de producto (70.4%); a delimitado su público objetivo (85.2%) y 88.9% busca posicionarse en el mercado. No utiliza merchandising propio (77.8%). La comunicación que se realiza al cliente es también empírica (55.6%). No contrata subdistribuidores (63.0%). Finalmente, consideran que el posicionamiento que tiene en el mercado no se debe al marketing (66.7%).Conclusiones: Desconocen la administración con gestión de Calidad. No utilizan herramientas de gestión, ni identifican su misión, visión de su organización. Esto las limita a identificar oportunidades de mejora en análisis de procesos que no realizan. Las mypes del sector comercial Ferreterías del distrito de Callería, son negocios que no aplican el marketing por desconocimiento y falta de interés. Realizan sus acciones de análisis del mercado, según sus percepciones antes de realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de los escenarios. No aplican por ejemplo herramientas tan

básicas en una gestión como el uso de la Matriz FODA o la definición de la misión, visión y valores. Las mypes del sector Ferreterías, del distrito de Callería aplican un marketing empírico, sin técnica. Buscan alcanzar un posicionamiento del mercado, pero sin identificar correctamente el segmento para el cual se dirigen. Se apoyan en el asesoramiento que le brindan las marcas de los productos que comercializa. Es por esta razón que no se encuentra un despegue e independencia. Todo el sector se conduce con acciones muy parecidas.

Antecedentes Locales.

Peláez (2018), en su trabajo de investigación: *“Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Las Malvinas, Distrito Chimbote, 2018”*. Se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, las Malvinas, distrito Chimbote, 2016. Sus objetivos específicos. Describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, las Malvinas, distrito Chimbote, 2016. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, las Malvinas, distrito Chimbote, 2016. Describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, las Malvinas, distrito Chimbote, 2016. Metodología: La investigación fue de diseño no experimental – transversal, y se utilizó una población muestral de 34 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas. Resultados: El 52.94% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad.

El 91.18% son de género masculino. El 52.94% son dueños. El 82.35% cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores. El 64.71% tienen como finalidad de generar ganancia. El 41.18% no tienen conocimiento sobre la gestión de calidad. El 38.24% utilizan la atención al cliente. El 55.88% aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 47.06% tienen cierto conocimiento sobre el marketing. El 41.18% asegura que a veces sus productos que ofrecen satisfacen las necesidades de los clientes. El 100.00% aseguran que no cuentan con una base de datos de sus clientes. El 50.00% utilizan la estrategia de ventas como herramientas de marketing. El 73.53% aseguran que sí utilizan las herramientas de marketing. El 52.94% aseguran que al utilizar el marketing es hacer conocida la empresa. Conclusión: La mayoría de las Mypes si aplican gestión de calidad con el uso del marketing, dado que usan los carteles y la estrategia de ventas, de esta manera han logrado hacer conocida la empresa.

Neciosup (2017), en su trabajo de investigación: *“Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, av. Manuel Ruíz, Chimbote, 2017”*, Se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017. Sus objetivos específicos: Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017. Describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017. Metodología: La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se utilizó una muestra de 14 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 57.14% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. El 78.57% son de género femenino. El 50.00% cuentan con estudios superiores no universitarios. El 64.29% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años. El 92.86% tienen como finalidad de generar ganancias. El 85.71% utilizan la lluvia de ideas como herramienta de gestión. El 64.29% aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la evaluación. El 50.00% tienen conocimiento con respecto al significado de las TIC. El 85.71% cuentan con una computadora en la empresa. El 64.29% consideran que tienen un nivel de conocimiento de computación muy bueno. El 85.71% aseguran que, gracias al uso de las TIC, han incrementado sus ventas.

Conclusiones: La mayoría de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, son de género femenino, tienen grado de instrucción superior no universitaria, son los dueños del negocio, y llevan en el cargo más de 7 años. La mayoría de las micro y pequeñas empresas, llevan en el rubro más de 7 años, cuentan con 6 a 10 trabajadores, siendo personas familiares, por último tienen como finalidad generar ganancias. La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, si conocen la gestión de calidad, y aplican la lluvia de ideas como herramienta, del

mismo modo aseguran que el personal no se adaptada a los cambios, por lo cual dificulta la implementación de la gestión de calidad, así también miden el rendimiento a través de la evaluación, por lo cual consideran que la gestión mejorar el rendimiento de la empresa. Por otra parte, conocen el termino TICS, cuentan con computadoras en la empresa, consideran tener un muy buen nivel de conocimientos en computación, así mismo usan el internet para la compra de mercaderías, del mismo modo utilizan el Facebook para sus ventas, aseguran que siempre emplean su teléfono para coordinar asuntos de su empresa, y por ultimo han incrementado sus ventas con el uso de las herramientas TIC.

García (2018), en su trabajo de investigación: *“Gestión de calidad con el uso del marketing y la competitividad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, Nuevo Chimbote, año 2016”*, Tuvo como, Se planteó el siguiente objetivo General: Determinar la relación que existe entre la gestión de calidad con el uso del Marketing y de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, nuevo Chimbote, 2016. Sus objetivos Específicos: Determinar el nivel de gestión de calidad con el uso de Marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, Nuevo Chimbote, 2016. Determinar el nivel de la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, Nuevo Chimbote, 2016. Relacionar la gestión de calidad con el uso del Marketing y de la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, Nuevo Chimbote, 2016. Metodología: La investigación fue – correlacional – aplicada, de diseño no experimental – transversal, para el recojo de

la información se escogió en forma dirigida, una muestra de 247 micro y pequeñas empresas de una población de 247 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 38 preguntas en medición de escala de Likert, mediante la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. el 82,2% están totalmente de acuerdo, en que es importante el estudio de mercado. el 69,2% están totalmente de acuerdo, en que es importante conocer los intereses y gustos del cliente. El 64 % de los encuestados, cuenta con su propia página web. El 100,0% están totalmente de acuerdo, en que es importante que, los productos cuentan con los empaques. El 97,2% están parcialmente de acuerdo, en que la misión de la competitividad, busca siempre la diferenciación. El 64,4% están totalmente de acuerdo, en que es importante la innovación de los procesos. El 61,5% están parcialmente de acuerdo, en que contar con el mejor capital humano, genera una ventaja competitiva. Conclusiones: Al analizar la variable de estudio, se determinó que la gestión de calidad con el uso del Marketing, se relaciona significativamente en la competitividad empresarial, esto queda demostrado con la prueba de Hipótesis, en cual nos muestra que como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$), entonces podemos decir que un buen nivel de gestión de calidad con el uso del marketing empresarial, le corresponde un buen nivel de competitividad.

2.2. BASES TEÓRICAS

GESTIÓN DE CALIDAD

Norma ISO 9001 (2015). Nos menciona que: La “Gestión de Calidad” es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad. Son un grupo de actividades que se realiza en una organización o negocio con el fin de resolver conflictos que se presente y buscar soluciones, ya que tiene por misión administrar la empresa de forma eficiente, para así lograr la satisfacción de sus clientes. Una eficiente gestión se relaciona en todos los aspectos con la calidad, ya que se supondría lograr un diseño, planificación, y desarrollo de Procesos Productos dentro del marco de una organización, La gestión de los Recursos Humanos para la Calidad y su certificación, así como su implantación, su control de calidad, y la certificación al final. La Gestión de empresa, sus procesos y servicios o productos, están basados en la Calidad, la cual llevara a obtener una mayor ventaja competitiva, logrando identificar, aceptar las expectativas de los clientes de manera explícita por el cliente.

Gestión de calidad y su importancia

La gestión de calidad, es muy importante para realizar los procesos y actividades que llevara a desarrollar un mejor producto o servicio, ya que nos permitirá lograr nuestros objetivos que se propone la empresa haciendo así una eficiente gestión, ya sea en cualquier área que desempeñe, para así tener un mejor desempeño de todos los colaboradores, así obtener rentabilidad y esta ala atura de

competidores. La dirección es la que se encarga de implantar un sistema de Gestión de Calidad, como una ventaja estratégica para la organización.

Las Normas de Estandarización, según la Norma ISO 9001, es aplicable a toda la empresa ya sean grandes actividades empresariales, especificando los requisitos para aumentar la capacidad de sus productos y servicios a fin de satisfacer a los clientes, cumplimiento con las normas legales y reglamentarios aplicables **Norma ISO 9001-2015 citado por ICONTEC, (2009).**

Afirman que una organización que cuenta con un Sistema de Gestión de Calidad, es una herramienta importante que le va permitir a diferentes organizaciones conseguir de manera correcta y eficiente la planeación, ejecución y control de sus acciones necesarias para el proceso su misión, a través del beneficio de servicios con valiosos estándares de calidad, que se miden a través de indicadores de satisfacción de consumidores. Como algunos autores describen en la Gestión de Calidad es una herramienta que se encarga de la organización para el desarrollo de una actividad con estándares eficientes con el fin de lograr clientes satisfechos con productos de calidad para generar confianza y fiabilidad. **Universidad Cooperativa de Colombia (2015).**

GESTIÓN DE CALIDAD Y EL BENCHMARKING

La ventaja competitiva es el objetivo principal en la estrategia de las empresas y la Gestión de la Calidad. Asimismo, las organizaciones deberían implementar la calidad total como estrategia básica para su gestión, ya que la calidad total como estrategia básica para toda la gestión, ya que la calidad supone hacer las cosas bien hechas,

rápidamente y a bajo coste, lo cual por supuesto, debe ser algo intrínseco de toda gestión empresarial. Enmarcado dentro de la estrategia empresarial basada en la Gestión de la Calidad y con la finalidad de alcanzar ventaja competitiva posible, sitúa el benchmarking, con el objetivo y gestión de aquellas empresas que lo hacen.

Cuatrecasas, (2010).

Cuando nos referimos a Gestión de Calidad enfocado al Benchmarking, estamos hablando de cómo lograr una eficiente gestión aplicando el benchmarking como una estrategia de ventaja competitiva, ya que nos da a conocer a fondo las falencias en las que se encuentra las Mypes, ya que el Benchmarking es una herramienta de mejora continua que se utiliza en las empresas para medir y analizar, que servirá como datos subjetivos para descubrir qué tipo de estrategia utilizar para la toma de decisiones, Así lograr estar al mismo nivel que sus competidores, con el fin de mantenerse en el mercado y obtener rentabilidad para dichas Mypes.

Teorías del Benchmarking

Spendolini, (2005), nos menciona que; es una de las herramientas de suma importancia que sirve para buscar de manera externa una serie de metodologías, estrategias e ideas para perfeccionar la organización, se trata de un sistema organizado de continuidad que sirve para evaluar y lograr comparar sus productos, servicios y sus procesos que realizan en las organizaciones que se representan y conocen como mejores prácticas, con el fin de realizar avances organizacionales.

Gisbert, & Raissouni, (2014), nos manifiestan que: el benchmarking son unas series de procesos que se encargan medir de manera continua y sistemática, ya que logra medir y comparar de forma permanente de manera general los procesos empresariales de la organización al contrario de los que son líderes en cualquier lugar para tener datos que beneficien a la empresa, Para desarrollar y accionar con tal de mejorar su desempeño en toda la organización. (p.2).

Sánchez (2016). Afirma que: La herramienta benchmarking es un sistema de estudio del beneficio y rediseño, que se define como la “re concepción del modo de funcionamiento de una empresa. Que tiene como único interés este proceso es en descubrir y lograr estudiar las mejoras que hacen en Calidad, en producción, para elegir proveedores, de entrega, etc. Para así hacer una reflexión de forma aplicada con una mayor eficiencia que se haga posible en la organización.

Marciniak (2015). Afirma que: Benchmarking es en esencia el estar consciente de las debilidades que puede y tiene, que reconocer que hay organizaciones que son mejores que la nuestra.

Ya que si tenemos claro es punto entonces buscaremos una organización con la que podremos compararnos, como son las actividades con las de la otra empresa y lograr ajustarse para buscar soluciones a nuestras condiciones de como funcionamos.

Como nos mencionan los diferentes autores para todos no significa lo mismo, aunque tienen algunas coincidencias en algunos elementos; que es un sistema de búsqueda de una mejora continua, en la cual se realizará en la organización para resolver problemas, sino que es un proceso que se va aplicar en varias ocasiones con el fin de estar constantemente en busca de mejores prácticas del Benchmarking, porque

estamos en un constante cambio y debemos adaptarnos al cambio. Para poder lograr desarrollar mejores prácticas de cualquier industria. El Benchmarking se sabe que es una herramienta que ayuda a medir y comparar el desempeño entre industrias para lograr mejoras en la organización y /o producción, como se dice aprender de los errores de otros, de sus debilidades que tiene dichas organizaciones líderes, para así desarrollar ventajas competitivas.

Aspectos Importantes del Benchmarking

Calidad: Se refiere a la importancia creada en nivel a sus productos para los clientes y también a los costos que tendrá a lograr producirlos, el benchmarking es la forma más importante para conocer como otras empresas usan sus sistemas de calidad, también puede ser utilizado desde otro enfoque de calidad en la que se percibe por los clientes, en la que se determinan por lograr la satisfacción del cliente y su relación; y por las comparaciones con su competencia. También vemos que se llama la calidad referente a normas, que se trata en el diseño sistemas de calidad, de resultados que va cumplir una serie de predeterminadas especificaciones y estándares, ya que se lleva a cabo cuando se realiza la revisión de procesos como de: producción, diseño, desarrollo, distribución, procesos de soporte de: finanzas, contabilidad. Dentro de este aspecto es en referencia al desarrollo del recurso humano comprometido e involucrado en sí mismo.

Productividad: Es una búsqueda constante hacia la excelencia en ciertas sectores o áreas en la que se lleva un control de los recursos que entran, la productividad es expresada en volúmenes que se producen el consumo de los recursos que son el costo y el capital.

Tiempo: El tiempo es un factor importante. Ya que se obtendrá flujos en administración, distribución, Producción, ventas. Han demostrado que el desarrollo de programas que se enfocan en el tiempo tiene como resultado de manera exitosa para disminuir la cantidad del tiempo de la entrega.

Tipos de Benchmarking

Benchmarking interno: Las organizaciones se enfocan en los estudios de sus distintas áreas para así tener registro de sus buenas prácticas que utilizan a vista general en grupo con la empresa. Por ejemplo, en el área de recursos humanos se tiene que adaptar método eficiente para seleccionar los archivos de la contabilidad. En el caso feedback es importante, porque los servicios se encuentran a diario. Es uno de los métodos difíciles que se pueden equipar y se debe:

- Información accesible
- Recursos humanos disponibles

No obstante, este benchmarking no proporciona innovación alguna ya que su organización es homogénea y su punto de vista es homogénea y en cuanto a su forma en la que funciona sus trabajos de procedimientos suelen ser iguales.

Se debe a la cultura y valores comunes que tiene la empresa, así como también a promociones y cambios internos que transmiten ideas sobre las mejores prácticas de la organización. **Sánchez, (2016).**

Benchmarking Externo: Este es uno de los benchmarking comunes, ya que solo se basa en una sola organización, asimismo tiene como finalidad principal estudiar la misión de las organizaciones de la competencia de los diferentes sectores que son conocidas como líderes dentro del ámbito de estudio.

Este tipo de benchmarking aporta el valor agregado ya que genera buenas prácticas diferentes a las que se utilizan ahora en una empresa. Los principales medios de obtención de información, se obtiene de diferentes fuentes de empresas que tienen alguna sociedad, de información disponible en Internet, de Ferias empresariales. **Sánchez, (2016).**

Benchmarking Competitivo: Es llamado también, “benchmarking de competidores”, Es un estudio donde se va comparar con una empresa de la competencia del mismo sector y rubro, se estudia sus estrategias, productos y servicios, innovaciones, costos de producción, el servicio de comercio determinado, con el objetivo final de acercarse a las exigencias actuales de sus clientes potenciales. Cuando el benchmarking es menos visible para implementar la información conveniente respectiva, ya que se refiere a información general de la empresa competidora, la cual quiere publicar sus cifras globales, o sus estrategias de métodos internos. **Sánchez (2016).**

Benchmarking Funcional: Este último tipo de benchmarking se basa únicamente en que tiene una naturaleza genérica en sus procedimientos de la empresa, se puede extrapolar que son empresas de sectores diferentes. Que procede en diversos mercados a las que son líderes en su entorno, se afirma una colaboración que se ofrece como una gran ventaja y simplicidad para poder obtener datos de información a cambio de las buenas prácticas. Uno de los problemas de este tipo de benchmarking es la poca igualdad que tiene las estrategias, en sectores, áreas, que pueden ser un obstáculo para establecer un benchmarking eficaz. Según **Sánchez, (2016).**

Etapas Básicas del Benchmarking

Existen diversas fases o pasos del Benchmarking que se desarrollaran:

1. Planificación:

- Lograr identificar el objetivo en estudio del benchmarking. Para así identificar el tipo de benchmarking a utilizar, producto, función, practica, servicio, etc., en cual nos basaremos como objeto de estudio.
- Se hace una selección de las compañías líderes que funcionan, como competencia de forma directa como también si no lo es.
- Se hace una compilación de datos, con la recolección de datos, de la competencia.

2. Análisis:

- Lograr determinar, evaluar qué tipo de diferencias existen entre las competencias líderes que se han seleccionado, la cual sabremos en donde está el benchmark y en qué aspecto, área en donde se considerar el estudio.
- Es donde se logra establecer una Fase de Evolución de acuerdo a la empresa, conforme a su competencia, ya que se va enmarcar los objetivos, plazos para lograr cumplir con la Metodóloga para implantar prácticas nuevas.

3. Integración:

- Se informa a los directivos de la organización referente a los resultados de los datos del análisis anterior con el objetivo de tomar la decisión de su aceptación.
- Se establece el plan de acción, los objetivos de función que se van a realizar y en qué manera, el paso número uno será comunicar a toda organización para s tener su complicidad.

4. Acción:

- En este paso es la Fase de Ejecución, donde se va desarrollarse, implementar dichos planes de acción que se han previsto, es donde se llevaran a cabo las

estrategias, acciones que se han planificado.

- En este paso se hace una supervisión de la evolución de las distintas etapas, se realiza una evaluación y control de acuerdo al grado en cumpliendo de dichas acciones que se implantaron, para así efectuar las correcciones que sean necesarias, as controlando y asegurando una implantación adecuada.
- Tiene que actualizar su Benchmark en el cual está realizando el estudio. Su esfuerzo de mejora es continuo se tiene que estar renovando constantemente, tanto su información de la organización, asimismo de las empresas que están en la competencia. Cuando hablamos de benchmarking nos referimos a un proceso que no termina nunca, ya que siempre existe algo nuevo que se puede mejorar, así como también hay la competencia logra estar al tanto de las innovaciones, se logran evolucionar también nuestras empresas deben evolucionar, asimismo el
- Benchmarking debemos considerarlo como un acto de mejora continua cuyo objetivo principal es alcanzar el liderazgo del resto de competidores. La mejora continua debe seguir en constante búsqueda para aprender de las nuevas prácticas que nos permitirán obtener una buena posición. **Cuatrecasas, (2010).**

Micro y Pequeñas Empresas (MYPES)

La micro y pequeñas empresas 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 por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Según Manifiesta la **Ley 28015 (2008)**.

La presente Ley tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para la ampliación del mercado interno y externo de estas, en el marco del proceso de promoción del empleo, inclusión social y formalización de la economía, para el acceso progresivo al empleo en condiciones de dignidad y suficiencia. (p.3)

Las micro y pequeñas empresas surgen por personas con ideas emprendedoras, con la finalidad de obtener recursos económicos, y se llevan a cabo al comienzo como pequeños negocios familiares, donde poco a poco logran surgir a base de trabajo y perseverancia, y están ubicadas en distintos lugares estratégicos. Con el fin de cubrir necesidades de sus clientes logrando así abrirse en espacio en el mercado, y así ser competitiva.

Características de las MYPE

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Según Manifiesta la **Ley 28015(2008)**. El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa, Será determinado por el Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido periodo. (p.3). **Nueva Ley Mype N° 30056 (2013);** Ley que modificara varios obstáculos de Burocráticos que retrasen las actividades empresariales que facilitarán las inversiones logrando así ‘impulsar el desarrollo Productivo y su crecimiento empresarial. También nos indica esta ley que incluirá a una nueva categoría de empresa, que es la mediana empresa, que gozará de beneficios laborales, la cual busca impulsar la organización empresarial.

Características de la Ley Mype N° 30056, (2013)

Microempresas: sus ventas anuales son hasta el monto de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: Ventas Anuales superiores a 150 (UIT) y hasta el monto máximo 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

Empresa: Ventas anuales de 1700 (UIT) hasta el monto máximo de 2,300 Unidades impositivas Tributarias (UIT).

El incremento del monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por el Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministerio de producción cada dos (2) años. Las entidades Públicas y Privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia a la promoción de políticas públicas de promoción y formalización del sector. Según la **Ley Mype N° 30056 (2013)**.

Según **Cuatrecasas (2010)**. Nos manifiesta que tiene cuatro pilares de calidad que se enfoca en una gestión eficiente hacia la calidad, que se basa fundamentalmente en una correcta organización para gestionar recursos humanos y materiales. Cuando se implementan estos pilares estarán favorecidas por una correcta Estructura organizativa que se enfoquen en procesos para obtener óptimos resultados.

Principios básicos de Gestión de la Calidad

Según el **Norma ISO 9001, (2015)** mencionamos los principios:

Enfoque al Cliente, “Las organizaciones dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes”

Liderazgo, “Los Líderes establecen un propósito para la organización. Deberán crear, y lograr mantener un ambiente interno, para que el personal pueda involucrarse en el logro de objetivos de dicha organización”,

Participación del personal, La motivación va de la mano con la participación del personal en todos los aspectos, ya que es importante porque se utilizan en beneficio de la organización.

Enfoque Basado en Procesos, “Un resultado que se desea se logra alcanzar de manera más eficaz si las actividades y sus recursos están relacionados en gestionar como proceso”.

Enfoque de Sistema para la Gestión, “Identificar, entender y Gestionar los procesos que están interrelacionados como sistema, que contribuirá a ser eficaz y eficiente para la organización en el logro de objetivos”.

Mejora Continua, “La mejora continua del desempeño global de una organización debería ser un objetivo permanente de esta”.

Enfoque Basado en hechos para la toma de decisión, La toma de decisiones adecuada para lograr la eficiencia competitiva tiene que tener indicadores para poder medir la información sea de fuentes reales y veraces, para poder analizar y tomar las decisiones y tomar acciones con el objetivo esperado.

Relaciones mutuamente Beneficiosas con el Proveedor, Las buenas relaciones entre los proveedores, será una ventaja beneficiosa que traerá como resultado la disminución de recursos, y costos su capacidad para ambas partes ya que así creara valor Según **blog de Calidad Norma ISO 9001(2015)**.

Marco Conceptual

Ferreterías del Perú

El sector comercio ha aumentado de manera importante, y dentro de los cuales es el sector ferretero, donde ocupa la gran parte mayoritaria de nuestro entorno empresarial, todo comenzó hace décadas con una tienda donde se vendía toda clase de piezas desde una máquina grande hasta una pequeña pieza, la cual se convirtió en el comercio que se encargaba de proveer todo lo que se necesitaba para completar la construcción, reparación de nuestros hogares. Debido a la oferta y la demanda se dio el crecimiento del mercado la cual hizo posible la venta de artículos de ferretería se distribuyan en distintos comercio que se especializan en ofrecer una amplia variedad del rubro ferretero.

Historias de ferreterías en Chimbote; Surgen aproximadamente en los años 90, la cual inician de forma empírica, y existen un aproximado 30 micro empresas, la cual se establecen en lugares estratégicos como el Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Manuel Ruíz, y por todo el casco urbano de Chimbote, ya que las ferreterías son negocios rentables debido a la necesidad de las personas en construir, reparar su casa, negocio, u otros, etc. Pero su conocimiento es básico sobre el manejo de actividades de como dirigir sus negocios, su enfoque es la comercialización de venta de material de construcción y artículos de ferretería. Las ferreterías fueron creadas como pequeños negocios para obtener ganancias debido a los problemas de empleo que enfrenta nuestra ciudad, la cual surge como una idea de negocio para emprender y salir adelante, ya que se transforman de manera formal en micro y pequeñas empresas, que hasta hoy nos abren sus puertas y ofrecen sus artículos de ferretería.

Glosario

Mypes: Son las siglas de Micro y pequeñas empresas que se utilizan comúnmente en el Perú.

Benchmarking: Es una técnica de la Administración.

Ferreterías: Son negocios de venta de artículos de materiales de Construcción y electricidad y pintura entre otros.

Negocio: Son pequeñas micro empresas que se dedican a la venta o comercialización de diversos productos.

Puestos: Son pequeños locales donde realizan la venta y comercialización de sus diferentes productos.

Mercado: Es un lugar donde están todos los puestos de negocios para realizar el rubro de la venta al por menor de artículos de Ferrería, Electricidad, Gasfitería, Pintura, Vidriería, entre otros, etc.

Emprendedor: Es una persona que sale adelante que prospera y logra formar su empresa.

Negociante: Es la persona que conoce su rubro y realiza sus ventas ya sea al por menor como mayor de sus productos.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se planteó hipótesis, ya que su naturaleza es más bien inductiva, particularmente su alcance es exploratorio y descriptivo. La cual consiste en conocer las características del Benchmarking como factor relevante en la gestión de Calidad, en la que describiremos sus actividades de los representantes de las mypes como también los procesos que utilizan.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la Investigación

Para elaboración del trabajo de investigación se utilizó un Diseño de Investigación, no experimental-transversal y descriptivo.

Es no experimental; Porque se realizó sin manipulación de la variable que se estudia, no se han modificado, solo se observó la variable el Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad.

Es transversal; porque dicho estudio se va a realizar en un tiempo especificado, y conto con un tiempo de espacio con un inicio y un final.

Es descriptivo; porque este estudio de investigación será basado en las Características del Benchmarking en la Gestión de Calidad, y Plan de Mejora.

4.2. La Población y Muestra

Según los autores Hernández, Fernández & Baptista (2014), la población es: “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174). Es un grupo que se va intentar lograr generalizar el resultado.

La Población está formada por 20 Mypes del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de ferretería Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote. (Ver anexo 3).

Balestrini (2015), nos explica que una muestra es una parte que representa a una población en la que su tipo se producen de manera más exacta viable. (p.141).

La muestra es de 16 mypes, con las que se realizó el estudio las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferretería Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, la cual será a través de sus representantes legales, Se basará de acuerdo a las repuestas del cuestionario. (Ver anexo 3).

4.3. Definición Operacionalización de las Variables

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Características de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas	Son las Personas encargadas de dirigir las empresas, que serán encuestadas.	Edad	a) 18 – 30 años b) 31 – 50 años c) 51 a más años	Cuantitativo
		Genero	a) Femenino b) Masculino	Nominal
		Grado de Instrucción	a) Instrucción básica b) Superior universitaria c) Superior no universitaria.	Ordinal
		Cargo en la Empresa	a) Dueño b) Administrador	Nominal
		Tiempo en la empresa.	a) 0 a 4 años b) 4 a 7 años c) 7 a más años	Cuantitativa
Características de la Micro y Pequeñas Empresas	Son las unidades Económicas que se constituyen de forma Natural como también Jurídica, bajo varias formas de organización y Gestión Empresarial que será contemplada bajo la legislación vigente.	Tiempo de permanencia en el rubro	a) 0 a 4 años b) 4 a 7 años c) 7 a más años	Cuantitativa
		Número de trabajadores que laboran en la empresa.	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más Trabajadores.	Cuantitativa
		Las personas que trabajan en su empresa son:	a) Familiares b) Personas no familiares.	Nominal
		Objetivo de creación	a) Generar ganancia b) Subsistencia	Nominal

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
El benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad	<p>Son un grupo de actividades que se realiza en una organización o negocio con el fin de resolver conflictos que se presente y buscar soluciones, ya que tiene por misión administrar la empresa de forma eficiente, para así lograr la satisfacción de sus clientes. Asimismo el benchmarking es una herramienta que sirven como indicadores de medición, para así conocer a su competencia y compararse con dicha empresas del mismo rubro y sector para así conocerlas falencias que tiene en algunas áreas para así tener ventajas competitivas y estrategias con el fin de mejorar y estar al nivel de sus competidores.</p>	Conoce el termino benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad	a) Si b) No c) Tiene poco conocimiento	Nominal
		Técnicas administrativa conoce	a) Benchmarking b) Marketing c) empowerment d) las 5 c e) outsourcing f) otros	Nominal
		Dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad	a) poca iniciativa b) aprendizaje lento c) no se adapta a los cambios d) desconocimiento del puesto e) otros	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	a) La observación b) La evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluación de 360° e) otros	Nominal
		La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del	a) si b) no	Nominal
		Conoce el Benchmarking	a) Si b) No c) Tiene cierto conocimiento	Nominal
		Las estrategias que toma como referencia de otras empresas es para mejorar	a) Productos b) Servicios c) Proceso de trabajo d) Todas	Nominal
		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	Nominal
		Un buen uso del Benchmarking permite a la empresa ser eficiente	a) Si b) No c) A veces.	Nominal

4.6. Técnicas e Instrumentos

Según Tamayo (2015), nos manifiesta que el cuestionario tiene atributos de las anomalías en la que se creen fundamentales que nos permitirá recoger los problemas que principalmente nos van a interesar, se reducirá la realidad al número de datos que se precisan el objetivo del estudio.

Se utilizó la técnica de la encuesta, por ser una técnica que nos ayudará a obtener información para la recolección de datos, es el cuestionario. Para el recojo de información que se utilizó en su momento, será un cuestionario la cual será de 17 preguntas impresas con un formato que se repartirán en 3 partes, la primera parte será sobre las características de los representantes, en ella contienen 5 preguntas.

En la segunda parte será sobre las características de las micro y pequeñas empresas, en ella contienen 4 preguntas. En la tercera consta de 8 preguntas que será; El Benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferretería, en el Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito Chimbote, 2021.

El instrumento que se utilizó es un cuestionario que está estructurado por 17 preguntas referente a los Representantes Legales, Mypes de su ámbito de estudio de dicha investigación.

4.7. Plan de Análisis

En este plan de análisis del estudio que se realizó con los datos de investigación recolectados en su momento se consideró un análisis descriptivo, Eso será después de realizar dicha encuesta a los representantes de las Mypes del sector comercial rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito Chimbote, 2020. Con la información que se recogió se realizó un cuestionario, la cual sus respuestas serán representadas por las tablas, figuras, porcentajes, estadísticos se realizó la tabulación de datos fue con el programa Microsoft Excel 2013. Se utilizó el programa Word. También se usó el programa turnitin para verificar el porcentaje de copia, al final se utilizó el Programa PDF en la presentación de trabajo.

4.8. MATRÍZ DE CONSISTENCIA

ENUNCIADO	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA			
			Población Y Muestra	Método	Técnicas Y Instrumentos	Plan De Análisis
¿Cuáles son las características del Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021?	<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar las principales características del Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, Rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021. <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, Rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021. Definir las características del Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, Rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021. Elaborar un Plan de mejora en función a los resultados obtenidos en la investigación. 	El Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad	<p>La Población está formada por 20 Mypes del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de ferretería Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote.</p> <p>La muestra es de 16 mypes, con las que se realizó el estudio las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferretería Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, la cual será a través de sus representantes legales, Se basará de acuerdo a las repuestas del cuestionario.</p>	El diseño de investigación fue no experimental – transversal– descriptivo. La presente investigación fueo experimental, debido a que se realizó sin manipular la variable gestión de calidad en estudio; ya que no está sujeto a experimentación ni Modificaciones.	Se utilizó la técnica de la encuesta, son 17 preguntas impresas con un formato que se repartirán en 3 partes, la primera parte sobre las características de los representantes, contienen 5 preguntas. En la segunda parte obre las características de las micro y pequeñas empresas, contienen 4 preguntas. En la tercera consta de 8 preguntas que será; El Benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferretería, en el Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito Chimbote, 2021 . El instrumento que se utilizo es un cuestionario a los representantes de las Mypes	En este plan de análisis del estudio que se realizó con los datos de investigación recolectados en su momento se consideró un análisis descriptivo, realizo la encuesta a los Representantes de las Mypes del sector comercial rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito Chimbote, 2020. Con la información que recogió se realizó un cuestionario, la cual sus respuestas serán representadas por las tablas, figuras, porcentajes, estadísticos se realizó la tabulación de datos fue con el programa Microsoft Excel 2013. utilizó el programa Word y el Programa PDF en la presentación de trabajo También se usó el programa turnitin para verificar el porcentaje de copia, al final se utilizó

4.9. Principios éticos

En este estudio de investigación se utilizó los siguientes principios éticos:

Principio de confiabilidad, ya que todos los datos e información que se recopilarán serán verdaderos, obtenidos por un estudio riguroso que se hará a las micro y pequeñas empresas.

Principio de Respeto, Este trabajo se hizo con la total transparencia, respetando la dignidad de las personas sin afectar en ningún momento su integridad y por el contrario involucrando en este proyecto de investigación.

Principio de confidencialidad, La información que los representantes de las micro y pequeñas empresas nos brindaran será guardada con la finalidad de no perjudicar ni dañar la integridad de la organización.

En estos principios éticos se basará nuestro proyecto de investigación, ya que haremos énfasis en respetar dichos principios éticos según el reglamento de investigación de la universidad.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1

Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector Comercio, Rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.

Características de los Representantes	n	%
Edad		
18 - 30 años	3	18.75
31 - 50 años	8	50.00
51 años a más	5	31.25
TOTAL	16	100.00
Genero		
Masculino	13	81.25
Femenino	4	18.75
TOTAL	16	100.00
Grado de instrucción		
Instrucción Básica	9	56.25
Superior universitaria	7	43.75
Superior No universitaria	0	00.00
TOTAL	16	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	10	62.50
Administrador	6	37.50
TOTAL	16	100.00
Tiempo que desempeña el Cargo		
0-3 años	5	31.25
4- 6 años	0	00.00
7 – a más años	11	68.75
TOTAL	16	100.00

Fuente. Encuesta aplicada a los Representantes de las Mypes del Sector Comercio Rubro Ferreterías del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.

Tabla 2

Determinar a las Características de las micro y pequeñas del sector Comercio, Rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.

Características de las Mypes	n	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 - 3 años	5	31.25
4 - 6 años	1	6.25
7 a más años	10	62.50
TOTAL	16	100.00
Número de trabajadores		
1-5 trabajadores	15	93.75
6- 10 trabajadores	1	6.25
11 a más trabajadores	0	00.00
TOTAL	16	100.00
Las personas que trabajan en su empresa son:		
Familiares	9	56.25
Personas no familiares	7	43.75
TOTAL	16	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	13	81.25
Subsistencia	3	18.75
TOTAL	16	100.00

Fuente. Encuesta aplicada a los Representantes de las Mypes de Sector Comercio, Rubro venta de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas. Distrito de Chimbote, 2021.

Tabla 3

Referente a la variable el Benchmarking como Factor Relevante en la Gestión de Calidad.

Características del Benchmarking como Factor Relevante en la Gestión de Calidad	n	%
Conoce el termino benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad		
Si	5	31.25
No	8	50.00
Tiene poco conocimiento	3	18.75
TOTAL:	16	100.00
Técnicas administrativa conoce:		
Benchmarking	4	25.00
Marketing	12	75.00
empowerment	0	00.00
Las 5 c	0	00.00
outsourcing	0	00.00
Otros	0	00.00
TOTAL	16	100.00
Dificultades tiene el personal para aplicar el Benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad		
Poca iniciativa	0	00.00
Aprendizaje lento	1	6.25
No se adapta a los cambios	2	12.50
Desconocimiento del puesto	8	50.00
otros	5	31.25
TOTAL:	16	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce		
La observación	8	50.00
La evaluación	6	37.50
Escala de puntuaciones	0	00.00
Evaluación de 360°	0	00.00
Otros	2	12.50
TOTAL:	16	100.00

Continúa...

El benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad contribuye en mejorar el rendimiento de su negocio		
Si	12	75.00
No	4	25.00
TOTAL:	16	100.00
Estrategias que toma como referencia de otras empresas son para mejorar		
Productos	2	12.50
Servicios	0	00.00
Proceso de trabajo	2	12.50
Todas	12	75.00
TOTAL	16	100.00
Tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking		
La cultura al cambio	1	6.25
Aprendizaje continuo	2	12.50
Competencia en el mercado	4	25.00
Todas	1	6.25
Ninguna	8	50.00
TOTAL:	16	100.00
Un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente		
Si	10	62.50
NO	6	37.50
TOTAL:	16	100.00

***Fuente.** Encuesta aplicada a los representantes, referente a la variable el benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.*

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de productos Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.

Edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas: El (50 %) oscilan las edades entre 31 a 50 años de edad, según los resultados de la (tabla 1), dichos resultados tienen coincidencia con el autor Peláez (2019), quien determinó que el (52.94 %) tienen entre 31 a 50 años, igualmente coincide con el autor Sullón (2017), quien manifiesta que el (60%) tienen de 31 a 50 años de edad, igualmente tiene alguna semejanza con el autor Pacheco (2019), quien indica que el (80%), tienen entre 31 a 50 años de edad, asimismo contrasta con el autor Neciosup (2017), quien nos menciona que el (57%) tienen entre 18 a 31 años de edad, como también contrasta con el autor Picón (2017), donde indica que el (40.74%) tienen las edades de 40 a 50 años de edad. Esto nos demuestra que la mayoría de los representantes de las Mypes son personas adultas que tienen la edad suficiente y la responsabilidad para dirigir dicho negocio.

Género de los representantes de las Mypes: El (81.25 %) son de Género masculino, según el resultado de la (tabla 1), este resultado tiene mucha coincidencia con el autor Picón (2017), establece que el (77.78%) son del género masculino, también coinciden con el autor Neciosup (2017), quien indica que el (77.57%), son del género masculino, igualmente coinciden con el autor Sullón (2017), quien menciona que el (70%) son de género masculino, Peláez (2019), quien manifiesta que el (91.18%) son del género masculino. Esto nos demuestran que la totalidad de estas Mypes del sector comercio, están dirigidas por varones.

Grado de instrucción que tiene los representantes de las micro y pequeñas empresas: El (56.25) % tiene instrucción básica, según el resultado obtenido en la (tabla 1), donde coinciden con el autor Sullón (2017), quien menciona que el (50%) tienen una grado de instrucción básica, asimismo contrastan con el autor Pacheco (2019), donde indica que el (60%) donde menciona que tienen el grado de instrucción no universitaria, a la vez también igual contrastan con el autor Peláez (2019), quien establece que el (50%) no tiene instrucción no universitaria. Esto nos demuestran que la mayoría de los representantes solo cuentan con un grado de instrucción básica, como también no tiene un grado de instrucción universitaria, asimismo solo cuentan con su experiencia que han adquirido de manera empírica

Cargo que desempeña los representantes de las Mypes: El (62.50 %) son los mismos dueños quienes se encargan de su negocio, según la (tabla 1), mientras que tiene alguna coincidencia con el autor Pacheco (2017), donde indica que el (60%) son los dueños que administran su negocio, asimismo coinciden con el autor Peláez, H (2019), quien obtuvo que el (52.94 %) son los mismos dueños que se encargan de su negocio, como también coinciden con el autor Sullón (2017), donde menciona que el (50%) son los mismos dueños que dirigen su negocio, mientras que contrastan con el autor Neciosup, C (2017), donde nos manifiesta que el (86%) son dueños. Esto nos demuestra que la mayoría de representantes de dichas Mypes son los dueños mismos quienes dirigen personalmente su negocio porque consideran que es demasiado caro contratar un administrador que se encargue de su negocio.

Tiempo que desempeña el cargo los representantes de las micro y pequeñas empresas: El (68.75 %) tienen entre 7 a más años desempeñan el cargo, según la

(tabla 1), asimismo tiene una gran coincidencia con el autor , lo cual contrastan con el autor Neciosup (2017), donde menciona que el (64%) tiene un tiempo de desempeño de 7 años a más, igualmente coinciden con Pacheco(2017), donde nos señala que el (50%) desempeñan el cargo de 7 a más años, donde se contrastan con el autor Peláez (2019), quien nos menciona que el (47.06 %) tiene un tiempo de permanencia de 4 a 6 años que desempeñan en el cargo. Esto nos demuestra que la totalidad de autores coinciden que tienen varios años que desempeñan en el cargo los representantes por tanto conocen el rubro.

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote 2021.

Tiempo de permanencia en el rubro: El (62.50 %) tienen de 7 a más años, según la (tabla 2), mientras tiene mucha coincidencia con el autor Peláez (2019), en donde demuestra que el (61.76 %) tienen entre 7 a más años de permanencia en su rubro, igual se coinciden con el autor con Neciosup (2017), en donde determina que el (64.29 %) tiene 7 a más años de permanencia en el rubro, igualmente coinciden con el autor Sullón (2017), quien nos señala que el (60%) tienen de 7 a más años, asimismo también contrastan con el autor Picón (2017), quien manifiesta que el (44.44%) tiene permanencia en el rubro de 6 años a más. Esto nos demuestra que la mayoría de las Mypes tienen varios años en el rubro y han logrado posicionarse dentro del mercado.

Número de trabajadores: El (93.75 %) tienen un promedio de 1 a 5 trabajadores, según la (tabla 2), mientras se tiene coincidencia con el autor Peláez (2019), donde establece que el (82%) tiene de 1 a 5 trabajadores, como también coinciden con el autor Peláez (2019), donde señala que el (82.35%) tiene de 1 a 5

trabajadores, igualmente coincide con el autor Sullón (2017), quien manifiesta que el (80%) tiene de 1 a 5 trabajadores, asimismo se contrasta con el autor Neciosup (2017), donde determinó que el (79%) tiene de 6 a 10 trabajadores. Esto nos demuestra la mayoría de Mypes de dicho rubro cuentan con un mínimo de trabajadores debido a que son empresas pequeñas que no requieren de mucho personal por poca actividad de trabajo.

Personas que trabajan en su empresa son: El (56.25 %) son familiares, según la (tabla 2), mientras que coinciden con el autor Peláez, H (2019), en donde nos manifiesta que el (52.94 %) sus trabajadores son familiares, como también se asemejan con el autor Pacheco (2017), quien nos señala que el (90%) sus trabajadores son familiares, asimismo se contrasta con el autor Necisosup, C (2017), en donde manifiesta que el (79%) son personas no familiares. Esto nos demuestra que la mitad de los trabajadores son familiares del dueño del negocio, esto se debe a que son negocios que fueron creados dentro de un entorno familiar.

Objetivo de creación: El (81.25%) fue con el fin de generar ganancias, según la (tabla 2), mientras que tiene coincidencia con el autor Neciosup (2017), donde nos menciona que el (93%) tiene como objetivo generar ganancia, asimismo se coinciden con el autor Peláez (2019), la cual manifiesta que el (65%) se creó con el objetivo de generar ganancias para su empresa. Esto no demuestra que la gran mayoría de las Mypes tuvieron como finalidad generar sus ingresos, como también invertir en su negocio.

Referente a la variable el benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad

Con referencia a nuestra variable el Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad, según la (tabla 3), el (50%) no conocen esta variable, el (31.25%) si conoce esta variable, el (18.75%) tiene poco conocimiento. En cuanto a nuestros antecedentes solo mencionan el término Gestión de Calidad: Nos menciona el autor Peláez (2017), que el (41%) tiene poco conocimiento del término Gestión de Calidad, mientras que se contrasta con el autor Neciosup, C (2017), quien demuestra que el (57%) si conoce la Gestión de Calidad. Por tanto, al no encontrar ninguna coincidencia con los antecedentes podemos demostrar que los representantes de dichas Mypes no conocen dicha variable. Esto nos demuestra que la mayoría desconocen la variable. Por tanto, desconocen de cómo aplicar el Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad.

En su libro benchmarking como herramienta de mejora de desarrollo en la empresa, el autor Sánchez, (2016), donde nos menciona que el benchmarking es un estudio de beneficio y rediseño con el fin de mejorar sus procesos de trabajo y gestión empresarial. Asimismo nos menciona en su libro Gestión Integral de la Calidad del autor Cuatrecasas (2010), que cuando se implementa un sistema de gestión de calidad del benchmarking se logra una ventaja competitiva para su organización

Técnicas modernas que conoce: El (75%) conoce el Marketing, según la (tabla 3), asimismo tiene coincidencia con el autor Peláez (2019), donde nos demuestra que el (32%) conoce la técnica moderna Marketing, asimismo se contrasta con el autor Pacheco (2019), donde nos indica que solo el (10%) conocen la técnica

moderna el benchmarking. Por tanto, esto nos demuestra que la mayoría desconocen la técnica es poco conocida por los representantes de las Mypes en mención.

Dificultades que tiene el personal para implementación del benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad, según la (tabla 3). El (50%) tiene desconocimiento del puesto, el (12.50%) no se adapta al cambio, mientras que el (6.25%) aprendizaje lento. Esto nos demuestra que la mayoría del personal tiene dificultades para implementar el benchmarking. En su libro *El Benchmarking como herramienta de mejora de la calidad* nos menciona Marciniak, (2015), es que debe tener en cuenta las debilidades que tiene dentro de sus organización, para tener claro en que está fallando y lograr compararse con las empresas líderes en el mercado y poder buscar soluciones que se ajusten a su necesidades de la organización.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El (50%) utilizan la técnica la evaluación, según la (tabla 3), mientras que coinciden con el autor Pacheco (2019), en donde menciona que el (64%) utiliza la técnica evaluación para medir el rendimiento de su personal, además se logra contrastar con el autor Pacheco (2019), en donde menciona que el (80%) usa la técnica observación. Esto nos demuestra que la mitad de los representantes miden el rendimiento de su personal con la técnica evaluación.

Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad contribuye a mejorar su negocio, según la (tabla 3). El (75%) de los representantes manifiestan que si contribuye en mejorar su negocio, asimismo mencionan el (25%) que no contribuye en mejorar su negocio, debido a que no conocen dicho término.

Esto demuestra que la totalidad de los representantes afirman que el benchmarking como Factor relevante si contribuye en mejorar sus negocios. En su libro Benchmarking Herramienta de Control de Calidad y Mejora continua, el autor es Gisbert, & Raissouni (2014), nos menciona que al estudiar y descubrir las mejoras de calidad de su competencia puede aplicarlas y adaptarlas de manera eficiente con el fin de beneficiar a la organización.

Estrategias que toma como referencia de la competencia para mejorar, según la (tabla 3). El (80%) utilizan todas las estrategias, asimismo tiene mucha coincidencia con Llontop & Rimarachín (2017), donde nos menciona que (64%) utilizan todas las estrategias de su competencia. En su libro Benchmarking, Herramienta de desarrollo en las empresas, el autor Sánchez (2016), donde nos mencionan que el Benchmarking competitivo es importante porque toma como referencia todas las áreas en la que se pueden mejorar ya sea en productos o en servicios o en sus procesos de trabajos.

Tipo de fortalezas considera necesita su empresa para implementar el benchmarking, según la (tabla3). El (50%) nos manifiestan que considera todas fortalezas para aplicar la herramienta benchmarking, el (25%) considera la competencia de mercado, el (12.50 %) manifiesta que debe implementar la cultura de cambio, el (6.25%) menciona que debe implementar el aprendizaje continuo, mientras que el (6.25%) manifiesta que no debe implementar ninguna fortaleza, debido a que no encontramos antecedente alguno referente a esta pregunta.

El buen uso del benchmarking permite que la empresa sea eficiente, según la (tabla 3). El (60%) de los representantes nos menciona que si permite ser eficiente, mientras que el (40%) nos manifiesta que no, porque desconoce la herramienta administrativa benchmarking. Esto nos demuestra que la mayoría de representantes afirman que si permite que la empresa sea eficiente. No obstante, desconoce cómo implementarlas en su empresa por desconocer dicha técnica.

En su libro Benchmarking herramientas de Control de Calidad y Mejora continua, los autores Gisbert & Raisoouni (2014), donde nos afirman el benchmarking son procesos sistemáticos para medir y compararse con otras empresas con el fin de beneficiarse y lograr tomar acciones correctivas para mejorar constantemente e innovar en diferentes áreas de la organizaciones donde encuentre errores poder corregirlos a tiempo con el fin de buscar la eficiencia y la eficacia de la organización.

Tabla 4

Plan de mejora del benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas al por menor artículos de ferretería Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.

Plan de Mejora

1. Datos generales

- **Nombre o razón social:** Dirigido a las Ferreterías del Mercado Ferrocarril Las Malvinas del casco urbano, distrito de Chimbote, Provincia del Santa
- **Giro de la empresa:** Ventas al por menor de artículos de ferretería
- **Dirección:** Casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa.
- **Nombre del representante:** Propietarios de las Ferreterías

2. Misión:

Brindar a los clientes los mejores productos y artículos ferretería de diferentes marcas nacionales o importadas con una buena calidad y garantía a un precio dentro del mercado brindándole la atención personalizada con el fin de tener un cliente satisfecho.

3. Visión:

Llegar a ser líder en el mercado Ferretero ya sea nivel local como es dentro del mercado Ferrocarril Las Malvinas, así como también a nivel Nacional, brindando nuestros productos y artículos de calidad y garantía, brindamos una buena atención personalizada para así fidelizar a nuestros clientes .

4. Objetivo de utilizar el benchmarking

- Adquiere mayor conocimiento y comprensión de sus competidores.
- Estudia la competencia en tiempo actual.
- Conoce el sector
- Logra crear nuevos objetivos
- Identificar para mejorar el rendimiento.
- Conocer a sus clientes potenciales
- Mejorar la eficacia de sus campañas de Marketing.
- Descubrir nuevas necesidades de sus clientes.
- Mejorar continuamente.

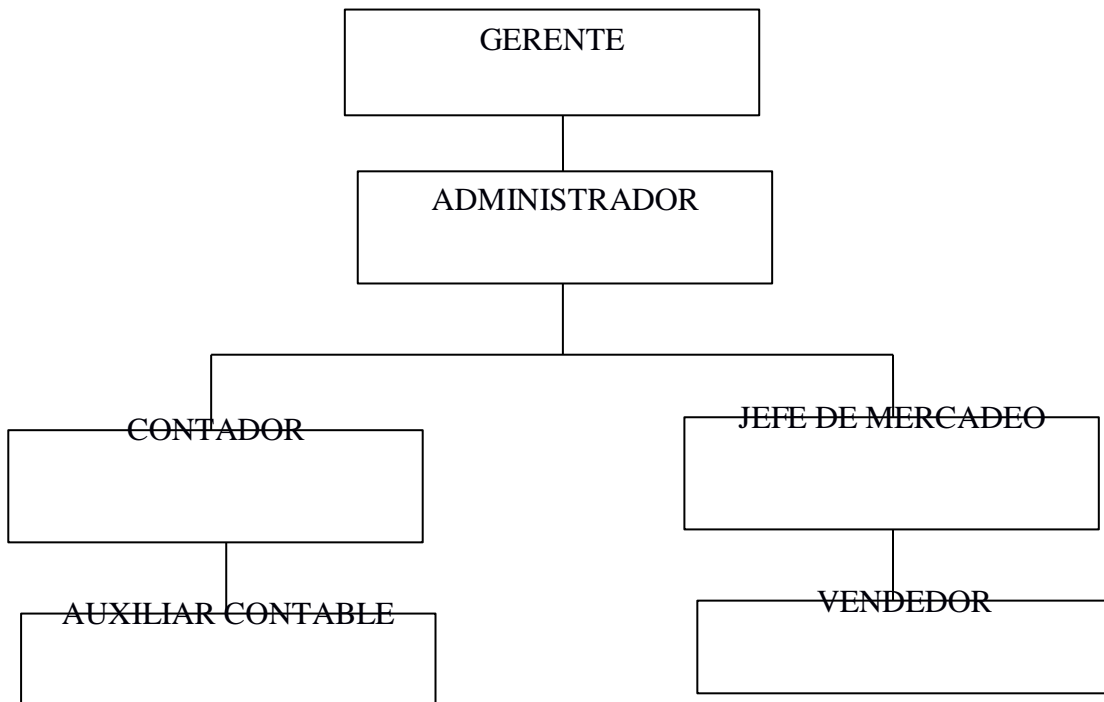
Cuando detectas lo que realmente funciona y lo tienes en cuenta, puedes hacerlas más competitiva la empresa, ganar capacidad de superación, todas las organizaciones deben incorporar la ventaja estratégica de marketing como es la práctica de un buen uso del benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad en las empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferreterías, con el fin de mejorar sus funciones administrativas como es el control y dirección de un benchmarking competitivo o el benchmarking que se ajuste al sector y rubro, como también lograr satisfacer las necesidades de sus clientes con la compra de sus productos y de servicio para crear fuerte relación con los clientes y proveedores.

5. Productos y /o Servicios

Cuenta con una amplia diversidad de productos y artículos de sector ferretero ya sea para construcción, gasfitería, pintura, electricidad, repuestos, maquinarias herramientas, entre otros, etc.

Personal capacitado para brindar un asesoramiento personalizado a los clientes a la hora de su compra.

6. Organigrama



7. Diagnostico General

Matriz FODA	Oportunidades	Amenazas
<p>Factores Externos</p> <p>Factores Internos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a nuevas tecnologías. - Crecimiento en el segmento ferretero. - Posicionamiento - Expansión - Recibir prestamos 	<ul style="list-style-type: none"> - La falta de implementación del benchmarking. - No cuenta con personal capacitado para usar un benchmarking. - Tener mucha competencia.
Fortalezas	F-O	F-A
<ul style="list-style-type: none"> - Variedad de productos. - Precios competitivos - Calidad de Mercancía - Asesoramiento personalizado al cliente. - Personal necesario. - Buena ubicación de local. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser conocido en el rubro Ferretero. - Elaborar acciones para proveer productos de calidad. - Satisfacer a sus clientes con sus servicios y productos. - Desarrollarse campañas para tener más sucursales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Obtener gran variedad de productos - Mejorar el desempeño de sus funciones. - Adquirir conocimientos para mejorar el trato con los clientes. - Tener buena comunicación entre cliente y dueño.
Debilidades	D-O	D-A
<ul style="list-style-type: none"> - No usa el benchmarking como ventaja competitiva. - Falta de capacitación de empleados. - Falta de eficiencia en control de inventarios. - Falta de dirección estratégica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitar al personal constantemente. - Sistematizar x medio de una página Web. - Crear estrategias para fortalecerse. - Incentivar a los empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las funciones de ante sus mercados objetivos. - Capacitación a sus empleados. - Se debe mantener una comunicación de los empleados y dueños. - Manejar situaciones bajo desempeño.

8. Indicadores de Gestión

Indicadores	Indicadores
Nivel de uso del Benchmarking	Nivel de uso del Benchmarking
Participación en el Mercado	Participación en el Mercado
Posicionamiento frente a la competencia	Posicionamiento frente a la competencia
Satisfacción del cliente	Satisfacción del cliente
Cumplimiento del programas de entregas.	Cumplimiento del programas de entregas.

9. Problema

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Nivel de uso del Benchmarking	Nivel de uso de Benchmarking es bajo	Por la falta de conocimiento acerca de la importancia de las ventajas del benchmarking
Participación en el Mercado.	Poca participación en el mercado	Por la falta de uso y la implementación del benchmarking.
Posicionamiento frente a la competencia	El cliente no conoce el negocio.	El poco interés de los empresarios para invertir en programa de control de inventarios e implementación del benchmarking.
Satisfacción del clientes	Es regular la satisfacción el cliente	La atención es un poco lenta debido a que no tiene un control de ventas e inventarios.
Cumplimiento del programa de entregas.	Es regular el cumplimiento de entrega.	Cuenta algunas veces con stock para entregar en el momento.

Tabla 4

Plan de mejora del benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas al por menor artículos de ferretería Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.

Plan de Mejora

Problemas	Causa	Solución	Responsable
Con referencia a nuestra variable El Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad, no conocen dicho término. Asimismo no conocen la técnica administrativa Benchmarking.	Desconocen las ventajas del término el benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad. Por tanto no pueden aplicar el benchmarking y proceso	Tiene que capacitarse con profesional que sea especialista en la técnica benchmarking para así poder implementarlos y mejorar su negocio. Ya seas en (Proceso operativos, procesos de negocio, productos o servicios).	Dueño y/o Administrador
El personal tiene dificultades para implementar el benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad.	El personal desconoce el puesto de aplicación de la técnica administrativa benchmarking.	Se debe capacitar al personal para que pueda aplicar y adaptarse a las técnica benchmarking en áreas que tengan algunas fallas.	Dueño y/o Administrador

Fuente: elaborado por el estudiante.

CONCLUSIONES

La gran mayoría de los representantes sus edades oscilan entre 31 a 50 años, son del género masculino, tienen el grado de instrucción básica, son los mismos dueños quienes dirigen sus propios negocios y están en el cargo entre 7 a más años.

La mayor parte de las micro y pequeñas empresas tienen el tiempo de permanencia en el rubro de 7 a más años, tienen de 1 a 5 trabajadores, son familiares los que trabajan, y su objetivo generar ganancias.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ventas al por menor de artículos de ferretería, no conocen el término El benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad, asimismo no conocen la técnica moderna benchmarking, tiene otras dificultades para implementar el benchmarking, utilizan la técnica evaluación para medir el rendimiento de su personal. No obstante, nos mencionan que el benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento de su empresa, también toma todas las estrategias de referencia de otras empresas para mejorar, además considera que necesita todas las fortalezas para implementar el benchmarking, y su buen uso del benchmarking le permitirá a su empresa ser más competitiva y eficiente.

RECOMENDACIONES

Objetivo específico 1

Es de suma importancia que los representantes conozcan las ventajas que tiene un buen uso de la técnica administrativa benchmarking, se debe tener en cuenta utilizar los servicios profesionales de especialistas en la técnica benchmarking para así conocer y capacitar a sus trabajadores, y adaptarlos a su negocio.

Objetivo específico 2

Las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta al por menor de artículos de ferretería, deben tener en cuenta de la gran competencia que existe en el mercado por tanto tienen que adaptarse a dichos cambios, para que así puedan diferenciarse de la competencia con el fin de elaborar una gestión eficiente, para eso se debe aplicar el benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad y adecuarlas a sus actividades, para así encontrar los errores y poder solucionarlo a tiempo.

Objetivo específico 3

Se le sugiere desarrollar el benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad, con el fin de mejorar su gestión Administrativa y mejorar sus procesos de trabajo para estar constantemente innovando y mejorando continuamente, así lograra optimizar sus ventas, obtener rentabilidad para sus negocios, el cliente será beneficiado con sus productos y servicios eficientes.

Implementar un Plan de mejora elaborado en base a nuestros resultados obtenidos, que traerá beneficio a las micro y pequeñas empresas de dicho sector y rubro en estudio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andina, (2017), en su artículo informativo: Municipio de Trujillo formaliza 750 mypes en lo que va del año, del sector construcción. Recuperado:

<https://andina.pe/agencia/noticia-municipio-trujillo-formaliza-750-mypes-lo-va-del-ano-296074.aspx>.

Aguilar, H. (2015), en su tesis: “Gestión del Talento Humano en las Mípymes de la Industria Ferretera del Municipio de Asunción Mita”. Recuperado:<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Aguilar-Hector.pdf>

Ariza, A. & Flechas. J. (2015), en su tesis: “Diseño del Sistema de Gestión de Calidad Iso 9001:2015 Para La Comercializadora De Ferretería En Colombia R.F.C. S.A.S”.

<http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/123456789/475/1/ArizaAriza-AngieTatiana-2018.pdf>.

Balestrini (2006, p.125) define “el marco metodológico como la instancia ... investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos para la. Capitulo III Marco Metodológico Toda Investigación...<http://virtual.urbe.edu> > tesispub > cap03pdf

Blog de Norma ISO 9001, (2015): De la calidad a la gestión

<http://blogdecalidadiso.es/nueva-norma-iso-90012015-de-la-calidad-a-la-gestion/>

Confecámaras, (2017), Cámaras de Comercio se consolidan como aliadas de los empresarios, de acuerdo con la Gran Encuesta Micro de Anif.

<http://www.confecamaras.org.co/noticias/694-camaras-de-comercio-se-consolidan-como-aliadas-de-los-empresarios-de-acuerdo-con-la-gran-encuesta-micro-de-anif>.

Cuatrecasas, L. (2010), en su Libro: Gestión Integral de la Calidad: Implantación, Control y Certificación. Ciudad de Barcelona, editorial: profit editorial.
<https://librosenpdf.org/libro-gestion-integral-calidad-implantacion-control-certificacion-pdf/>.

Dini. M & Stumpo. G. (2018), en su Libro: Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Ciudad de Santiago, Editorial: Cepal.
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/44148-mipymes-america-latina-un-fragil-desempeno-nuevos-desafios-politicas-fomento>.

Diario El Peruano (2008) Ley N° 28015, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.<https://vlex.com.pe/tags/diario-peruano-ley-28015-467940>.

Diario El Peruano (2013), Nueva ley N° 30056, ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

El Comercio (2014), el 30% de empresas peruanas tiene una alta eficiencia logística
<https://elcomercio.pe/economia/peru/30-empresas-peruanas-alta-eficiencia-logistica-177578>

García. O. (2018), en su trabajo de investigación: “Gestión de calidad con el uso del marketing y la competitividad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, nuevo Chimbote, año 2016”. Recuperado por:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3991>.

Gisbert, V. & Raissouni, O. (2014), Benchmarking, herramienta de control de calidad y mejora continua.<https://ojs.3ciencias.com/index.php/3c-empresa/article/view/220>

Hernández, S. Fernández, C. y Baptista, L. (2014). Metodología de la Investigación. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill.

INACAL (2019). Modelo de gestión impulsa mejores resultados y la competitividad de las mipyme. <https://www.inacal.gob.pe/principal/noticia/inacal-mipyme-competitividad-resultadosgestion>.

Llontop, L & Rimarachín, R, (2016), en su tesis: Benchmarking y su Relación con las ventas en la Estación de Servicios Santa Ángela S.A.C José Leonardo Ortiz. Recuperado: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/2287/Tesis%20de%20Llontop%20Salazar%20y%20Rimarach%20adn%20Rivera.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Marciniak, R. (2015). Propuesta metodológica para la aplicación del *benchmarking* internacional en la evaluación de la calidad de la educación superior virtual. RUSC. Universities and Knowledge Society Journal, 12(3). pp. 46-61. doi <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v12i3.2163>

Normas ISO 9001 (2015), Adaptación a la nueva norma ISO 9001:2015 <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/>

Neciosup. C. (2017), en su tesis: “Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017”. Recuperado: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10700>.

Pacheco, J. (2019), en su trabajo de investigación: Gestión de Calidad con el Uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas, Sector comercio, rubro ferreterías en la Ciudad de Yurimaguas, Provincia de Alto Amazonas. Recuperado: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9137/gestion_de_calidad_marketing_pacheco_bilbao_jorge_luis.pdf?sequence=1&isallowed=y

- Peláez. H. (2018), en su tesis: “Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, las Malvinas, distrito Chimbote, 2018”. Recuperado:<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11022>.
- Picón, R. (2017), en su trabajo de investigación: “Gestión de calidad bajo el enfoque de marketing en el sector comercial, rubro ferreterías, Distrito de Calleria, año 2017”. Recuperado:repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2774/gestion_de_calidad_marketing_picon_macedo_ricardo.pdf?sequence=4&isallowed=y
- Sánchez, M (2016) El Benchmarking, la Importancia de Analizar el Mercado. Valencia, Place of publication not identified, Recuperado el 25 de junio del 2018 de: <http://www.worldcat.org/title/benchmarking/oclc/950461912>
- Sunafil (2017) En su capacitación orientó a microempresarios de ‘Las Malvinas’ sobre Formalización y Seguridad y Salud en el Trabajo. <https://www.sunafil.gob.pe/noticias/item/6167-sunafil-oriento-a-microempresarios-de-las-malvinas-sobre-formalizacion-y-seguridad-y-salud-en-el-trabajo.htm>
- Spendolini. (2005), en su libro: El Benchmarking, Grupo Editorial Norma Ciudad Francia, SBN958048564X, 9789580485643N.º de páginas 312 páginas https://books.google.com.pe/books/about/Benchmarking.html?hl=es&id=AKGjHXntJVsC&redir_esc=y.
- Tamayo, T. (2014). Metodología de la investigación. Recuperado de, <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2015/zll/metodologiainvestigacion.htm>
- Telaio (2017), las 3 causas de fracaso de empresas más usuales en México <http://blog.telaio.com.mx/las-3-causas-de-fracaso-de-empresas-mas-usuales-en-mexico>.

Trejo, R. (2017), en su trabajo de investigación: Estrategias de Benchmarking para mejorar la Fidelización de Clientes de la empresa Premiere de los Olivos, 2017. Recuperado: <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/560>.

Universidad Cooperativa de Colombia (2015). Propuesta de un diseño de sistema de gestión de calidad Norma ISO9001.2015
<http://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/16471>

ANEXO 1: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	Año 2020								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	4
1	Elaboración del Proyecto	X	X	X													
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación				X												
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación				X												
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X											
6	Redacción y 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 preliminar										X						
12	Redacción del informe											X					
13	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación												X				
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación													X	X		
15	Redacción del artículo científico															X	X

ANEXO 2: PRESUPUESTOS

Categoría		Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)				
• Impresiones				25.00
• Fotocopias				25.00
• Empastado				100.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)				25.00
• Lapiceros				15.00
Servicios				
• Uso de Turnitin		50.00	2	100.00
Sub total				
Gastos de viaje				
• Pasajes para recolectar información				20.00
Sub total				
Total de	presupuesto desembolsable			210.00
Categoría		Base	Número	Total
Servicios				
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)		30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos		35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)		40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional		50.00	1	50.00
Sub total				400.00
Recurso humano				
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)		63.00	4	252.00
Sub total				252.00
Total de presupuesto no desembolsable				652.00
Total (S/.)				862.00

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA 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 GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, EN EL MERCADO FERROCARRIL LAS MALVINAS, DISTRITO DE CHIMBOTE, 2019. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Instrucción Básica
- b) Superior universitaria

- c) Superior no universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

II.REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores

- c) 11 a más trabajadores.

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

III. REFERENTE A LA VARIABLE EL BENCHMARKING COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino el Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad?

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

11. Que técnicas administrativas conoce:

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

12. ¿Qué dificultades tiene el personal para aplicar el Benchmarking como factor relevante en la 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. ¿El benchmarking como factor relevante en la gestión de calidad como cree usted que contribuye en mejorar el rendimiento de su negocio?

- a) si
- b) no

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

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

16. ¿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

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

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

ANEXO 4: CUADRO DE SONDEO

N°	Razón social	Dirección	Representante
01	Ferretería Sharon Import S.A.C	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Hilda Calvo Montañez
02	Ferretería Romi	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Eugenio Villafranca Lopez
03	Ferretería Pacheco	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Hector Pacheco
04	Ferretería JMC	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Juan Manguarza
05	Ferretería Saul	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	María Vasquez Aguilar
06	Inversiones Samir S.A.C	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Miguel Villafranca Calvo
07	Comercial Jhelibet	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Gianina Beatriz Angeles
08	Ferretería & Electro Ashley	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Joman Jano Rodriguez
09	Ferretería Doris	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Doris Delgado Vasquez
10	Ferretería Tony	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Anónimo
11	Ferretería Dino	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Anónimo
12	Ferretería Fabrimex	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Anónimo
13	Ferretería Brandon	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Anónimo
14	Ferretería Toño	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Anónimo
15	Ferretería Lima Fer	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Anónimo
16	Ferretería Turbo	Mercado Ferrocarril, Las Malvinas, Chimbote	Anónimo

ANEXO 5: HOJA DE TABULACIÓN

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
a) Respecto a los representantes				
Edad	18 - 30 años	III	3	18.75
	31 - 50 años	IIIIIIII	8	50.00
	51 años a más	IIII	5	30.25
Total			16	100.00
2. Genero	Masculino	IIIIIIIIII	13	81.25
	Femenino	III	3	18.75
Total			16	100.00
3. Grado de Instrucción	Instrucción Básica	IIIIIIIIII	9	56.25
	Superior universitaria	IIIIII	7	43.75
	Superior No universitaria		0	00.00
Total			16	100.00
4. Cargo que desempeña	Dueño	IIIIIIII	9	56.25
	Administrador	IIIIII	7	43.75
Total			16	100.00
5. Tiempo que desempeña el cargo.	0-4 años	IIIIIIIIII	10	62.50
	4-6 años	IIIIII	6	37.50
	6 a más años		0	00.00
Total			16	100.00
b) Referente al as características de la Micro y pequeñas empresas				
6. Tiempo de permanencia en el rubro	0-4 años	IIII	5	31.25
	4-6 años	I	1	6.25
	6 a más años	IIIIIIIIII	10	62.50
Total			16	100.00
7. Número de Trabajadores	1-5 trabajadores	IIIIIIIIIIII	15	93.75
	6- 10 trabajadores	I	1	6.25
	11 a más traba.		0	00.00
Total			16	100.00
8. Las personas que trabajan en su empresa son	Familia	IIIIII	7	43.75
	Personas no Familiares	IIIIIIII	9	56.25
Total			16	100.00
9. Objetivo de Creación	Generar Ganancia	IIIIIIIIIIII	13	81.25
	Subsistencia	III	3	18.75
Total			16	100.00
c) Referente a la Variable El benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad				
10. ¿Conoce el termino el Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad?	Si	IIII	5	31.25
	No	III	3	50.00
	Tiene poco conocimiento	IIIIIIII	8	18.75
Total			16	100.00
12. ¿Qué Técnicas administrativas conoce	Benchmarking	III	4	25.00
	Marketing	IIIIIIIIII	12	75.00
	empowerment		16	100.00
	Las 5 c		0	00.00
	outsourcing		0	00.00
	Otros		0	00.00
Total			16	100.00
12. ¿Qué dificultades tiene el personal para aplicar en Benchmarking como Factor Relevante en la Gestión de Calidad	Poca Iniciativa		0	00.00
	Aprendizaje Lento	I	1	6.25
	No se adapta al cambio	II	2	12.50
	Desconocimiento del Puesto	IIIIIIII	8	50.00
	Otros	IIII	5	31.00
Total			16	100.00

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	La Observación	IIIIII	7	43.75
	La evaluación	IIIIII	7	43.75
	La Escala de Puntuaciones		0	00.00
	Escala 360°			00.00
	Otros	II	2	12.50
			16	100.00
14. ¿El Benchmarking como factor Relevante en la Gestión de Calidad cree usted que contribuye en mejorar el rendimiento de su negocio?	Si	IIIIIIIIII	12	75.00
	No	IIII	4	25.00
			16	100.00
15. Las estrategias que toma como referencia de otras empresas es para mejorar?	Productos	II	2	12.50
	Servicios		0	
	Procesos de Trabajo	II	2	12.50
	Todas	IIIIIIIIII	12	75.00
			16	100.00
16. ¿Qué tipos de Fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el Benchmarking?	La Cultura de Cambio	I	1	6.25
	Servicios		0	
	Procesos de Trabajo	II	2	12.50
	Todas	IIIIIIIIII	12	75.00
	No		16	100.00
16. ¿Qué tipos de Fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el Benchmarking? Total	Aprendisaje Continuo	II	2	12.50
	Competencia en el Mercado	IIII	4	25.00
	Todas	I	1	6.25
	Ninguna	IIIIIIII	8	50.00
17. ¿Un buen uso del Benchmarking permite a la empresa ser eficiente?	Si	IIIIIIIIII	10	62.50
	No	IIIIII	6	37.50
	A veces		0	00.00
			16	100.00

ANEXO 6: FIGURA

Figuras

Referente características de los representantes de las Mypes del sector comercio, rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2021.

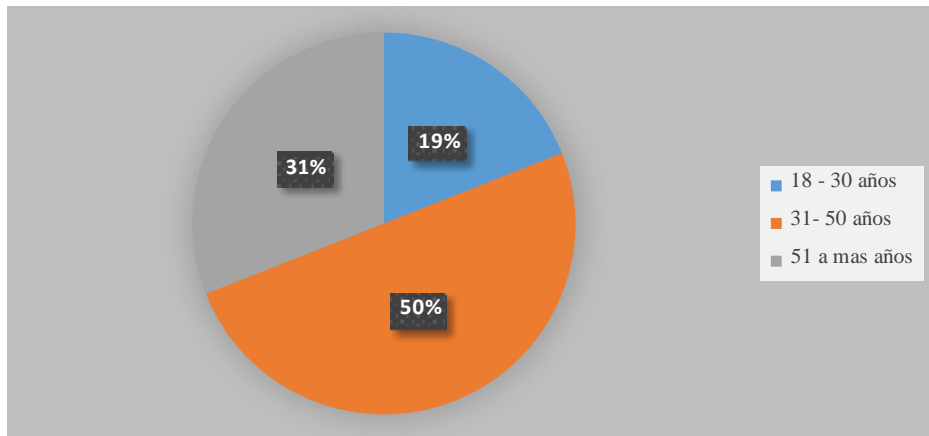


Figura. 1 Edad de los Representantes

Fuentes. Tabla 1

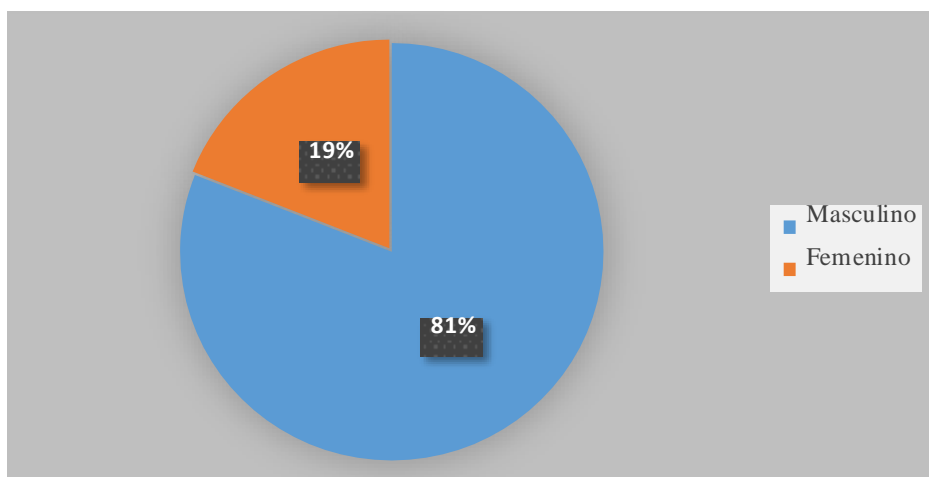


Figura 2. Genero

Fuente. Tabla 1

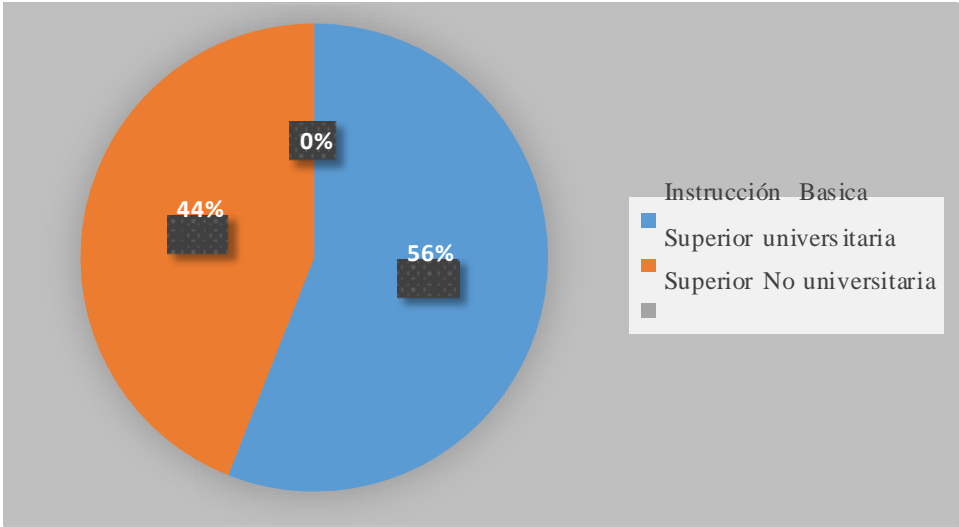


Figura 3. Grado de Instrucción

Fuente. Tabla 1

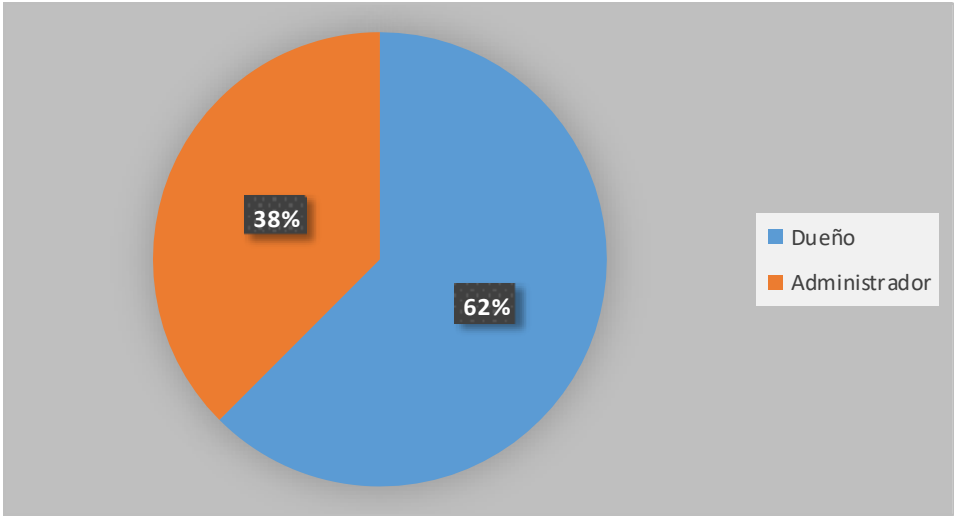


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

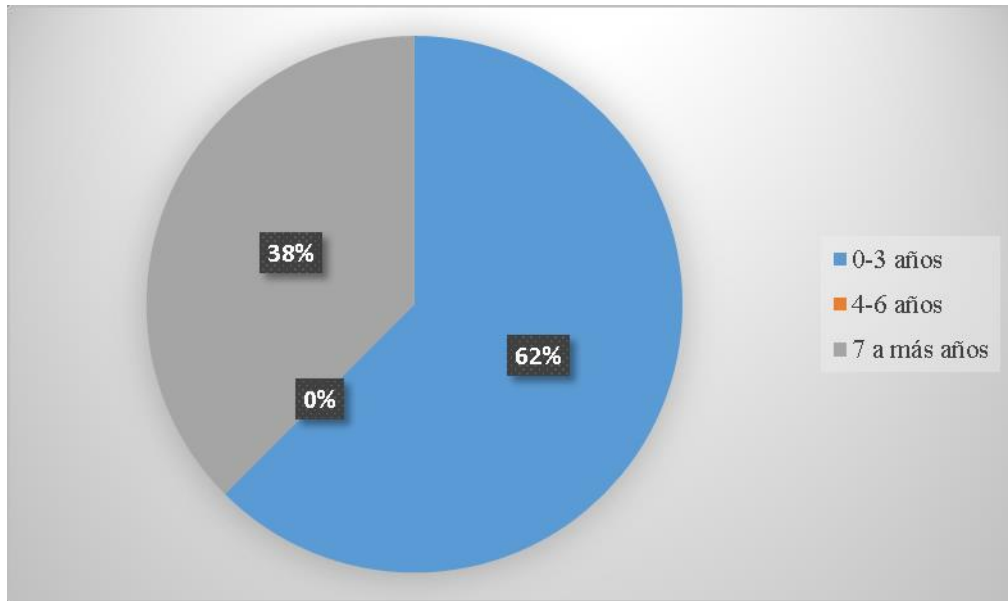


Figura 5. Tiempo de Permanecia en el cargo

Fuente. Tabla 1

Referente a Determinar las Características de las Micro y pequeñas empresas, sector Comercio, Rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas Distrito de Chimbote, 2021.

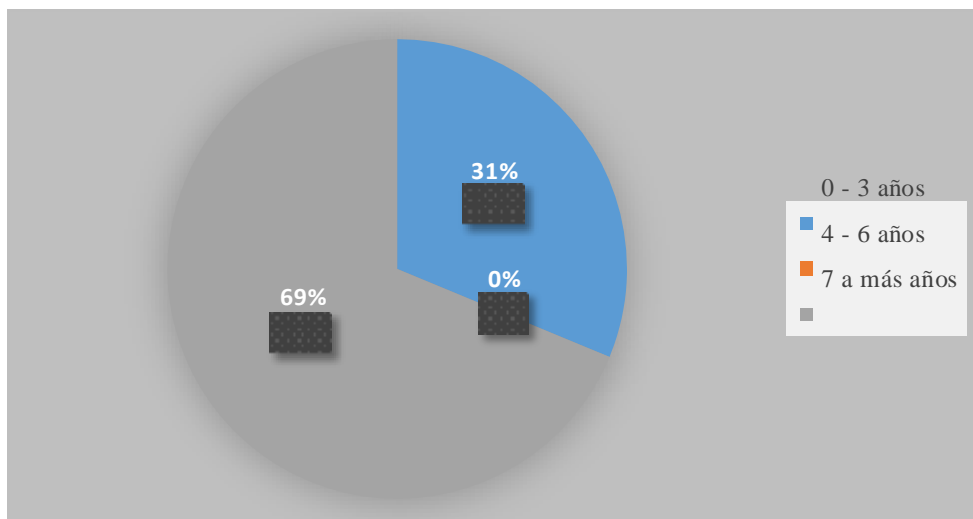


Figura 6. Tiempo de permanecia en el Rubro.

Fuente. Tabla 2

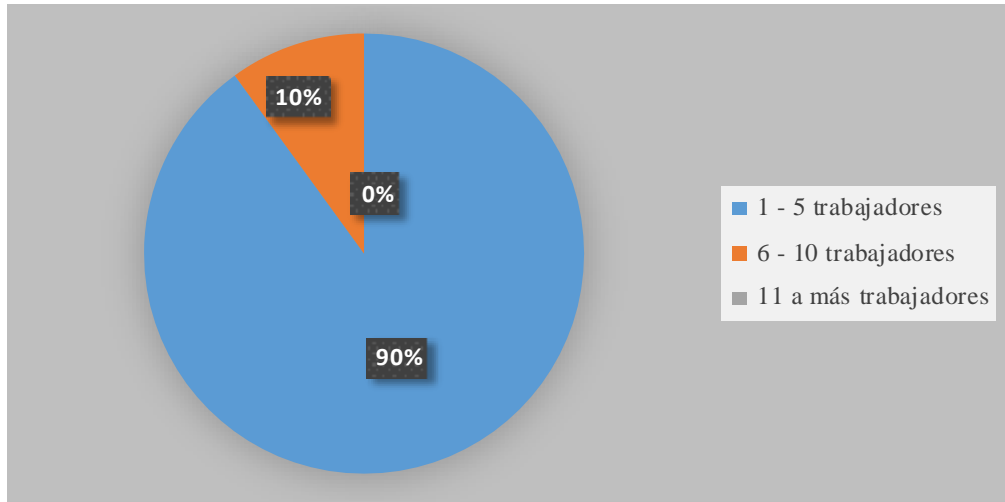


Figura 7. Número de Trabajadores
Fuente. Tabla 2.

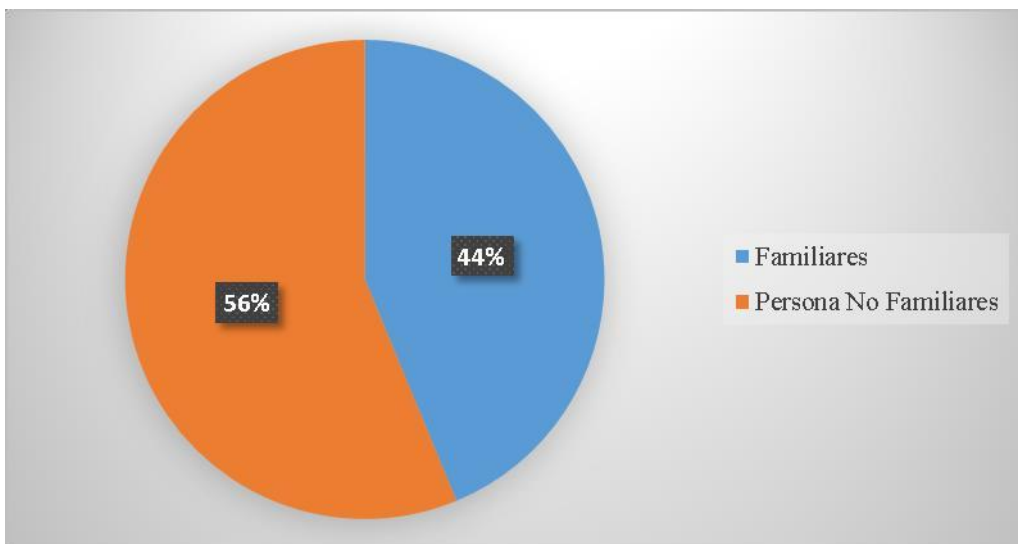


Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son
Fuente. Tabla 2.

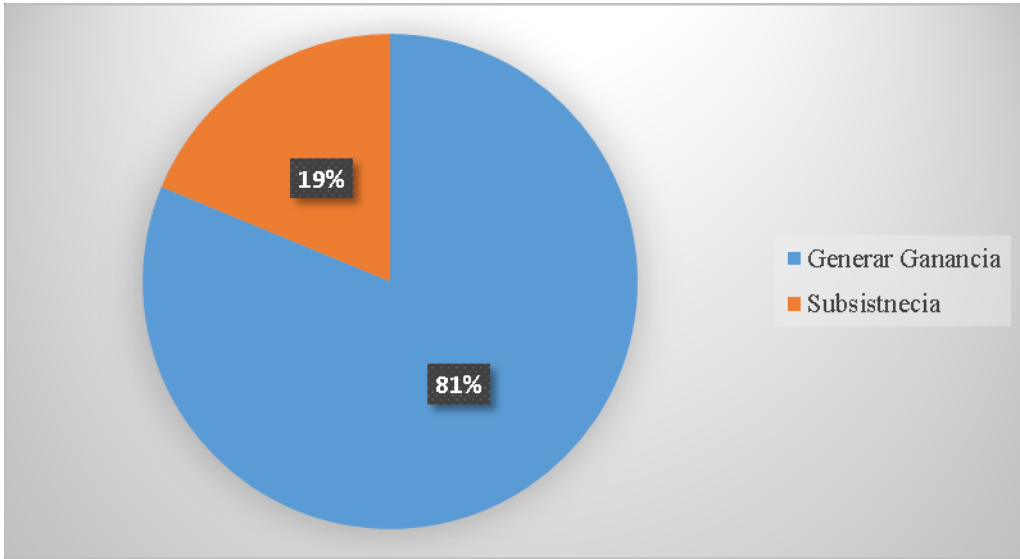


Figura 9. Objetivo de Creación.
Fuente. Tabla 2

Referente a la variable el Benchmarking como Factor relevante en la Gestión de Calidad.

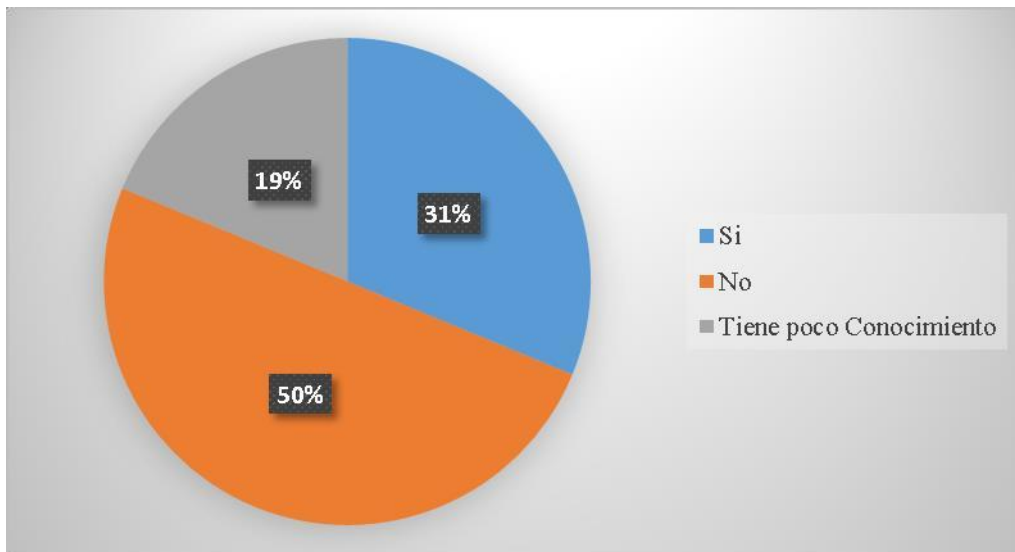


Figura 10. Conoce el termino Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad.

Fuente. Tabla 3

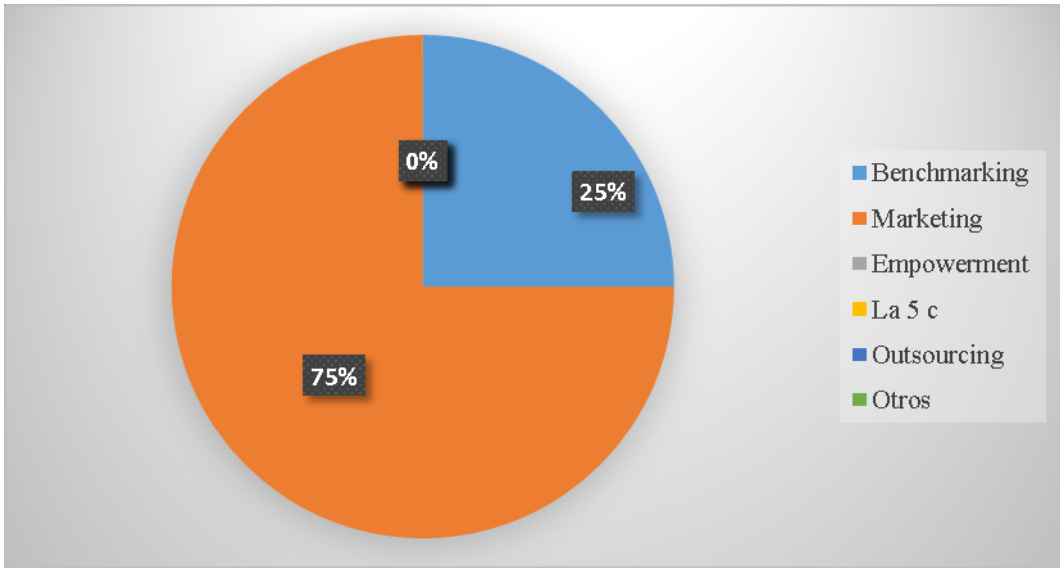


Figura 11. Técnicas administrativas conoce.

Fuente. Tabla 3

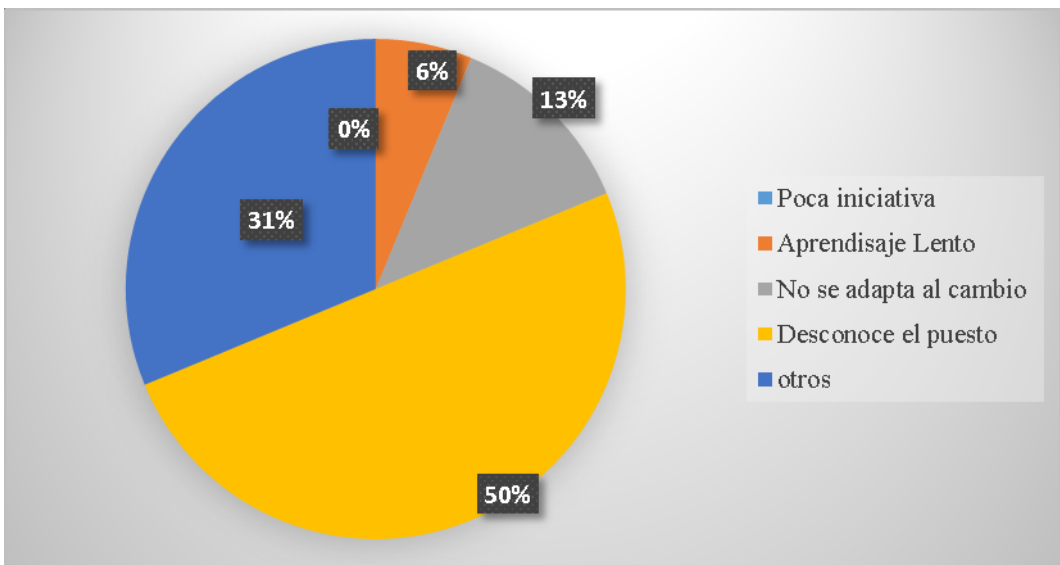


Figura 12. Dificultades tiene el personal para la implementación de la Gestión de Calidad

Fuente. Tabla 3

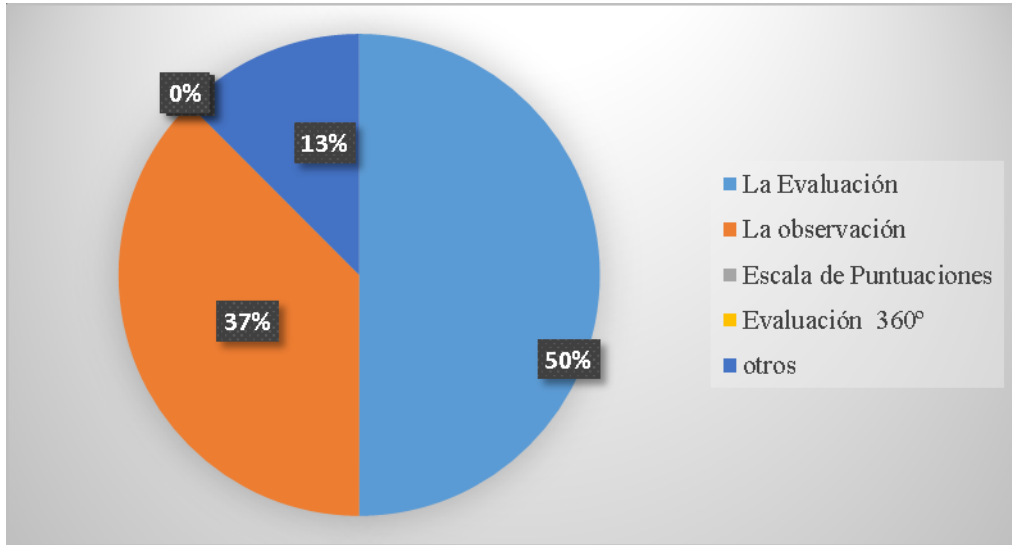


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento conoce

Tabla 3

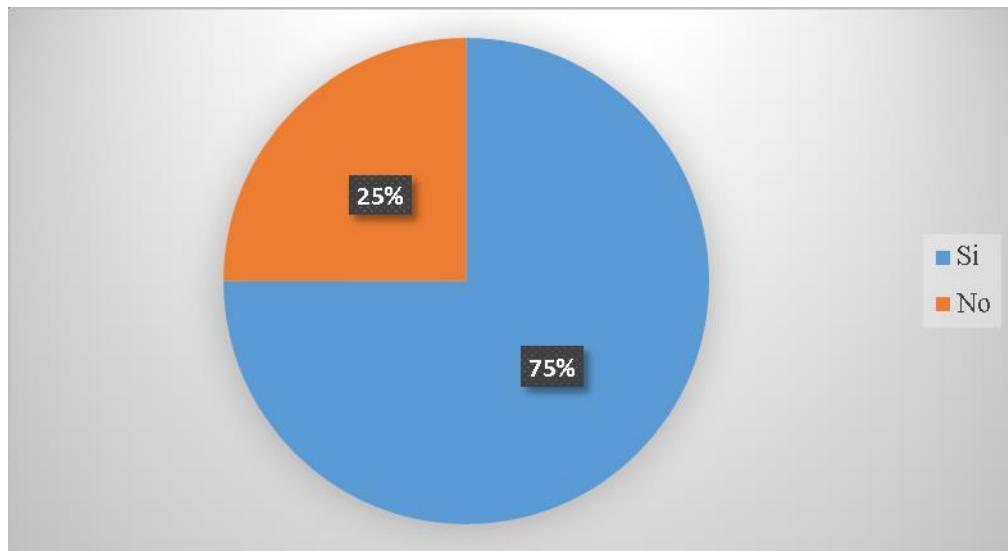


Figura 14. El Benchmarking como factor relevante en la Gestión de Calidad cree usted que contribuye a mejorar el rendimiento.

Tabla 3

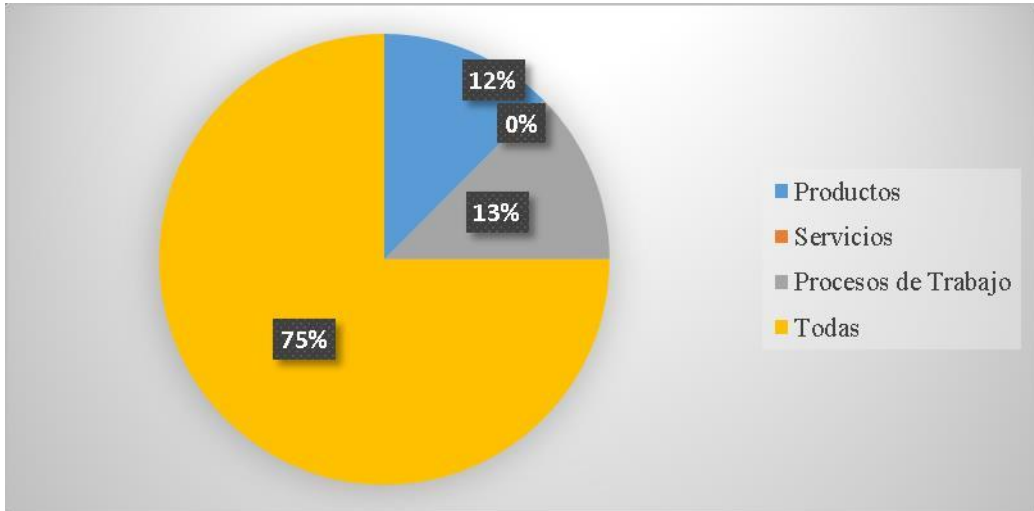


Figura 15. Las estrategias que toma como referencia de otras empresas para mejorar

Tabla 3

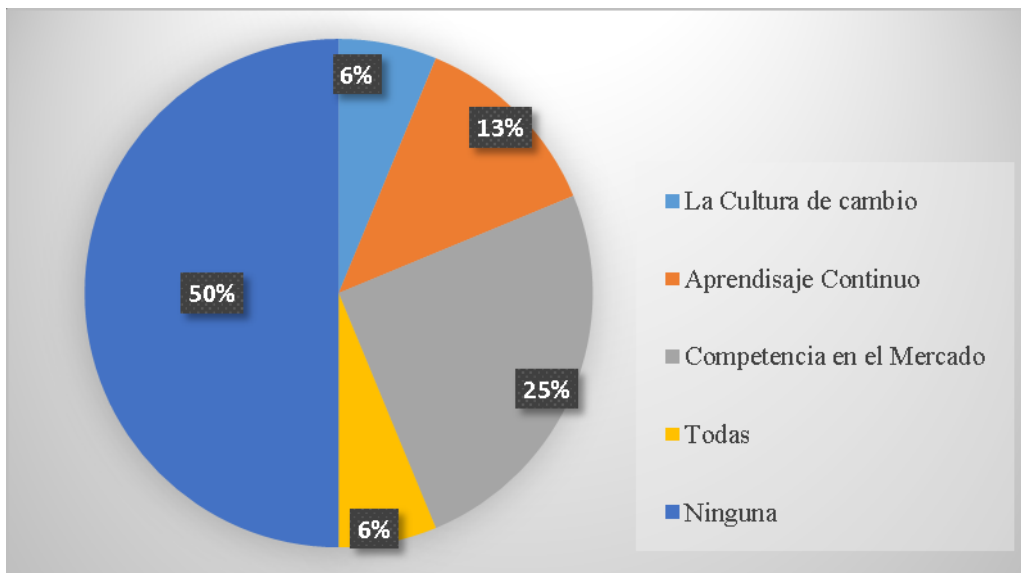


Figura 16. Tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para implementar el Benchmarking

Fuente: Tabla 3

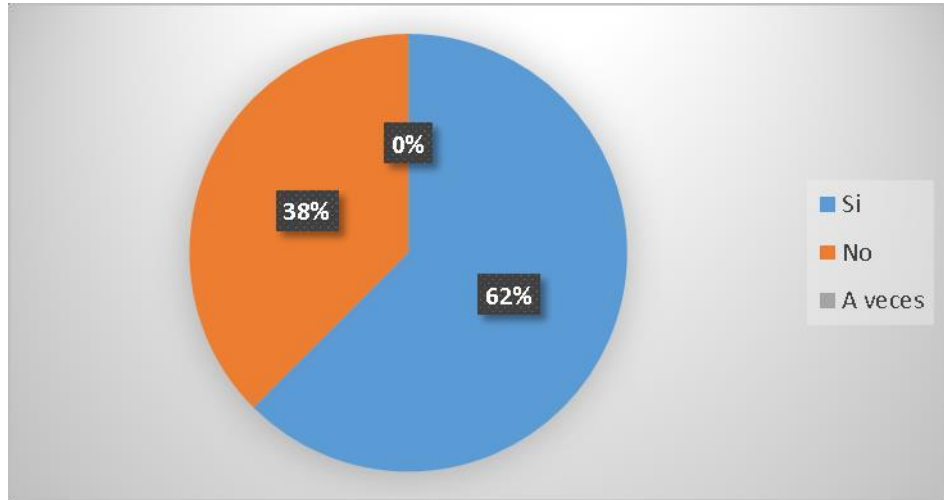


Figura 17. Un buen uso de Benchmarking permite que la empresa ser eficiente

Fuente. Tabla 3



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia del El Benchmarking como Factor Relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, Distrito de Chimbote, 2019. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

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 Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, 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 Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro venta al por menor de artículos de Ferretería del Mercado Ferrocarril Las Malvinas, 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 y un plan de mejora sobre la gestión de calidad con el uso del marketing para su micro o pequeña empresa.

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 Juárez Zúñiga Jackeline, al celular 935503530, o al correo: jujackeline8@gmail.com, 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.

Carlos. E. Rebaza Alfaro

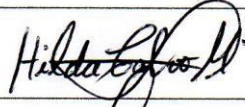
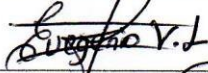
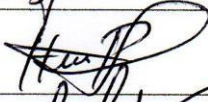
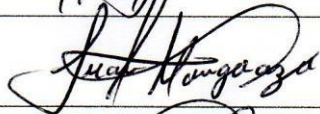
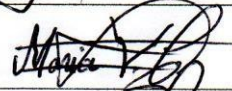
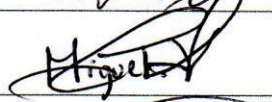
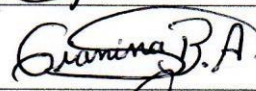

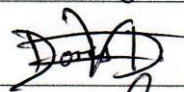
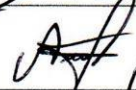
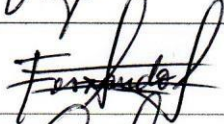
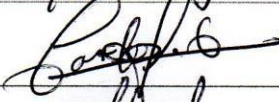
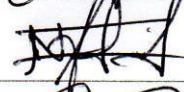
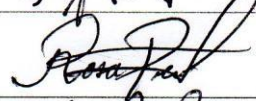
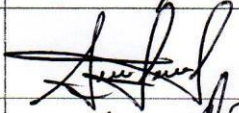



Abril 2020

Nombre del Docente Tutor

Firma del Tutor

Fecha

Nº	Representantes de las Mypes	Firma	fecha
1	Hilda Calvo Montañez		24/04/20
2	Eugenio Villafranca López		24/04/20
3	Héctor Pacheco		24/04/20
4	Juan Manguarza		24/04/20
5	María Vásquez Aguilar		24/04/20
6	Miguel Villafranca Calvo		24/04/20
7	Gianina Beatriz Ángeles		24/04/20
8	Joman Jano Rodríguez		24/04/20
9	Doris Delgado Vásquez		24/04/20
10	Anónimo		24/04/20
11	Anónimo		24/04/20
12	Anónimo		24/04/20
13	Anónimo		24/04/20
14	Anónimo		24/04/20
15	Anónimo		24/04/20
16	Anónimo		24/04/20

EL BENCHMARKING COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA DEL MERCADO FE

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repositorio.uladech.edu.pe

Internet Source

5%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 4%

Exclude bibliography Off