



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DEL BENCHMARKING PARA LA
GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS, RUBRO POLLERÍAS EN EL DISTRITO DE
HUARAZ, 2021

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

FLORES DIAZ, JORGE DIEGO

ORCID: 0000-0002-0908-6141

ASESOR

Mgtr. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

HUARAZ – PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Flores Díaz, Jorge Diego
ORCID: 0000-0002-0908-6141
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huaraz, Perú

ASESOR

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia
ORCID: 0000-0001-9618-6177
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e
Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia
ORCID: 0000-0001-6176-191X

Mgtr. Rosillo de Purizaca, Maria del Carmen
ORCID: 0000-0003-2177-5676

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel
ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia
ORCID: 0000-0001-6176-191X

Presidente

Mgtr. Rosillo de Purizaca, Maria del Carmen
ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel
ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia
ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la virgen María por permitirme gozar de buena salud y encauzarme por el camino correcto, el cual, me permite afrontar con éxito los obstáculos que se presentan día a día.

A mis padres, por sus sabios consejos que inspiró a mi persona para ser perseverante y no claudicar hasta alcanzar el objetivo.

A mis catedráticos por nutrirme de conocimientos durante todo el periodo académico y en especial a mi asesor por absolver todas mis dudas durante el desarrollo de esta investigación, permitiéndome culminarlo satisfactoriamente.

DEDICATORIA

Esta investigación va dedicado con mucho amor y cariño para mis padres Flores Torres Remigio y Díaz Torres Rosa, a quienes admiro mucho por haberme inculcado valores, destacando la unión familiar por sobre todas las cosas y mediante sus sabios consejos luchar incansablemente por mis metas.

Del mismo modo, esta investigación va dedicado a mi querida esposa Espinoza Reyes Tatiana y a mi hermosa hija Flores Espinoza Briana, con quienes comparto todos los días de mi vida recibiendo sus cálidos afectos, aliento, comprensión y paciencia; los mismos que me motivan para afrontar con valentía los obstáculos de la vida.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Carátula.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Índice de contenido.....	vi
6. Índice de tablas y figuras.....	vii
7. Resumen y abstract.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	6
2.1. Antecedentes.....	6
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	21
III. Hipótesis.....	36
IV. Metodología.....	37
4.1. Diseño de la investigación.....	37
4.2. Población y muestra.....	39
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	40
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
4.5. Plan de análisis.....	44
4.6. Matriz de consistencia.....	45
4.7. Principios éticos.....	47
V. Resultados.....	50
5.1. Resultados.....	50
5.2. Análisis de resultados.....	57
VI. Conclusiones.....	63
VII. Recomendaciones.....	65
Referencias bibliográficas.....	75
Anexos.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características de la planeación de actividades de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.....	50
Tabla 2: Características del análisis del desempeño de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.....	51
Tabla 3: Características de la integración organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.....	52
Tabla 4: Características de las acciones de cumplimiento de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.....	53
Tabla 5: Características de la madurez organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.....	54
Tabla 6: Propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Identifica los principales problemas.....	111
Figura 2: Determina los procesos de su competencia.....	111
Figura 3: Utiliza métodos para obtener información.....	112
Figura 4: Compara lo positivo o negativo	112
Figura 5: Realiza proyecciones del desempeño	113
Figura 6: Considera los resultados obtenidos	113
Figura 7: Fija nuevas metas	114
Figura 8: Implementa acciones	114
Figura 9: Hace seguimiento por metas	115
Figura 10: Realiza recomendaciones de mejora	115
Figura 11: Implementas prácticas	116
Figura 12: Norman sus procesos para obtener calidad	116
Figura 13: Busca superar a su competencia.....	117

RESUMEN

Esta investigación titulada propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías del distrito de Huaraz, 2021. Tuvo como objetivo general establecer las propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías del distrito de Huaraz, 2021, la metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal – de propuesta; se utilizó una población muestral de 22 representantes de las MYPES pollerías, empleando la encuesta como técnica y el cuestionario de 13 preguntas como instrumento para obtener datos. Los principales resultados muestran, según las características de la planeación el 72.73% siempre realizan esfuerzos para determinar los mejores procesos de su competencia directa, respecto al análisis el 59.09% siempre comparan con su competencia directa lo positivo o negativo de sus procesos, con relación a la integración el 77.27% siempre consideran los resultados obtenidos para realizar las mejoras en los procesos, referente a la acción el 86.36% siempre implementan acciones para prevenir y corregir los procesos, de acuerdo a la madurez el 77.27% siempre promueven normar sus procesos para obtener altos estándares de calidad. Concluyendo que la mayoría de los representantes maximizan esfuerzos para determinar mejores procesos de su competencia, comparan con su competencia lo positivo o negativo de sus procesos, consideran los resultados para realizar mejoras, implementan acciones para prevenir y corregir procesos, promueven normar sus procesos para obtener altos estándares de calidad.

Palabras clave: Benchmarking, competitividad, gestión de calidad, procesos.

ABSTRACT

This research entitled proposals for improvement of the relevant factors of benchmarking for the quality management of micro and small companies, poultry industry of the district of Huaraz, 2021. Its general objective was to establish the proposals for improvement of the relevant factors of benchmarking for the quality management of micro and small companies, poultry industry of the district of Huaraz, 2021, the methodology was quantitative, descriptive level, non-experimental design - cross-sectional - proposal; A sample population of 22 representatives of the MYPES poultry shops was used, using the survey as a technique and the 13-question questionnaire as an instrument to obtain data. The main results show, according to the planning characteristics, 72.73% always make efforts to determine the best processes of their direct competition, regarding the analysis, 59.09% always compare the positive or negative of their processes with their direct competition, in relation to integration, 77.27% always consider the results obtained to make improvements in the processes, regarding the action, 86.36% always implement actions to prevent and correct the processes, according to maturity, 77.27% always promote regulating their processes to obtain high quality standards. Concluding that the majority of the representatives maximize efforts to determine better processes of their competition, compare with their competition the positive or negative of their processes, consider the results to make improvements, implement actions to prevent and correct processes, promote regulating their processes to obtain high quality standards.

Keywords: Benchmarking, competitiveness, quality management, processes.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental en el desarrollo del nuestro país, por su aporte significativo al PBI y por ser fuentes generadoras de empleo; sin embargo, la mayoría de estas empresas atraviesan una desventaja competitiva por presentar altos niveles de informalidad ante la Sunat, alcanzando durante el 2019 un 83.8% del total (ComexPerú, 2020).

Por otro lado, el benchmarking es una herramienta sustancial para las micro y pequeñas empresas de Europa, Latinoamérica y el Caribe, cuya finalidad es de mejorar los procesos en las actividades que realiza cada empresa durante su operabilidad. Asimismo, su utilidad estratégica contribuye a la mejora de la calidad, generando de esta manera mayor rentabilidad y sostenibilidad; del mismo modo, permite contrarrestar las diversas amenazas externas como la actual crisis sanitaria ocasionada por el Covid 19, siendo uno de los factores que podría repercutir desfavorablemente en la funcionalidad, operabilidad y rentabilidad de las empresas.

En ese contexto, Pincay (2020) menciona que a nivel Sudamérica las MYPES no aplican el benchmarking como herramienta para el impulso de la mejora continua, evidenciando que no realizan comparaciones en cuanto a sus procesos y actividades con empresas de su entorno con una adecuada estructura administrativa y que se encuentran posicionadas en el mercado. Por otro lado, Pincay y Parra (2020) mencionan que en Ecuador existen factores que determinan la permanencia de las MYPES, siendo lo más relevante el desconocimiento de la gestión de calidad, debido a que vienen empleando métodos ineficientes que no les permite identificar los problemas para su evaluación correspondiente, por la inexperiencia en gestión de empresas.

En el ámbito nacional, Domínguez (2018) menciona que los representantes de las MYPES de Piura desconocen las ventajas del benchmarking, señalando que sus representantes casi nunca evalúan a sus competidores, puesto que solo se enfocan en permanecer en el mercado, nunca elaboran propuestas de mejora continua; motivo por el cual, no logran alcanzar los objetivos propuestos. En cuanto a la gestión de calidad, Pacaya (2019) señala que las MYPES del rubro restaurantes-pollerías en el distrito de Yarinacocha – Pucallpa, vienen aplicando escasos modelos de gestión de calidad, la mayoría de estas MYPES están conducidos por el propio dueño, consideran que implementar un proceso administrativo generaría un costo innecesario, ya que, confían en las experiencias obtenidas en el rubro.

Asimismo, en la región Ancash se observa que las MYPES del rubro pollerías presentan diversos problemas por falta de estrategias que permitan mejorar la gestión de calidad, en tal sentido, Salazar (2020) menciona que las MYPES cuentan con diversos problemas en razón a que sus representantes carecen de información sobre el uso del benchmarking como herramienta para los procesos de sus empresas, los colaboradores se limitan a trabajar de acuerdo a sus funciones, no consideran las buenas prácticas internas ni las comparan con otras áreas, tienen un desconocimiento absoluto del manejo interno, competitivo y funcional de las empresas. Del mismo modo, en el ámbito local Bojórquez (2018) menciona que las MYPES del rubro restaurantes – pollerías de la ciudad de Huaraz, presentan deficiencias que afectan la gestión de calidad en sus empresas, debido a la falta de capacitación y motivación de los colaboradores, porque carecen de empatía y carisma al momento de brindar su atención a los clientes, reflejando en ello la falta de calidad y la mala percepción de los clientes por los productos y servicios que se ofrecen.

Por todo lo mencionado se planteó el siguiente problema general: ¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021?

Para dar respuesta al problema se planteó como objetivo general: Establecer las propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías del distrito de Huaraz, 2021. Como objetivos específicos se plantearon: Determinar las características de la planeación de actividades de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021. Describir las características del análisis del desempeño de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021. Identificar las características de la integración organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021. Detallar las características de las acciones de cumplimiento de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021. Precisar las características de la madurez organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021. Elaborar un plan de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Esta investigación se justifica teóricamente, porque se puntualizó la relevancia del benchmarking para la gestión de calidad en las MYPES del rubro pollerías de la ciudad de Huaraz, del mismo modo, porque permitió contrastar las bases teóricas con los resultados producto de la investigación; además servirá para continuar, aportar y generar nuevas investigaciones respecto al rubro estudiado.

En cuanto a la justificación práctica, se justifica porque mediante el conocimiento teórico del benchmarking y los resultados obtenidos producto de la investigación, permitirá mitigar y solucionar problemas existentes en las MYPES del rubro pollerías, para que maximicen sus niveles de rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

Se justifica metodológicamente, porque el nivel de eficiencia del instrumento de recolección de información para obtener los resultados respecto a las MYPES del rubro pollerías en la ciudad de Huaraz, servirá como base para que se pueda integrar y aplicar a otras investigaciones con relación al benchmarking para la gestión de calidad.

La metodología empleada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal – de propuesta; se utilizó una población muestral de 22 representantes de las MYPES pollerías, empleando la encuesta como técnica y el cuestionario de 13 preguntas como instrumento para obtener datos. Los principales resultados que se obtuvieron muestran, según las características de la planeación el 72.73% siempre realizan esfuerzos para determinar los mejores procesos de su competencia directa, respecto al análisis el 59.09% siempre comparan con su competencia directa lo positivo o negativo de sus procesos, con relación a la integración el 77.27% siempre consideran los resultados obtenidos para realizar las mejoras en los procesos, referente a la acción el 86.36% siempre implementan acciones para prevenir y corregir los procesos, de acuerdo a la madurez el 77.27% siempre promueven normar sus procesos para obtener altos estándares de calidad. Concluyendo que la mayoría de los representantes maximizan esfuerzos para determinar mejores procesos de su competencia, comparan con su competencia lo positivo o negativo de sus procesos, consideran los resultados para realizar mejoras, implementan acciones

para prevenir y corregir procesos, promueven normar sus procesos para obtener altos estándares de calidad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Variable 1. Benchmarking

Nava (2020) En su tesis *Sistema de benchmarking como estrategia de innovación tecnológica en el sector crudos pesados y extra pesados*, tuvo como objetivo general proponer un plan estratégico basado en el benchmarking como estrategia de innovación tecnológica para el sector crudos pesados y extra pesados. La investigación fue de tipo explicativa, con un diseño no experimental y transaccional descriptivo, la muestra correspondió a seis empresas, seleccionadas mediante muestreo no probabilístico basado en criterios de selección. La investigación se desarrolló mediante la técnica de encuesta, con un cuestionario de 51 ítems. Los resultados obtenidos, indicaron que el 59% muestra poco interés para determinar las brechas existentes entre el desempeño actual propio y el de los competidores líderes. De igual manera, se evidenció la poca inversión en la incorporación de nuevas tecnologías al sector de estudio, así como fallas en un plan de formación del personal, aunado a debilidades para impulsar las alianzas estratégicas con las fuentes externas. Finalmente, se concluyó llevando a cabo el plan estratégico mediante la técnica del cuadro de mando integral, donde se establecieron diez objetivos estratégicos.

Peralta (2020) en su tesis *Benchmarking como herramienta estratégica para la satisfacción del cliente en las empresas de servicios*, tuvo como objetivo general plantear estrategias de benchmarking como herramienta estratégica para la satisfacción del cliente en las empresas de servicios de la provincia de Tungurahua. El diseño de

la investigación fue de carácter explicativo, descriptivo, correlacional, la población fue de 12,585 gerentes de las empresas de servicios y la muestra fue de 100 gerentes de empresas de alojamiento debidamente registrados. Para la recolección de datos se utilizó la técnica encuesta, instrumento cuestionario integrado por 44 preguntas, donde se obtuvieron los siguientes resultados: del 100% de encuestados, el 84% de las empresas no aplica el benchmarking y solamente el 16% de las empresas si lo aplican, del 100% de encuestados, el 65% de las empresas considera necesario la implementación de estrategias de benchmarking en las empresas de servicios, un 31% menciona estar totalmente de acuerdo con esta aseveración y un 4% consideran indiferente. Asimismo, dentro de las principales conclusiones mencionó que el benchmarking tiene como objetivo la generación de información para una empresa, permite identificar específicamente las características de los productos, procedimientos, procesos para compararlos con los de la competencia.

Achig y Viracocha (2017) en su tesis *Benchmarking para las microempresas de calzado de la ciudad de Latacunga*, tuvo como objetivo principal analizar la importancia de la implementación del benchmarking para el mejoramiento de los procesos de producción en las microempresas de calzado de la ciudad de Latacunga. La metodología investigativa aplicada fue de carácter cuantitativa, descriptiva y exploratoria, la población fue de 22 trabajadores y la muestra fue censal, para la recolección de datos se utilizó la técnica encuesta, instrumento cuestionario conformado por 11 preguntas, donde se obtuvieron los siguientes resultados: El 86% de los trabajadores de las pequeñas empresa de calzado indican que si es necesario la aplicación del benchmarking para el área de producción de calzado y tan solo un 14% menciona que no es conveniente la aplicación del benchmarking, un 95.45% de los

trabajadores de las microempresas expresa que siempre existe una inspección de la calidad del producto, el 4.55% en cambio indica que a veces hay una inspección en el área de trabajo. Dentro de las principales conclusiones señala que la aplicación del benchmarking teniendo como referencia a la empresa Plástica Caucho es necesario la nueva distribución de la planta y la reorganización de los procesos de la producción de calzado.

Variable 2. Gestión de calidad

Avilés y Cedeño (2018) en su tesis *Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante La Finquita*, tuvo como objetivo general diseñar un modelo de Gestión de calidad de servicio al cliente mediante estrategias que permitan incrementar las ventas del restaurante La Finquita en la Ciudad de Guayaquil, la investigación fue de tipo mixto, nivel descriptivo – correlacional, la población y muestra estuvo conformada por 121 visitantes a los que se les aplicó la técnica de la encuesta y el cuestionario integrado por 13 preguntas como instrumento, los principales resultados muestran: El 94.3% de los consumidores indicaron que el servicio es rápido, inmediato y que la mayor parte del tiempo los meseros se toman inclusive menos de cinco minutos en servir el plato, el 62.6% de los encuestados calificaron el trato de los empleados como excelente, el 98.4% de los encuestados señalaron que recomendarían el establecimiento a sus amigos y familiares. Asimismo dentro de las principales conclusiones determinó que para poder realizar un modelo de gestión de calidad al cliente, el local debe pasar por un proceso de mejora continua, se debe otorgar al personal que atiende las mesas un bloc de notas impreso para que el trabajador se ahorre el tiempo.

Escobar y Goyes (2019) en su tesis *Estudio de modelos de gestión de calidad en restaurantes del cantón Playas, provincia del Guayas*, tuvo como objetivo general analizar los procesos de gestión de calidad de los restaurantes del cantón Playas, provincia del Guayas. La metodología utilizada fue de diseño descriptivo – transversal, la población estuvo compuesta por los clientes de los distintos restaurantes y la muestra se consideró a 382 clientes, aplicándoles la técnica de la encuesta y el cuestionario de 26 preguntas como instrumento, los principales resultados muestran: El 80,10% indica sentirse de acuerdo con la apariencia adecuada y pulcra de los trabajadores, el 52,88% se encuentra totalmente de acuerdo con la rapidez en el servicio brindado por el restaurante, el 80,10% se encuentra parcialmente de acuerdo con que el personal este siempre dispuesto a ayudar, el 52,88% se encuentra totalmente de acuerdo con la comunicación oportuna del proceso por parte de los empleados del restaurante, el 59,16% se encuentra totalmente de acuerdo con el cumplimiento de las expectativas del consumidor en relación al servicio prestado. Asimismo dentro de las principales conclusiones determinó que el modelo de gestión propuesto se basa en la normativa ISO, infraestructura, confiabilidad, capacidad de respuesta de los trabajadores, seguridad, empatía y calidad del servicio.

Antecedentes nacionales

Variable 1. Benchmarking

Bravo (2019) en su tesis *La gestión de calidad con el uso de benchmarking y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la avenida José Leal del distrito de Lince 2018*, tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la gestión de calidad con el uso de benchmarking en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios

– rubro restaurantes, de la avenida José Leal, distrito de Lince, Lima 2018, la investigación fue del tipo cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 31 microempresas, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 54 preguntas, donde se obtuvieron los siguientes resultados: El 39% de los encuestados casi siempre identifican la empresa referente en el medio en servicios, el 39% casi siempre averigua y estudia los métodos que aplican estas empresas, el 87% algunas veces implementan acciones para la mejora continua de los procesos. Asimismo dentro de la principales conclusiones consideró que la mayoría de las MYPE perciben que el benchmarking como una herramienta que influye favorablemente en su rentabilidad.

Torres (2019) en su tesis *Benchmarking para incrementar las ventas del restaurante D Karlos carnes y parrillas EIRL, Chiclayo 2017*, tuvo como objetivo principal analizar los factores del benchmarking que contribuyen en el incremento de las ventas del restaurante “D” Karlos carnes y parrillas E.I.R.L. Chiclayo 2017. El desarrollo de la metodología de la investigación fue de tipo descriptivo con un diseño no experimental – transversal, se consideró el método inductivo. La población estuvo conformada por 2428 clientes del restaurante, debido a que era el promedio de clientes mensual en los últimos meses, la muestra estuvo conformada por 156 clientes. Se usó la técnica encuesta e instrumento cuestionario compuesto por 19 preguntas, donde se obtuvieron los siguientes resultados: De acuerdo a la calificación de los precios de los competidores el 10% indicó que era bajo, el 65% regular y el 26% alto, respecto a identificar el proceso de benchmarking el 10% a veces, el 24% casi siempre y el 62% siempre. Asimismo dentro de las principales conclusiones se tiene que los factores del

benchmarking permiten el incremento de las ventas del restaurante, se puede decir que la empresa tiene precios accesibles, el sabor es una fortaleza que la diferencia de su competencia.

Bravo y Díaz (2018) En su tesis *Plan de benchmarking para incrementar la afluencia de clientes en la pollería Cieza - Chongoyape-2017*, tuvo como objetivo principal proponer un plan de benchmarking para incrementar la afluencia de clientes en la Pollería Cieza - Chongoyape 2017, la metodología de investigación fue de tipo cuantitativa, alcance descriptivo y propositivo, de diseño no experimental. La población del estudio estuvo formada por 9213 pobladores del distrito de Chongoyape, de ello se obtuvo una muestra conformada por 136 clientes, para recolectar información relevante se utilizó la técnica de la encuesta por medio de un cuestionario conformado por 20 preguntas, donde se obtuvieron los siguientes resultados: el nivel de benchmarking es malo en 60.3% es por ello que podemos aseverar que no está teniendo en cuenta el análisis a su competencia, el 93.4 % y 49.8% de los clientes encuestados indicaron que el nivel de afluencia de clientes, es muy buena y buena respectivamente. . Asimismo dentro de las principales conclusiones consideró de gran relevancia diseñar un plan de benchmarking debido que la empresa actualmente no cuenta con uno y lo que sería una desventaja con respecto a la competencia.

Variable 2. Gestión de calidad

Kong (2019) en su tesis *Propuesta de mejora del marketing mix como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del casco urbano, distrito de Pisco, provincia de Pisco, departamento Ica, 2018*. Tuvo como objetivo general proponer las mejoras del marketing mix como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas

empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del casco urbano, distrito de Pisco, provincia de Pisco, departamento Ica, 2018. La metodología fue no experimental, descriptiva, transversal y cuantitativa. La población y muestra estuvo conformado por 60 representantes de restaurantes, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario compuesto por 22 preguntas. Los principales resultados muestran: El 38,00% nunca han manejado un manual de procedimientos, el 60,00% no identifican indicadores en su gestión, el 68,00% nunca utilizan herramientas de control, el 50,00% no tienen un plan de mejora, el 28,00% manifiesta que capacita a su personal, el 37,00% indican que la calidad del servicio es importante. Dentro de las principales conclusiones determinó que la calidad del servicio ayuda a tener una mejor aceptación por parte del cliente.

Requena (2022) en su tesis *Propuesta de mejora del marketing para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, centro de Sullana, 2020*. Tuvo como objetivo general determinar si la mejora del marketing permite una gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, centro de Sullana, 2020. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta. Para obtener la información se empleó una población muestral de 7 propietarios de micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, mediante la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 100% siempre ofrece sus productos a precios accesibles, el 43% casi siempre realiza descuentos a fin de atraer a nuevos clientes, el 57% casi siempre varía los productos brindados, el 71% siempre realizan los procesos necesarios para ofrecer un producto y servicio de calidad, el 57% casi siempre evalúa el desempeño de sus colaboradores. Concluyendo que, la mayoría

realizan el seguimiento de las actividades para saber si la implantación de la mejora contribuye en el logro de los objetivos, pero muy poco capacitan y evalúan a sus colaboradores para saber si están realizando adecuadamente lo designado.

Antecedentes regionales

Variable 1. Benchmarking

Mata (2019) en su tesis *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comidas criolla, Av. Pacifico, distrito de Nuevo Chimbote 2016*, tuvo como objetivo principal determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio , rubro restaurantes de comida criolla, Av. Pacifico distrito de Nuevo Chimbote, 2016, La investigación fue de diseño no experimental transversal, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población muestral de 12 micro y pequeñas empresas a quienes se le aplico el cuestionario de 19 preguntas cerradas donde se obtuvieron los siguientes resultados: El 83% de las micro y pequeñas empresas suelen comparar su servicio con otras micro y pequeñas empresas para obtener mejor calidad. El 100% de las micro y pequeñas empresas consideran usar como modelo las buenas prácticas de otras micro y pequeñas empresas para ser aplicadas. El 75% evalúa el desempeño de otras micro y pequeñas empresas para ser evaluados en su negocio. Asimismo dentro de las principales conclusiones sobre el benchmarking, en su mayoría creen que si es necesario aprender de otras organizaciones, solo a veces suelen comparar su servicio con otras micro y pequeñas empresas, los representantes creen que si es necesario usar como modelo las buenas

prácticas de otras micro y pequeñas empresas y a veces suelen evaluar el desempeño de otras micro y pequeñas empresas para aplicarlos en su negocio.

Díaz (2018) en su tesis *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, Nuevo Chimbote año 2016*, tuvo como objetivo principal determinar las características de la gestión de calidad con el uso de benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en la urbanización Santa Cristina, distrito de Nuevo Chimbote, 2016, la investigación fue de diseño no experimental-transversal, para el recojo de información se utilizó una población maestra de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas, obteniendo los siguientes resultados: El 37,5% conoce el término del benchmarking e indica que esta técnica les puede permitir encaminar mejor el negocio. El 37,5% aplican el aprendizaje continuo como fortaleza que necesita su empresa para implementar el benchmarking y el 50% considera que el buen uso de la técnica del benchmarking sí permitiría a la empresa ser más eficiente. Asimismo dentro de las principales conclusiones menciona que las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad con el uso del benchmarking mejoraría el rendimiento del negocio siendo más eficiente en sus procesos generando mayor competitividad, sin embargo, no lo aplican por falta de conocimiento y capacidad, esto se ve evidenciado en su gestión haciendo que el negocio no de los frutos esperados

Pérez (2018) en su tesis *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote 2016*, tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las

micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016. Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva, cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una muestra dirigida de 7 empresas de denominación actividades veterinarias, según el sondeo realizado en el Jr. José Olaya, por lo que se les aplicó a los representantes un cuestionario de 22 preguntas cerradas por medio de la encuesta donde se obtuvieron los siguientes resultados: El 71,4% conocen el término gestión de calidad, el 100,0% no conocen el significado del palabra benchmarking, el 85,7% consideran que el benchmarking es primordial para las organizaciones. Asimismo dentro de sus principales conclusiones indica que los representantes de dichas empresas reconocen que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, así como ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, pero que no saben aplicar un buen benchmarking, motivo por el cual se hizo esta investigación.

Variable 2. Gestión de calidad

Quispe (2021) en su tesis *El marketing como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Moro, año 2019*. Tuvo como objetivo general determinar las características del Marketing como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Moro, año 2019. La metodología fue de tipo aplicado de propuesta y nivel descriptivo con enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, transversal descriptivo. Se utilizó una muestra de 20 representantes de las micro y pequeñas empresas para una población de 25. Asimismo, el instrumento utilizado fue el

cuestionario compuesto por 20 preguntas, la técnica utilizada fue la encuesta, de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: el 50.00% de representantes tiene la edad de 31 a 50 años de edad, el 75% pertenece al género femenino; el 35,00% de representantes tiene grado de instrucción superior no universitaria. El 75,00% de representantes son dueños; el 50.00% de representantes indico que conoce el termino gestión de calidad, el 90.00% de representantes mencionó que conoce el término de marketing. Concluyendo que la mayoría de representantes tiene la edad de 31 a 50 años de edad, son de género femenino, cuentan con educación superior no universitaria; del mismo modo, la mayoría indico que conocen el término gestión de calidad y marketing.

Villa (2019) en su tesis *El marketing como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante, del distrito de San Luis, provincia Carlos Fermín Fitzcarrald, 2019*. Tuvo como objetivo general identificar las características del marketing como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante del distrito de San Luis, provincia de Carlos Fermín Fitzcarrald 2019. La metodología fue de diseño no experimental – transversal, y se utilizó una población y muestra de 15 representantes de las micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 53.33 % señalan tener cierto conocimiento sobre el termino gestión de calidad, el 46.67% aplican la técnica del marketing, el 53.33% aplican la observación para medir el rendimiento del personal, el 100.00% expresan que los productos que ofrecen si atienden a las necesidades de sus clientes. Concluyendo que la mayoría de las micro y pequeñas empresas no usan

las herramientas de marketing porque no cuentan con un personal experto y finalmente consideran que el marketing si mejora la rentabilidad de la organización.

Antecedentes locales

Variable 1. Benchmarking

Figuroa (2021) en sus tesis *Factores relevantes del benchmarking competitivo para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro salones de belleza en la ciudad de Huaraz 2021*, tuvo como objetivo describir los factores relevantes del benchmarking competitivo para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro salones de belleza en la ciudad de Huaraz 2021. La investigación fue de tipo cuantitativa, no experimental, de nivel descriptivo y transversal, se empleó como técnica la encuesta, instrumento el cuestionario compuesto de 20 preguntas, la población y muestra de la investigación estuvo conformado por 30 representantes. Los resultados obtenidos fueron: El 46,0 % de los representantes algunas veces identifican las deficiencias de sus empresas frente a la competencia, el 47,0 % de los representantes de los salones de belleza algunas veces analizan a su competencia más cercana, el 50 % de los representantes de los salones de belleza algunas veces implementan mejoras. Concluyendo que se debe fortalecer algunas partes del proceso con una adecuada planificación, del mismo modo integrar las buenas prácticas de sus competidores para implementarlos en sus empresas.

Huamán (2019) en su tesis *El benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de rubro hoteles en la ciudad de Huaraz 2017*, tuvo como objetivo determinar las principales características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de rubro

hoteles en la ciudad de Huaraz, 2017, la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo con un diseño no experimental – transversal, la población y muestra fue de 37 MYPES, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario compuesto por 24 preguntas. Los resultados más relevantes fueron que el 40,5% de los representantes de las MYPES casi siempre verifican las mejores prácticas de otras empresas para ponerlo en práctica sus empresas, el 45,9% de los representantes siempre realizan comparaciones de las estrategias de otras empresas, el 48,65% afirman que casi siempre toman en cuenta las estrategias competitivas de otras empresas. Concluyendo que la herramienta del benchmarking ayudará a identificar y analizar las mejores prácticas de su empresa para compararlos con sus competidores.

Valenzuela (2019) en su tesis *Benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de la ciudad de Huaraz 2017*, tuvo como objetivo general determinar las principales características del benchmarking como herramienta de gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresa (MYPES) del rubro restaurantes de la ciudad de Huaraz, 2017, el diseño de la investigación fue no experimental – transversal, cuantitativa, descriptiva; conformada por una población de 257 y muestra de 154 representantes, la técnica utilizada en la investigación fue la encuesta y el instrumento el cuestionario conformada por 22 preguntas, los principales resultados fueron: El 36,4 % casi siempre emplean tecnologías para obtener información de sus competidores indirectos, el 55,19% de los representantes siempre identifican información específica de sus competidores y los comparan con sus empresas, el 50,6 % siempre creen que identificar las buenas prácticas de cualquier tipo de empresa que haya ganado la

excelencia es un modelo a seguir. Concluyendo que un porcentaje alto las MYPES del rubro utilizan el benchmarking como herramienta de gestión de calidad.

Variable 2. Gestión de calidad

Villanueva (2022) en su tesis *Propuesta de mejora de los factores relevantes del trabajo en equipo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en el distrito de Huaraz, 2019*. Tuvo como objetivo general incorporar las mejoras de los factores relevantes del trabajo en equipo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas en el rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2019. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño fue no experimental. La población fue de 161 mypes y la muestra de 114 mypes del rubro restaurantes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 53,5% analiza la situación actual de su empresa mediante resultados. El 53,5% evalúa la situación pasada con la actual para medir los resultados, el 73,7% notó en su empresa que el problema más notorio es la demora en la atención. El 47,4% mencionan que sus colaboradores muestran la responsabilidad y cooperación. Concluyendo que el trabajo en equipo como factor relevante en la gestión de calidad es desfavorable, toda vez que la mayoría de las mypes no lo aplican, esto se debe a la falta de capacitación a los colaboradores de la empresa, motivo por el cual, no pueden desempeñarse eficientemente.

Villaorduña (2021) en su tesis *Gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018*. Tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad con el uso

del benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018. La metodología fue de diseño no experimental - transversal - descriptivo, se utilizó una población y muestra de 54 representantes de las micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 64.80% no conoce el término de la gestión de calidad, el 31.50% utilizan otras técnicas de la gestión de calidad, el 27.80% de los representantes mide el rendimiento de su personal a través de la técnica de la observación, el 63.00% no conoce que es el benchmarking, el 37.10% muestra resistencia al cambio, el 42.00% del personal no están acostumbrados al cambio y se resisten al cambio. Concluyendo que la mayoría de representantes desconocen la gestión de calidad con el uso del benchmarking, sin embargo, logran alcanzar sus objetivos de forma empírica utilizando otros tipos de técnica.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Variable 1. Benchmarking

Armendáriz (2019) señala que el benchmarking es una herramienta para obtener la calidad, considerando que la competencia es un factor determinante en la toma de decisiones de una organización, toma como referencia los resultados positivos y negativos de las acciones y estrategias cotidianas. Por lo tanto, el benchmarking es una herramienta importante que se enfoca en la constante evaluación y análisis de los competidores a fin de estar al mismo nivel o incluso superarlas. Asimismo, es integral ya que engloba a toda la organización y sus procesos, comprometiendo a todos sus integrantes con el aprendizaje constante en aspectos favorables para la organización.

Asimismo, Isaza (2018) refiere que el benchmarking es una herramienta fundamental para las empresas, ya que, su aplicación puede conducir a una mayor productividad, calidad y competitividad. Para ello, el benchmarking se enfoca en un proceso sistémico y constante para la evaluación de los productos, servicios y procesos de actividades de las organizaciones con mejores prácticas en el mercado, con la finalidad de adecuarlas y realizar mejoras para obtener una ventaja competitiva.

Por otro lado, Cardozo (2020) menciona que el benchmarking es el punto de referencia; puesto que, determina las fortalezas de los competidores para adecuarlas y obtener mejor rendimiento, permite mejorar el aprendizaje organizacional y hallar una ventaja estratégica. De esta manera las empresas deben de modificar su orientación competitiva, actuando con rapidez ante las necesidades de los clientes. Es ahí donde se interpone el benchmarking como una herramienta estratégica operacional, conduciendo a la mejora continua de los procesos de la empresa; obteniendo también

una adecuada atención al cliente, productos novedosos, menores costos de producción y otros.

El benchmarking es el estudio estratégico de las organizaciones del mismo segmento con mejores prácticas, cuyo fin es de aprender y adaptarlos a la empresa para la mejora continua. Asimismo, permite determinar los puntos débiles y fuertes para que a través de un análisis se pueda establecer nuevas estrategias para un mejor desempeño. Por otro lado, la aplicación del benchmarking permite determinar el nivel de competitividad en el mercado y tomar acciones para obtener mayor rentabilidad y sostenibilidad.

Con relación a los tipos de benchmarking, Temiño (2017) menciona que el benchmarking consiste en considerar los procesos y mejores prácticas de los competidores para adecuarlas, fortalecerlas y mejorarlas en beneficio de las empresas. En algunos casos toma como referencia empresas de otros rubros para adecuarlas hacia sus intereses. Asimismo, las empresas deben de compararse con las más competitivas del mercado y sacar provecho de sus ventajas competitivas.

Para tal efecto se considera tres tipos de benchmarking:

Interno: Su aplicación se da en el interior de una empresa, toma en cuenta las mejores prácticas de un área a otra con la finalidad de fortalecerlas (Temiño, 2017).

Competitivo: Toma como referencia empresas del mismo rubro para medir el nivel en que se encuentra respecto al otro (Temiño, 2017).

Funcional: Toma como referencia empresas de otros rubros, adecuando las mejores praxis a favor de la misma (Temiño, 2017).

Con relación a las fases del Benchmarking, Sánchez (2017) menciona que el benchmarking comprende un proceso mediante el cual se logra el descubrimiento y aprendizaje de métodos para la mejora continua, toma como modelo las organizaciones exitosas con alto rendimiento productivo y económico. Asimismo el proceso hace referencia a cinco fases importantes establecidas por Robert C. Camp: Planeación, análisis, integración, acción y madurez.

Dimensión 1. Planeación de actividades

Sánchez (2017) señala que en esta fase se realiza la planificación de las actividades que se hará en el estudio del benchmarking, planteando las interrogantes de quién, cuándo y cómo se realizará. En pocas palabras se refiere a identificar lo que se someterá al benchmarking, identificar empresas comparables y determinar el método idóneo para la recolección de información.

Por otro lado, Cuatrecasas y González (2017) mencionan que en esta fase se debe precisar con exactitud lo que se someterá al estudio del benchmarking, de tal manera que se pueda organizar adecuadamente las actividades de las empresas para el cumplimiento de los objetivos trazados; ya que, de no tener claro el tema de estudio conllevará a tener un margen de error elevado.

En la fase de planeación de actividades se realiza el plan de investigación del benchmarking, para ello, el punto de partida es determinar el problema interno de la organización, seleccionar una empresa referente para la evaluación y establecer métodos y estrategias para recopilar información.

Indicadores.

- Identificación del problema

Isaza (2018) menciona que en la identificación del problema es primordial identificar minuciosamente qué es lo que se someterá al benchmarking, para ello, se estudia la cadena de valor del producto o servicio, legalizar los procesos y revisar los sistemas del desempeño.

La identificación del problema se basa en identificar la problemática en cuanto a los productos, servicios, procesos y otros aspectos fundamentales de la organización que ameritan una oportuna evaluación.

- Identificación de empresas comparables

Ospina (2021) refiere que es importante contextualizar que tipo de estudio se quiere realizar en relación a los tipos de benchmarking, ya que, esto permitirá saber con exactitud con qué organización ha de realizar la comparación.

Es preciso señalar que el estudio del benchmarking se puede dar entre las áreas de una organización, en empresas del mismo rubro y empresas de diferentes rubros con mejores prácticas.

- Métodos para recopilar datos

Chibás (2020) señala que luego de determinar el problema e identificar a la empresa comparable se tiene que obtener información de distintas fuentes como; de la propia organización, información de dominio público, visitas directas y aplicación de técnicas e instrumentos para obtener datos.

La aplicación de métodos para recopilar información es indispensable, ya que, para un buen estudio de benchmarking se requiere de datos reales y exactos.

Dimensión 2. Análisis del desempeño

Sánchez (2017) menciona que la fase del análisis del desempeño apunta al procesamiento e interpretación de las actividades planificadas; enfocándose en la determinación de la brecha del desempeño actual, que consiste en identificar las diferencias que existen en cuanto a las operaciones que se realiza dentro de una organización con la del exterior. Asimismo se determina el nivel del desempeño futuro, que consiste en establecer las diferencias entre el desempeño esperado de una empresa con el desempeño actual de las empresas con mejores prácticas.

Por otro lado, Hitpass (2017) señala que el análisis del desempeño básicamente consiste en diferenciar los elementos de una empresa con otra que será investigada, de tal manera que se pueda iniciar a identificar con exactitud los puntos de mejora. Asimismo se debe seleccionar los puntos de mejora de acuerdo a la capacidad de la empresa para que al momento de ejecutarlos obtengan la viabilidad correspondiente

El análisis del desempeño permite identificar cuidadosamente las diferencias en los procesos y actividades de una organización a otra.

Indicadores.

- Brechas de desempeño

Cardozo (2020) menciona que las brechas del desempeño determinan básicamente la diferencia existente entre los procesos internos y externos de las organizaciones, considerando tres posibles escenarios como: La brecha negativa con mejores prácticas externas, operación en paridad cuando no hay diferencias resaltantes en las prácticas y brecha positiva cuando las prácticas internas superan o son mejores a las externas.

La determinación de las brechas del desempeño de una organización respecto a otra en cuanto a los procesos y actividades, permite saber si se tiene alguna ventaja, desventaja o paridad.

- **Proyección del desempeño**

Sánchez (2017) señala que la proyección del nivel de desempeño futuro, es la diferencia entre el desempeño futuro esperado con el actual desempeño de los procesos y actividades que realizan las organizaciones, reflejando el tamaño y alcance de la brecha.

Dimensión 3. Integración organizacional

Sánchez (2017) menciona que en la fase de la integración organizacional corresponde realizar la aplicación de los resultados obtenidos del benchmarking, para ello, se comunica los resultados a todos los niveles de la organización para definir y fijar metas funcionales en base a los resultados, de tal manera, que se pueda minimizar las brechas que existen en el desempeño.

Asimismo, Temiño (2017) señala que en esta fase resalta la comunicación hacia todos los niveles de las empresas, en lo cual, se impulsa al cambio mediante la aplicación de las mejores prácticas producto de los resultados y en base a los objetivos establecidos.

El propósito del estudio del benchmarking es de buscar la mejora continua para las organizaciones, por ello, es importante difundir la información hacia todos los niveles de la organización y luego establecer metas.

Indicadores.

- Resultados obtenidos

Reza (2019) destaca la importancia que tiene la comunicación de los resultados a todos los niveles de la organización, ya que, se obtiene mayor compromiso, respaldo y motivación; del mismo modo, percibirán al benchmarking como una alternativa para el cambio a través de su funcionalidad y sus mejores prácticas.

Compartir información de aspectos funcionales de una organización hacia todos los niveles internos, crea compromiso y motivación en sus integrantes, quienes asumirán con mayor responsabilidad sus funciones.

- Fijación de metas

Cardozo (2020) señala que la fijación de metas es el paso donde se establecen y programan actividades con relación a los resultados obtenidos del benchmarking con el objetivo de cerrar las brechas.

Se fijan metas a raíz del estudio del benchmarking con la finalidad de mejorar la calidad, productividad, rentabilidad y competitividad

Dimensión 4. Acciones de cumplimiento

Sánchez (2017) considera que esta fase se refiere a establecer acciones durante el proceso, para el cumplimiento de las actividades. Por ello se diseñan planes de acción para desarrollarlos y supervisarlos; del mismo modo se adecua constantemente el benchmarking con la finalidad de mantenerlo actualizado.

Por otro lado, Isaza (2018) menciona que en esta fase los hallazgos del benchmarking se transforman en acciones de cumplimiento, se pone en práctica acciones específicas para realizar el control de forma periódica y la evaluación por metas.

Se realizan acciones de cumplimiento para ordenar y programar actividades, a su vez acciones de seguimiento y control para su cumplimiento eficiente. Asimismo, durante la ejecución de las actividades se realiza mejoras para obtener mejores resultados.

Indicadores.

- Planes de acción

Reza (2019) menciona que luego de haber identificado las deficiencias se procede a formular los objetivos, para ello es fundamental establecer y seleccionar acciones para mejorar los procesos de las empresas y así alcanzar niveles óptimos.

Los planes de acción se realizan con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos, para ello, es importante programar actividades para el buen desempeño.

- Supervisión del progreso

Zamarreño (2019) menciona que la supervisión del progreso es un proceso continuo que debe llevarse periódicamente, en función a la evaluación del cumplimiento adecuado de los procesos y actividades programados por las organizaciones.

La supervisión y control del progreso se debe realizar constantemente a fin de alcanzar las metas durante un periodo determinado.

- Retroalimentación

Sánchez (2017) menciona que el benchmarking hace parte de un programa o estrategia de mejora continua, en el cual, inserta procesos de retroalimentación para obtener las mejores prácticas en el proceso de desarrollo de las organizaciones.

El estudio del benchmarking es un aprendizaje constante de las mejores prácticas, en consecuencia, las actividades se van adecuando en función al mejor desempeño.

Dimensión 5. Madurez organizacional

Sánchez (2017) afirma que se llega a la fase final del proceso siempre y cuando se logre integrar las mejores praxis en cada uno de los procesos de las organizaciones, repercutiendo favorablemente en la mejora de la calidad y competitividad de las mismas.

Por otro lado, Cardozo (2020) menciona que la madurez organizacional es la capacidad que tienen las empresas para adaptarse a las prácticas y procesos que se implementan, ello se ve reflejado en el mejor desempeño y en la ventaja competitiva ante otras empresas.

El objetivo de estudio del benchmarking es llegar a la fase de la madurez organizacional, que conlleva a estandarizar las mejores prácticas para un mejor desempeño y obtener una ventaja competitiva en el mercado

Indicadores.

- Mejores praxis

Hitpass (2017) refiere que comparar datos en relación al estudio del desempeño en los procesos y actividades, así como implementar prácticas que conllevan a mejores resultados, permiten mejoras significativas en el desempeño. Por lo tanto, se logrará cambios de paradigmas en las organizaciones, mejorar la gestión y se podrá insertar mejores prácticas en cada uno de los procesos.

El estudio adecuado del benchmarking conlleva a obtener las mejores prácticas. En tal sentido, el funcionamiento de las organizaciones se realizará con niveles óptimos en la gestión.

- **Mejora de calidad**

Hitpass (2017) menciona que la comparación de los productos, servicios o el desempeño de una organización con los competidores más fuertes y consolidados del mercado, se realiza con el propósito de medir la calidad y la inserción de gestión enfocada a los procesos de las organizaciones.

Uno de los objetivos del benchmarking es que los procesos, el desempeño, los productos y servicios de las empresas logren la más alta calidad para obtener una ventaja competitiva frente a otras.

- **Competitividad**

Hitpass (2017) señala que el benchmarking es una herramienta fundamental para determinar objetivos orientados en mejorar la competitividad, mediante la evaluación del desempeño en los procesos internos de la organización y el respectivo análisis al compararlos constantemente con los competidores.

La mejora constante de los procesos en las organizaciones permite insertarse en la competitividad del mercado, haciendo frente a las diversas amenazas que impiden el desarrollo de las mismas.

Variable 2. Gestión de calidad

En tal sentido, Alcalde (2019) menciona que la gestión de calidad engloba a un conjunto de actividades desarrolladas generalmente en el nivel de dirección, en la cual, desarrollan actividades con una visión óptima de competitividad para posicionar a las organizaciones en lo más alto del mercado y ser los mejores del sector; para ello,

buscan establecer un sistema de gestión de calidad donde estén establecidos las líneas de acción, planes y esquemas organizativos de calidad que los conduzca al crecimiento y mejora continua.

Del mismo modo, Cuatrecasas y González (2017) señalan que la calidad viene a ser la capacidad que tiene cada organización para satisfacer las necesidades y exigencias de los usuarios; de este modo, la calidad alude al enfoque positivo de las características de los productos y servicios, conforme a las especificaciones y fines para los que fueron destinados. Por otro lado, la competitividad es un factor determinante para que el producto o servicio se presente con rapidez y a bajo costo, de tal manera que el consumidor no dude en adquirirlo.

El objetivo primordial de las organizaciones es ofertar sus productos y servicios con altos niveles de calidad, de tal manera que puedan ser percibidos favorablemente por los clientes potenciales y así lograr una buena imagen que les permitirá sostenerse en el mercado. Asimismo, mediante la mejora continua de la calidad será posible satisfacer e incluso superar las expectativas de los clientes.

Por otro lado, Ilzarbe et al. (2019) mencionan que las empresas en su constante afán por alcanzar nuevos objetivos tienen que mantener una actitud autocrítica y proactiva, alcanzando de esta manera una adecuada gestión de calidad. En todo momento se enfocarán en proponer nuevos objetivos y no esperar algún fracaso o error para alcanzar la mejora continua. Del mismo modo, dan un alto valor a todos los integrantes de las organizaciones, resaltando los de la alta dirección quienes son los encargados de conducir la gestión de la calidad. Asimismo, los autores hacen referencia al ciclo PDCA o Deming como un sistema que promueve la mejora continua en sus cuatro fases; planificar, hacer, controlar y actuar.

En la actualidad debido a la alta competitividad y a la problemática de los diversos factores internos y externos de las organizaciones, es necesario implantar un sistema de gestión de calidad como es el ciclo de Deming para lograr la mejora continua y sostenibilidad de las empresas.

Dimensión 1. Planificar

Itzarbe et al. (2019) señalan que es la etapa inicial en la que se establecen los objetivos y metas que las organizaciones pretenden alcanzar, para ello fijan y ordenan el procedimiento a seguir para el logro de los objetivos trazados.

Esta etapa es el punto de partida para lograr la calidad, puesto que, se identifica el problema latente que afrontan las empresas, para luego establecer objetivos y establecer métodos idóneos para su cumplimiento.

Dimensión 2. Hacer

Itzarbe et al. (2019) mencionan que en esta etapa se adecua y adapta los modelos a seguir para alcanzar los objetivos de acuerdo a la realidad y necesidades de las organizaciones.

Luego de haber establecido los métodos para alcanzar los objetivos, corresponde ejecutarlos en razón a las necesidades y en busca de la mejora continua de las empresas.

Dimensión 3. Controlar

Itzarbe et al. (2019) refieren que en esta etapa resaltan las normas establecidas por las organizaciones, ya que, en base a ello se realizará el seguimiento y control de las tareas programadas, así como de los objetivos previstos por las organizaciones.

Es importante seguir paso a paso las actividades programadas y de ser el caso realizar retroalimentaciones en las actividades que presentan deficiencias para corregirlos oportunamente y así cumplir con los objetivos trazados.

Dimensión 4. Actuar

Itzarbe et al. (2019) señalan que es la etapa final del ciclo, en la cual, se procede a registrar o asentar las acciones favorables durante el proceso de gestión de calidad, de tal manera que se puedan emplear en futuros escenarios y utilizarlos como herramientas para la mejora continua de las organizaciones.

Estandarizar las buenas acciones que permiten sostener la calidad y mejora continua es de suma importancia, puesto que, permitirá tener un panorama óptimo ante diversos escenarios futuros que las empresas puedan presentar.

Marco conceptual

Benchmarking. Proceso continuo que consiste en medir las prácticas y actividades que desarrolla una empresa frente a sus competidores líderes en el mercado (Hitpass, 2017).

Capacidad. Es la predisposición que tienen los miembros de una organización hacia los clientes para prestar un servicio en base a la rapidez, garantía y calidad (Martín et al., 2019).

Competitividad. La competitividad toma como referencia a una empresa sólida en el mercado, y que esta condiciona a otras empresas de su rubro en cuanto a las características económicas y físicas de los productos que ofrecen (Muñoz, 2018).

Fidelización. Busca mantener vínculos comerciales a largo plazo con los clientes potenciales, sin basarse únicamente a la relación comercial y monetaria; en tal

sentido, busca que el consumidor tenga como referencia a la empresa respecto a los servicios ofrecidos (López, 2017).

Gestión de calidad. Conjunto de estrategias mediante cual conduce e impulsa a las organizaciones para insertarse en la competitividad del mercado, integra los procesos y establece líneas de acción con la finalidad de satisfacer plenamente a los clientes (González y Manzanares, 2020).

Marketing. Proceso con un enfoque social y administrativo, en el cual, se investiga las necesidades y deseos de un mercado objetivo; luego de ello, se establecen ofertas más idóneas a fin de satisfacer dicho mercado (Sánchez y Jiménez, 2020).

Posicionamiento. Identidad de la marca ante la percepción de los clientes de una empresa, quienes son capaces de diferenciar las ventajas competitivas diferenciales en cuanto a los productos y servicios que ofrece la empresa con otra de su entorno (Pérez y González, 2017).

Producción. Se orienta en la gestión mediante la aplicación de métodos y herramientas para lograr la transformación de materia prima en productos finales con altos niveles de eficiencia; para ello, se organizan adecuadamente los recursos de la empresa como la materia prima, maquinarias y los recursos humanos (Garrido y Romero, 2019).

Productividad. Relación existente entre la cantidad de bienes y servicios que produce una empresa con la cantidad de recursos empleados. Por otro lado, comprende el buen rendimiento y eficiencia de los colaboradores de una empresa (Romero, 2018).

Rentabilidad. Comprende el resultado final de las decisiones proy políticas empleadas por las empresas en terminos financieros, materiales y humanos, cuya finalidad es obtener y maximizar beneficios económicos (Galán, 2021).

Satisfacción. Considera a los clientes que logran percibir el excelente desempeño de la organización, respecto al producto y servicio adquirido, consideran haber cumplido con sus expectativas. Para poder mantener estos niveles de satisfacción se requiere un trato personalizado con los clientes (Vélez, 2020).

III. HIPÓTESIS

Hernandez y Mendoza (2018) señalan que para formular hipótesis se requiere evaluar una variable respecto a otra, explicar sus causas o pronosticar algo. Sin embargo, no en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis como en el estudio descriptivo, que solo se basa en describir las características de la variable.

En esta investigación no se planteó hipótesis, ya que, solo se caracterizó y describió la variable estudiada, no se experimentó ni manipuló la variable por ser de alcance descriptivo – de propuesta.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño utilizado en esta investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal – de propuesta.

Tipo de investigación

Cuantitativo

Hernández y Mendoza (2018) señalan que el estudio cuantitativo es un método de investigación, que por medio de datos matemáticos y/o estadísticos obtenidos de los resultados de la investigación, describen las características de una determinada variable de estudio.

Esta investigación fue de tipo cuantitativo, porque permitió medir las características de la variable estudiada, logrando obtener respuestas idóneas para la explicación de los resultados.

Nivel de investigación

Descriptivo

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que la investigación descriptiva muestra con precisión las características del objeto de estudio, para una adecuada interpretación y análisis de las variables, no se focaliza en la explicación, hipótesis o predicciones respecto a los fenómenos de las variables.

La investigación realizada fue descriptiva, ya que, se describió las principales características de la variable benchmarking.

Diseño de investigación

No experimental

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que el diseño de investigación no experimental se basa en la observación de la variable sin realizar ninguna manipulación, apreciándola tal como se muestra en su contexto natural.

Esta investigación fue no experimental, porque no se hizo ninguna manipulación con la variable benchmarking, se apreció tal como se muestra en su contexto.

Transversal.

Hernández y Mendoza (2018) definen como estudio transversal a la investigación observacional de variables, analizando la información de una población o muestra durante un tiempo determinado.

Esta investigación fue de estudio transversal, porque se intervino una sola vez para recopilar datos de la variable benchmarking durante un tiempo y espacio determinado.

De propuesta.

Monroy y Nava (2018) señalan que una investigación de propuesta implica una implementación y programación de actividades ante la problemática de la variable en estudio.

La investigación fue de propuesta debido a que se hizo propuestas y se elaboró un plan de mejora para las MYPES del rubro pollerías de la ciudad de Huaraz, precisando que se realizó el plan de mejora a raíz de los problemas hallados conforme a los resultados.

4.2. Población y muestra

Población.

Hernández y Mendoza (2018) señalan que la población hace referencia al conjunto finito e infinito de individuos, elementos y fenómenos con similares características, con quienes se desarrollará una investigación.

En esta investigación la población estuvo conformado por un total de 22 gerentes de las MYPES del rubro pollerías del distrito de Huaraz, 2021. , cabe señalar que la información se obtuvo de los registros y base de datos de la Municipalidad Provincial de Huaraz 2021, con número de expediente 5679.

Muestra.

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que la muestra es una parte de una población que se toma para simplificar la ejecución de un estudio extenso y así poder determinar el comportamiento de una variable.

La muestra de este estudio, fue censal por ser una población pequeña, se consideró la misma cantidad de la población conformada por 22 gerentes de las MYPES del rubro pollerías del distrito de Huaraz, 2021.

Criterios de inclusión y exclusión.

Variable: benchmarking

Inclusión. Se encuestó únicamente a los representantes de las MYPES pollerías de la ciudad de Huaraz, 2021.

Exclusión. No se encuestó a representantes de las MYPES de otros rubros ajenos a las pollerías de la ciudad de Huaraz, 2021.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Variable 1 Benchmarking	Hitpass (2017) menciona que es un proceso continuo que consiste en medir las prácticas y actividades que desarrolla una empresa frente a sus competidores líderes en el mercado.	El benchmarking será medido por las fases de planeación de actividades, análisis del desempeño, integración organizacional, acciones de cumplimiento y madurez organizacional (Sánchez, 2017).	Planeación de actividades	Identificación del problema	1. ¿La empresa identifica los principales problemas que aquejan sus clientes?	Ordinal
				Identificación de empresas comparables	2. ¿La empresa realiza esfuerzos para determinar los mejores procesos y/o actividades de su competencia directa?	
				Métodos para recopilar datos	3. ¿La empresa obtiene información sobre los mejores procesos y/o actividades de su competencia directa a través de encuestas físicas, telefónicas y virtuales?	
			Análisis del desempeño	Brechas de desempeño	4. ¿La empresa compara con su competencia directa lo positivo o negativo de sus procesos y/o actividades?	
				Proyección del desempeño	5. ¿La empresa realiza el análisis sobre posibles escenarios del impacto de sus procesos y/o actividades a sus clientes en el futuro?	
			Integración organizacional	Resultados obtenidos	6. ¿La empresa considera los resultados obtenidos para realizar las mejoras en los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	
				Fijación de metas	7. ¿La empresa fija nuevas metas en función a las mejoras en los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
			Acciones de cumplimiento	Planes de acción	8. ¿La empresa implementa acciones para prevenir y corregir los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	
				Supervisión del progreso	9. ¿La empresa hace seguimiento por metas a las actividades realizadas a los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	
				Retroalimentación	10. ¿La empresa realiza recomendaciones de mejora en plena ejecución de los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	
			Madurez organizacional	Mejores praxis	11. ¿La empresa implementa prácticas obtenidas de las experiencias en la ejecución de los procesos y actividades para que funcionen bien y produzcan buenos resultados?	
				Mejora de calidad	12. ¿La empresa promueve normar y formalizar sus procesos y actividades para obtener altos estándares de calidad?	
				Competitividad	13. ¿La empresa busca superar constantemente a su competencia directa con sus procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	

Nota: Elaboración propia

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Variable 2 Gestión de calidad	Conjunto de estrategias mediante el cual impulsa a las empresas a insertarse en la competitividad del mercado, integra los procesos y establece líneas de acción con la finalidad de satisfacer a los clientes (González y Manzanares, 2020).	La gestión de calidad será medido por las etapas de planificar, hacer, verificar y actuar (Izarbe et al., (2019)	Planificar	Posición de la empresa	14. ¿Identifica los problemas en los procesos de su empresa?	Ordinal
				Fijación de objetivos	15. ¿Fija objetivos después de haber realizado un diagnóstico de su empresa?	
				Aplicación de estrategias	16. ¿Emplea métodos y/o estrategias para alcanzar los objetivos de su empresa?	
			Hacer	Ejecución de procedimientos	17. ¿Cumple ordenadamente los procedimientos instaurados en su empresa?	
			Verificar	Evaluación de resultados	18. ¿Realiza seguimiento a las tareas programadas y sus resultados?	
			Actuar	Estandarizar acciones	19. ¿Norman los métodos y/o estrategias favorables de su empresa para solucionar problemas en el futuro?	
Sostener acciones de mejora	20. ¿Los métodos y estrategias para llevar a cabo los planes de su empresa están enmarcados en la mejora continua?					

Nota: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica.

Hernández y Mendoza (2018) consideran que la encuesta es generalmente utilizada en investigaciones cuantitativas, cuyo objetivo es obtener información respecto a las características de una variable de estudio en una determinada población.

En esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta, mediante su aplicación se obtuvo información de las características de la variable benchmarking, estuvo dirigido hacia 22 representantes de las MYPES del rubro pollerías de la ciudad de Huaraz, 2021. Posteriormente esta información permitió formular tablas y gráficos estadísticos para su análisis e interpretación.

Instrumento.

Hernández y Mendoza (2018) señalan que el cuestionario permite estandarizar y ordenar el proceso de recopilación de datos, del mismo modo, el conjunto de preguntas está estructurado en base a la variable de estudio.

Se utilizó el cuestionario como instrumento, mediante el cual, se obtuvo datos necesarios de la variable estudiada; estuvo integrado por 13 preguntas cerradas enfocadas en alcanzar los objetivos de la investigación, a su vez divididas en cinco partes: 1). Características de la planeación conformada por 03 preguntas, 2). Características del análisis conformada por 02 preguntas, 3). Características de la integración conformado por 02 preguntas, 4). características de la acción conformado por 03 preguntas, 5). Características de la madurez conformado por 03 preguntas; precisando que el cuestionario fue validado por juicio de expertos de la universidad y otras entidades.

4.5. Plan de análisis

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que el plan de análisis es un procedimiento que consiste en adquirir, organizar y analizar los datos materia de investigación, del mismo modo, permite la descripción de las características de la variable en estudio.

Para llevar a cabo la recolección de datos y su posterior análisis e interpretación se realizó el siguiente procedimiento: 1. Aceptación del consentimiento informado por los gerentes de las pollerías del distrito de Huaraz 2021; 2. Aplicación del cuestionario a través de la encuesta; y 3. Procesamiento de la información; Asimismo, para realizar este proceso se utilizó bases de datos como Excel con la finalidad de realizar tablas y figuras que facilitaron el análisis e interpretación de los resultados; del mismo modo se utilizó herramientas informáticas como Microsoft Word, Mendeley, Turnitin y otros.

4.6. Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología	Población y muestra	Técnica e instrumento	Plan de análisis
Propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021	¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021?	<p>Objetivo general: Establecer las propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías del distrito de Huaraz, 2021.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar las características de la planeación de actividades de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021. Describir las características del análisis del desempeño de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021. Identificar las características de la integración organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021. Detallar las características de las acciones de cumplimiento de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021. 	No se planteó hipótesis ya que solo se caracterizó y describió la variable estudiada.	Variable Benchmarking	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental - transversal - de propuesta.</p>	<p>Población – Muestra Se utilizó una población muestral compuesta por 22 gerentes de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías del distrito de Huaraz, 2021.</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>	<p>Se emplearon los siguientes programas informáticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Microsoft Word - Microsoft Excel - Mendeley - Turnitin.

Título	Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología	Población y muestra	Técnica e instrumento	Plan de análisis
		<p>5. Precisar las características de la madurez organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.</p> <p>6. Elaborar un plan de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.</p>						

Nota: Elaboración propia

4.7. Principios éticos

En la presente investigación se aplicó los principios éticos establecidos en el código de ética para la investigación, versión 004 de la ULADECH.

1. ***Principio de protección a las personas***; se elaboró el protocolo de consentimiento informado con el propósito de obtener la aceptación de los representantes de las MYPES del rubro pollerías, considerando aceptado desde momento que los participantes firmaron el mencionado documento, se usó implementos de bioseguridad a fin de prevenir el contagio del Covid 19. Mediante el protocolo de consentimiento informado se dió a conocer expresamente que la investigación tuvo como finalidad obtener información sobre la variable benchmarking para la gestión de la calidad de las pollerías del distrito de Huaraz. Del mismo modo se dió a conocer que se garantizaría el respeto de la privacidad de los participantes, la preservación de la confidencialidad de los datos a recolectar y todos los productos provenientes de la investigación. Previo al trabajo de campo se hizo llegar una carta dirigida a los gerentes de las empresas del rubro en estudio, solicitando la autorización para realizar la investigación.
2. ***Principio de beneficencia y no maleficencia***; durante el proceso de recolección de información se informó a los participantes que la investigación no representaba ningún riesgo perjudicial para ellos ni para el investigador. El proceso únicamente se enfocó en acrecentar los beneficios a favor de la investigación, prevaleciendo en todo momento los derechos de los participantes.

3. ***Principio de justicia***; previo al inicio del proceso de recolección de información se realizó encuestas piloto con los participantes, cuya finalidad fue determinar errores o vacíos en la investigación; para ello, se recomendó a los participantes revisar detenidamente el instrumento para detectar posibles falencias y así poder realizar el levantamiento oportuno de las observaciones. Asimismo en esta investigación no se declaró ninguna limitación en cuanto a capacidades, habilidades o conocimiento, por mantenerse en constante actualización respecto a la variable en estudio.
4. ***Principio de integridad científica***; antes de iniciar el trabajo de campo se informó a los participantes, la transparencia absoluta durante el recojo de información; rechazando rotundamente posibles adulteraciones, cambio de información o llenado de espacios en blanco. Cabe mencionar que no se presentaron conflictos de intereses que interrumpían el curso de la investigación, de haberse suscitado se daría pronta solución para evitar sesgos durante el estudio.
5. ***Principio de libre participación y derecho a estar informado***; para esta investigación se solicitó la participación a través del consentimiento informado, precisando que la aceptación fue de forma voluntaria y de acuerdo al tiempo y disposición de los participantes. Asimismo se informó a los participantes que de existir alguna duda lo mencionen sin recelos con la finalidad de absolverlas oportunamente y así evitar inconvenientes durante la investigación.
6. ***Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad***; para esta investigación no se consideró como muestra de estudio a especies vegetales ni

animales que ponga en riesgo a la biodiversidad, tampoco se hizo aplicaciones con el medio ambiente durante el estudio. En tal sentido, no se declaran daños, riesgos o beneficios potenciales a consecuencia de ellos. Precizando que la muestra de estudio fueron los gerentes de las MYPES rubro pollerías de la ciudad de Huaraz, 2021.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1.

Características de la planeación de actividades de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Características de la planeación	N	%
Identifica los principales problemas		
Siempre	15	68.18
Algunas veces	6	27.27
Nunca	1	4.55
Total	22	100.00
Determina los procesos de su competencia		
Siempre	16	72.73
Algunas veces	6	27.27
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Utiliza métodos para obtener información		
Siempre	5	22.73
Algunas veces	11	50.00
Nunca	6	27.27
Total	22	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro pollerías de la ciudad de Huaraz, 2021.

Tabla 2.

Características del análisis del desempeño de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Características del análisis	N	%
Compara lo positivo o negativo		
Siempre	13	59.09
Algunas veces	8	36.36
Nunca	1	4.55
Total	22	100.00
Realiza proyecciones del desempeño		
Siempre	16	72.73
Algunas veces	6	27.27
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00

***Nota:** Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro pollerías de la ciudad de Huaraz, 2021.*

Tabla 3.

Características de la integración organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Características de la integración	N	%
Considera los resultados obtenidos		
Siempre	17	77.27
Algunas veces	5	22.73
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Fija nuevas metas		
Siempre	20	90.91
Algunas veces	2	9.09
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro pollerías de la ciudad de Huaraz, 2021.

Tabla 4.

Características de las acciones de cumplimiento de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Características de la acción	N	%
Implementa acciones		
Siempre	19	86.36
Algunas veces	3	13.64
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Hace seguimiento por metas		
Siempre	14	63.64
Algunas veces	8	36.36
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Realiza recomendaciones de mejora		
Siempre	15	68.18
Algunas veces	6	27.27
Nunca	1	4.55
Total	22	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro pollerías de la ciudad de Huaraz, 2021.

Tabla 5.

Características de la Madurez organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Características de la madurez	N	%
Implementa prácticas		
Siempre	19	86.36
Algunas veces	3	13.64
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Norman sus procesos para obtener calidad		
Siempre	17	77.27
Algunas veces	5	22.73
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Busca superar a su competencia		
Siempre	17	77.27
Algunas veces	5	22.73
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro pollerías de la ciudad de Huaraz, 2021.

Tabla 6

Propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021

Indicadores	Problemas	Causas del problema	Consecuencias del problema	Acción de mejora	Responsables	Presupuesto
Métodos para recopilar datos	La mitad de los representantes de las MYPES del rubro pollerías, solo algunas veces obtienen información confiable sobre los mejores procesos de su competencia directa enfocado a los clientes, puesto que no emplean técnicas y/o métodos para recopilar información.	Los representantes de las MYPES pollerías, consideran que establecer técnicas y/o métodos para recopilar información requiere de gastos muy elevados y lo consideran innecesario.	- Información sobre procesos y actividades de los competidores con alto grado de incertidumbre, ello no permite insertarse en la competitividad del mercado. - Baja capacidad de respuesta ante posibles amenazas externas.	Implementación de métodos y/o técnicas para obtener información como encuestas y entrevistas a los clientes, quienes darán su punto de vista en cuanto al desempeño de una empresa frente a otra del rubro.	El propietario o representante	S/. 500

Indicadores	Problemas	Causas del problema	Consecuencias del problema	Acción de mejora	Responsables	Presupuesto
Brechas del desempeño	Gran parte de los representantes de las MYPES del rubro pollerías, solo algunas veces comparan con su competencia directa lo positivo o negativo de sus procesos y actividades orientado a los clientes, evidenciando un bajo nivel de competitividad en el sector.	Los representantes de las MYPES del rubro pollerías confían en su experiencia y no consideran necesario comparar y analizar las brechas existentes de sus procesos enfocado a los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Bajo nivel de competitividad frente a otras MYPES del rubro. - Carencia de una política de calidad enmarcada en la mejora continua. 	Realizar el diagnóstico situacional de las empresas en base a la información recopilada, de tal manera, que se pueda evaluar el desempeño actual de las empresas frente a los clientes, analizar las brechas del desempeño con otras empresas y elaborar un informe con los resultados obtenidos.	El propietario o representante.	S/. 500

Nota: Elaboración propia

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1. Características de la planeación de actividades de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

El 68.18% de los representantes encuestados de las MYPES del rubro estudiado siempre identifican los principales problemas que aquejan sus clientes. Resultado que contrasta con Salazar (2020) quien menciona que el 60,00% de los representantes algunas veces identifican los problemas o actividades en su empresa. Asimismo el resultado coincide con Sanchez (2017) quien señala en su libro , que para iniciar el proceso de benchmarking en una organización es importante identificar los problemas durante el desarrollo de sus actividades, ya que, estas actividades repercuten en sus clientes. Por lo tanto, la determinación oportuna de la problemática respecto a las actividades que realiza una organización es el punto de partida para iniciar una correcta planificación y establecer objetivos.

El 72.73% de los representantes encuestados de las MYPES del rubro estudiado siempre realizan esfuerzos para determinar los mejores procesos y/o actividades de su competencia directa. Resultado que difiere con Huamán (2019) quien menciona que el 40,5% de los representantes de las MYPES siempre verifican las mejores prácticas de su competencia directa para ponerlo en práctica en sus empresas. Por otro lado, este resultado coincide con Isaza (2018) quien señala en su libro que el benchmarking se engloba en un proceso sistémico y constante para la evaluación de los procesos y actividades de las organizaciones con mejores prácticas en el mercado. En tal sentido, las organizaciones en busca de la mejora continua rastrean su entorno competitivo para poder mejorar e integrar las actividades que le serán favorables.

El 50.00% de los representantes encuestados de las MYPES del rubro pollerías algunas veces obtienen información sobre los mejores procesos de su competencia directa a través de encuestas. Resultado que coincide con Valenzuela (2019) quien menciona que el 36,4 % algunas veces emplea tecnologías para obtener información de sus competidores directos. Por otro lado, este resultado contrasta con Sánchez (2017) quien señala en su libro que para poder realizar una correcta planeación dentro del proceso del benchmarking es importante saber cómo determinar el método para la recolección de información. Por tal motivo, es importante aplicar técnicas de recolección de información, ya que, por medio de ello se obtendrá información con altos niveles de confiabilidad.

Tabla 2. Características del análisis del desempeño de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

El 59.09% de los representantes encuestados de las MYPES del rubro estudiado siempre comparan con su competencia directa lo positivo o negativo de sus procesos y/o actividades. Resultado que contrasta con Huamán (2019) quien menciona que el 45,9% de los representantes de las empresas siempre realizan comparaciones de sus procesos con otras empresas de su entorno. Por otro lado, coincide con Valenzuela (2019) quien señala que el 55,2% de los representantes de las MYPES siempre identifican información específica de sus competidores y los comparan con sus empresas. Asimismo coincide con Sánchez (2017) quien menciona en su libro que para desarrollar las actividades planificadas es preciso determinar las brechas existentes con otras empresas del entorno. Por lo tanto, la determinación de las brechas del desempeño de una organización permitirá saber la situación actual en cuanto a los procesos y el nivel de competitividad en el mercado.

El 72.73% de los representantes encuestados de las MYPES del rubro estudiado siempre realizan el análisis sobre posibles escenarios del impacto de sus procesos y/o actividades a sus clientes en el futuro. Este resultado coincide con Sánchez (2017) quien señala en su libro que determinar el nivel del desempeño futuro hace referencia a establecer las diferencias entre el desempeño ideal esperado con el desempeño actual de la organización. Por tal motivo, realizar una proyección a futuro de una organización y compararla con la ejecución de las actividades actuales, permitirá determinar estadísticamente el desarrollo y evolución de la organización.

Tabla 3. Características de la integración organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

El 77.27% de los representantes encuestados de las pollerías siempre consideran los resultados obtenidos para realizar mejoras en los procesos y/o actividades orientados a sus clientes. Resultado que contrasta con Bravo (2019) quien menciona que el 39% algunas veces consideran las buenas actividades para insertarlo en los procesos de sus empresas. Por otro lado, coincide con Sánchez (2017) quien señala en su libro que se debe informar los resultados obtenidos con relación al benchmarking, para realizar mejoras y mitigar las brechas del desempeño. En tal sentido, los resultados de las actividades realizadas por las organizaciones permitirán objetivamente visualizar los vacíos existentes durante el proceso y resolverlos oportunamente.

El 90.91% de los representantes encuestados del rubro pollerías siempre fijan nuevas metas en función a las mejoras en los procesos y/o actividades orientados a sus clientes. Resultado que coincide con Sánchez (2017) quien señala en tu libro que de acuerdo a los resultados obtenidos respecto al benchmarking se establecen nuevas

metas. En tal sentido, conforme a los resultados de los procesos y de acuerdo al entorno de las organizaciones se establecen metas que permitirán cumplir eficientemente los objetivos trazados.

Tabla 4. Características de las acciones de cumplimiento de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

El 86.36% de los representantes encuestados del rubro pollerías siempre implementan acciones para prevenir y corregir los procesos y/o actividades orientados a sus clientes. Resultado que contrasta con Bravo (2019) quien señala que el 48% muy pocas veces realizan acciones de seguimiento y control en sus procesos. Por otro lado, coincide con Sánchez (2017) quien menciona en su libro que es necesario establecer acciones durante el proceso para el cumplimiento de las actividades con la finalidad de minimizar los errores. Por tal motivo, establecer un plan de contingencia permitirá contrarrestar resultados desfavorables durante los procesos y actividades de las organizaciones.

El 63.64% de los representantes encuestados del rubro pollerías siempre hacen seguimiento por metas a las actividades realizadas en los procesos y/o actividades orientados a sus clientes. Resultado que coincide con Huamán (2019) quien menciona que el 51,4% de los representantes de las MYPES siempre monitorean sus actividades en relación a los objetivos trazados. Asimismo coincide con Sánchez (2017) quien menciona en su libro que durante el proceso de benchmarking se debe supervisar el correcto cumplimiento de las actividades establecidas. En tal sentido, es importante realizar una vigilancia de las actividades que se realiza en los procesos de las organizaciones para alcanzar los objetivos y metas trazadas.

El 68.18% de los representantes encuestados del rubro pollerías siempre realizan recomendaciones de mejora en plena ejecución de los procesos y/o actividades orientados a sus clientes. Contrastando con Bravo (2019) quien menciona que el 87% algunas veces implementan acciones necesarias para la mejora continua de los procesos. Por otro lado, coincide con Sánchez (2017) quien menciona en su libro que es necesario adecuar constantemente el proceso de benchmarking con el fin de obtener la mejora continua. Por lo tanto, la mejora continua en los procesos de las empresas, permitirá alcanzar niveles óptimos de calidad durante la ejecución de los procesos.

Tabla 5. Características de la Madurez organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

El 86.36% de los representantes encuestados del rubro pollerías siempre implementan prácticas obtenidas de las experiencias para que funcionen bien y produzcan buenos resultados. Resultado que coincide con Mata (2019) quien menciona que el 100% de los representantes de las MYPES consideran que si es necesario integrar las buenas prácticas para el buen funcionamiento de las empresas. Asimismo coincide con Sánchez (2017) quien menciona en su libro, que para realizar un buen proceso de benchmarking se debe implementar las mejores praxis en cada uno de los procesos de la organización. En tal sentido, los buenos resultados de una organización son producto de un buen proceso e integración de las mejores praxis enfocadas en la satisfacción de los clientes.

El 77.27% de los representantes encuestados del rubro pollerías siempre promueven normar y formalizar sus procesos y actividades para obtener altos estándares de calidad. Resultado que coincide con Isaza (2018) quien menciona en su libro que el benchmarking es una herramienta fundamental para las empresas, ya que,

su aplicación puede conducir a una mayor productividad, calidad y competitividad. En tal sentido, estandarizar los mejores procesos de las organizaciones permite seguir una secuencia de resultados favorables y de satisfacción al cliente.

El 77.27% de los representantes encuestados del rubro pollerías siempre buscan superar constantemente a su competencia directa con sus procesos y/o actividades orientados a sus clientes. Resultado que coincide con Armendáriz (2019) quien menciona en su libro que el benchmarking es una herramienta importante que se enfoca en la constante evaluación y análisis de los competidores a fin de estar al mismo nivel o incluso superarlas. En tal sentido, ser una organización líder en su entorno repercutirá favorable en cuanto a la sostenibilidad y rentabilidad.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes encuestados identifican los principales problemas que aquejan sus clientes y maximizan sus esfuerzos para determinar los mejores procesos de su competencia directa. Por otro lado, algunas veces obtienen información de otras empresas a través de encuestas físicas, telefónicas o virtuales.

La mayoría de los representantes encuestados comparan con su competencia directa lo positivo o negativo de sus procesos, realizan el análisis sobre posibles escenarios del impacto de sus procesos y/o actividades a sus clientes en el futuro.

La mayoría consideran los resultados obtenidos para realizar las mejoras en los procesos orientados a sus clientes y fijan nuevas metas en función a las mejoras en los procesos orientados a sus clientes.

La mayoría implementan acciones para prevenir y corregir los procesos orientados a sus clientes, hacen seguimiento por metas a las actividades realizadas a los procesos orientados a sus clientes y realizan recomendaciones de mejora en plena ejecución de los procesos orientados a sus clientes.

La mayoría implementan prácticas obtenidas de las experiencias para que funcionen bien y produzcan buenos resultados, promueven normar y formalizar sus procesos para obtener altos estándares de calidad y buscan superar constantemente a su competencia directa con sus procesos orientados a sus clientes.

Se estableció un plan de mejora en base a los resultados obtenidos y en relación a las características del proceso del benchmarking. De acuerdo a los métodos para recopilar datos, se propuso acciones de implementación de métodos para obtener información mediante encuestas y/o entrevistas a los clientes; del mismo modo, para las brechas del desempeño se propuso acciones para realizar el diagnóstico situacional

de las empresas en base a la información recopilada, de tal manera que se pueda evaluar el desempeño actual, analizar las brechas existentes y elaborar un informe con los resultados obtenidos. Asimismo, el plan de mejora propuesto servirá para que los representantes del rubro pollerías integren las mejores prácticas en sus procesos.

VII. RECOMENDACIONES

Realizar evaluaciones de manera permanente en cuanto a los procesos que se realizan dentro de sus empresas, ello permitirá realizar una adecuada planificación orientado hacia el cumplimiento de los objetivos trazados. Del mismo modo, se recomienda establecer técnicas para recopilar información sobre los procesos y actividades que realizan otras empresas con la finalidad de obtener datos fidedignos para su procesamiento y análisis correspondiente.

Hallar las brechas del desempeño en cuanto a los procesos y actividades con otras empresas del rubro, a fin de autoevaluarse y saber el nivel de competitividad en el mercado. Asimismo se recomienda realizar proyecciones futuras en cuanto a la repercusión de los procesos que se realizan en las empresas del rubro pollerías a fin de establecer nuevas metas y objetivos para la sostenibilidad y rentabilidad de estas.

Direccionar el desempeño hacia la mejora continua, realizando retroalimentaciones e integrando los mejores procesos y/o actividades para potenciar y mejorar el rendimiento de las empresas.

Verificar y controlar el cumplimiento de los procesos que se realizan dentro de las empresas, de tal manera que se pueda actuar oportunamente para corregir las deficiencias que se puedan presentar en la ejecución de sus procesos.

Formalizar y estandarizar las mejores prácticas producto de la experiencia, esto permitirá seguir por la misma senda del éxito y el buen posicionamiento en el mercado.

Se sugiere a los representantes de las pollerías implementar y/o acondicionar las propuestas de mejora elaborado por el investigador.

PLAN DE MEJORA PARA LAS MYPES DEL RUBRO POLLERÍAS DEL DISTRITO DE HUARAZ

1. Datos generales:

- Nombre o razón social: Pollerías de la ciudad de Huaraz.
- Giro de la empresa: Servicio.
- Dirección: Huaraz – Huaraz – Ancash.
- Nombre del representante: Propietarios y/o representantes de las pollerías.

2. Misión

Satisfacer a los clientes acogiéndolos en ambientes amigables, cómodos y saludables; brindando una atención exclusiva y ofreciendo los mejores pollos a brasa con insumos e ingredientes de alta calidad.

3. Visión

Ser reconocidos a nivel regional y nacional por ser la mejor pollería en brindar platos exquisitos y con una atención personalizada con sus clientes; del mismo modo, expandirse instalando sucursales dentro y fuera de la región.

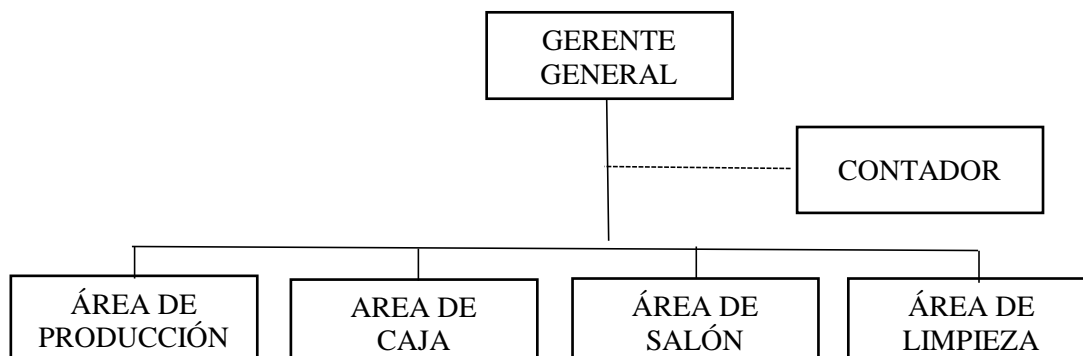
4. Objetivos

- Mejorar constantemente la atención al cliente enfocado en un trato preferencial y personalizado.
- Garantizar, mantener y mejorar la calidad de los pollos a la brasa de acuerdo a las exigencias de los clientes.
- Ofrecer un ambiente amigable, cómodo y saludable a los clientes.

5. Productos y/o servicios

Los productos y servicios que ofrecen las pollerías se ajustan a las exigencias de los clientes a fin de cumplir las expectativas y satisfacción plena de los mismos.

6. Organigrama de la empresa



6.1. Descripción de funciones

Cargo	Gerente general
Perfil	Licenciado en administración
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Representar legalmente a la empresa - Establecer metas y objetivos; así como verificar su cumplimiento. - Definir estrategias para el cumplimiento de las metas y objetivos trazados. - Garantizar un adecuado clima laboral entre las diferentes áreas. - Organizar las actividades a realizarse y hacer el seguimiento respectivo. - Preservar la buena imagen de la empresa.
Dependencia	Dueño de la pollería

Cargo	Responsable del área de producción
Perfil	Técnico en gastronomía
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Solicitar oportunamente los insumos necesarios para la preparación de pollos a la brasa. - Verificar que los insumos sean los adecuados y cumplan los estándares de calidad.

	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar la preparación de pollos a la brasa conforme a los estándares de calidad. - Operar y manipular los equipos para la producción teniendo en cuenta los manuales y maximizando la seguridad a fin de evitar riesgos.
Dependencia	Gerente o administrador

Cargo	Responsable de caja
Perfil	Estudios técnicos o universitarios en administración o contabilidad
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Registrar todos los movimientos (salidas/entradas) de dinero que realiza la empresa. - Entregar los respectivos comprobantes de pago a los clientes. - Informar diariamente el saldo obtenido. - Maximizar la seguridad, evitando el ingreso de personas ajenas al área.
Dependencia	Gerente o administrador

Cargo	Responsable del área de salón
Perfil	Estudios técnicos en administración
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar un trato amable y cortés a los clientes. - Localizar a los clientes en espera para su pronta atención. - Acomodar al cliente en la mesa de su elección y brindarles todas las facilidades posibles. - Brindar las cartas y tomar las órdenes de los pedidos. - Dar el alcance sobre las ofertas y promociones a los clientes. - Brindar la cuenta a los clientes e invitarles a que realicen el pago en caja. - Recoger los platos y utensilios de cocina.
Dependencia	Gerente o administrador

Cargo	Responsable de limpieza
Perfil	Secundaria completa
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar la limpieza de todas las áreas de la empresa. - Verificar que los artículos de limpieza se encuentren en buen estado. - Mantener y garantizar el buen funcionamiento de los servicios higiénicos. - Utilizar en todo momento equipos de bioseguridad.
Dependencia	Gerente o administrador.

7. Diagnostico empresarial

<p style="text-align: center;">AI</p> <p style="text-align: center;">AE</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Personal con experiencia en el rubro. 2. Infraestructura acogedora para los clientes. 3. Precio adecuado. 4. Capacidad crediticia ante un posible crecimiento y expansión de las pollerías. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inexistencia de un manual de organización funciones. 2. Desconocimiento por parte de los colaboradores sobre la visión, misión y objetivos de las pollerías. 3. Falta de innovación o valor agregado a los productos. 4. Personal con alta rotación.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Disponibilidad de tecnología para ofrecer los productos y realizar ventas. 2. Ubicación geográfica estratégica en la ciudad de Huaraz 3. Promoción a nivel nacional del pollo a la brasa como plato bandera del país. 4. Clientes no fidelizados y que no muestren preferencia por alguna pollería en particular. 	<p style="text-align: center;">FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer un plan de marketing, para dar a conocer la calidad del producto y servicio de las pollerías (F1, F2, F3, O1, O4.) 2. Elaborar proyectos de inversión para expandir e instalar nuevos locales (F4,O2,O3) 	<p style="text-align: center;">DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar planes de acción y presupuestos para responder adecuadamente a la demanda y exigencia de los clientes(D1,D2, O2, O3,O4) 2. Capacitar y concientizar a los colaboradores respecto a la misión y visión de las pollerías ante el crecimiento y desarrollo futuro (D2, D2, O3,O4)
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevos competidores en el rubro pollerías. 2. Inflación económica(alza de precios en los insumos) 3. Mejores ofertas laborales para los colaboradores por parte de la competencia. 4. Productos sustitutos que se ofrece en el mercado 	<p style="text-align: center;">FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promocionar la imagen institucional a través concursos y ferias gastronómicas (F1, F2, F3,A1,A4) 2. Establecer planes de motivación e incentivos hacia los colaboradores (F1, A2) 	<p style="text-align: center;">DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecer la estructura organizacional mediante un buen diseño organizacional (D1, D2, D3,A3) 2. Fidelizar clientes mediante la formulación de estrategias de marketing (D3, D4, A1, A2, A5)

8. Indicadores de gestión

Indicadores	Evaluación de los indicadores de las mypes
Métodos para recopilar datos	La mitad de los representantes de las MYPES del rubro pollerías solo algunas veces obtienen información confiable de los procesos de su competencia directa enfocado a los clientes.
Brechas del desempeño	Gran parte de los representantes de las MYPES del rubro pollerías solo algunas veces determinan las brechas del desempeño en cuanto a sus actividades y procesos orientado a los clientes frente a otras empresas del rubro..

9. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Métodos para recopilar datos.	La mitad de los representantes de las MYPES del rubro pollerías, solo algunas veces obtienen información confiable sobre los mejores procesos de su competencia directa enfocado a los clientes, puesto que no emplean técnicas y/o métodos para recopilar información.	Los representantes de las MYPES pollerías, consideran que establecer técnicas y/o métodos para recopilar información requiere de gastos muy elevados y lo consideran innecesario.
Brechas del desempeño	Gran parte de los representantes de las MYPES del rubro pollerías, solo algunas veces comparan con su competencia directa lo positivo o negativo de sus procesos y actividades orientado a los clientes, evidenciando un bajo nivel de competitividad en el sector.	Los representantes de las MYPES del rubro pollerías confían en su experiencia y no consideran necesario comparar y analizar las brechas existentes de sus procesos enfocado a los clientes.

10. Establecer soluciones

10.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Métodos para recopilar datos	La mitad de los representantes de las MYPES del rubro pollerías, solo algunas veces obtienen información confiable sobre los mejores procesos de su competencia directa enfocado a los clientes, puesto que no emplean técnicas y/o métodos para recopilar información.	Implementación de métodos y/o técnicas para obtener información como encuestas y entrevistas a los clientes, quienes darán su punto de vista en cuanto al desempeño de una empresa frente a otra del rubro.
Brechas del desempeño	Gran parte de los representantes de las MYPES del rubro pollerías, solo algunas veces comparan con su competencia directa lo positivo o negativo de sus procesos y actividades orientado a los clientes, evidenciando un bajo nivel de competitividad en el sector.	Realizar el diagnóstico situacional de las empresas en base a la información recopilada, de tal manera, que se pueda evaluar el desempeño actual de las empresas frente a los clientes, analizar las brechas del desempeño con otras empresas y elaborar un informe con los resultados obtenidos.

11. Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategias	Recursos humanos	Recursos económicos	Recursos tecnológicos	Tiempo
1	Implementación de métodos y/o técnicas para obtener información como encuestas y entrevistas a los clientes, quienes darán su punto de vista en cuanto al desempeño de una empresa frente a otra del rubro.	Propietario / Representante	S/. 500 semestral	Equipos de la empresa	Cada 6 meses
2	Realizar el diagnóstico situacional de las empresas en base a la información recopilada, de tal manera, que se pueda evaluar el desempeño actual de las empresas frente a los clientes, analizar las brechas del desempeño con otras empresas y elaborar un informe con los resultados obtenidos.	Propietario / Representante	S/. 500	Equipos de la empresa	Cada 6 meses

12. Cronograma de actividades

N°	Actividad	Calendarización											
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
1	Implementación de métodos y/o técnicas para obtener información como encuestas y entrevistas a los clientes, quienes darán su punto de vista en cuanto al desempeño de una empresa frente a otra del rubro.	X						X					
2	Realizar el diagnóstico situacional de las empresas en base a la información recopilada, de tal manera, que se pueda evaluar el desempeño actual de las empresas frente a los clientes, analizar las brechas del desempeño con otras empresas y elaborar un informe con los resultados obtenidos.	X						X					

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Achig, D. y Viracocha, W. (2017). *Benchmarking para la microempresas de calzado de la ciudad de Latacunga. Ecuador. Universidad Técnica de Cotopáxi.*
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3860/1/T-UTC-0401.pdf>
- Alcalde, P. (2019). *Calidad 3.ª edición.* Madrid. Ediciones Paraninfo, S.A.
https://books.google.com.pe/books?id=sjqlDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+calidad&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjYfQ8NXwAhXwmeAKHQ1rD_M4ChDoATADegQIBRAC#v=onepage&q=gestion%20de%20calidad&f=false
- Armendáriz, J. (2019). *Gestión de la calidad y de la seguridad e higiene alimentarias 2ª edición 2019.* Madrid. Editorial Paraninfo.
<https://books.google.com.pe/books?id=8XyJDwAAQBAJ&pg=PA73&dq=benchmarking&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjH2putrZr5AhXrq5UCHaAZBgE4ChDoAXoECAgQA#v=onepage&q=benchmarking&f=false>
- Avilés, E. y Cedeño, A. (2018). *Diseño de un modelo de gestión de calidad de servicio al cliente para el restaurante “La Finquita”.* Guayaquil. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://201.159.223.180/bitstream/3317/10360/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-496.pdf>
- Bojórquez, Y. (2018). *Gestión de calidad con el uso de marketing relacional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio: rubro restaurante-pollería de la ciudad de Huaraz, 2017.* Huaraz, Perú. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4577/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_RELACIONAL_BOJORQUEZ_ARAMBURU_YENY_ROXANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Bravo, V. (2019). *La gestión de calidad con el uso de benchmarking y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la avenida José Leal del distrito de Lince, 2018*. Lima, Peru. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11741/MICRO_EMPRESAS_CALIDAD_BRAVO_MEZA_VIRGINIA_GRACIELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bravo, K. y Díaz, L. (2018). *Plan de benchmarking para incrementar la afluencia de los clientes en la pollería "Cieza" Chongoyape, 2017*. Pimentel, Perú. Universidad Señor de Sipán. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5502/Bravo%20Saavedra%20%26%20Diaz%20Albujar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cardozo, A. (2020). *Puro Management: Emprendedores, gerentes, colaboradores y sus empresas*. Buenos Aires. Editorial Temas. <https://books.google.com.pe/books?id=sRr7DwAAQBAJ&pg=PT95&dq=benchmarking&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjH2putrZr5AhXrq5UCHaAZBgE4ChDoAXoECACQAg#v=onepage&q=benchmarking&f=false>
- Chibás, F. (2020). *Creatividad, innovación y emprendedorismo en organizaciones educativo-culturales en la era digital*. Cuba. Editorial Pueblo y Educación. https://books.google.com.pe/books?id=muUREAAAQBAJ&pg=PA143&dq=benchmarking+procesos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwikxJnk6__7AhWtH7kGHVtKAUM4ChDoAXoECAgQAg#v=onepage&q=benchmarking%20procesos&f=false
- ComexPerú. (2020). *Las mype peruanas en 2019 y su realidad ante la crisis*. Sociedad

de Comercio exterior del Perú, 1–4.

<https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-mype-peruanas-en-2019-y-su-realidad-ante-la-crisis>

Cuatrecasas, L. y González, J. (2017). *Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación*. Barcelona. Profit Editorial.

<https://books.google.com.pe/books?id=k449DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwimqelpPzvAhVyU98KHWewBSkQ6AEwAXoECAQQA#v=onepage&q&f=false>

Díaz, C. (2018). *Gestión de la calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la urbanización*

Santa Cristina, Nuevo Chimbote, año 2016. Chimbote. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8291/BENCHMARKING_GESTION_DE%20CALIDAD_DIAZ_OLACUA_CARLO_FRANCISCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dominguez, B. (2018). *Caracterización de gestión de calidad y benchmarking en las mype, rubro cabinas de internet II etapa A.A. H.H. Las Dalias (Piura) Año*

2018. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/21047/BENCHMARKING_GESTION_DE_CALIDAD_DOMINGUEZ_PARIAHUACHE_%20BRENDA_ARACELY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Escobar, J. y Goyes, J. (2019). *Estudio de modelos de gestión de calidad en restaurantes del Cantón Playas, Provincia del Guayas*. Guayaquil.

Universidad de Guayaquil.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46078/1/Estudio%20de%20modelos%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20en%20restaurantes%20del%20Cant%C3%B3n%20Playas%2C%20Provincia%20del%20Guayas.pdf>

Figuerola, M. (2021). *Factores relevantes del benchmarking competitivo para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro salones de belleza en la ciudad de Huaraz, 2021*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/27403/BENCHMARKING_COMPETITIVO_FIGUEROA_ASIS_MARIBEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Galán, L. (2021). *Políticas de marketing internacional. COMM0110*. Málaga. IC Editorial. https://books.google.com.pe/books?id=GwIwEAAAQBAJ&pg=PT120&dq=concepto+de+rentabilidad&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwi3IfI0Ob3AhW5D7kGHTTqC_QQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=concepto%20de%20rentabilidad&f=false

Garrido, S. y Romero, M. (2019). *Fundamentos de gestión de empresas*. Madrid. Editorial centro de estudios Ramón Areces SA. <https://books.google.com.pe/books?id=yFtDwAAQBAJ&pg=PA250&dq=producci%C3%B3n+empresarial&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjDsouQ19bwAhWCiOAKHXK2CpEQ6AEwAnoECAAQAg#v=onepage&q=producci%C3%B3n%20empresarial&f=false>

González, C. y Manzanares, C. (2020). *Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001 Guía de aplicación*. Madrid. Editorial UNED. <https://books.google.com.pe/books?id=Lz0BEAAAQBAJ&pg=PT12&dq=co>

ncepto+de+gestion+de+calidad+segun+autores&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi0wf3i8rr8AhXcGLkGHWlsBC8Q6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=concepto%20de%20gestion%20de%20calidad%20segun%20autores&f=false

Hernandez, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México. McGRAW-HILL Interamericana editores,S.A..

Hitpass, B. (2017). *BPM: Business Process Management: Fundamentos y conceptos de implementación 4a edición actualizada y ampliada*. Chile. BHH Ltda. <https://books.google.com.pe/books?id=Dm4MGAY5vMC&pg=PA78&dq=benchmarking&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi75MH1eb3AhXOD7kGHWOLAkAQ6AF6BAgIEAI#v=onepage&q=benchmarking&f=false>

Huamán, M. (2019). *El benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, 2017*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23054/BENCHMARKING ESTRATEGIAS HUAMAN PEREZ MARITZA LUCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ilzarbe, L., Mateo, R. y Sanguesa, M. (2019). *Teoría y práctica de la calidad. 2ª edición revisada y actualizada*. Madrid. Ediciones Paraninfo, S.A. <https://books.google.com.pe/books?id=JP6NDwAAQBAJ&pg=PA22&dq=gestion+de+calidad+ciclo+de+deming&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjhnp3EwbbvAhXjmOAKHd0wD9MQ6AEwAnoECAMQA#v=onepage&q=gestion%20de%20calidad%20ciclo%20de%20deming&f=false>

- Isaza, A. (2018). *Control interno y sistema de gestión de calidad: Guía para su implantación en empresas públicas y privadas. 3a edición*. Bogotá. Ediciones de la U.
<https://books.google.com.pe/books?id=BTSjDwAAQBAJ&pg=PA174&dq=enchmarking&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjo8jx9XwAhUoTd8KHRrzCuQ6AEwAXoECAUQAg#v=onepage&q=benchmarking&f=false>
- Kong, M. (2019). *Propuesta de mejora del marketing mix como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del casco urbano, distrito de Pisco, provincia de Pisco, departamento Ica, 2018*. Ica. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/15395/GESTION_CALIDAD_MARKETING_MIX_KONG_SAN_RIVERA_MARY_LIZETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López, A. (2017). *UF2383 - Dinamización del punto de venta en el pequeño comercio*. España. Editorial Elearning, S.L.
<https://books.google.com.pe/books?id=rFxWDwAAQBAJ&pg=PA353&dq=fidelizar&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjt7OLIsPf5AhWLqpUCHXdVCpA4ChDoAXoECAQQAg#v=onepage&q=fidelizar&f=false>
- Martín, A., Cano, J. y Gené, J. (2019). *Atención primaria. principios, organización y métodos en medicina de familia*. Barcenola. Elsevier Health Sciences.
https://books.google.com.pe/books?id=9yybDwAAQBAJ&pg=PA336&dq=capacidad+con+los+clientes&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiM496K_PzvAhXnmeAKHWCObxkQ6AEwAHOECAEQAg#v=onepage&q=capacidad%20con%20los%20clientes&f=false

- Mata, R. (2019). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida criolla, Av. pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, 2016*. Chimbote, Perú. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10311/GESTION_DE_CALIDAD_REPRESENTANTES_MATA_BARRIOS_RUTH_NOEMI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Monroy, M., y Nava, N. (2018). *Metodología de la investigación*. (Lapislázuli (ed.).Grupo Editorial Exodo. <https://elibro.net/es/lc/learningbyhelping/titulos/172512>
- Nava, J. (2020). *Sistema de benchmarking como estrategia de innovación tecnológica en el sector crudos pesados y extrapesados*. Revista científica Multidisciplinaria,IPSA Scientia, 5(1), 88-111. <https://latinjournal.org/index.php/ipsa/article/view/992/760>
- Ospina, N. (2021). *Administración-Fundamentos: Cómo iniciarse en el estudio de la administración*. Bogotá. Ediciones de la U. https://books.google.com.pe/books?id=3gcYEAAAQBAJ&pg=PA58&dq=benchmarking+procesos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjK1K2b6P_7AhWAK7kGHUDKAvYQ6AF6BAgGEAI#v=onepage&q=benchmarking%20procesos&f=false
- Pacaya, B. (2019). *Gestión de calidad y eficacia en los procesos administrativos de las mypes del sector servicios, rubro restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, Año 2019*. Pucallpa. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1163>

6/GESTION_PROCESOS_PACAYA_ARMAS_BERNITH.pdf?sequence=1
&isAllowed=y

Peralta, J. (2020). *Benchmarking como herramienta estratégica para la satisfacción del cliente en las empresas de servicios*. Ambato, Ecuador. Universidad Técnica de Ambato.
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31299/1/775%20MKT.pdf>

Pérez, A. (2018). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016*. Chimbote, Perú. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8337/MICRO_Y_PEQUENA_EMPRESA_REPRESENTANTES_PEREZ_ALMERI_ALEXIA_YURICO_KIMBERLY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pérez, D. y Gonzáles, R. (2017). *Venta técnica*. Madrid. Ediciones Paraninfo, S.A.
<https://books.google.com.pe/books?id=2cLODgAAQBAJ&pg=PA98&dq=posicionamiento&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjXhvSPyub3AhVWBrkGHQCKBMQ4ChDoAXoECAYQA#v=onepage&q=posicionamiento&f=false>

Pincay, Y. y Parra, C. (2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*. Ciencias Económicas y Empresariales, 6(3).
<file:///C:/Users/Familia%20Flores/Downloads/DialnetGestionDeLaCalidadEnElServicioAlClienteDeLasPYMES-7539747.pdf>

Pincay, K. (2020). *El benchmarking en los emprendimientos del cantón Jipijapa: Caso de estudio microempresa de cervecería artesanal "Tribu Xipixapa"*. Ecuador.

Universidad estatal del sur de Manabí.
<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2665/1/tesis%20kerly%20dayana.pdf>

Quispe, S. (2021). *El marketing como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Moro, año 2019*. Moro. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/25347/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_QUISPE_RODRIGUEZ_SEGUNDO_VALDEMAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Requena, D. (2022). *Propuesta de mejora del marketing para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, centro de Sullana, 2020*. Piura. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/30136/GESTION_DE_CALIDAD_REQUENA_%20HERRERA_%20DIANA_%20YACKELINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Reza, C. (2019). *El gerente efectivo. Los fundamentos de la Administración, el trabajo en equipo y el liderazgo*. México: UNAM, Facultad de Contaduría y Administración.
https://books.google.com.pe/books?id=GQunDwAAQBAJ&pg=PT59&dq=planes+de+accion+y+benchmarking&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj7KXnf_7AhWcLrkGHafcDHcQ6wF6BAgJEAE#v=onepage&q=planes%20de%20accion%20y%20benchmarking&f=false

Romero, G. (2018). *Dirección y recursos humanos en restauración. HOTR0309*. Málaga. IC Editorial.

<https://books.google.com.pe/books?id=dkwpEAAAQBAJ&pg=PT175&dq=concepto+productividad&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwj76aCwrvf5AhU9rZUCHeMoCnwQuwV6BAgHEAc#v=onepage&q=concepto%20productividad&f=false>

Salazar, Y. (2020). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) de la ciudad de Huaraz, 2018*. Huaraz, Perú. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16404/BENCHMARKING_GESTI%c3%93N_%20DE_CALIDAD_SALAZAR_CIRIACO_YEFERSON_OSWALD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez, S. (2017). *Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en hostelería*. España. Editorial Elearning, S.L. https://books.google.com.pe/books?id=ujZWDwAAQBAJ&pg=PA96&dq=proceso+de+benchmarking+ROBERT+C.+CAMP.&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiHrtzs6u_vAhXEJt8KHfUICXYQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=proceso%20de%20benchmarking%20ROBERT%20C.%20CAMP.&f=false

Sánchez, R. y Jiménez, D. (2020). *Manual de gestión de la relación con los clientes* (Vol. 61). Almería, España. Universidad Almería. https://books.google.com.pe/books?id=HCLyDwAAQBAJ&pg=PA15&dq=concepto+de+marketing&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwicoe_xnff5AhUUrJUCHequB784KBC7BXoECAoQCA#v=onepage&q=concepto%20de%20marketing&f=false

- Temíño, I. (2017). *Grupo Repsol. Lectura empresarial*. Madrid. ESIC.
<https://books.google.com.pe/books?id=DJxMDwAAQBAJ&pg=PT115&dq=benchmarking+repsol&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwiTuJvMs7bvAhUCmVkJHdljDt8Q6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=benchmarking%20repsol&f=false>
- Torres, K. (2019). *Benchmarking para incrementar las ventas de restaurante "D'karlos carnes y parrillas E.I.R.L."*, Chiclayo 2017. Pimentel. Universidad Señor de Sipán
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6261/Torres%20Delgado%20Kevin%20Stip.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valenzuela, S. (2019). *Benchmarking como herramienta de gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del restaurantes de la ciudad de Huaraz, 2017*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbore.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23019/BENCHMARKING_RESTAURANTES_VALENZUELA_SIGUENAS_LUSMERI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vélez, C. (2020). *COMT040PO - Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial*. España. Editorial Elearning, S.L.
https://books.google.com.pe/books?id=vSLtDwAAQBAJ&pg=PA67&dq=satisfaccion+de+clientes&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjYi4ic_vzvAhUJFVkfHdCuBkwQ6AEwBHoECAIQAg#v=onepage&q=satisfaccion%20de%20clientes&f=false
- Villa, J. (2019). *El marketing como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro*

restaurante, del distrito de San Luis, provincia Carlos Fermín Fitzcarrald, 2019. San Luis. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14724/CALIDAD_EMPRESAS_VILLA ESTRADA_JESUS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villanueva, F. (2022). *Propuesta de mejora de los factores relevantes del trabajo en equipo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en el distrito de Huaraz, 2019. Huaraz. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.*

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/28961/GESTION_DE_CALIDAD_VILLANUEVA_AGUIRRE_FRANCK_ANTONY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villaorduña, E. (2021). *Gestión de calidad con el uso del benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018.*

Huaraz. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/22492/GESTION_DE_CALIDAD_HOTELES_VILLAORDUNA_TUYA_ERIC_LEONCIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zamarreño, G. (2019). *Marketing Estratégico*. España: Editorial Elearning, S.L.
[https://books.google.com.pe/books?id=r3XIDwAAQBAJ&pg=PA177&dq=evaluacion+comparativa\(benchmarking\)&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjPytPb](https://books.google.com.pe/books?id=r3XIDwAAQBAJ&pg=PA177&dq=evaluacion+comparativa(benchmarking)&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjPytPb)

rP_7AhVYGrkGHdNZBlgQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=evaluacion%20c
omparativa(benchmarking)&f=false

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2021								Año 2022							
		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	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				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Elaboración del consentimiento informado						X										
7	Ejecución de la metodología						X										
8	Resultados de la investigación							X									
9	Conclusiones y recomendaciones								X	X							
10	Redacción del pre informe de investigación									X	X	X	X				
11	Redacción del informe final													X	X		
12	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación															X	
13	Presentación de ponencia																X
14	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (estudiante)			
Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Suministros			
Impresiones	0,30	100	30.00
Copias	0.10	200	20.00
Lapicero	1.00	5	5.00
Empastado	50.00	1	50.00
Servicios			
Uso del turnitin	50.00	1	50.00
Sub total			155.00
Gastos de viajes			
Pasaje para recolectar información	1.00	22	22.00
Gastos de servicios en casa			
Luz eléctrica	60.00	1	60.00
Internet	69.00	1	69.00
Sub total			164.00
Total			319.00
Presupuesto no desembolsable (universidad)			
Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital- LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35	3	105.00
Soporte informático (Módulo de I investigación del ERP University - MOIC)	40.00	3	120.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			395.00
Recursos humanos			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total, de presupuesto no desembolsable			647.00
Total (S/.)			966.00

Anexo 3: Cuadro de sondeo.

N°	RAZÓN SOCIAL
1	La braza de Diana
2	El Doradito
3	El Granjero
4	La leña
5	Samuels
6	Abarca
7	La casita
8	Gallo rojo
9	Cresta de oro
10	Pachas
11	Norabuena
12	Sabor andino
13	Pollo gordo
14	El rancho
15	Sabor en llamas
16	Nahía
17	Santa Cruz
18	Roy Chicken
19	Mediterranea
20	Ronal
21	Don vito
22	El Fogón

Anexo 4: Consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021 y es dirigido por Jorge Diego Flores Diaz, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 0806091046@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Sobrados Quispe Roelita

Fecha: 10 / 10 / 2021

Correo electrónico: sobradosquisperoelecto@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021 y es dirigido por Jorge Diego Flores Díaz, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 0806091046@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: NOEMI HANCHACHI HUANCHU

Fecha: 09 - OCT - 2021

Correo electrónico: NOEMI.MH@HOTMAIL.COM

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021 y es dirigido por Jorge Diego Flores Díaz, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 0806091046@uladach.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Julio Rapray Uño

Fecha: 03-10-2021

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Anexo 5: Instrumento de recolección de datos.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar la investigación titulada: **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL BENCHMARKING PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO POLLERÍAS EN EL DISTRITO DE HUARAZ, 2021.** Para obtener el título profesional de licenciado en administración.

INSTRUCCIONES:

Se presenta un conjunto de 13 ítems, los cuales miden las dimensiones del benchmarking en la gestión de la calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en este cuestionario.

Nº	ÍTEMS	ESCALA		
		Siempre	Algunas veces	Nunca
DIMENSIÓN 1: PLANEACIÓN		Siempre	Algunas veces	Nunca
1	¿La empresa identifica los principales problemas que aquejan sus clientes?	X		
2	¿La empresa realiza esfuerzos para determinar los mejores procesos y/o actividades de su competencia directa?	X		
3	¿La empresa obtiene información sobre los mejores procesos y/o actividades de su competencia directa a través de encuestas físicas, telefónicas o virtuales?		X	
DIMENSIÓN 2: ANALISIS		Siempre	Algunas veces	Nunca
4	¿La empresa compara con su competencia directa lo positivo o negativos de sus procesos y/o actividades?			X
5	¿La empresa realiza el análisis sobre posibles escenarios del impacto de sus procesos y/o actividades a sus clientes en el futuro?	X		
DIMENSIÓN 3: INTEGRACIÓN		Siempre	Algunas veces	Nunca
6	¿La empresa considera los resultados obtenidos para realizar las mejoras en los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	X		

7	¿La empresa fija nuevas metas en función a las mejoras en los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	X		
DIMENSION 4: ACCIÓN		Siempre	Algunas veces	Nunca
8	¿La empresa implementa acciones para prevenir y corregir los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	X		
9	¿La empresa hace seguimiento por metas a las actividades realizadas a los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	X		
10	¿La empresa realiza recomendaciones de mejora en plena ejecución de los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	X		
DIMENSIÓN 5: MADUREZ		Siempre	Algunas veces	Nunca
11	¿La empresa implementa prácticas obtenidas de las experiencias en la ejecución de los procesos y actividades para que funcionen bien y produzcan buenos resultados?		X	
12	¿La empresa promueve normar y formalizar sus procesos y actividades para obtener altos estándares de calidad?	X		
13	¿La empresa busca superar constantemente a su competencia directa con sus procesos y/o actividades orientados a sus clientes?		X	

14. ¿Cuál es la principal diferencia que percibe en su empresa respecto a otra?

la buena atención al cliente.

la buena sazón.

INFORMACION GENERAL

15. Cuál es su edad

27

16. Género

- Femenino
 Masculino

17. Grado de instrucción

- a) Primaria
 Secundaria
c) Técnico y/o Superior universitario.

18. Cargo que desempeña

- a) Gerente
b) Administrador
 Responsable

19. Tiempo en el cargo

7 mes

Anexo 6: Validación del instrumento de recolección de datos.

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Ralli Magipo Lizbeth Giovanna
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3. Profesión: Licenciada en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Católica los Angeles de Chimbote
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del Instrumento: Cuestionario del Benchmarking
- 1.7. Autor del Instrumento: Flores Díaz Jorge Diego
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Planeación							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
Dimensión 2: Análisis							
4	X		X		X		
5	X		X		X		
Dimensión 3: Integración							
6	X		X		X		
7	X		X		X		
Dimensión 4: Acción							
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 5: Madurez							
11	X		X		X		
12	X		X		X		
13	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Lizbeth Ralli Magipo,
Magister en Administración de Negocios

DNI N° 40311682

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. TITULO DE LA INVESTIGACION

Propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Instrumento de recolección de datos del trabajo de investigación titulado: Propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021

III. TESISISTA

Flores ~~Diaz~~ Jorge Diego

IV. DECISION

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

Instrumento aplicable.

APROBADO:

SI

NO


Lizbeth Ralli Magipo.
Magister en Administración de Negocios

DNI N° 40311682

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Yuri Anaya Moreno
- 1.2. Grado Académico: Magíster
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Municipalidad provincial de CUA
- 1.5. Cargo que desempeña: Jefe de abastecimiento de patrimonio
- 1.6. Denominación del Instrumento: Cuestionario del Benchmarking
- 1.7. Autor del Instrumento: Flores Díaz Jorge Diego
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento

Nº de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Planeación							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
Dimensión 2: Análisis							
4	X		X		X		
5	X		X		X		
Dimensión 3: Integración							
6	X		X		X		
7	X		X		X		
Dimensión 4: Acción							
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 5: Madurez							
11	X		X		X		
12	X		X		X		
13	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Firma

Anaya Moreno Yuri

DNI N° 43774068

MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. TITULO DE LA INVESTIGACION

Propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Instrumento de recolección de datos del trabajo de investigación titulado: Propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021

III. TESISISTA

Flores Diaz Jorge Diego

IV. DECISION

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

Instrumento aplicable.

APROBADO:

SI

NO


Firma
Anaya Moreno Yuri
DNI N° 43774068

MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Norabuena Mendoza Cesar

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del Instrumento: Cuestionario del Benchmarking

1.7. Autor del Instrumento: Flores Díaz Jorge Diego

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento

Nº de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Planeación							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
Dimensión 2: Análisis							
4	X		X		X		
5	X		X		X		
Dimensión 3: Integración							
6	X		X		X		
7	X		X		X		
Dimensión 4: Acción							
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		

Nº de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 5: Madurez							
11	X		X		X		
12	X		X		X		
13	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Norabuena Mendoza César
 Magister en Administración de negocios (MBA).
 DNI N°43278157

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. TITULO DE LA INVESTIGACION

Propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Instrumento de recolección de datos del trabajo de investigación titulado: Propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021

III. TESISISTA

Flores Diaz Jorge Diego

IV. DECISION

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

Instrumento aplicable.

APROBADO:

SI

NO



Norabuena Mendoza César
Magister en Administración de negocios (MBA).
DNI N°43278157

EXPERTO EVALUADOR

Anexo 7: Prueba de confiabilidad del instrumento (Alfa de Cronbach)

VARIABLE: BENCHMARKING

	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Total
Sujeto 1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
Sujeto 2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	38
Sujeto 3	3	3	1	3	1	2	2	1	1	3	3	2	3	28
Sujeto 4	1	3	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	31
Sujeto 5	1	3	1	3	2	2	2	3	1	2	3	2	3	28
Sujeto 6	2	2	3	2	2	3	3	1	1	2	3	2	3	29
Sujeto 7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
Sujeto 8	1	3	1	2	1	2	3	1	1	3	3	2	3	26
Sujeto 9	3	3	1	2	1	2	1	1	1	3	3	2	3	26
Sujeto 10	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	3	2	3	25
Varianza	0.76	0.16	0.96	0.24	0.69	0.24	0.45	0.89	0.81	0.24	0	0.24	0	26.96

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Σ (símbolo sumatoria)
 K (Número de Items) = 13
 Vi (Varianza de cada Items) = 5.68
 Vt (Varianza Total) = 26.96

α (Alfa) = 0.8551



CONCLUSIÓN:

En la variable "Benchmarking" se encuestó a 10 representantes de las MYPES pollerías, en lo cual, según la fórmula alfa de Cronbach salió como resultado final 0.855094, lo que nos quiere decir que el análisis de la confiabilidad del instrumento es alta.

Anexo 8. Declaración jurada

DECLARACION JURADA

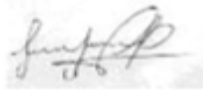
Yo, JORGE DIEGO FLORES DIAZ, identificado con DNI 45535289 y código de estudiante 0806091046 de la Escuela profesional de Administración de la Universidad los Angeles de Chimbote.

Declaro bajo juramento que:

Para la recolección de información se tuvo en cuenta el código de ética para la investigación establecido por la universidad, que los datos presentados en los resultados de la investigación son reales y no han sido falsificados, manipulados, ni copiados. Cabe mencionar que los datos fueron obtenidos de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías de la ciudad de Huaraz, quienes participaron de forma voluntaria para realizar la investigación titulada: Propuestas de mejora de los factores relevantes del benchmarking para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración.

Asimismo, de identificarse plagio, falsificación o manipulación de datos en la investigación; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad de Católica los Angeles Chimbote.

Lugar y fecha: 18 de diciembre 2022



JORGE DIEGO FLORES DIAZ

45535289

Anexo 9. Hoja de tabulación

Características de la planeación de actividades de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa identifica los principales problemas que aquejan sus clientes?	Nunca	I	1	4.55
	Algunas veces	IIII I	6	27.27
	Siempre	IIII IIII IIII	15	68.18
	Total	IIII IIII IIII IIII II	22	100.00
¿La empresa realiza esfuerzos para determinar los mejores procesos y/o actividades de su competencia directa?	Nunca		0	0.00
	Algunas veces	IIII I	6	27.27
	Siempre	IIII IIII IIII I	16	72.73
	Total	IIII IIII IIII IIII II	22	100.00
¿La empresa obtiene información sobre los mejores procesos y/o actividades de su competencia directa a través de encuestas físicas, telefónicas y virtuales?	Nunca	IIII I	6	27.27
	Algunas veces	IIII IIII I	11	50.00
	Siempre	IIII	5	22.73
	Total	IIII IIII IIII IIII II	22	100.00

Características del análisis del desempeño de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa compara con su competencia directa lo positivo o negativo de sus procesos y/o actividades?	Nunca	I	1	4.55
	Algunas veces	IIII III	8	36.36
	Siempre	IIII IIII III	13	59.09
	Total	IIII IIII IIII IIII II	22	100.00
¿La empresa realiza el análisis sobre posibles escenarios del impacto de sus procesos y/o actividades a sus clientes en el futuro?	Nunca		0	0.00
	Algunas veces	IIII I	6	27.27
	Siempre	IIII IIII IIII I	16	72.73
	Total	IIII IIII IIII IIII II	22	100.00

Características de la integración organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa considera los resultados obtenidos para realizar las mejoras en los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	Nunca		0	0.00
	Algunas veces	IIII	5	22.73
	Siempre	IIII IIII IIII II	17	77.27
	Total	IIII IIII IIII IIII II	22	100.00
¿La empresa fija nuevas metas en función a las mejoras en los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	Nunca			
	Algunas veces	II	2	9.09
	Siempre	IIII IIII IIII IIII	20	90.91
	Total	IIII IIII IIII IIII II	22	100.00

Características de las acciones de cumplimiento de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa implementa acciones para prevenir y corregir los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	Nunca		0	0.00
	Algunas veces	III	3	13.64
	Siempre	IIII IIII IIII III	19	86.36
	Total	IIII IIII IIII IIII II	22	100.00
¿La empresa hace seguimiento por metas a las actividades realizadas a los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	Nunca		0	0.00
	Algunas veces	IIII III	8	36.36
	Siempre	IIII IIII IIII	14	63.64
	Total	IIII IIII IIII IIII II	22	100.00
¿La empresa realiza recomendaciones de mejora en plena ejecución de los procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	Nunca	I	1	4.55
	Algunas veces	IIII I	6	27.27
	Siempre	IIII IIII IIII	15	68.18
	Total	IIII IIII IIII IIII II	22	100.00

Características de la madurez organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa implementa prácticas obtenidas de las experiencias en la ejecución de los procesos y actividades para que funcionen bien y produzcan buenos resultados?	Nunca		0	0.00
	Algunas veces	III	3	13.64
	Siempre	IIII IIII IIII III	19	86.36
	Total	IIII IIII IIII III II	22	100.00
¿La empresa promueve normar y formalizar sus procesos y actividades para obtener altos estándares de calidad?	Nunca		0	0.00
	Algunas veces	IIII	5	22.73
	Siempre	IIII IIII IIII II	17	77.27
	Total	IIII IIII IIII III II	22	100.00
¿La empresa busca superar constantemente a su competencia directa con sus procesos y/o actividades orientados a sus clientes?	Nunca		0	0.00
	Algunas veces	IIII	5	22.73
	Siempre	IIII IIII IIII II	22	77.27
	Total	IIII IIII IIII III II	22	100.00

Anexo 10: Figuras

Características de la planeación de actividades de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

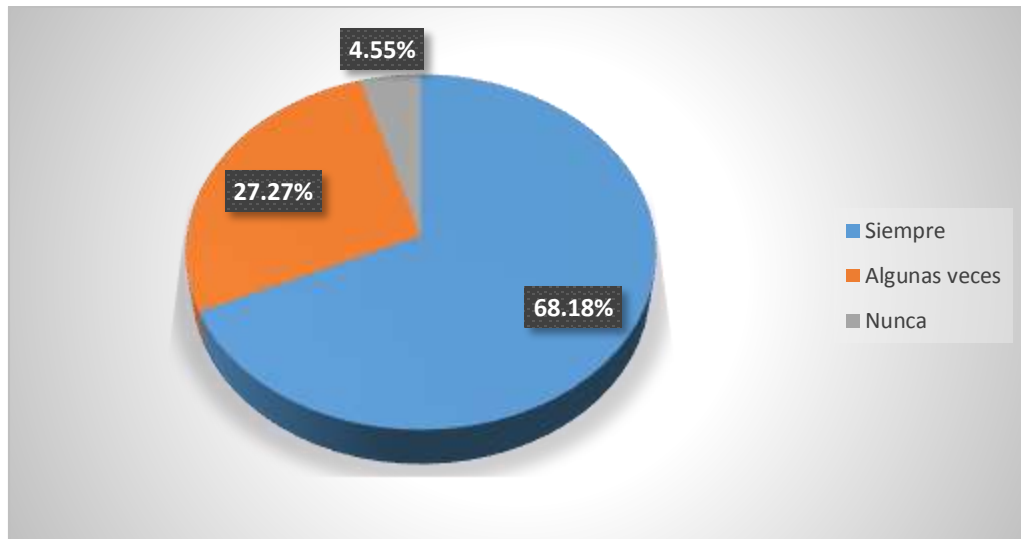


Figura 1. Identifica los principales problemas.

Fuente: Tabla 1

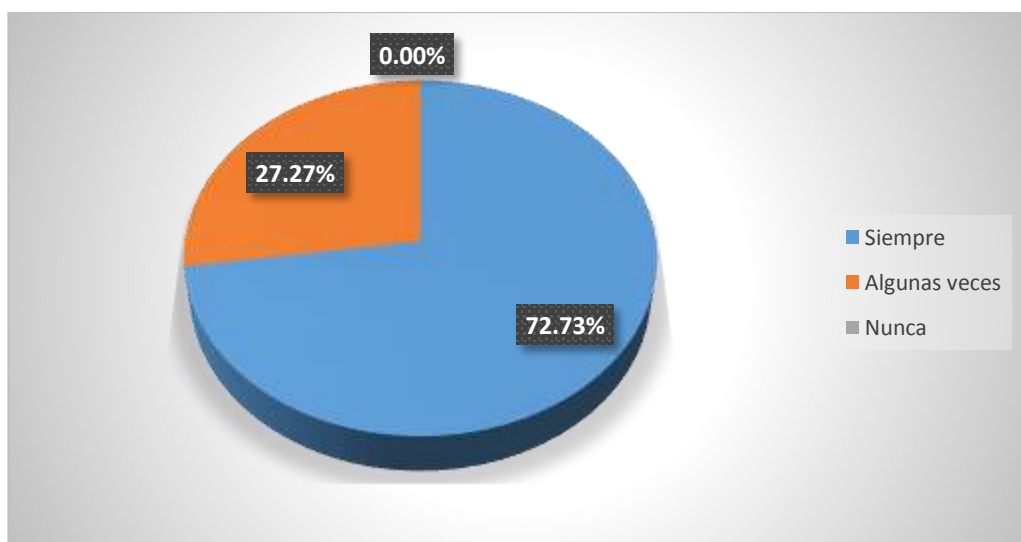


Figura 2. Determina los procesos de su competencia.

Fuente: Tabla 1

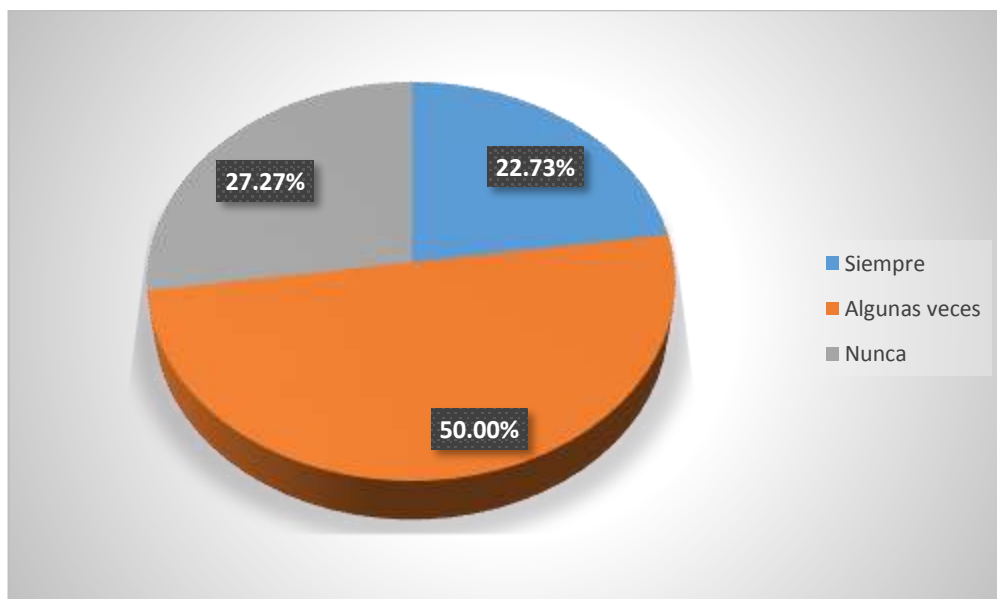


Figura 3. Utiliza métodos para obtener información.

Fuente: Tabla 1

Características del análisis del desempeño de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

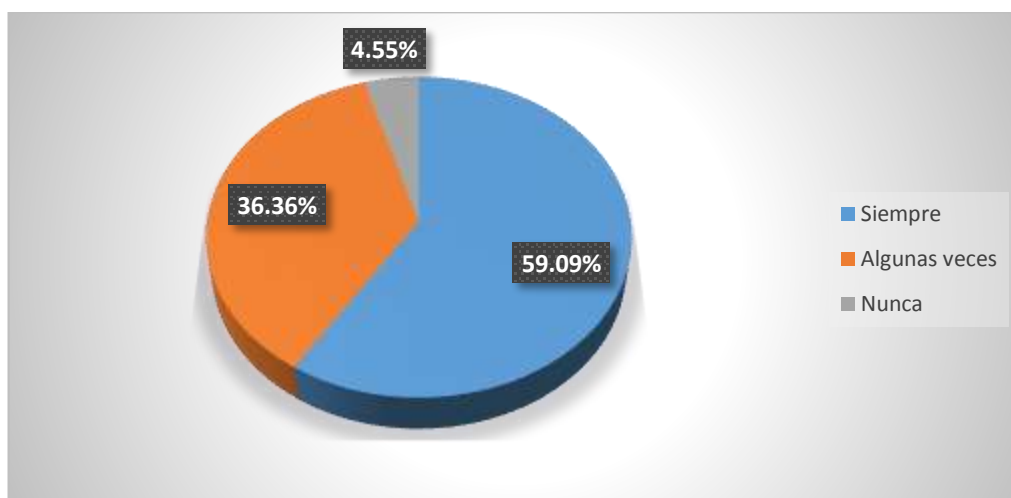


Figura 4. Compara lo positivo o negativo.

Fuente: Tabla 2

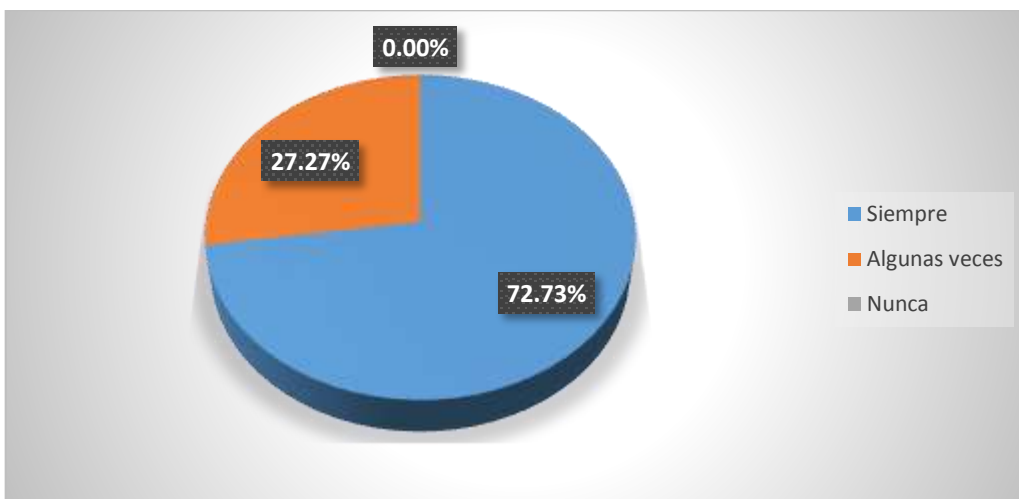


Figura 5. Realiza proyecciones del desempeño.

Fuente: Tabla 2

Características de la integración organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

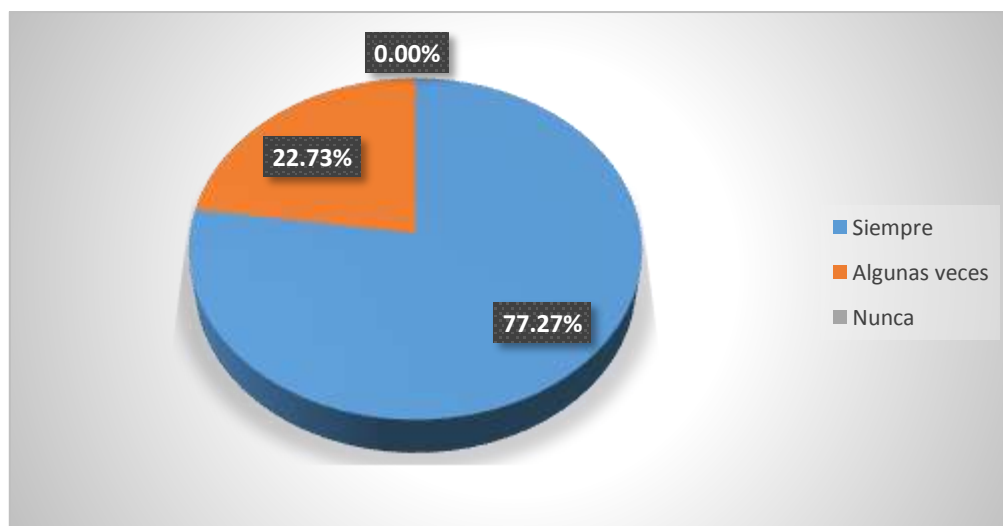


Figura 6. Considera los resultados obtenidos.

Fuente: Tabla 3

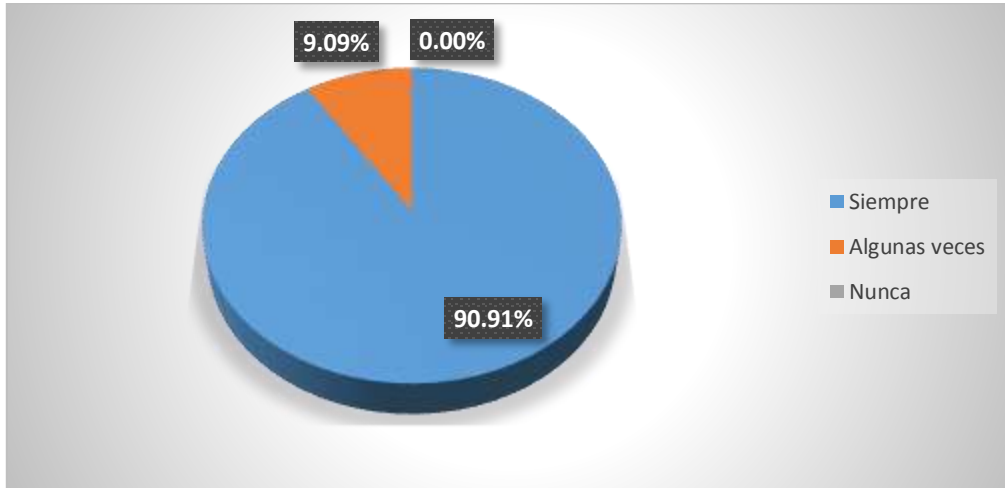


Figura 7. Fija nuevas metas.

Fuente: Tabla 3

Características de las acciones de cumplimiento de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

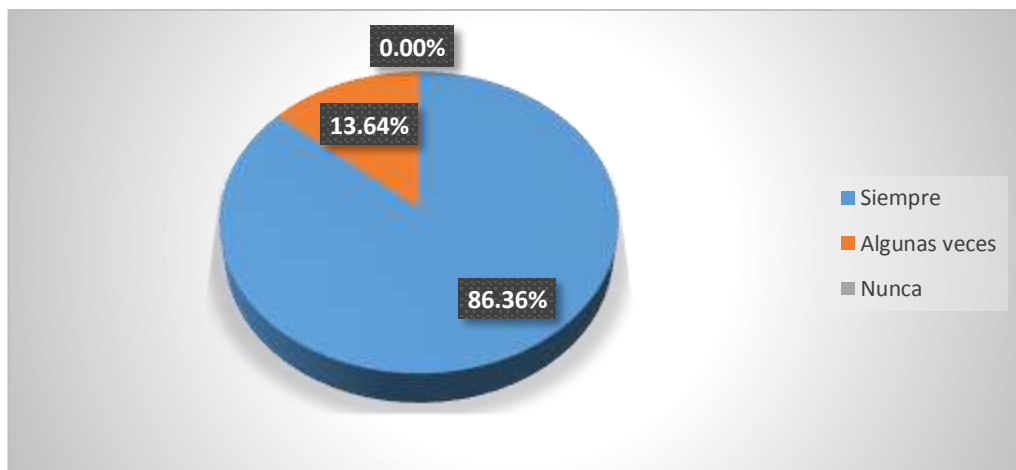


Figura 8. Implementa acciones.

Fuente: Tabla 4

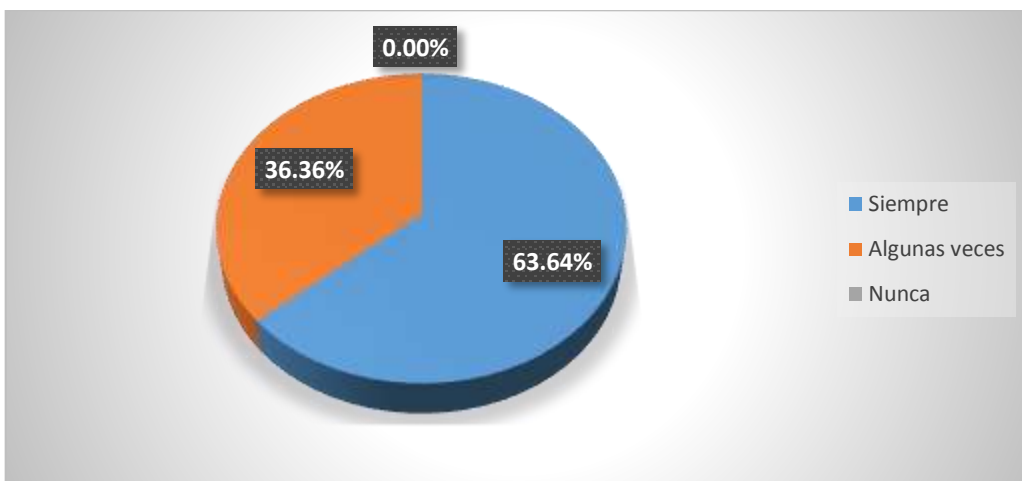


Figura 9. Hace seguimiento por metas.

Fuente: Tabla 4

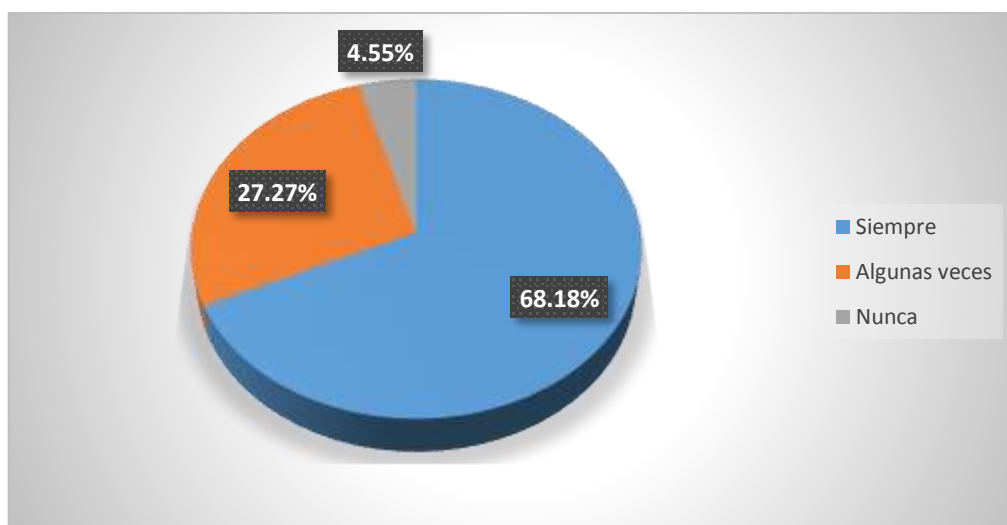


Figura 10. Realiza recomendaciones de mejora.

Fuente: Tabla 4

Características de la madurez organizacional de las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías en el distrito de Huaraz, 2021.

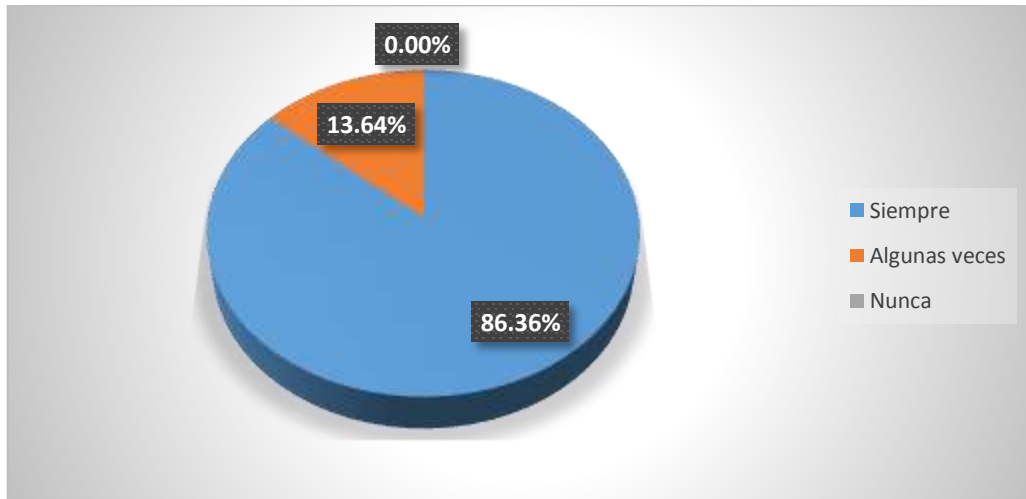


Figura 11. Implementa prácticas.

Fuente: Tabla 5

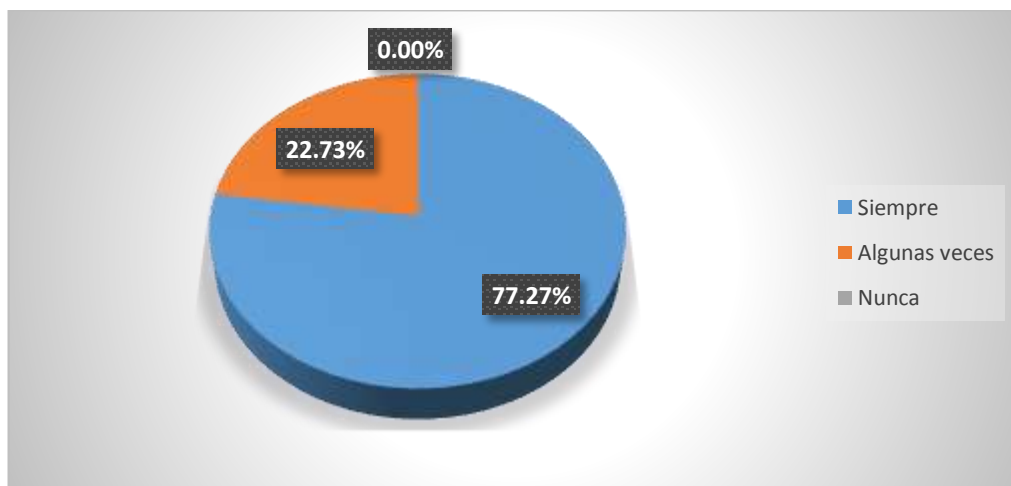


Figura 12. Norman sus procesos para obtener calidad.

Fuente: Tabla 5

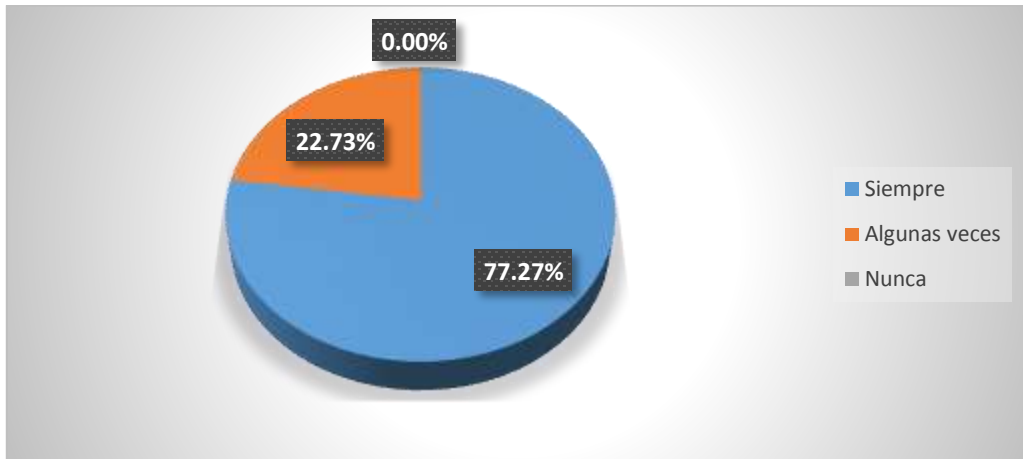


Figura 13. Busca superar a su competencia.

Fuente: Tabla 5