



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD Y BENCHMARKING EN LAS  
MYPE RUBRO JUGUERÍAS, EN EL DISTRITO DE  
HUANCABAMBA, AÑO 2021.

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

**AUTOR**

CONCHA CORDOVA, KELY MILAGROS

ORCID: 0000-0001-6436-7344

**ASESOR**

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID:0000-0001-9618-6177

**PIURA- PERÙ**

**2023**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Concha Córdova, Kely Milagros

ORCID: 0000-0001-6436-7344

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Piura, 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**

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**

## INDICE DE CONTENIDO

CARATULA.....	i
EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
JURADO EVALUADOR.....	iii
INDICE DE CONTENIDO .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS .....	v
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes .....	7
2.2 Bases Teóricas de la investigación.....	17
III. HIPÓTESIS .....	26
IV. METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN .....	27
4.1. Diseño de la Investigación .....	27
4.2. Población y Muestra.....	28
4.3. Definición y Operacionalización de las variables e Indicadores.....	32
4.4. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos .....	34
4.5. Plan de Análisis.....	35
4.6. Matriz de Consistencia.....	36
4.7. Principios Éticos.....	37
V. RESULTADOS.....	39
5.1 Resultados .....	39
5.2. Análisis de resultados.....	43
VI. CONCLUSIONES .....	57
VII. RECOMENDACIONES .....	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	61
ANEXOS .....	68

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los elementos de la Gestión de Calidad en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.....	39
Tabla 2. Características de los indicadores de la gestión de calidad en las MYPE del rubro juguerías en el Distrito de Huancabamba, año 2021,.....	40
Tabla 3. Características de los tipos de benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021. ....	41
Tabla 4. Características de las etapas del benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021 .....	42

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. La empresa Organiza a sus trabajadores para satisfacer sus necesidades. ..85	85
Figura 2. Estudia las necesidades del cliente .....85	85
Figura 3. Cuenta con los recursos necesarios para brindar el servicio. ....86	86
Figura 4. La jugueria de mejorar su servicio y calidad de sus productos. ....86	86
Figura 5. La jugueria cumple con los estándares de calidad, tiempo, costo. ....87	87
Figura 6. Se utiliza métodos adecuados para satisfacer la demanda.....87	87
Figura 7. Le brindaron la información correcta sobre los productos.....88	88
Figura 8. Las MYPES requieren implementación de nuevas estrategias de negocio.88	88
Figura 9. Recomendaría Ud. Estas jugueria a sus amigos. ....89	89
Figura 10. La jugueria muestra una imagen positiva.....89	89
Figura 11. Contrato a un experto en el diseño de los procesos .....90	90
Figura 12. Identifico los productos más competitivos en su entorno. ....90	90
Figura 13. El producto que se posiciono más en la mente del consumidor. ....91	91
Figura 14. Registro de actividades.....91	91
Figura 15. Indicadores que miden la eficacia de los procesos .....92	92
Figura 16. Se atiende los reclamos de los clientes.....92	92
Figura 17. Analiza los elementos de su empresa con los de su entorno. ....93	93
Figura 18. Implementa estrategias para mejorar su servicio.....93	93
Figura 19. Se evalúa mensualmente el cumplimiento de los objetivos. ....94	94

## RESUMEN

La tesis titulada “Gestión de Calidad y Benchmarking en las MYPE Rubro Juguerías, en el Distrito de Huancabamba, Año 2021”, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021. Se empleó la metodología no experimental - transversal - descriptivo, se estableció como población finita a los propietarios e infinita a clientes, se obtuvo una muestra de 3 propietarios y 68 clientes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas, la técnica empleada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, los resultados obtenidos más relevantes son: el 66% de las MYPES si cuenta con los estándares de tiempo y calidad, el 69% de clientes si recomendaría la juguería a sus amigos, 100% de propietarios si identificó los productos más competitivo en su entorno y el 100% si implementa estrategias de mejora en su servicio. Se concluyó que las MYPES investigadas si cuentan con los elementos necesarios para satisfacer la demanda de clientes, y sus indicadores si implementan estrategias de marketing, así mismo aplican los tipos de benchmarking ya que conocen los productos más competitivos, además saben las etapas ya que si cuentan con un registro de actividades.

**Palabras clave:** Benchmarking, Gestión de Calidad, MYPES.

## ABSTRACT

The thesis entitled "Quality Management and Benchmarking in the MYPE Juguerías Industry, in the District of Huancabamba, Year 2021", had as a general objective: To determine the characteristics of quality management and benchmarking in the MYPES of the Juguerías industry, in the District of Huancabamba, year 2021. The non-experimental - cross-sectional - descriptive methodology was used, the owners were established as a finite population and clients were infinite, a sample of 3 owners and 68 clients was obtained, a questionnaire of 19 questions was applied, the technique The survey was used and the questionnaire as an instrument, the most relevant results obtained are: 66% of the MYPES if it has the time and quality standards, 69% of clients if they would recommend the toy store to their friends, 100% of owners if I identify the most competitive products in your environment and 100% if you implement improvement strategies in your service. It was concluded that the MYPES investigated do have the necessary elements to satisfy customer demand, and their indicators do implement marketing strategies, likewise they apply the types of benchmarking since they know the most competitive products, they also know the stages since if have a record of.

**Keywords:** Benchmarking, Quality Management, MYPES.



## **I. INTRODUCCIÓN**

Esta investigación fue titulada “Gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021” siguiendo la línea de investigación procesos administrativos, como variable independiente y como variable dependiente se ha decidido optar por el benchmarking.

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) son fundamentales en nuestro país ya que contribuyen según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo el 40% del PBI y el 80% de la oferta laboral, cabe recalcar que las MYPES son el mecanismo que impulsan la economía de un país, generando empleo para la sociedad que permite mejorar la pobreza y la competitividad. El desarrollo de nuevas estrategias es importante ya permitirá tener una mejor gestión a futuro. Sánchez (2018)

Durante la realización de esta investigación se declaró un estado de pandemia por la OMS con respecto a los acontecimientos del coronavirus, esta pandemia afecto a una gran cantidad de personas y empresas a nivel mundial, afectando incluso a grandes potencias, según un estudio realizado por el Banco Mundial una cuarta parte de las empresas en el mundo redujeron sus ventas en un 50% y en promedio las ventas se redujeron en un 27%, se presentaron una cantidad exagerada de reducciones de sueldo a trabajadores en el 67% de empresas del mundo, y solo uno de cada 10 empresas recibió un apoyo de su gobierno. Banco Mundial (2021)

Estos problemas se manifiestan a nivel internacional, nacional y regional los cuales se muestran a continuación.

En Japón, la gestión de calidad ha sido un impulso de mejora para diversos países en el mundo, ya que luego de los diferentes conflictos con otros países se quedaron con una mínima cantidad de recursos para poder subsistir entre los años 50

y 60 por ello se empezó a aplicar la manufactura esbelta como sistema de gestión de calidad que se centraba en no malgastar los recursos, evitando errores o usar excesivamente los recursos con los que se contara; por otra parte el concepto de gestión de calidad en EE.UU, empezó a tener importancia a partir del año 1920, en la actualidad grandes marcas e instituciones de calidad aplican certificaciones de los sistemas que promocionan a aquellas organizaciones que cumplan con todos los indicadores del sistema que este siendo aplicado. (Duffo, 2020)

En México el benchmarking es uno de los protagonistas en las empresas europeas centradas en la ingeniería industrial y edificios, este mecanismo suele ser usado por la mayoría de estas organizaciones las cuales buscan mejorar empleando las estrategias de sus competidores buscando adaptarlas a sus propias organizaciones; por otra parte en este país es una opción a tener en cuenta al momento de diseñar una estrategia competitiva la cual se centre en las características de la empresa y como esta puede adueñarse de las estrategias de sus competidores y mejorarlas adaptándolas a su propia empresa. (Hernández y Cano, 2017)

En el Perú la gestión de calidad es un gran problema, la gran despreocupación existente entre las empresas en el país por el manejo de su calidad es evidente, menos del 1% de las empresas formales en el país cuentan con una certificación de calidad que avale la seguridad de realizar comprar en dicho establecimiento, representando un gran inconveniente a los clientes los cuales deben basarse en la confianza para realizar una compra de un producto o servicio, por otra parte se evidencia la numerosa cantidad de empresas informales que realizan competencia desleal con los otros comerciantes en ciertos mercados. (Lizarzaburu, 2018)

En Perú se buscó la aplicación del benchmarking en las municipalidades, estas se dividen de acuerdo al lugar que tienen a cargo, existiendo municipalidades locales en cada distrito debidamente formalizadas, estas organizaciones son dirigidas por personas que no suelen reunirse, sin embargo debido al presupuesto público asignado para cada municipalidad regido por las necesidades de la comunidad en la que se trabaja no se pudo proseguir con la aplicación de esta mecánica; por otra parte en el entorno privado la técnica del benchmarking es usado habitualmente por empresas que buscan crear un valor agregado para sus productos y los servicios que se presten. (Hernández, 2019)

En Piura la gestión de calidad es infravalorada, pocas organizaciones se enfocan en aplicar un sistema de gestión de calidad que le ayude a aplicar instrumentos de medición de desempeño, implementación de estrategias para la mejora de la producción y la investigación de nuevos métodos de atención de calidad para poder sobresalir de otras organizaciones y adquirir un valor agregado, ninguna organización piurana formal cuenta con un certificado de gestión de calidad ISO ni de ningún otro tipo. (Agurto, 2017)

En Piura las empresas no utilizan el benchmarking de forma consiente, según estudios realizados los empresarios aseguran no aplicar ninguna técnica denominada benchmarking, sin embargo se evidencia que si emplean dicha mecánica puesto que suelen utilizar estrategias de la competencia adaptándolas a sus organizaciones, para ello utilizan a sus propios trabajadores los cuales son los encargados de estudiar el comportamiento de la competencia y estudiar sus tácticas para luego compararlas y verificar si realmente pueden ser empleadas por la organización a la que pertenecen. (Sáenz, 2019)

A nivel nacional, las MYPE en el Perú se vieron gravemente afectadas por el coronavirus, existió un gran decrecimiento del número de trabajadores con los que contaba cada una, siendo exactos un 48.6% menos que el año anterior, este porcentaje representa a un 26.6% de la población económicamente activa que no pudo seguir realizando sus labores por recorte de personal, representando un ingreso menos para su familia; por otra parte, la informalidad llegó al 85% en el Perú. (Comex Perú, 2021).

En la región de Piura una gran cantidad de empresas se vieron afectadas, en especial las relacionadas con los rubros de construcción, manufactura, restaurantes y hoteles; un 25% de trabajadores se vieron afectados por las medidas que se tomaron contra la pandemia, esto representa a un aproximado de 257 mil personas, de este grupo el 78% son colaboradores pertenecientes a MYPE. (IPE, 2020)

Con todo lo mencionado anteriormente, existe la necesidad de realizar un estudio sobre las variables de gestión de calidad y el benchmarking en la organización, para ello se estableció como enunciado del problema ¿qué características tiene la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021?

Así mismo para dar solución al problema ya mencionado se planteó como objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.

Para poder realizar la finalidad del objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Describir las características y los elementos de la gestión de calidad en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.

Identificar las características y los indicadores de la gestión de calidad en las MYPE del rubro juguerías en el Distrito de Huancabamba, año 2021. Conocer las

características y los tipos de benchmarking en las MYPE rubro jugueterías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021. Determinar las características y las etapas del benchmarking en las MYPE rubro jugueterías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.

La investigación se justifica de manera teórica por que representa una investigación en la cual se trabajó con 2 variables gestión de calidad y benchmarking las cuales fueron analizadas no solo de forma teórica, también practica a través de la aplicación de una encuesta evidenciando la aplicación de los diversos factores en estudio; por otra parte, se permitirá la discusión de varios conceptos a través de los cuales se llegó a una conclusión final entre el contraste de la teoría. Así mismo se justifica de manera práctica puesto que se busca presentar una solución a una problemática identificada en cierto rubro y en el área geográfica, esto representa que se deberá crear una solución a dicha problemática; además se llegó a una serie de resultados que permitirá identificar las características de cada uno de los objetos de estudio, así mismo permitirá mejorar la gestión de calidad y benchmarking de las diferentes empresas. Por otra parte, se justifica de manera metodológica puesto que se presenta una metodología descriptiva a seguir la cual cuenta con una estructura predefinida y se ha establecido una serie de pautas que permiten a los investigadores realizar de manera satisfactoria la investigación, por otra parte, se ha seguido un diseño cuantitativo el cual presenta una serie de pasos inexpugnables.

La investigación tuvo una metodología de diseño no experimental-transversal- descriptivo, dado que se presentaron resultados cuantitativos y se siguió una estructura preestablecida con una serie de pasos que no pueden ser reemplazados ni omitidos, fue de nivel descriptivo centrándose en la observación y registro de las variables y la realidad que se presenta, y se contó con una población finita

(propietarios) e infinita (clientes) se obtuvo una muestra de 3 propietarios y 64 cliente, a los cuales se les aplico un cuestionario de 19 preguntas mediante la técnica la encuesta.

Los resultados más relevantes de la variable gestión de calidad y su dimensión los elementos de la gestión de calidad es que el 66% de los clientes si considera que las organizaciones cuentan con los recursos necesarios para satisfacer la demanda que obtienen, así mismo también el 66% de clientes afirma que las MYPE si cumplen con los estándares de tiempo y calidad. En la dimensión indicadores de la gestión de calidad, el 69% si recomendaría dicha jugueria a sus amigos, así mismo el 62% de usuarios afirma que la organización requiere implementar nuevas estrategias de negocio. Con respecto a la variable benchmarking y su dimensión tipos de benchmarking el 100% es decir la totalidad de los propietarios afirma que, si identifico los productos más competitivos de su entorno, el 67% si tiene conocimiento del producto se haya posicionado más en la mente del consumidor, en base a la dimensión etapas del benchmarking 100% si implementa estrategias que permitan mejorar su servicio, así mismo la totalidad de ellos cuenta con registro de actividades, y el 100% si analiza sus elementos con los de su entorno.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### Antecedentes Internacionales

##### Variable 1. Gestión de Calidad

Burgos (2017) en su tesis de la Universidad Libre de Colombia presenta su investigación denominada “*Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante- bar ouzo agave azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008*”. Objetivo general Desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante bar Ouzo Agave Azul S.A.S (Santa Marta, Magdalena) bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008 que estandarice sus procesos y valore el riesgo del sistema”. El tipo de la investigación es descriptivo nivel cuantitativo y de diseño no experimental. Se concluye que la realización de un diagnóstico de cada una de las normas, la primera de ellas, con una matriz aplicable a cualquier organización que refleja la información por medio de diagrama de redes dando una visión a nivel general y específico.

Monroy (2019) en su tesis del Instituto Tecnológico de La Paz presenta su investigación denominada “*Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México*”. Objetivo general valorar la percepción de la CS y SC, así como determinar el grado de incidencia de las medias de la CS en las medias de la SC (en términos correlativos) en los restaurantes en el destino turístico de La Paz, México. El tipo de la investigación es descriptiva tiene nivel cuantitativo y de diseño no experimental. Se concluye en la industria restaurantera del destino turístico de la ciudad de La Paz, la calidad en el servicio es

bien evaluada, ya que al momento de hacer un análisis inferencial de las percepciones generadas por los comensales, se pudo encontrar que la variable relacionada calidad en el servicio, la media global fue de 4.06, lo que representa para la CANIRAC una efectividad del 81.30% del servicio; mientras que, en la variable relacionada en la satisfacción del cliente, ésta fue del 81.90% (4.09 de 5).

Quezada (2016) en su investigación denominada “*Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato*”, presentada en la Universidad Regional Autónoma de los Andes de Ecuador. La tesis fue una investigación descriptiva – explicativa, tuvo una población de 405 establecimientos, una muestra de 113 restaurantes catastradas en el Catón de Ambato. Se aplicaron técnicas como la encuesta, el fichaje y la observación. Se determinó que un 75% de administradores de restaurantes, posee una idea que en el restaurante trabaja con el correcto uso de procesos, por lo que se debe tener en cuenta que algunos administradores o propietarios no poseen un conocimiento adecuado sobre la correcta organización. Un 45% señala en que para llegar a la calidad se requiere de un buen líder, pero esto es solo un proceso para poder llegar a la calidad.

### **Variable 2. Benchmarking**

Martínez (2017) en su tesis titulada “*benchmarking en pequeñas empresas de comida rápida de la zona 3 de la ciudad de Quetzaltenango (Guatemala) tesis de grado*” realizada en la Universidad Rafael Landívar, tuvo como objetivo determinar el uso de la herramienta de benchmarking en las pequeñas empresas de comida rápida de la zona tres de la ciudad de Quetzaltenango. El trabajo de campo se realizó por medio de entrevistas estructuradas a propietarios, gerentes de empresas potenciales y especialistas en benchmarking. Se concluye que los propietarios



aplican la herramienta de benchmarking de una manera empírica y experimental. Se identificaron personas especializadas en esta herramienta, al igual que empresas anuentes a participar en un proceso de benchmarking la finalidad de esta guía es facilitar la adquisición de conocimientos básicos para poder hacer benchmarking y de ésta manera poder contribuir al crecimiento económico de las pequeñas empresas de comida rápida de la zona tres de Quetzaltenango.

Cabeza (2018), en su tesis titulada *“Benchmarking del servicio de restaurantes en el sector turístico de Santiago de Cuba”*, trabajo elaborado en la Universidad de Granada - España. El objetivo fue determinar la metodología para el desarrollo del benchmarking, en función de los conceptos analizados del servicio restaurantes. La metodología empleada fue descriptiva. Se llegó a concluir que las expectativas de los clientes están dadas por el poder adquisitivo. Ambos procedimientos han permitido identificar qué características facilitarían la aplicación del benchmarking como estudio sucesor para los restaurantes las cuales son: la complejidad y el dinamismo del macro entorno, estas facilitan la capacidad y además permite la propuesta de mejoras continuas, permitiendo a las organizaciones lograr obtener mejores prácticas, además de emplear las estrategias de una empresa líder en el mercado, aplicando estas estrategias para la satisfacción del cliente.

Silveira (2017) en su estudio *“Concepción de un modelo de benchmarking para la gestión del desempeño”*. Aplicación en el servicio de restaurante de la Sucursal Extra hotelera Palmares S.A. de Santiago de Cuba, perteneciente a la Universidad de Oriente (Santiago de Cuba, Cuba), cuyo objetivo general fue proponer un modelo benchmarking para la gestión del desempeño de las

instalaciones que conforman el servicio de restaurante de la Sucursal Extra hotelera Palmares S.A. Santiago de Cuba. Finalmente se determinó el análisis de las coberturas internas y externas de las buenas prácticas en el servicio de restaurantes que, con el plan de acción, permiten mejorar el desempeño en los procesos analizados e identificar las posibles ventajas competitivas

## **Antecedentes Nacionales**

### **Variable 1. Gestión de calidad**

Gómez (2019) presentan su tesis en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, cuya investigación se denomina “*la gestión de calidad y formalización en las MYPES del sector servicio-rubro juguerías, del mercado modelo, distrito Huaral, Lima (Perú) 2018*”, el objetivo de la presente investigación ha sido determinar las principales características de la gestión de calidad y formalización en las MYPES, del sector servicio- rubro juguerías, del mercado modelo, distrito Huaral, Lima 2018. Metodología de investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo y correlacional, diseño no experimental- transversal. Se aplicó un cuestionario estructurado de 33 preguntas a través de la técnica de encuesta. La empresa fue creada para generar ganancias (86%). Respecto a la gestión de calidad; Planear: los microempresarios se trazan metas y objetivos siempre (57,1).

Durand (2018) presentan su tesis en la Pontificia Universidad Católica Del Perú cuya investigación se denomina “*La Calidad de las Empresas del Subsector de Juguerías*”. Objetivo general medir los factores de éxito de la calidad (TQM) del subsector de juguería en Lima Metropolitana. Esta investigación fue carácter descriptivo. Se emplea el enfoque cualitativo para describir el nivel de calidad en las cadenas de juguerías de Lima. Se llegó a la conclusión que en la actualidad no

existe investigación de calidad en el subsector juguerías, dentro del sector si hay investigación en el subsector de restaurantes, dado la importancia de que las empresas del subsector se consoliden y puedan ir avanzando en su crecimiento vía franquicias y en el territorio nacional o extranjero, la presente investigación pretende ayudarlos en ese propósito.

Vásquez (2018) presentan su tesis en la Universidad Científica Del Sur -Perú cuya investigación se denomina “*La franquicia y su influencia en la gestión de la calidad de servicio al cliente en el rubro juguerías en lima metropolitana – 2017*”. Presenta como objetivo general, analizar la influencia de la Franquicia en la Gestión de la Calidad de servicio al cliente en el rubro juguerías en Lima Metropolitana – 2017. Este estudio reúne las condiciones necesarias para ser denominado como: Investigación Aplicada. Se llegó a la conclusión que comprendemos que el capital humano es el elemento esencial de toda empresa y debemos interactuar con el cliente, para optimizar en sus necesidades y brindar satisfacción, logrando la rentabilidad del negocio de jugos, debemos apuntar siempre a un producto único, innovador que genere valor agregado para que los clientes sigan considerando como la mejor opción por encima de los demás competidores

### **Variable 2. Benchmarking**

Brito (2018) en su investigación titulada “*Benchmarking y la Competitividad de la sanguchería la AWELA, Chiclayo, (Perú) 2017*”. Desarrollada en la universidad Señor de Sipán, tuvo como objetivo: determinar la relación entre benchmarking y la competitividad de la Sanguchería La Awela, Chiclayo, 2017. Para analizar la situación de la empresa La Awela, se utilizó una metodología del tipo descriptiva y correlacional, con un diseño no experimental y un enfoque cuantitativo,

y donde la población y la muestra estuvieron compuesta por un total de 5 personas que desempeñan labores administrativas y operativas en la empresa. Finalmente, la investigación concluye, que el valor obtenido en la prueba Chi – cuadrado se encuentra fuera del rango titulado zona de aceptación de la hipótesis nula  $H_0$ , y también se podrá aceptar la hipótesis alterna  $H_1$  que establece la relación significativa entre las variables benchmarking y competitividad de la empresa sanguchería La Awela de la ciudad de Chiclayo durante el año 2017.

Elguera (2016) en su tesis titulada “*benchmarking y la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco-2016*” desarrollada en la Universidad de Huánuco– Perú, tiene por objetivo analizar en qué medida influye el Benchmarking en la Calidad de Servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco – 2016; el tipo de investigación es aplicada, enfoque cuantitativo, alcance descriptivo correlacional, método deductivo y de diseño no experimental donde  $X =$  Benchmarking y  $Y =$  Calidad de Servicio; lo cual está conformado por dos poblaciones que son:  $P_1 =$  está conformada por los cincuenta restaurantes de la ciudad de Huánuco y la  $P_2 =$  está conformada por cincuenta clientes y las muestras están conformadas por la misma población ( $N = n$ ). Para el análisis estadístico se hizo uso del SPSS, al realizar la prueba de correlación de Pearson de la VI con la VD se observa que el benchmarking influye significativamente en la calidad de servicio y tiene una relación medianamente baja entre las dos variables de, con un nivel de confianza del 95%.

Bravo (2019) en su tesis titulada “*la gestión de calidad con el uso de benchmarking y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la Avenida José leal del Distrito de*

*Lince, 2018*” desarrollada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote-Perú, tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de calidad con el uso de benchmarking en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la avenida José Leal, distrito de Lince, Lima 2018, se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, a la población, se les aplicó un cuestionario de 54 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los representantes legales y MYPE: El 61% de los encuestados resulto ser el dueño del negocio y del sexo femenino Respecto al uso de Benchmarking: 39% casi siempre.

#### **Antecedentes Regionales**

#### **Variable 1. Gestión de Calidad**

Castro (2019) en su tesis de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote- Perú, presenta su investigación denominada “*Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la MYPE rubro restaurantes urb. El bosque-castilla, Piura 2016*”. Objetivo general identificar las características que presenta la gestión de calidad y satisfacción al cliente en la MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura año 2016. El tipo de la investigación es descriptiva tiene nivel cuantitativo y de diseño no experimental. Se concluye según la investigación realizada, que más de la mitad de las MYPE utilizan como técnicas de gestión de calidad, técnicas para la mejora y resolución de problemas, técnicas de trabajo en grupo, técnicas estadísticas. Se recomienda a las MYPE bajo estudio, que deben evaluar cuál es la técnica más adecuada que deben emplear para que puedan obtener una buena gestión de calidad, por lo que las técnicas que han venido

aplicando han sido muy efectivas, generando así conocer su ambiente interno y externo.

Aguirre (2018) en su investigación titulada *“la gestión de calidad y el uso del marketing en la micro y pequeñas empresas del rubro juguerías del distrito de Sullana, año 2018”* realizado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Perú), cuya investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la gestión de calidad y el uso del marketing en la micro y pequeñas empresas del rubro juguerías del distrito de Sullana, año 2018. la metodología utilizada es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, la población de estudio es la variable gestión de gestión y marketing es infinita, aplicando formula estadística se determinó 68 clientes se les aplico la técnica de encuesta utilizando como instrumento el cuestionario de 20 preguntas de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados: el 69% de los clientes encuestados considera que el servicio que ofrecen las juguerías si es de calidad, el 58% de los clientes encuestados si consideran las características y propiedades del producto.

Quito (2020) en su investigación denominada *“Gestión de calidad y personal branding en las MYPE rubro juguerías en el distrito de Tambo grande– Piura, año 2020”*; desarrollada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Perú), tuvo como objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad y personal branding en las MYPE rubro juguerías en el distrito de Tambogrande– Piura, año 2020. Se empleó la metodología de tipo cuantitativa y de nivel descriptivo con diseño no experimental, de corte transversal. Se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Se concluye respecto a la dimensión factores que los clientes en un 97% perciben que las MYPE si satisfacen

sus necesidades. En cuanto a la dimensión beneficios los clientes en un 98,8% manifiestan que si se les reconoce como clientes habituales. En cuanto a la dimensión elementos del personal branding, los trabajadores en un 100% manifiestan que se sienten comprometidos con la MYPE.

### **Variable 2. Benchmarking**

Calle (2021) En su investigación titulada *“Gestión de calidad y benchmarking en las MYPES rubro restaurantes, cuyo propósito fue determinar las características de la gestión de calidad y el benchmarking de las MYPES rubro restaurantes Mz. O Urbanización Santa Ana, Piura, 2020”*. La investigación fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal; La población fue finita para ambas variables, la fuente 18 trabajadores y 3 propietarios, la muestra el mismo número de elementos, donde n=3 propietarios y n = 18 trabajadores; técnica la encuesta, instrumento el cuestionario con 40 preguntas 26 para gestión de calidad y 14 en Benchmarking. En la gestión de calidad el 100% aplica un sistema de gestión de calidad; él 78% la empresa brinda oportunidades de crecimiento laboral; el 67% consideran emplear estrategias en la organización, en el benchmarking el 100% buscan nuevas prácticas de mejora continua mediante los tipos de benchmarking, el 67 % conocen las ventajas del benchmarking.

Zapata (2021) en su estudio *“Gestión de calidad y benchmarking en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, urbanización la alborada, distrito veintiséis de octubre, Piura, 2019”*. El objetivo general es describir las características de la gestión de calidad y benchmarking en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, urbanización La Alborada, distrito Veintiséis de octubre, Piura 2019. La investigación es cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no

experimental de corte transversal, la población es finita para ambas variables, la muestra fueron 03 propietarios y 10 colaboradores, se utilizó la técnica encuesta y el instrumento cuestionario. Los principales resultados fueron: 100% de propietarios si verifican la calidad de los productos o insumos utilizados, el 100% de propietarios cumplen con la sanidad y salubridad, 100% de trabajadores reciben incentivos laborales, 100% de trabajadores indicaron que el ambiente que ofrece el restaurante a sus clientes es acogedor y cómodo. Asimismo, el 100% de propietarios apoyan las aportaciones de sus colaboradores, 100% de propietarios realizan estimaciones para desarrollar procesos de innovación, el 90% de trabajadores manifestaron que, si comparten experiencias y prácticas para mejorar el servicio, el 100% de trabajadores manifiestan que trabajar de manera cooperativa es beneficioso.

Diaz & Alfaro (2017) En su investigación titulada “Relación entre el benchmarking y la competitividad del restaurante las Gaviotas – Chiclayo”, trabajo presentado en la Universidad Señor de Sipán – Chiclayo. El objetivo de esta investigación fue determinar la relación entre el benchmarking y la competitividad en el restaurante las Gaviotas. La metodología empleada fue de tipo cuantitativo. Llegaron a concluir que entre los resultados encontrados tenemos: el 60% de los clientes manifiesta estar de acuerdo en la aplicación de una herramienta como el del benchmarking competitivo, el 19% es indiferente, en lo que respecta a la calidad del producto el 57% afirma que, si ofrece productos de calidad en el restaurante las gaviotas, y un 21% está indiferente. Se concluye que si hay relación entre el benchmarking y la competitividad en el restaurante las Gaviotas.



## **2.2 Bases Teóricas de la investigación**

### **Variable 1. Gestión de calidad**

Según Jabaloyes, Carot, & Carrión (2020) la gestión de calidad es un conjunto de actividades realizadas con recursos documentos y procedimientos que, a través de normas y estándares, ayudarán a la empresa a gestionar la calidad de forma organizada, asimismo, su misión está alineada hacia la mejora continua, la cual se puede lograr con una adecuada planificación, organización, control y otras herramientas relacionadas con la calidad.

Para Cortés (2017) la gestión de calidad va más allá del producto final o los procesos productivos, por lo que es necesario que todos los individuos que participan en las actividades empresariales sean tomados en cuenta para realizar una óptima gestión de calidad, es decir, es necesario considerar que los colaboradores y los clientes también forman parte de este objetivo. Pes por ello que a lo largo de la historia se han desarrollado múltiples modelos de sistemas de gestión de calidad que sirven como guía para las empresas que deseen hacer una gestión de calidad adecuada.

González & Manzanares (2020) afirman que la gestión de calidad es un sistema operativo que implementan las organizaciones con el fin de optimizar sus procesos; sin embargo, su objetivo principal es orientar los recursos (información, maquinaria y trabajo) hacia la satisfacción de los cliente; por lo tanto, desde esta perspectiva, la GC se refiere a la coordinación de procesos y recursos para mejorar la calidad de los productos y/o servicios que se ofertan en el mercado, pues un cliente satisfecho siempre representa múltiples beneficios que puede ser un aumento de ganancias, la fidelidad del mismo o reducción de costos producidos en la solución de problemas.

La gestión de calidad es una herramienta de suma importancia ya que nos ayuda a desarrollar diferentes estrategias de mejora empresarial. Cabe destacar que este instrumento permite tener un mejor control de la calidad, mediante una supervisión de los productos de tal manera que se llegue a cumplir con las expectativas del cliente, así mismo gestiona los recursos y planifica los procesos de la gestión de calidad.

### **Dimensión 1. Elementos**

Cortés (2018) menciona que la gestión de calidad presenta una serie de elementos que, a su vez, son actividades coordinadas que aportan significativamente al óptimo desarrollo empresarial, y que, trabajados adecuadamente influyen en el cumplimiento de las expectativas y satisfacción del cliente. Para ello menciona que estos elementos son: Estructura organizacional, planificación, recursos, procesos y procedimientos.

#### **Indicadores**

##### **- Estructura organizacional**

Consiste en el establecimiento formal de roles que permiten integrar las funciones, responsabilidades, procedimientos y jerarquías en base a los objetivos organizacionales. En pocas palabras, significa designar las actividades y funciones que le corresponden a cada colaborador, lo cual es importante debido a que brinda un orden a la empresa, y le permite diferenciar las tareas por áreas y designar al personal idóneo que se haga responsable de su cumplimiento. Todo esto facilita la división de tareas, que, realizadas con eficiencia, contribuyen a la satisfacción del cliente. Cortés (2018)

##### **- Planificación**

Es un conjunto de actividades que permiten establecer un curso de acción orientado hacia el cumplimiento de un objetivo específico, utilizando todos los

recursos que se tienen a disposición. Para lo cual se determinan las siguientes interrogantes: a dónde se quiere llegar, qué y cómo se realizará y los recursos necesarios que se utilizarán. Es decir, primero se identifica el objetivo que se quiere alcanzar, luego se desarrollan alternativas de solución y finalmente se ejecutan dichas alternativas, para posteriormente supervisar qué tan efectivas resultaron en función a su planteamiento. Cortés (2018)

- **Recursos**

Estos elementos son una fuente de suministros que, en este caso, implican todo aquello que se requiere para alcanzar el logro de los objetivos empresariales. Pueden ser los recursos humanos, los equipos, la infraestructura, el dinero disponible, materiales, maquinarias u otros activos que, al ser transformados producirán un beneficio para la empresa.

- **Procesos**

Es una secuencia de actividades organizadas lógicamente que utilizan recursos con el fin de lograr un resultado en específico. Todas las empresas tienen procesos, sin embargo, no siempre los establecen de manera formal; estos requieren de recursos, procedimientos y personal responsable que se haga cargo de su cumplimiento. Establecerlos, ayuda a la empresa a estandarizar cada actividad para tener un mejor control de los resultados.

- **Procedimientos**

Básicamente, son la forma de llevar a cabo un proceso, es decir, un conjunto de pasos detallados para realizar una acción; ya sea el transformar los elementos de entradas en productos o servicios o también, en seguir una secuencia de pasos para solucionar un problema eficientemente. Llevar un registro de los procedimientos en

cada empresa, depende mucho de la complejidad del mismo, pues existen muchos asociados al mismo fin, cada uno con estructuras, etapas y niveles de eficiencia diferentes, sin embargo, es decisión de cada empresa de qué manera organizarlos.

## **Dimensión 2. Indicadores**

Según Peña (2018) los indicadores de la gestión de calidad permiten medir la eficacia de los productos y servicios de la empresa en un determinado tiempo, así mismo también desarrolla estrategias que ayudan a los colaboradores a cumplir sus objetivos individuales, cabe mencionar que estos indicadores evalúan la visión de la organización en diferentes escenarios de tal manera que así se implementen propuestas de mejora.

### **Indicadores**

#### **- Cobertura**

Se define como la capacidad de la empresa de satisfacer a los clientes que demandan su producto. Para lograr esto, es necesario hacer un estudio de mercado para establecer el punto de equilibrio entre el número idóneo de productos o servicios a fabricar, y el número de productos que requiere la demanda, con el fin de no realizar una exagerada cantidad de producción, la cual representa un costo innecesario que no llegará a cubrirse de ninguna forma, generándose así pérdidas para la empresa.

#### **- Eficacia**

La eficacia es la relación entre el producto o servicio de una empresa y la necesidad para el cual ha sido creado, es decir, la capacidad que tiene para satisfacer las necesidades del cliente. Cuando esto sucede, quiere decir que la eficacia del producto es alta, caso contrario, es indispensable revisar el proceso hasta encontrar el fallo. Peña (2018)

- **Valoración de ventas**

Este indicador es el elemento que más se emplea para medir la calidad de un producto, ya que es a través de las ventas que las empresas perciben el éxito, al brindar un artículo que tiene una buena acogida en el mercado. De esta forma, se recaudan los recursos económicos para seguir funcionando y desarrollando sus actividades, por lo cual la rentabilidad es un indicador de si la empresa podrá subsistir o no. Peña (2018)

- **Satisfacción al cliente**

Es necesario que las empresas realicen estudios de público objetivo y las necesidades que tienen para poder centrarse en satisfacerlas, sin embargo, la venta no garantiza la satisfacción del cliente, por ello, es indispensable que las empresas realicen técnicas de retroalimentación para evaluar el nivel de satisfacción de conformidad de quien ha adquirido el producto. A esto se le llama servicio post venta y es se debe realizar previo a una nueva etapa de producción.

- **Competitividad**

Este indicador hace referencia a la capacidad de las empresas para explotar aquellas cualidades que le brindan diferenciación a sus productos y/o servicios y que les brindan una ventaja en comparación a otras empresas competidoras; por otro lado, se tiene a la innovación, capacidad de respuesta y adaptabilidad a los cambios constantes del mercado.

**Variable 2. Benchmarking**

Según Veliz, Avila & Bustamante, (2021) el benchmarking es un proceso sistémico y continuo que permite evaluar los productos, servicios y formas de trabajar de otras empresas líderes en mejores prácticas, con el objetivo de realizar mejoras a partir de ello. También se menciona que es una comparación referencial de unas

empresas que buscan saber cómo se desempeñan otras en el contexto empresarial para así tener información que le permita mejorar los procesos y finalmente entrar a competir con dichas empresas líderes.

Para Sánchez, Castillo & Guerrero, (2018) el benchmarking ayuda al logro de los objetivos de la organización facilitando la detección de las mejores prácticas que guían de forma rápida y eficiente a establecer ventajas competitivas con el fin de promover la mejora en el desempeño total de la organización.

Espinoza & Gallegos, (2019) afirma que una organización emplea el benchmarking cuando toma la decisión de mejorar los procesos de su negocio comparándolos con las técnicas de mejora de una segunda empresa. También lo define como, buscar a la mejor empresa en cualquier parte del mundo para llevar a cabo estudios de referencia y así recolectar datos de mejores prácticas competitivas, para que así se puedan adaptar acciones para mejorar en diferentes áreas.

El benchmarking es un instrumento que se usa para poder conocer y observar las estrategias de una empresa en el mercado, con el fin de seleccionar aquellas que son más competitivas, y las mismas que después son utilizadas con una propuesta de mejorar para la organización. Es importante mencionar que esta herramienta no solo busca las mejoras internas sino también externas a través de un plan de mejora que incorpora una retroalimentación de lo que se va hacer.

### **Dimensión 1. Tipos**

Para Sánchez, Castillo & Guerrero, (2018) existen 3 tipos de benchmarking: competitivo, interno y funcional. El objetivo que tienen estos tres tipos en común, es ayudar a los administradores y gerentes de las empresas a buscar un punto de referencia lejos de sus propias oficinas, hacia la competencia u otros sectores que les

indiquen que se pueden hacer las cosas de una mejor forma. Así mismo permiten saber e identificar las áreas de la organización que tienen un mejor desarrollo de tal manera que así se pueda aplicar el plan de mejora con una metodología mejorada por cada área.

### **Indicadores**

#### **- Benchmarking Interno**

Este tipo de benchmarking se da cuando las empresas empiezan sus actividades comparándose a sí mismas para descubrir cuáles son los mejores procesos que realizan; es decir, que algunos de los procesos de trabajo que existen en una empresa pueden ser más eficientes que en otra área de la misma empresa; por lo cual se entiende que el objetivo de este tipo de benchmarking es identificar qué área de la empresa funciona mejor y aplicar dicha metodología de trabajo a otra área con el fin de mejorarla.

#### **- Benchmarking competitivo**

Por otra parte, el benchmarking competitivo consiste en identificar los productos, servicios y otros componentes de los competidores directos, con el objetivo de compararlos con los propios y llevar a cabo mejoras que superen a las de dichos competidores. Esta herramienta es de gran utilidad cuando lo que se busca es posicionar el nombre de la empresa en el mercado. Al ser una competencia directa, en la mayoría de casos, las empresas no están dispuestas a colaborar, sin embargo, si es posible llevar a cabo, pero obviamente empleando más recursos para recolectar información. Sánchez, Castillo & Guerrero, (2018)

#### **- Benchmarking funcional (genérico)**

Consiste en la identificación de productos, servicios y metodologías de trabajo de otras empresas que pueden ser de una competencia directa o de otro sector diferente,

el objetivo es identificar en cualquier área de la empresa, las mejores prácticas aplicables. Para este tipo de benchmarking también se suele utilizar el término genérico, que significa “sin marca”, lo cual a su vez implica el enfoque en los procesos de trabajo mucho más que en las prácticas comerciales, pero teniendo en cuenta que no es necesario que la comparación sea entre empresas competidoras o que pertenezcan al mismo sector.

## **Dimensión 2: Etapas**

Hoyos (2021) afirma que, como todo proceso, el benchmarking tiene una serie de etapas que son de gran importancia y deben ser efectuadas correctamente de tal manera que se pueda realizar el análisis sobre la propia empresa y sobre cómo se está desarrollando el entorno para posteriormente sacar las conclusiones y los puntos clave en los que se pretende realizar mejoras, asimismo, ayuda también a lograr los objetivos en un determinado tiempo.

### **Indicadores**

#### **- Planificación**

En esta etapa, es necesario realizar un plan sobre la investigación a realizar; es decir, se analizan las necesidades del público objetivo y se inicia el proceso de desarrollo y medidas específicas con los recursos necesarios para llevar a cabo una investigación completa. En esta fase es indispensable responder a tres interrogantes: ¿qué se quiere medir? Es decir, qué área de nuestra empresa queremos analizar. ¿A quién se va a medir? En otras palabras, si la empresa se va a comparar de manera interna o con empresas mismo u otro sector diferente. Y ¿cómo se hará esta medición? para lo cual es necesario crear un equipo de trabajo que se haga responsable de la investigación.



- **Recopilación de datos**

Esta segunda etapa es fundamental en el benchmarking, ya que de ello dependerá el éxito o fracaso de todo el proceso, ya que indica que mientras más información se puede recolectar, mejores resultados se obtendrán al ser un análisis más completo.

- **Análisis**

Después de recopilar la información necesaria, la siguiente fase es analizar los elementos que ocasionan las diferencias entre nuestra empresa y las organizaciones estudiadas, es decir, identificar cuáles son los procedimientos que dichas empresas realizan mucho mejor y por las que son tan eficientes. Cabe resaltar que, luego de haber identificado estas diferencias, es momento de proponer mejoras que nuestra empresa pueda aplicar empleando los recursos con los que cuenta.

- **Plan de acción**

Tras haber elaborado el análisis de la información y seleccionado las mejores prácticas, es necesario aplicarlas a nuestra empresa, pero siempre implementando mejoras; es decir, adaptar las estrategias seleccionadas a nuestra empresa utilizando los recursos disponibles añadiéndole alguna ventaja competitiva o algún elemento que le agregue valor a los clientes.

- **Seguimiento del plan**

En esta última etapa, es necesario elaborar un seguimiento de todo el proceso de benchmarking con los aspectos más relevantes, esto con el fin de convertir este proceso en un ejercicio constante que le aporte valor y que ayudará a detectar mejores oportunidades para impulsar, tanto productos, servicios y procesos a una mejor versión de sí mismos en un análisis futuro.

### **III. HIPÓTESIS**

Hernández (2018) menciona que las investigaciones descriptivas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacionar o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho. Cabe recalcar que aquellas investigaciones que sean de nivel descriptivas no es necesario que cuenten con una hipótesis ya que este tipo de investigaciones se centra en describir sus variables, por lo tanto, no afirma ni niega ningún hecho, solo se limita a describir cada uno de los hechos que se presenten.

En la presente investigación titulada “Gestión de calidad y benchmarking en las MYPES rubro juguerias en el distrito de Huancabamba, año 2021”, no se planteó hipótesis por que fue un estudio descriptivo, es decir no necesario contar con dicha suposición ya que se sabe las variables que se van a describir.

## **IV.METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **4.1. Diseño de la Investigación**

El diseño que se propuso para la realización de este estudio fue no experimental- transversal- descriptivo.

#### **No experimental**

Baptista (2018) indica que el tipo de diseño fue no experimental, porque se trabajó con dos variables y no se manipularon ninguna de ellas. No se ha considerado un grupo experimental dentro de la población muestra, dado que no hay una variable dependiente que se va manipular.

La investigación fue de diseño no experimental, puesto que las variables gestión de calidad y benchmarking observadas no se manipularon, es decir se presentaron tal y como están en su contexto, con la finalidad de poder analizar los resultados en específico sin llegar a alterar ninguno de ellos. Además, en este estudio no se presentaron condiciones que expongan de alguna u otra forma a los sujetos que fueron parte de esta investigación, se mostraron tal como se observan en su contexto natural.

#### **Transversal**

Jiménez (2018) señala que las investigaciones de tipo cuantitativa se caracterizan por el uso de la recolección de datos, lo que obliga a los investigadores a utilizar medios matemáticos para analizar e interpretar los resultados, y que también se requieren habilidades estadísticas para interpretar los datos.

Fue de corte transversal, ya que la recolección de datos se dio en un periodo determinado de tiempo, si bien la información recopilada en la investigación fue del marco teórico y se redactó en un tiempo establecido, la recolección de datos se aplicó mediante la encuesta y en un solo momento.

### **Descriptivo**

Según Baena (2017) los estudios que fueron descriptivos, se refieren a las características bajo la perspectiva del grupo de personas que se desempeñan en el mismo concepto, describiendo sus perfiles o la ocurrencia empresarial en relación a las variables estudiadas, bajo la perspectiva del grupo de personas que se desempeñan en el mismo concepto.

El trabajo presentado fue de nivel descriptivo, ya que se detalló las características de los hechos evaluados en relación a las variables (gestión de calidad y benchmarking), y también se describió el comportamiento de estas frente al mundo real, sin hacer ningún tipo de modificación al ambiente o a las variables.

## **4.2. Población y Muestra**

### **Población**

Hernández (2018) nos dice que la esencialidad de un trabajo investigativo es delimitar claramente la población teniendo en cuenta el planteamiento del problema. También se refiere a todos los elementos de estudio las cuales pueden ser tomadas de dos maneras diferentes la primera cuando es finito cuando los elementos pueden ser medidos e infinito cuando los elementos del estudio no pueden contarse o son ilimitados.

**P1:** De acuerdo con la población encontrada la primera variable investigada fue gestión de calidad la cual la encuesta se aplicó a los clientes, por ende, es una población infinita ya que no se contó con un número exacto de usuarios, para ello se aplicó una fórmula.

**P2:** por otra parte, tenemos la segunda variable benchmarking la cual se aplicó a los propietarios de las MYPES investigadas. Cabe mencionar que al contar con una población finita y accesible al número de propietarios que la conforman que es 3, la presente investigación trabajó con toda la población como muestra de estudio.

**Muestra:**

Para Cohen y Gómez (2019) la muestra es parte fundamental de un trabajo de investigación ya que mediante ella se realizará la recolección de datos, cabe mencionar que el número que se encuentre en la población, en base a ello se determinará si se aplica o no la fórmula para determinar la muestra.

**M1:** la variable Gestión de Calidad: se aplicó a los 64 clientes de las 3 MYPES investigadas del rubro juguerías del distrito de Huancabamba, cabe recalcar que como no se contó con el número exacto de clientes, se aplicó una fórmula para determinar la población infinita. Esta fórmula cuenta con los siguientes valores:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.1^2}$$

$$n = \frac{2.706025 \times 0.25}{0.01}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.65 \quad n = \mathbf{68}$$

**Dónde:**

**n:** representa el tamaño de la muestra

**z:** es el nivel de confianza que en este caso se ha considerado el 90% de z (confianza = 1.645).

**p:** Es la probabilidad de éxito o de proporción esperada que en este caso es de 50% que se representa como 0.5.

**q:** Es la probabilidad de error o fracaso, que en esta oportunidad será de 50% es decir de un 0.5.

**e:** Error permitido 10%.

**M2:** la segunda variable benchmarking se aplicó a los propietarios de las 3 MYPES investigadas ubicadas en el distrito de Huancabamba, para esta variable no es necesario trabajar con una fórmula, ya que, si se supo la población finita, es decir el número exacto de propietarios.

## **Criterios de Inclusión y exclusión**

### **Variable 1: Gestión de calidad**

**Inclusión:** Se incluye a los 64 clientes de ambos géneros y sobre todo mayores de edad, que frecuentan estas MYPES rubro jugueterías en el distrito de huancabamba.

**Exclusión:** Se excluye a los 3 propietarios de las MYPES investigadas.

### **Variable 2: Benchmarking**

**Inclusión:** Se incluye a los 3 propietarios de la MYPES

**Exclusión :** Se excluye a los 64 usuarios que frecuentan estas jugueterías investigadas.

### 4.3. Definición y Operacionalización de las variables e Indicadores

variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala
<b>G E S T I O N  D E  C A L I D A D</b>	Según Jabaloyes, Carot, & Carrión (2020) la gestión de calidad es un conjunto de actividades realizadas con recursos documentos y procedimientos que, a través de normas y estándares, ayudarán a la empresa a gestionar la calidad de forma organizada.	Cortés (2018) menciona que la gestión de calidad presenta una serie de elementos e indicadores que, a su vez, son actividades coordinadas que aportan significativamente al óptimo desarrollo empresarial. Esta variable se medirá mediante dos dimensiones “Elementos e Indicadores”.	Elementos	Estructura organizacional	1. ¿Piensa Ud. Que la empresa organiza a sus trabajadores para satisfacer sus necesidades?	Clientes	Nominal
				Planificación	2. ¿Cree Ud. que la organización estudia las necesidades de sus clientes?		
				Recursos	3. ¿Ud. considera que la empresa cuenta con los recursos necesarios para brindar el servicio?		
				Procesos	4. ¿Considera Ud. Que la Jugueria debe mejorar su servicio y calidad de sus productos?		
				Procedimientos	5. ¿El servicio que brinda la Jugueria cumple con los estándares de tiempo calidad y costo?		
			Indicadores	Cobertura	6. ¿Cree Ud. Que la empresa utiliza métodos adecuados para satisfacer toda la demanda que obtiene?		
				Eficacia	7. ¿Ud. Considera que le brindaron la información correcta sobre los productos?		
				Valoración de ventas	8. ¿Cree usted que la MYPE requiere la implementación de nuevas estrategias de negocio?		
				Satisfacción del cliente	9. ¿Recomendaría Ud. Esta jugueria a sus amigos?		
				Competitividad	10. ¿La Jugueria muestra una imagen positiva?		



<b>B E N CH M A R K I N G</b>	Sánchez, Castillo & Guerrero, (2018) el benchmarking ayuda al logro de los objetivos de la organización facilitando la detección de las mejores prácticas que guían de forma rápida y eficiente a establecer ventajas competitivas con el fin de promover la mejora en el desempeño total de la organización.	Hollo (2021) El objetivo que tienen los tipos y etapas en común, es ayudar a los administradores y gerentes a buscar un punto de referencia lejos de sus propias oficinas, hacia la competencia u otros sectores que les indiquen que se pueden hacer las cosas de una mejor forma. Esta variable se medirá mediante dos dimensiones “Tipos e Etapas”	Tipos	Interno	11. ¿Ud. Contrato a un experto en el diseño de los procesos?	Propietarios	Nominal
				Competitivo	12. ¿Ud. Ha identificado los productos que son más competitivos en su entorno?		
				Funcional	13. ¿Ud. Tiene conocimiento del producto que se haya posicionado más en la mente del consumidor?		
			Etapas	Planificación	14. ¿Cuenta Ud. Con un registro de actividades?		
				Recolección de datos	15. ¿La organización cuenta con indicadores que miden la eficacia de los procesos? 16. ¿Cree Ud. Que su empresa es eficiente cuando atiende los reclamos de los clientes?		
				Análisis	17. ¿Ud. analiza los elementos de su empresa con los de su entorno?		
				Plan de acción	18. ¿Usted implementa estrategias para mejorar sus servicios?		
				Seguimiento del plan	19. ¿Ud. Evalúa mensualmente el cumplimiento de los objetivos planeados?		

*Elaboración propia*

#### **4.4. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos**

##### **Técnica**

Para el desarrollo de esta investigación se empleó la técnica la encuesta, el objetivo fue lograr recopilar la información necesaria para elaborar este estudio, la encuesta fue aplicada a los propietarios y clientes de las 3 MYPES del rubro juguerias del distrito de Huancabamba, se elaboró un total de 19 preguntas, la variable gestión de calidad estuvo conformada por 10 preguntas realizadas al cliente y la variable benchmarking tuvo 9 preguntas aplicada a propietarios. Cabe recalcar que, por motivo de la pandemia, la encuesta fue virtual, debido a la situación actual que vive el país por la pandemia del COVID-19, la finalidad fue respetar las diferentes medidas y normas impuesta por el gobierno.

Hernández (2018) menciona que la técnica es una herramienta importante ya que nos permite recoger información relevante sobre el estudio que se va elaborar, su objetivo es obtener información que nos ayude a desarrollar la investigación, cabe recalcar que la recolección de datos se puede dar de diferentes formas y tipos de encuesta.

##### **Instrumento**

El instrumento es un método mediante el cual podemos recopilar información a través de preguntas, estas pueden ser orales o escritas, la cual se aplicará a un número de personas que cuenten con lo requerido según el problema de investigación. Es importante mencionar que para la elaboración de este cuestionario fue necesario investigar a la población con la cual vamos a trabajar, esto con la finalidad de obtener los resultados deseados.

Monroy y Nava (2018) menciona que el instrumento es un medio que permite al investigador recopilar y almacenar datos mediante una serie de preguntas basadas en las variables de estudio, así mismo facilita el análisis de los resultados, es importante mencionar que esta herramienta se puede aplicar de diferentes formas ya sea mediante una encuesta, entrevista entre otros.

#### **4.5. Plan de Análisis**

Para elaborar este estudio se desarrolló un plan de análisis que permitió a través del Microsoft Word; elaborar la estructura y redactar la importancia de cada variable investigada, así mismo también se usó este instrumento para poder elaborar la encuesta que fue empleada para la recolección de datos. En base a los datos obtenidos se diseñó figuras y tablas estadísticas para llegar a los resultados, para ello se utilizó la herramienta Microsoft Excel. Cabe recalcar que para saber el porcentaje de similitud de nuestro trabajo se utilizó el turnitin, así mismo también para sustentar y enviar nuestros trabajos se usó el PowerPoint y PDF.

Luego de aplicar el instrumento de recolección de datos, se desarrolló la tabulación de estos, para tabular utilizamos un análisis de datos mediante estadísticas descriptivas como medio de desviación estándar de las MYPES. Así mismo realizamos tablas de distribución de frecuencia, gráficos para cada una de las variables estudiadas, para realizar este procedimiento de análisis de información utilizamos procesadores de texto y datos como (Word, Excel, SPSS, PowerPoint), que ayudaron a encontrar los resultados de la investigación. (Días, 2018)

#### 4.6. Matriz de Consistencia

Título	Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Técnica e instrumento	Plan de análisis
Gestión de calidad y benchmarking en las MYPES rubro juguerías en el distrito de Huancabamba, año 2021.	¿Qué características tiene la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021?	<p align="center"><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.</p> <p align="center"><b>Objetivos específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Describir las características y los elementos de la gestión de calidad en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.</li> <li>2. Identificar las características y los indicadores de la gestión de calidad en las MYPE del rubro juguerías en el Distrito de Huancabamba, año 2021.</li> <li>3. Conocer las características y los tipos de benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.</li> <li>4. Determinar las características y las etapas del benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.</li> </ol>	Hernández (2018) menciona que aquellas investigaciones que sean de nivel descriptivas no es necesario que cuenten con una hipótesis ya que este tipo de investigaciones se centra en describir sus variables.	<p><b>Variable 1</b></p> <p>Gestión de calidad</p> <p><b>Variable 2</b></p> <p>benchmarking</p>	<p><b>Diseño:</b></p> <p>No experimental-transversal-descriptivo.</p> <p><b>Población y muestra:</b></p> <p>Se estudió a 3 MYPES del rubro juguerías en el Distrito de Huancabamba. Y una muestra que estuvo constituida por 64 clientes y 3 propietarios</p>	<p><b>Técnica:</b></p> <p>La Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b></p> <p>: Cuestionario</p>	<p>Se utilizaron diferentes programas entre ellos tenemos:</p> <p>-Word</p> <p>-Excel</p> <p>-Power point</p> <p>-Pdf</p> <p>-Turnitin</p>

*Elaboración propia*

#### **4.7. Principios Éticos**

**Protección de la Persona:** el objetivo de este trabajo de investigación fue proteger la identidad, dignidad, diversidad socio cultural y confidencialidad de las personas encuestadas, por ende, se trabajó de manera honesta y respetando siempre los derechos de cada uno de ellos, cabe recalcar que se les aplico un consentimiento informado, en la cual se les informo que su participación era voluntaria y se podían retirar cuando ellos lo crean conveniente, así mismo se les brindo un correo electrónico con la finalidad de que si en algún momento ellos querían saber los resultados obtenidos de la investigación se les pudiera brindar la información necesaria, así mismo se les explico el motivo por el cual la encuesta seria virtual, con el fin de salvaguardar su seguridad por el Covid 19. La identidad y datos de los encuestados no se difundirán ni el nombre de las MYPE investigadas.

**Libre participación y derecho a estar informado:** las personas que formaron parte de esta investigación participaron voluntariamente y se le informo los fines y el propósito del estudio, además se les brindo el objetivo y finalidad del estudio, y durante la aplicación de la encuesta se respondió las diferentes dudas que los participantes tenían respecto al tema de la tesis, el objetivo fue otórgales seguridad y confianza en su intervención. Es importante mencionar que cada uno de ellos fue libre de elegir si deseaba o no participar, y se podían retirar cuando ellos lo crean conveniente.

**Beneficencia y no-maleficencia:** se cuidó la vida y el bienestar de cada persona que formaba parte de la investigación, por ello se contó con balance de riesgo, beneficio positivo y justificado, por ente se respetó siempre sus horas laborables y con el fin de no causarles molestias se les aplico la encuesta cuando ellos disponían de

tiempo, así mismo se tomaron en cuenta todos los protocolos impuesto por el gobierno por el Covid 19, es por ello que la encuesta fue virtual. Cualquier pregunta o inquietud que alguno de ellos tenía fue formulada y respondida, con el fin de aclarar todas sus dudas.

**Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad:** en la investigación presentada no se utilizó ninguna interacción con algún animal o ser vivo que no contara con la capacidad de razonar, pero si se buscó siempre defender el cuidado del medio ambiente por encima de cualquier fin, es por ello que se desarrolló la recopilación de datos (encuesta) de manera virtual con la finalidad de disminuir la utilización de papel, ya que como bien sabemos para su elaboración se usa grandes cantidades de agua y energía y esto contamina el medio ambiente y diversas medias más que evitaron reducir al máximo la utilización de recursos naturales.

**Justicia:** el investigador encargado de esta tesis fue imparcial y respetuoso al momento de desarrollar el instrumento de recolección de datos; y sobre todo busco no solo el bien propio sino también el de la sociedad. Así mismo también se les comunico a los participantes que ellos podían tener acceso a la información mediante el correo electrónico, además se le informo de los resultados obtenidos de la tesis desarrollada, así mismo se respetó en todo momento la opinión de cada uno de los participantes. Cabe recalcar que e instrumento de recolección de datos fue validado por expertos.

**Integridad científica:** el investigador desarrollo el presente trabajo de investigación de manera veraz ofreciendo resultados reales, evitando siempre el engaño o la variación de los resultados obtenidos; por otra parte, se aplicó el cuestionario de manera individual sin utilizar ningún tipo de FOCUZ GROUP o algún tipo de ayuda. (ULADECH, 2021)

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

*Tabla 1. Características de los elementos de la Gestión de Calidad en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.*

Elementos de la Gestión De Calidad	n	%
La empresa organiza a sus trabajadores para satisfacer sus necesidades.		
Si	42	62.00
No	26	38.00
Total	68	100.00
La organización estudia las necesidades de sus clientes.		
Si	40	59.00
No	28	41.00
Total	68	100.00
La empresa cuenta con los recursos necesarios para brindar el servicio.		
Si	45	66.00
No	23	34.00
Total	68	100.00
La Jugueria debe mejorar su servicio y calidad de sus productos.		
Si	46	68.00
No	22	32.00
Total	68	100.00
El servicio que brinda la Jugueria cumple con los estándares de tiempo calidad y costo.		
Si	45	66.00
No	23	34.00
Total	68	100.00

*Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.*

*Tabla 2. Características de los indicadores de la gestión de calidad en las MYPE del rubro juguerías en el Distrito de Huancabamba, año 2021.*

Indicadores de la Gestión De Calidad	n	%
La empresa utiliza métodos adecuados para satisfacer toda la demanda que obtiene.		
Si	35	51.00
No	33	49.00
Total	68	100.00
Le brindaron la información correcta sobre los productos.		
Si	31	46.00
No	37	54.00
Total	68	100.00
la MYPE requiere la implementación de nuevas estrategias de negocio.		
Si	42	62.00
No	26	38.00
Total	68	100.00
Recomendaría la juguería a sus amigos.		
Si	47	69.00
No	21	31.00
Total	68	100.00
La Juguería muestra una imagen positiva..		
Si	42	62.00
No	26	38.00
Total	68	100.00

*Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.*



*Tabla 3. Características de los tipos de benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.*

Tipos de benchmarking	n	%
<b>Contrato a un experto en el diseño de los procesos.</b>		
Si	2	67.00
No	1	33.00
Total	3	100.00
<b>Identificado los productos que son más competitivos en su entorno..</b>		
Si	3	100.00
No	0	00.00
Total	3	100.00
<b>Tiene conocimiento del producto que se haya posicionado más en la mente del consumidor.</b>		
Si	2	67.00
No	1	33.00
Total	3	100.00

*Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.*

*Tabla 4. Características de las etapas del benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021*

Etapas de Benchmarking	n	%
<b>Cuenta con un registro de actividades</b>		
Si	3	100.00
No	0	0.00
Total	3	100.00
<b>Cuenta con indicadores que miden la eficacia de los procesos</b>		
Si	3	100.00
No	0	0.00
Total	3	100.00
<b>Su empresa es eficiente cuando atiende los reclamos de los clientes</b>		
Si	2	67.00
No	1	33.00
Total	3	100.00
<b>Analiza los elementos de su empresa con los de su entorno</b>		
Si	3	100.00
No	0	0.00
Total	3	100.00
<b>Implementa estrategias para mejorar sus servicios</b>		
Si	3	100.00
No	0	0.00
Total	3	100.00
<b>Evalúa mensualmente el cumplimiento de los objetivos planeado</b>		
Si	2	67.00
No	1	33.00
Total	3	100.00

*Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.*

## 5.2. Análisis de resultados

### **Tabla 1. Características de los elementos de la gestión de calidad en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.**

La empresa organiza a sus trabajadores para satisfacer sus necesidades, se observa que el 62% de los clientes si considera que las juguerias organizan a sus trabajadores para satisfacer sus necesidades. Estos resultados obtenidos guardan relación con la investigación de Burgos (2017) la cual menciona, que es importante que las organizaciones cuenten con una estructura organizacional, porque esta les permitirá organizar de manera más eficiente las actividades y responsabilidades de cada trabajador, y así de esa manera no solo se logre alcanzar los objetivos planteados, sino también se brinde un servicio más ordenado. Así mismo también coinciden con Jabaloyes, Carot, & Carrión (2020) quienes afirman que la estructura organizacional es la manera en cómo se reparten el trabajo en una organización, por ende, se analiza el perfil de cada uno y en base a ello se determina a qué área o departamento pertenecerá, el objetivo es mejorar los procesos productivos. Las juguerías cuentan con una estructura establecida, la cual se centra en poder satisfacer las necesidades de sus clientes, de tal manera que se les presenta una organización funcional capaz de ofrecerle lo que necesite.

La organización estudia las necesidades de sus clientes. El 59% de los clientes indica que estas organizaciones si estudian las necesidades del cliente. Los resultados obtenidos coinciden con el estudio de Monroy (2019) quien en su investigación señala que el éxito de una empresa depende del producto y servicio que ofrezca, por ende, es necesario analizar y estudiar los gustos y preferencias de los clientes, y en base a ello ofrecer el servicio, estar un paso más adelante del cliente y brindarle más allá de lo

que el espera permitirá tener no solo un cliente satisfecho sino también un usuario fiel a la empresa. Así mismo los resultados obtenidos guardan relación con la investigación de Cortés (2018) quien menciona que la planificación es un elemento en donde se determina los objetivos que se quiere lograr y en qué tiempo, así mismo la define como un conjunto de tareas que ayudan a la empresa a realizar planes de manera organizada, es decir se debe establecer una serie de pasos y parámetros a seguir para alcanzar mejores resultados, para ello debemos decidir qué es lo que vamos hacer, quienes lo van ejecutar y como lo vamos trabajar. Se comprende que estas juguerías realizan un estudio planificado de cuáles son las necesidades que presenta el cliente, o cuales son las preferencias que este requiere en el producto, de tal manera pueden ofrecer un producto eficaz.

la empresa cuenta con los recursos necesarios para brindar el servicio, el 66% de los clientes indica que estas organizaciones si cuentan con los recursos necesarios para brindar el servicio. Los resultados obtenidos coinciden con la investigación de Gómez (2018) quien señala que los recursos son todos los elementos y medios que se van a usar para satisfacer las diferentes necesidades que el cliente presente. Estos se clasifican en: recursos humanos, la cantidad de personas que se van a necesitar para lograr los objetivos, así mismo también tenemos los recursos de materiales, son los equipos, el dinero y la infraestructura donde se llevara a cabo las operaciones. En su investigación Cortés (2018) menciona que los recursos son todos aquellos que permiten llevar a cabo los objetivos, estos pueden ser obtenidos ya sea del interior o del exterior, así mismo afirma que estos pueden ser utilizados para transformar la materia prima en bienes, y así de esa manera llevar a cabo las operaciones y conseguir los objetivos planteados en un periodo de largo plazo. Se entiende que las empresas

investigadas cuentan con los recursos necesarios para poder desarrollar sus actividades diarias, mantienen constante su atención al público, ofreciendo sus productos sin interrupciones.

La Jugueria debe mejorar su servicio y calidad de sus productos. el 68% de los clientes si cree necesario que las juguerias deben mejorar el servicio y calidad de los productos. Los resultados obtenidos tienen relación con la investigación realiza por Aguirre (2018) quien menciona que una organización enfocada en la calidad de los productos o servicios, promueve cultura y mejora los beneficios, es por ello importante aumentar la productividad de la calidad, y ofrecer un servicio que garantice la satisfacción del cliente en su totalidad, por ende, es necesario siempre medir el grado de satisfacción de lo que vas a ofrecer y en base a ello mejorar. Así mismo la investigación coincide con el estudio de Cortés (2018) quien señala que los procesos son un conjunto de actividades relacionadas entre sí para transformar elementos de entradas en resultados, es decir se enfoca en lograr un eficiente control de la calidad, estos pueden ser mediante mecanismos de comportamiento que se diseñan para mejorar la productividad de algo, o para establecer un orden de algún problema, por ende, es fundamental antes crear un diseño del servicio que se quiere ofrecer. Estas juguerías cuentan con una calidad de producto y servicio aceptable, sin embargo, se deben enfocar en la mejora continua tanto de sus procesos como de la atención que se brinda al cliente.

El servicio que brinda la Jugueria cumple con los estándares de tiempo calidad y costo, el 66% si considera que estas MYPE cumplen con los estándares de tiempo y costos. Según la investigación de Durand (2018) la cual guarda relación con los resultados obtenidos, afirma que en la organización tener un documento escrito que

permita orientar paso a paso la realización de actividades, es importante porque ayudara a cumplir con los estándares de tiempo y calidad que cliente presenta, así mismo también menciona que es fundamental contar con un control de la calidad, que determinar si el producto cumple o no con lo establecido. Según Peña (2018) en su estudio dice que un procedimiento es la manera en cómo se llevara a cabo los procesos, es decir se trata de establecer una guía que nos permita ejecutar las diferentes actividades en un determinado tiempo y así de esa manera saber quiénes y cuántos las llevaran a cabo. Se comprende que las juguerías conocen a sus clientes, por lo tanto, han logrado determinar cuáles son los estándares de tiempo y gasto que ellos presentan, de tal manera que sus procedimientos están enfocados en dichas características, logrando la aceptación del cliente.

De acuerdo a los resultados ya mencionados se puede concluir que las MYPE del rubro juguerías ubicadas en el distrito de Huancabamba, si cuentan con los elementos e herramientas necesarias para poder brindar el servicio, así mismo tienen los recursos suficientes para satisfacer toda la demandan que obtienen y además señalan que si cuentan con una guía que les ayuda a tener una mejor organización de las tareas y responsabilidades que se van a realizar, cabe recalcar que es importante que las MYPE brinden un servicio basado en los gustos y preferencias de sus clientes, de tal manera que se mejore la productividad de la calidad.

**Tabla 2. Características de los indicadores de la gestión de calidad en las MYPE del rubro juguerias en el Distrito de Huancabamba, año 2021.**

la empresa utiliza métodos adecuados para satisfacer toda la demanda que obtiene, se observa que el 51% de los clientes si considera que se utilizan los métodos adecuados para satisfacer toda la demanda que se obtiene, estos resultados coinciden

con la investigación de Quito (2020) quien señala que los métodos son herramientas e estrategias que permiten tener una guía de lo que se va a realizar para alcanzar los objetivos planteados, así mismo ayudan a ejecutar las actividades de manera más organizada y responsable, cabe recalcar que en la empresa es fundamental contar con el método adecuado para satisfacer toda la demanda que se obtiene. Así mismo Peña (2018) en su investigación afirma que el indicador cobertura de la gestión de calidad, es la capacidad con la que cuenta la empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes, por ende, es necesario hacer un estudio de mercado para saber cuál es la cantidad aproximada de usuarios a quienes se va ofrecer el producto y servicio de tal manera que se pueda evitar pérdidas. Se comprende que estas juguerías emplean diversos métodos y herramientas que le permiten alcanzar sus productos a la totalidad de sus clientes, de tal manera que logran cubrir con la demanda que se presenta en el mercado.

En la organización brindan la información correcta sobre los productos, el 54% de clientes menciona que, si recibieron la información correcta de acuerdo a los productos brindados. El resultado obtenido tiene relación con el estudio de Castro (2019) quien describe en su investigación la necesidad de contar con cierta eficacia en los productos y la atención brindada al cliente, este factor es determinante para la aceptación del público objetivo de la empresa, un cliente que cuenta con un producto eficaz y una atención que logra poder satisfacerlo será un cliente recurrente. Así mismo estos resultados guardan relación con la investigación de Cortés (2018) quien define al indicador de eficacia como aquel que hace referencias a las características del producto o servicio que la empresa ofrezca, estos deben estar enfocados hacia la excelencia, de tal manera que las características del producto y la atención brindada

logre satisfacer al público objetivo de la organización. Se entiende que los restaurantes no cuentan con una atención eficaz, no se logra atender todas las dudas propuestas por los clientes, de tal manera que estos no se sienten satisfechos con la atención brindada, demostrando cierto rechazo a la información que se le brinda a la organización.

La MYPE requiere la implementación de nuevas estrategias de negocio, el 62% menciona que las MYPES si requieren la implementación de nuevas estrategias de negocio. Gómez (2019) destacó en su investigación que la falta de la implementación de estrategias de ventas para productos nuevos o que se encontraban demasiado tiempo en almacén, pueden representar grandes pérdidas para la organización además se desaprovechar futuras oportunidades en el mercado. Según Peña (2018) el indicador de valoración de ventas hace referencia a la necesidad que tiene una organización de vender sus productos o servicio ofrecido, estas ventas representan en parte el éxito de la organización en el mercado, por lo tanto, es necesario desarrollar un producto que pueda satisfacer y atraer al público objetivo de la organización, realizando una serie de análisis de la demanda del mercado y las características que en este se presentan, también se deberá estudiar las nuevas necesidades del cliente que se desea alcanzar. Se comprende que estas jugueterías no le dan la importancia necesaria a sus ventas de tal forma que necesitan implementar nuevas estrategias de venta que le permitan contar con una mayor atracción de nuevos posibles clientes.

Recomendaría la juguetería a sus amigos, el 69% de clientes si recomendaría esta juguetería con sus amigos, los resultados obtenidos coinciden con la investigación de Aguirre (2018) quien menciona que en el sistema de gestión de calidad que desarrollo, mostro como elemento de dicho sistema el contar con una adecuada atención al cliente, las personas no son atraídas solo por el producto que se ofrece, también toman en



cuenta la forma en que son tratadas y las forma en que se le ofrece el producto, es necesario contar con estos factores para poder satisfacer al cliente. Según González & Manzanares (2020) la satisfacción del cliente es uno de los indicadores de la gestión de calidad, este hace referencia a la capacidad con la que cuenta la empresa de poder identificar analizar y satisfacer la necesidad con la que cuenta el público al que se dirige. Se comprende que estas MYPE logran satisfacer a sus clientes, de tal manera que ellos se encuentran dispuestos a atraer más público a la organización a través de recomendaciones a personas allegadas a ellos.

La Jugueria muestra una imagen positiva, el 62% dice que la organización si muestra una imagen positiva. Según Monroy (2019) en su investigación la cual guarda relación con los resultados obtenidos menciona que el análisis de la competitividad es necesario para cualquier organización sin importar el tamaño de esta, el analizar el mercado es parte importante para poder desarrollarse; la organización debe buscar contar con un puesto en este mercado, de tal manera que así pueda sobresalir entre las otras empresas competidoras a través de una ventaja competitiva o valor agregado a su producto. Según Jabaloyes, Carot, & Carrión (2020) mencionan que el indicador de competitividad hace referencia al entorno en el que se desarrolla la empresa, este entorno competitivo se marca por diversos aspectos, uno de los principales aspectos son los clientes y la imagen que tienen estos de las organizaciones que se desarrollan en este entorno. Las juguerías cuentan con una imagen positiva hacia su público objetivo, demostrando ser una empresa competitiva en el mercado que esta se desarrolla.

Por lo antes mencionado se logra comprender que estas juguerías cuentan con una cobertura adecuada de la demanda, a través de la utilización de herramientas y

técnicas para poder abarcar dicha demanda presentada; no cuentan con la eficiencia necesaria en su atención brindada, gran parte de su público objetivo no se siente satisfecho con la información que estas empresas le brindan en respuesta a sus dudas; no cuentan con una adecuada valoración de ventas, porque no logran implementar estrategias que busquen aumentar las ventas o atraer a nuevo público objetivo a la organización; logran satisfacer a sus clientes, estos cuentan con la intención de recomendar a la organización por la calidad de los productos y la atención ofrecida; por último las empresas son competitivas, demuestran una imagen positiva en el mercado, de esta manera logran atraer a un mayor número de clientes.

**Tabla 3. Características de los tipos de benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.**

Se contrató a un experto en el diseño de los procesos, el 67% de los propietarios si consideran que han contratado a un experto en el diseño de los procesos. Según Martínez (2017) en su investigación quien guarda relación con los resultados del trabajo de estudio, emplea el benchmarking en las organizaciones logrando determinar que las actividades que se realizaban en la empresa contaban con una eficiencia diferente, es decir que ciertas áreas contaban con resultados positivos y otras con resultados menores a esto, por ende, decidió realizar un estudio de comparación de las labores de ambas áreas, con el fin de obtener mejores resultados. Según Veliz, Avila, & Bustamante, (2021) identifica al benchmarking interno como aquel que se centra en el entorno interno de la organización, se realiza un análisis de las actividades de la empresa y en caso de que un área logre obtener mejores resultados en una labor que otra área, se aplicara una comparación entre ambas. Se logra comprender que estas juguerías cuentan con un benchmarking interno, no

realizan contrataciones externas para el desarrollo de este tipo de estudios, todo se mantiene en el entorno interno de la organización.

Se identificado los productos que son más competitivos en su entorno, la totalidad de los propietarios manifiesta que si ha identificado los productos que son más competitivos en su entorno. Según Brito (2018) en su investigación determina como parte de la competitividad el analizar a la competencia, en caso de que esta cuente con mejores resultados, es necesario la aplicación de un benchmarking logrando identificar cuáles son los fallos o cual es la forma en que las organizaciones competidores realizan estas labores. Según Sánchez, Castillo & Guerrero, (2018) determina al benchmarking competitivo como uno centrado en el entorno externo de la empresa, específicamente en los competidores que se encuentren en el mismo rubro y las actividades que estos realicen o la variedad de productos con los que ellos cuenten. Las jugueterías aplican un benchmarking competitivo, toman en cuenta los productos competitivos en el mercado que pertenecen a otras organizaciones con la finalidad de poder aplicarlos en su empresa u ofrecer una variación de este que pueda atraer a un mayor público objetivo.

Se tiene conocimiento del producto que se haya posicionado más en la mente del consumidor, el 67% de ellos si tienen conocimientos de producto que se ha posicionado más en la mente del consumidor. Elguera (2016) identifica la necesidad no solo de centrarse en las empresas que representan una competencia directa, existe un entorno general en el que se presentan ciertas oportunidades que deben de ser aprovechadas, por ende, es necesario que se realice cierto análisis del entorno general de la empresa y la cultura social que se desarrolla en dicho entorno. Según Espinoza & Gallegos, (2019) el benchmarking funcional es parecido al competitivo, sin

embargo, este no se centra solo en las empresas que representa una competencia directa, estos toman en cuenta a las diversas organizaciones que se presentan en el entorno, pueden ser empresas más grandes o más pequeñas. Se entiende que estas organizaciones realizan un estudio de las demandas del mercado y las diversas modalidades que se presenten en estos, se toma en cuenta los productos nuevos que suelen llamar la atención de un público objetivo diferente.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado se comprende que las jugueterías investigadas cuentan con un benchmarking interno, estas no realizan contrataciones externas para el desarrollo de sus estrategias de productos o de procedimientos de la empresa; cuentan con un benchmarking competitivo, estas MYPE presentan interés en sus competidores realizando un análisis de los productos más vendidos en el entorno que se desarrollan; y cuentan con un benchmarking funcional, estas empresas toman en cuenta los diversos productos que se ofrecen en el entorno general y que suelen ser populares entre una gran cantidad de público.

**Tabla 4. Características de las etapas del benchmarking en las MYPE rubro jugueterías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.**

Se cuenta con un registro de actividades, en las etapas del benchmarking se observa que el 100% de los propietarios en su totalidad si consideran que cuentan con un registro de actividades. Bravo (2019) determina la gran importancia de la realización de una planificación para cualquier estrategia o decisión tomada en una organización, en el caso del benchmarking es necesario realizar una adecuada planificación de los procesos y cronología de estos eventos, además de los instrumentos de medición de éxito de los resultados obtenidos. Según Hoyos (2021) la planificación consta del establecimiento de los objetivos y metas que se desean

alcanzar con la aplicación de esta técnica, para ello se deben contar con una base de datos con la información necesaria para poder realizar una planificación adecuada. Estas jugarías cuentan con la información suficiente para poder desarrollar esta etapa de manera eficiente, cuentan con un registro de actividades donde se presentan los resultados que se han obtenido con ellas.

La organización cuenta con indicadores que miden la eficacia de los procesos. Se observa que el 100% en la totalidad de los propietarios cuentan con indicadores que miden la eficacia de los procesos en su organización. Díaz (2018) determinó que en una planificación no solo se establecen los objetivos y metas a alcanzar, estos deben de ser medibles, por lo tanto, se deben establecer estos instrumentos de medición que le permitan a la empresa el medir los resultados y el tiempo en que se obtuvieron. Según Hoyos (2021) parte del establecimiento de los objetivos es que estos deben de ser medibles, además para cada actividad se debe establecer un tiempo determinado, para ello se cuenta con diversas herramientas como el diagrama de Gantt que es comúnmente usado en diversas organizaciones. Se comprende que las MYPE en estudio realizan una planificación en la que se establecen los indicadores que permiten medir la eficacia de las actividades realizadas a través de los resultados y el tiempo en que estos son obtenidos.

Su empresa es eficiente cuando atiende los reclamos de los clientes, el 67% de los propietarios se cree que su empresa es eficiente cuando atiende los reclamos. Calle (2021) determina que para poder realizar una adecuada recolección de datos existen diversas técnicas y herramientas, para ello es necesario que se cuente con resultados verídicos y que estos no sean alterados por la persona que desarrolla la investigación o está encargada de recolectar los datos, esto permitirá que se pueda

desarrollar de manera adecuada su análisis. Según Espinoza & Gallegos, (2019) la recolección de datos hace referencia a la capacidad investigativa de la organización para poder obtener resultados reales de la opinión de sus clientes o las necesidades de estos, con la finalidad de poder realizar un benchmarking acorde a dichos resultados. Las organizaciones cuentan con resultados reales, en este caso son representados por las opiniones que los clientes presentan con respecto al producto o la calidad de la atención que se le brinda.

Se analiza los elementos de su empresa con los de su entorno, la totalidad de propietarios si considera que analiza los elementos de su MYPE con los de su entorno. Días (2018) presenta en su investigación un análisis de resultados en el que se evidencia la necesidad de realizar este procedimiento en cualquier investigación, en el caso del benchmarking un correcto análisis de resultados permitirá determinar cuáles son las diferencias que logran que el producto o proceso que se está investigando será mejor en comparación al de la empresa. Según Sánchez, Castillo & Guerrero, (2018) en esta etapa de análisis se deben medir los resultados obtenidos y realizar un análisis de dichos resultados y evaluación presentada, de tal manera que se logre identificar las diferencias en características o atención que presenta la organización competidora. Las juguerías realizan un análisis del entorno en que se desarrollan con la finalidad de poder identificar aquellas características de los productos o atención que es diferente a la que ellos presentan y poder aplicarla a la organización.

La organización implementa estrategias para mejorar sus servicios. Se observa que la totalidad de propietarios, es decir el 100% si implementa estrategias de para mejorar sus servicios. Elguera (2016) determina que el elaborar un plan de

acción es necesario para cualquier empresa que desee implementar un nuevo proceso o estrategia, para ello se debe de realizar ciertos pasos previos, en este plan de acción se detalla la forma en que la organización realizara esta estrategia y cuáles son los resultados que se espera obtener a través de esto. Según Espinoza & Gallegos, (2019) un plan de acción es aquel en el que se presentan cuáles serán las actividades que la organización va a realizar para poder lograr implementar una nueva estrategia o producto dependiendo del área en el que se aplicara el benchmarking. Se comprende que estas MYPE logran realizar un plan de acción en el que se establecen nuevas estrategias a seguir o procesos nuevos que se deben de realizar, se cuenta con la implementación de nuevas estrategias que logran determinar una ventaja competitiva sobre empresas competidoras.

Se evalúa mensualmente el cumplimiento de los objetivos planeados, el 67% de los propietarios si considera que evalúa mensualmente el cumplimiento de los objetivos. Bravo (2019) identifica al benchmarking como un proceso complejo en el que se debe de desarrollar una serie de pasos, sin embargo, luego de ser aplicado este de ser contantemente evaluado para poder identificar si se está cumpliendo con los objetivos que se han establecido, de tal forma que se puedan presentar diversas alternativas de acción en caso de que no se obtengan los resultados esperados. Según Hoyos (2021) el seguimiento del plan de acción en el benchmarking es necesario, el realizar este tipo de estrategia no asegura que se obtendrán los resultados positivos que se esperan, por ello, es necesario poder detectar cada deficiencia o resultado negativo que se presente en la organización. Estas empresas realizan una evaluación mensual de sus procesos con la finalidad de poder encontrar fallas y poder

resolverlas, de tal manera que se cuenta con un enfoque hacia la mejora continua de la organización.

Por lo antes mencionado se comprende que las jugueterías aplican una planificación en la que se establecen las bases de datos para recopilar información y los indicadores que permitirán medir dicha nueva estrategia; realizan una recolección de datos a través de los reclamos que se obtienen por parte de los clientes; estos datos son analizados además, del entorno en el que se presentan, obteniendo una visión global del problema; se aplican planes de acción en los cuales se desarrollan nuevas estrategias que la empresa considera adecuadas; estas estrategias son evaluadas de manera mensual.



## **VI. CONCLUSIONES**

**Objetivo específico 1: Describir las características y los elementos de la gestión de calidad en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.**

La mayoría de estas empresas del rubro juguerías del distrito de huancabamba, ponen en practican los elementos de la gestión de calidad, ya que, si organizan a sus trabajadores y estudian las necesidades de los clientes, así mismo cuenta con los recursos necesarios para satisfacer la demanda que obtienen, buscan mejorar los servicios y calidad de los productos, además cumple con los estándares de tiempo, calidad y costos. Es por ello que cuentan con una estructura organizacional de sus trabajadores que le permite satisfacer las necesidades de los usuarios, así mismo también planifican sus actividades y ponen en práctica los procesos a través de la búsqueda de la mejora de la organización con la finalidad de cumplir con los objetivos y procedimientos que les permita desarrollar un mejor servicio en base a las expectativas del cliente.

**Objetivo específico 2: Identificar las características y los indicadores de la gestión de calidad en las MYPE del rubro juguerías en el Distrito de Huancabamba, año 2021.**

La mayoría de estas empresas del rubro juguerías utiliza métodos para satisfacer la demanda que obtiene, así mismo brinda a sus clientes la información necesaria y correcta sobre sus productos e implementa nuevas estrategias de negocio, además muestra una imagen positiva. Por ende, se concluye que estas organizaciones tienen conocimiento sobre los indicadores de gestión de calidad puesto que mensualmente desarrollan métodos para satisfacer la demanda de mercado y a través

de la valoración de ventas implementa nuevas estrategias para aumentar la rentabilidad, así mismo siempre buscan mejorar las expectativas de sus clientes, ya que esto le permitirá aumentar la satisfacción de cada uno de ellos y así impulsar una imagen positiva de las juguerías.

**Objetivo específico 3: Conocer las características y los tipos de benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.**

La mayoría de las MYPES investigadas del rubro juguerías conocen los tipos de benchmarking ya que, si contrataron a un experto en el diseño de procesos, y además la totalidad de ellos han identificado los productos que son más competitivos en su entorno, así mismo gran parte de ellos tiene conocimiento de los productos que mejor se han posicionado en la mente de sus consumidores, ya que han llegado a saber a través estudios realizados teniendo como base las preferencias de los clientes, se han comparado no solo con las empresas de su sector sino con MYPES parecidas de otros rubros con el fin de poder obtener información que les permita mejorar en su entorno, la finalidad es mejorar la calidad de sus servicios.

**Objetivo específico 4: Determinar las características y las etapas del benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.**

La totalidad de las organizaciones utiliza un registro de actividades que le permite medir la eficacia y la eficiencia de cómo se está desarrollando dicha organización así mismo la mayoría de los propietarios consideran que es fundamental recopilar los reclamos y las recomendaciones de sus clientes, de tal manera que así ellos tengan conocimiento de lo que están haciendo mal y en lo que se puede mejorar,

de esta forma tener un análisis a través del estudio de los factores internos y externos, cabe recalcar que la mayoría de ellos cuenta con el plan de acción a través de la implementación de estrategias en los procesos y el seguimiento del plan mediante la medición del cumplimiento de los objetivos.

La mayoría de las organizaciones aplican los elementos y toman en cuenta los indicadores de la gestión de calidad para el desarrollo de las actividades, con respecto al benchmarking se determina la aplicación de los tres tipos de benchmarking y las etapas para poder desarrollar el cumplimiento de los objetivos y mejorar el servicio y calidad de los productos.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Implementar el cumplimiento de los elementos de gestión de calidad, es decir se puede emplear un análisis interno de la organización como es el método de las 5 M, que le permitirá desarrollar una mejor estructura organizacional más centrada en el cumplimiento de los objetivos y una producción esbelta.

Mejorar los indicadores de gestión de calidad utilizando un modelo de gestión de calidad con la finalidad de analizar a la organización de tal forma que se pueda identificar todos los errores posibles que se presentan en la producción y que limitan la capacidad de la empresa. Así mismo se recomienda planificar mejor las actividades que se van a realizar a diario con fin de llevar un orden y una meta que alcanzar.

Mejorar el desarrollo adecuado del benchmarking en la organización y los diferentes tipos de este concepto para ello se debe emplear a un experto que pueda guiar a la organización en el desarrollo del análisis del entorno competitivo y las estrategias empleadas por las otras empresas del sector.

Capacitar mensualmente al personal e incentivar en el logro de los objetivos y metas de la organización así mismo se recomienda la utilización de más instrumento para la recolección de datos, como encuestas virtuales, entrevistas o el solicitar recomendaciones ofrecidas por los clientes, de tal manera que se pueda mejorar el servicio a través de la obtención de información; además se debe implementar instrumentos de medición.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, T. (2018). *La gestión de calidad y el uso del marketing en la micro y pequeñas empresas del rubro juguerías del distrito de Sullana, año 2018.* . Sullana -Perú: La Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Agurto, F. (2017). *Sistema de gestión de calidad del área de recursos humanos de la empresa ADEN EIRL.* . Recuperado de <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/2237>.
- Andina. (2021). *Cinco tendencias tecnológicas que revolucionarán el 2021.* Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-cinco-tendencias-tecnologicas-revolucionaran-2021-830950.aspx>.
- Baena, P. (2017). *Metodología de la investigación (3a. ed.)*. recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5213563&query=metodologia#>.
- Baptista, R. H. (2018). *Metodologia de la Investigaciòn.* México: edición por:McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de [http://jbposgrado.org/material\\_seminarios/HSAMPIERI/Metodologia%20Sampieri%205a%20edicion.pdf](http://jbposgrado.org/material_seminarios/HSAMPIERI/Metodologia%20Sampieri%205a%20edicion.pdf).
- Barranzuela, I. (2021). *¿Cuál es el perfil del consumidor peruano en el 2021?* . Recuperado de <https://pqs.pe/tu-negocio/cual-es-el-perfil-del-consumidor-peruano-en-el-2021/>.
- Brabo, G. (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 – Perú: La Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Brito, R. (2018). *Benchmarking y la competitividad de la sanducera La Awela, Chiclayo, 2017.* . Chiclayo Perú: Universidad Señor de Sipan.
- Burgos, D. (2017). “*Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-barouzo agave azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008*”. Colombia:: tesis para la obtención del título profesional de ingeniería industrial). Universidad Libre de Colombia.
- Cabeza, D. (2018). *Benchmarking del servicio de restaurantes en el sector turístico de Santiago de Cuba* . Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de Granada - España: obtendio de: <https://1library.co/document/y8gpwok5-pre-benchmarking-servicio-restaurantes-sector-tur%C3%ADstico-santiago-cuba.html>.
- Calle, I. (2021). “*Gestión de calidad y benchmarking en las MYPES rubro restaurantes, cuyo propósito fue determinar las características de la gestión de calidad y el benchmarking de las MYPES rubro restaurantes Mz. O Urbanización Santa Ana, Piura, 2020.* Peru: Universidad Católica Los Angeles De Chimbote .
- Castro, M. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la MYPE rubro restaurantes Urb El Bosque-Castilla, Piura 2016.* Piura – Perú: La Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

- ComexPerú. (2021). *El número de MYPES peruanas se redujo un 48.8% en 2020 y la informalidad pasó al 85% como consecuencia de la pandemia*. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-numero-de-mypes-peruanas-se-redujo-un-488-en-2020-y-la-informalidad-paso-al-85-como-consecuencia-de-la-pandemia>.
- Cornejo, P. (2020). *Descubre las 5 fuerzas de Porter y cómo aprovecharlas*. . Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>.
- Cortes, J. (2018). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Editorial ICB. <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/56053>.
- Dias, F. (2018). *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*. . Chimbote – Perú: la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Duffo, J. (2020). *Evolución de La Calidad en Los Estados Unidos*. ecuperado de <https://es.scribd.com/document/278287961/Evolucion-de-La-Calidad-en-Los-Estados-Unidos>.
- Durand Mendoza, L. A. (2018). *La Calidad de las Empresas del Subsector de Juguerías. Perú*. PERÚ: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Espinoza, M. &. (2019). Benchmarking, cómo y de dónde. Una revisión sistemática de la literatura. *Revista Espacios*, 40(37).
- García, L. (2021). *Guía legal de negocios en el Perú 2021*. . Recuperado de <https://www.echecopar.com.pe/publicaciones-guia-legal-de-negocios-en-el-peru-2021>.

- Gomez, C. D. (2019). *La gestión de calidad formalización en las MYPES del sector servicio-rubro juguerias, del mercado modelo, Distrito Huaral, Lima 2018*. LIMA- PERÚ: La Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- González, C. &. (2020). *Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001: guía de aplicación*. UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. obtenido de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/162883>.
- Hernandez, C. y. (2017). *La importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad en el servicio en las organizaciones*. Universidad Veracruzana.
- Hernandez, D. (2019). *Benchmarking aplicado a gobiernos locales*. Municipalidad Metropolitana de Lima. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/benchmarking-aplicado-gobiernos-locales-peru/>.
- Hernández, R. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México : McGraw-Hill Interamericana.
- Hollos, S. (2021). Marketing, Gestión de la Calidad Total y Benchmarking: una revisión de la literatura. . *Revista científica anfibios*.
- IPE. (2020). *Piura: Más de 870 mil trabajadores afectados*. Recuperado de <https://www.ipe.org.pe/portal/mas-de-870-mil-trabajadores-de-piura-afectados/>.
- Jabaloyes, J. C. (2020). *Introducción a la gestión de la calidad*. . Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. obtenido de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/165233>.



- Jiménez, L. (2018). *Metodología de la investigación lingüística*. . Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5636405&query=metodologia#>.
- Lizarzaburu, E. (2018). *La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015*. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/07/que-certificaciones-de-calidad-son-mas-requeridas-en-el-peru/>.
- Martinez, A. (2017). *Benchmarking en pequeñas empresas de comida rápida de la zona 3 de la ciudad de Quetzaltenango*. . Quetzaltenango Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- MEF. (2021). *La economía peruana registrará uno de los mayores crecimientos a nivel mundial entre el 2021 y 2022 y fortalecerá sus cuentas fiscales*. Recuperado de [https://www.mef.gob.pe/es/?option=com\\_content&language=es-ES&Itemid=101108&view=article&catid](https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101108&view=article&catid).
- Monroy, M. (2019). *“Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México”*. . México: Instituto Tecnológico de La Paz, México.
- Monroy, M., y Nava, N. (2018). *Metodología de la investigación* (Lapislázuli (ed.). Grupo Editorial Éxodo. <https://elibro.net/es/lc/learningbyhelping/titulos/172512>
- Mundial, B. (2021). *Cómo la COVID-19 (coronavirus) afecta a las empresas en todo el mundo*. Recuperado de

<https://www.bancomundial.org/es/news/infographic/2021/02/17/how-covid-19is-affecting-companies-around-the-world>.

Peña, G. (2018). *Efectos del sistema de gestión de la calidad en las entidades del sector público*. . Ediciones USTA. <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/70701>.

Quito, M. (2020). *Gestión de Calidad y Personal Branding En Las MYPE Rubro Juguerías en el Distrito de Tambogrande– Piura, año 2020*. Piura - Perú: La Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Ruiz, M. (2020). *Análisis PESTEL: ¿Qué es y para qué sirve? Ejemplo*. Recuperado de <https://milagrosruizbarroeta.com/analisis-pestel/>.

Sáenz, G. (2019). *Plan comercial para relanzamiento de marca de CLS Distribución (chaman clothing)*. Universidad de Piura.

Sánchez, E. C. (2018). *Estudio de benchmarking competitivo aplicado a cuatro empresas del sector avícola colombiano*. Libre Empresa.

Sierra, Y. (2021). *Los desafíos ambientales de Perú en el 2021*. Recuperado de <https://es.mongabay.com/2021/01/los-desafios-ambientales-para-el-peru-en-el-2021/>.

ULADECH. (2021). *CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN VERSIÓN 004*.

<https://web2020.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2020/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v004.pdf>.

Urriata, N. (2020). *Entre elecciones y protestas: Riesgo político en Perú en el 2021*. Recuperado de <https://www.controlrisks.com/es/our-thinking/spanish/entre-elecciones-y-protestas-riesgo-politico-en-peru-en-el-2021>.

- Vásquez, G. (2018). *“La franquicia y su influencia en la gestión de la calidad de servicio al cliente en el rubro juguerías en lima metropolitana 2017”*. Perú: Universidad Científica Del Sur.
- Veliz, T. A. (2021). *Utilidad del benchmarking como estrategia de mejora empresarial*. . Revista científico-profesional.
- Villanueva, P. (2021). *¿Problemas? Cómo encontrar su causa raíz con el método de las ‘5 M’*. . Recuperado de <https://www.sage.com/es-es/blog/las-5-m-como-metodo-para-localizar-la-causa-raiz-de-un-problema/>.
- Zapata, C. A. (2021). *Gestión de calidad y Benchmarking en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, urbanización la alborada, distrito veintiséis de octubre, piura, 2019*. Perú: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.

## ANEXOS

### Anexo 01. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2020				Año 2021								Año 2022			
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor.				X												
5	Mejora del marco teórico				X												
6	Redacción de la revisión de la literatura					X											
7	Elaboración del consentimiento informado (*)						X										
8	Ejecución de la metodología							X									
9	Resultados de la investigación								X								
10	Conclusiones y recomendaciones									X							
11	Redacción del pre informe de investigación								X	X	X	X					
12	Redacción del informe final													X	X		
13	Aprobación de Informe final por el Jurado de Investigación															X	
14	Presentación de ponencia en eventos científicos																X
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 02: Presupuesto

<b>PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE ( ESTUDIANTE)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% Número</b>	<b>Total (S/)</b>
<b>Suministros</b>			
• Impresiones	50.00	7	350.00
• Fotocopias	10.00	4	40.00
• Empastado	35.00	1	35.00
• Papel bond A-4 ( 500 hojas)	10.00	3	30.00
• Lapiceros	10.00	3	30.00
<b>Servicios</b>			
• Uso de turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			585.00
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	80	4	320.00
<b>Sub total</b>			320.00
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			905.00
<b>Presupuesto no desembolsable (universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% Número</b>	<b>Total</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de internet (laboratorio de aprendizaje digital –LAD)	100.00	6	600.00
• Búsqueda de información a base de datos	80.00	4	320.00
• Soporte informático (módulo de investigación ERP university MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo es repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			1,130
<b>Recurso Humano</b>			
• Asesoría personal 5 horas por semana	80.00	3	240.00
<b>Sub total</b>			240.00
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			1,370.00
<b>Total (s/)</b>			2,275.00

### Anexo 03. Consentimiento Informado



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

Estimado/a participante

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación en Ciencias Sociales, conducida por Concha Córdova Kely Milagros, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

La investigación denominada:

*“Gestión de Calidad y Benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021”.*

La entrevista durará aproximadamente 15 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.

- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Solo se puede participar de la investigación si eres mayor de 18 años.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado; así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- La encuesta será virtual con la finalidad de salvaguardar la seguridad de cada uno de los participantes y cumplir con los protocolos de bioseguridad.
- En la investigación no se usará su nombre, por lo que su identidad será anónima
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico: [Kelyconcha81@gmail.com](mailto:Kelyconcha81@gmail.com) .Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad, Católica Los Ángeles de Chimbote.

Le pido que marque con un aspa (X) en el siguiente enunciado según su interés o no de participar en la investigación.

“Gestión de Calidad y Benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021”.	Si	No
---	----	----

## Anexo 04: Instrumento de recolección de datos

### CUESTIONARIO DIRIGIDO AL CLIENTE



¡Buen día! Se le invita a participar de una encuesta, esta ha sido realizada por un estudiante de la carrera de administración de la Universidad los Ángeles de Chimbote, con la finalidad de recolectar información para una investigación denominada “Gestión de Calidad y Benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021”. La cual tiene como objetivo general “Determinar la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021. Los datos que se recolectarán serán anónimos y se utilizarán únicamente con fines académicos. A continuación, se presentarán una serie de preguntas las que deberá de responder según su criterio marcando con una equis (X) alguna de las opciones. Se le agradece su participación en esta encuesta virtual.

#### DATOS DEL PARTICIPANTE

Edad: \_\_\_\_\_

Genero: \_\_\_\_\_

Domicilio: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

#### I. Gestión de Calidad

**1. ¿Piensa Ud. Que la empresa organiza a sus trabajadores para satisfacer sus necesidades?**

a) Si      b) No

**2. ¿Cree Ud. que la organización estudia las necesidades de sus clientes?**

a) Si      b) No

**3. ¿Ud. considera que la empresa cuenta con los recursos necesarios para brindar el servicio?**

a) Si      b) No

**4. ¿Considera Ud. Que la Jugueria debe mejorar su servicio y calidad de sus productos?**

a) Si      b) No

**5. ¿El servicio que brinda la Jugueria cumple con los estándares de tiempo calidad y costo?**

a) Si      b) No

**6. ¿Cree Ud. Que la empresa utiliza métodos adecuados para satisfacer toda la demanda que obtiene?**

a) Si      b) No

**7. ¿Ud. Considera que le brindaron la información correcta sobre los productos?**

a) Si      b) No

**8. ¿Cree usted que la MYPE requiere la implementación de nuevas estrategias de negocio?**

a) Si      b) No

**9. ¿Recomendaría Ud. Esta jugueria a sus amigos?**

a) Si      b) No

**10. ¿La Jugueria muestra una imagen positiva?**

a) Si      b) No



## CUESTIONARIO PARA LOS PROPIETARIOS



¡Buen día! Se le invita a participar de una encuesta, está a sido realizada por un estudiante de la carrera de administración de la Universidad los Ángeles de Chimbote, con la finalidad de recolectar información para una investigación denominada “Gestión de Calidad y Benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021”. La cual tiene como objetivo general “Determinar la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021. Los datos recolectados serán anónimos y se utilizarán únicamente con fines académicos. A continuación, se presentarán una serie de preguntas las que deberá de responder según su criterio, marcando con una equis (X) alguna de las opciones. Se le agradece su participación en esta encuesta virtual.

### DATOS DEL PARTICIPANTE

Edad: \_\_\_\_\_

Genero: \_\_\_\_\_

Domicilio: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

### II. Benchmarking

**1. ¿Ud. Contrato a un experto en el diseño de los procesos?**

a) Si      b) No

**2. ¿Ud. Ha identificado los productos que son más competitivos en su entorno?**

a) Si      b) No

**3. ¿Ud. Tiene conocimiento del producto que se haya posicionado más en la mente del consumidor?**

a) Si      b) No

**4. ¿Cuenta Ud. Con un registro de actividades?**

a) Si      b) No

**5. ¿La organización cuenta con indicadores que miden la eficacia de los procesos?**

a) Si      b) No

**6. ¿Cree Ud. Que su empresa es eficiente cuando atiende los reclamos de los clientes?**

a) Si      b) No

**7. ¿Ud. analiza los elementos de su empresa con los de su entorno?**

a) Si      b) No

**8. ¿Usted implementa estrategias para mejorar sus servicios?**

a) Si      b) No

**9. ¿Ud. Evalúa mensualmente el cumplimiento de los objetivos planeados?**

a) Si      b) No

## Anexo 05: Permiso de los propietarios

**“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”**

Piura, 05 de abril del 2021

Señor (as):

Propietario o representante de la MYPE

Yo: CONCHA CORDOVA Kely Milagros, Identificada con DNI N° 72243028, estudiante de la carrera de Administración, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH, filial Piura, con código de estudiante N° 0811171210, me dirijo a Ud. Con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente.

Que recurro a su persona con la finalidad de solicitarle el permiso para realizar las encuestas para mi tesis de Investigación titulada: “Gestión de Calidad y Benchmarking en las MYPE rubro Juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021”, para de esa manera obtener mi grado de licenciada en administración.

Sin otro particular, agradezco la atención brindada al presente, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal, recordándole que la información solicita será totalmente anónima y será utilizada exclusivamente para fines académicos.



Kely Concha Córdova  
DNI: 72243028

\_\_\_\_\_  
Señor (as)

**Anexo 06:** Validación del instrumento de recolección de datos

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

YO: Hector Orlando Arica Clavijo identificado con DNI  
02786302 MAGISTER EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por: **CONCHA CÓRDOVA KELY MILAGROS** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación: **“GESTIÓN DE CALIDAD Y BENCHMARKING EN LAS MYPE RUBRO JUGUERÍAS, EN EL DISTRITODE HUANCABAMBA, AÑO 2021.”** que se encuentra realizado.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados:

Piura, 05 de abril de 2021

  
Mg. Arica Clavijo Hector Orlando  
DNI. 02786302  
CLAD 06246

SELLO Y FIRMA

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): ARICA CLAVIJO HECTOR ORLANDO

1.2. Grado Académico: LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

1.3. Profesión: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

1.4. Institución donde labora: CETURGHPERU-UNP

1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE

1.6. Denominación del instrumento: CUESTIONARIO

1.7. Autor del instrumento: CONCHA CÓRDOVA KELY MILAGROS

1.8. Carrera: ADMINISTRACION

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 1

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	
<b>Dimensión 1:</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
<b>Dimensión 2:</b>							
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
<b>Dimensión 3:</b>							
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		

**Ítems correspondientes al Instrumento 2**

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	
<b>Dimensión 1:</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
<b>Dimensión 2:</b>							
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
<b>Dimensión 3:</b>							
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Mr. Arica Clavijo Hecctor Orlando  
DNI. 02786302  
CLAD 06246

Firma

MG. ARICA CLAVIJO HECTOR ORLANDO

DNI N° 02786302

Fecha: 05 de abril 2021

### CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Raquel Silva Juárez identificado con DNI 02846914

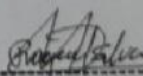
MAGISTER EN GERENCIA EMPRESARIAL con N° de Colegiatura CLAD 01899

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos Cuestionario. Elaborado por Kely Milagros Concha Córdova a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación.

“GESTIÓN DE LA CALIDAD Y BENCHMARKING EN LAS MYPE RUBRO JUGUERIAS, EN EL DISTRITO DE HUANCABAMBA, AÑO 2021”.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante a tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

09 de abril del 2021

  
-----  
Mg. Raquel Silva Juárez  
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CLAD-01899

.....  
FIRMA Y SELLO

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

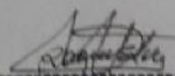
### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Silva Juárez Raquel
- 1.2. Grado Académico: Magister en Gerencia Empresarial
- 1.3. Profesión: Licenciada en Ciencias Administrativas
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Nacional de Frontera
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del instrumento: CUESTIONARIO
- 1.7. Autor del instrumento: KELY MILAGROS CONCHA CORDOVA
- 1.8. Carrera: ADMINISTRACION

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 1

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	
<b>Dimensión 1:</b>							
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
<b>Dimensión 2:</b>							
4	x		x		x		
5	x		x		x		
6	x		x		x		
7	x		x		x		
<b>Dimensión 3:</b>							
8	x		x		x		
9	x		x		x		
10	x		x		x		

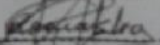
  
 Mg. Raquel Silva Juárez  
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 CLAD-01899



Ítems correspondientes al Instrumento 2

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	
<b>Dimensión 1:</b>							
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
<b>Dimensión 2:</b>							
4	x		x		x		
5	x		x		x		
6	x		x		x		
7	x		x		x		
<b>Dimensión 3:</b>							
8	x		x		x		
9	x		x		x		
10	x		x		x		

Otras observaciones generales:

  
 Mg. Raquel Silva Juárez  
 U.C. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 CLAD-01899

Firma

Silva Juárez Raquel

DNI N°02846914

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Guido Enrique Ruíz Coronado identificado con DNI: 03506410 Licenciado en: Ciencias Administrativas Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por: Concha Córdova Kely Milagros, con DNI: 72243028, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación: **“GESTIÓN DE CALIDAD Y BENCHMARKING EN LAS MYPE RUBRO JUGUERÍAS, EN EL DISTRITO DE HUANCABAMBA, AÑO 2021”**, que se encuentra realizado.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Piura 05 de abril del 2021.

SELLO Y FIRMA

  
-----  
GUIDO E. RUIZ CORONADO  
Licenciado Administración  
Registro CLAP N° 05577

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Guido Enrique Ruiz Coronado
- 1.2. **Grado Académico:** Licenciado en Ciencias Administrativas
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Ciencias Administrativas
- 1.4. **Institución donde labora:** Municipalidad Distrital de El Tallan
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Consultor Administrativo Externo
- 1.6. **Denominación del instrumento:** CUESTIONARIO
- 1.7. **Autor del instrumento:** Kely Milagros Concha Cordova
- 1.8. **Carrera:** Administración

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 1

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	
<b>Dimensión 1:</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
<b>Dimensión 2:</b>							
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
<b>Dimensión 3:</b>							
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		

  
 -----  
**GUIDO E. RUIZ CORONADO**  
 Licenciado Administración  
 Realstro CLAP N° 05577

**Ítems correspondientes al Instrumento 2**

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	
<b>Dimensión 1:</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
<b>Dimensión 2:</b>							
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
<b>Dimensión 3:</b>							
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		

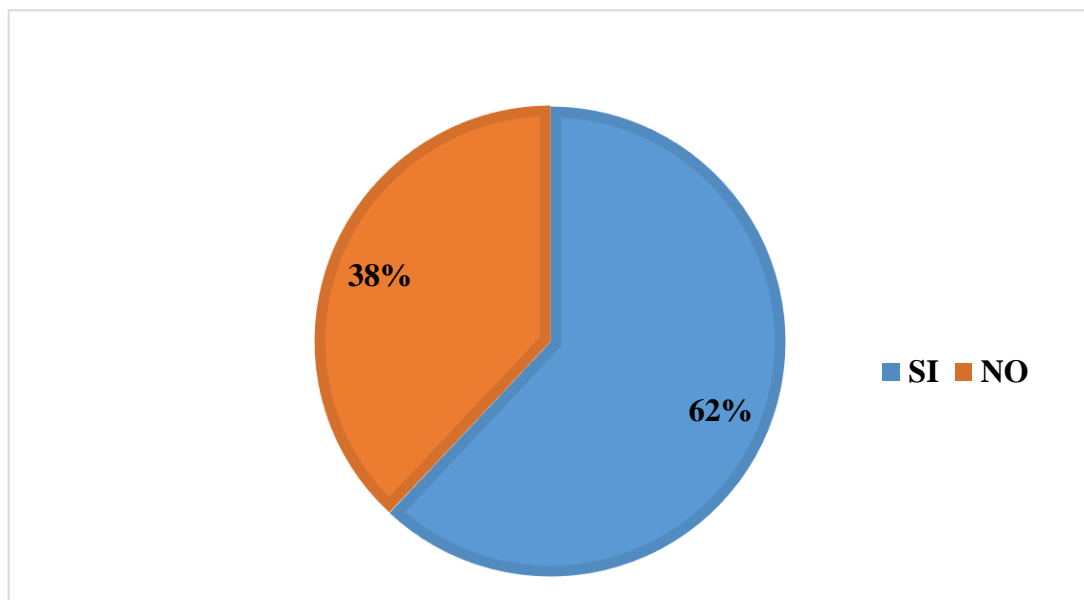
**Otras observaciones generales:**

**Nota:** se adjunta el proyecto de investigación

  
**GUIDO E. RUIZ CORONADO**  
**Licenciado Administración**  
**Registro CLAP N° 05577**

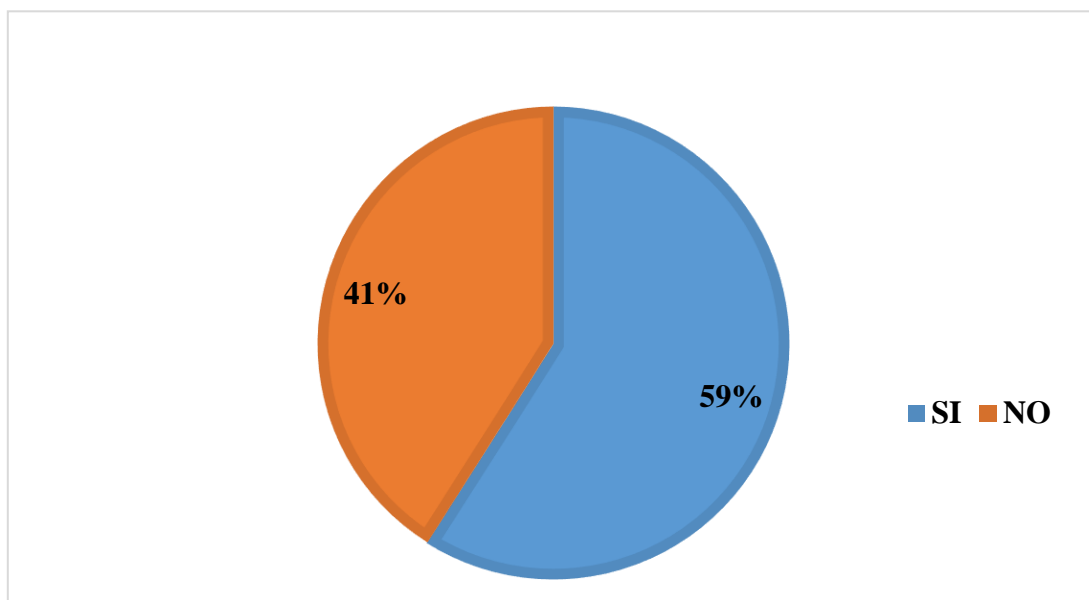
## Anexo 7. Figuras

Características de los elementos de la Gestión de Calidad en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.



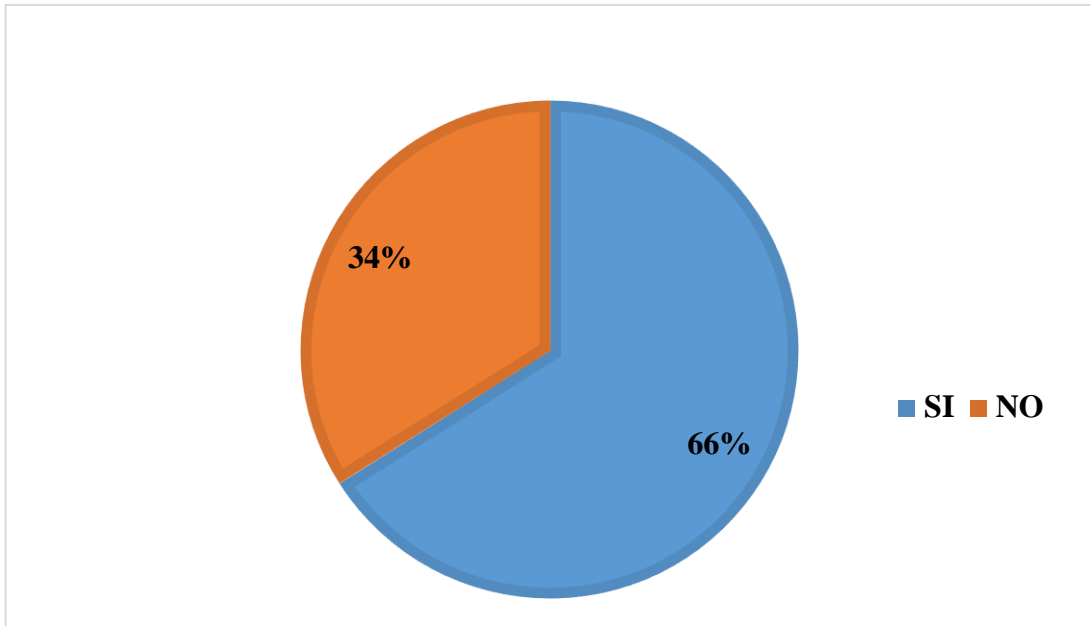
**Figura 1.** La empresa Organiza a sus trabajadores para satisfacer sus necesidades.

**Fuente:** Tabla 1



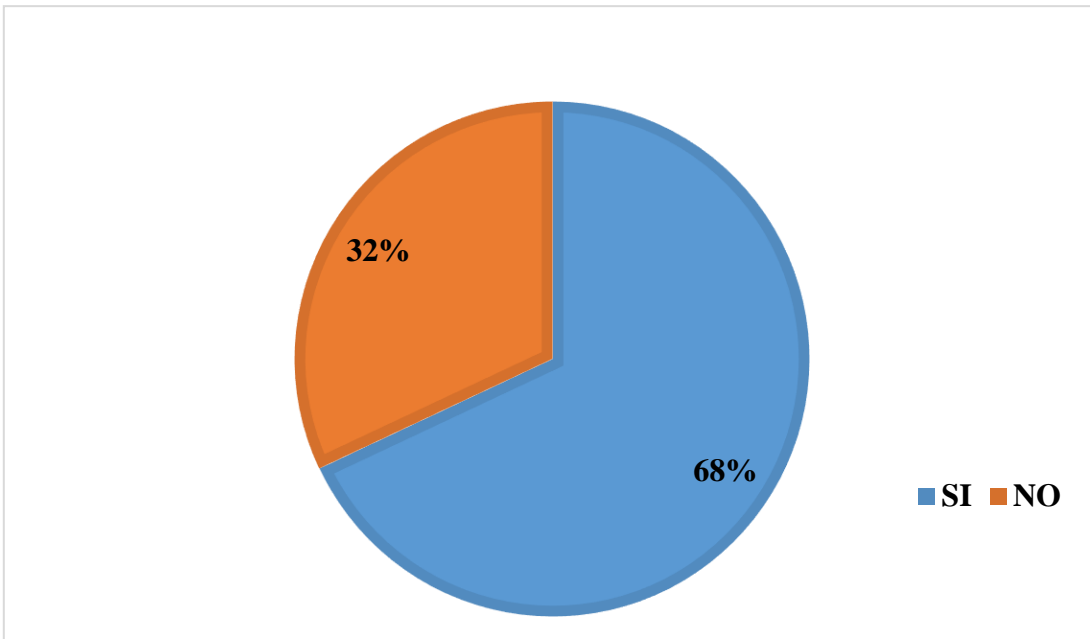
**Figura 2.** Estudia las necesidades del cliente.

**Fuente:** Tabla 1



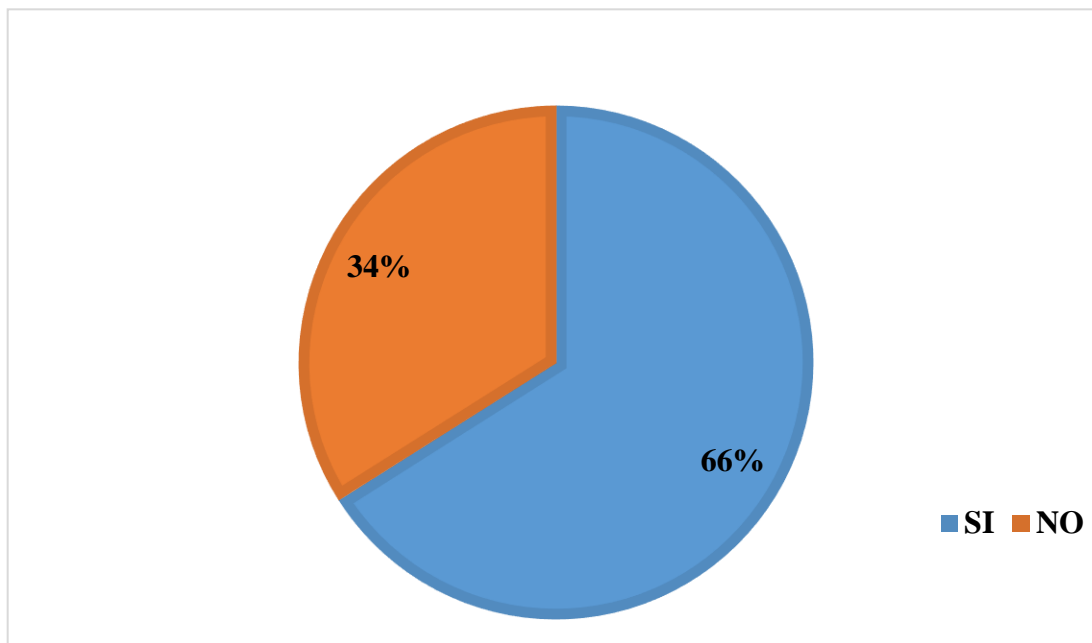
**Figura 3.** Cuenta con los recursos necesarios para brindar el servicio.

**Fuente:** Tabla 1



**Figura 4.** La jugueria de mejorar su servicio y calidad de sus productos.

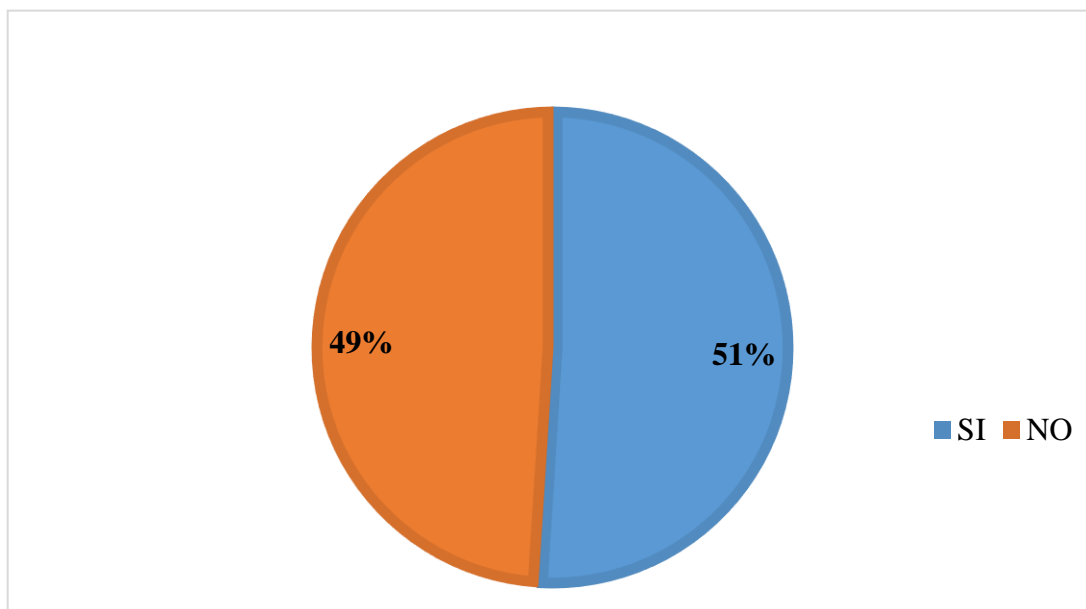
**Fuente:** Tabla 1



**Figura 5.** La jugueria cumple con los estándares de calidad, tiempo, costo.

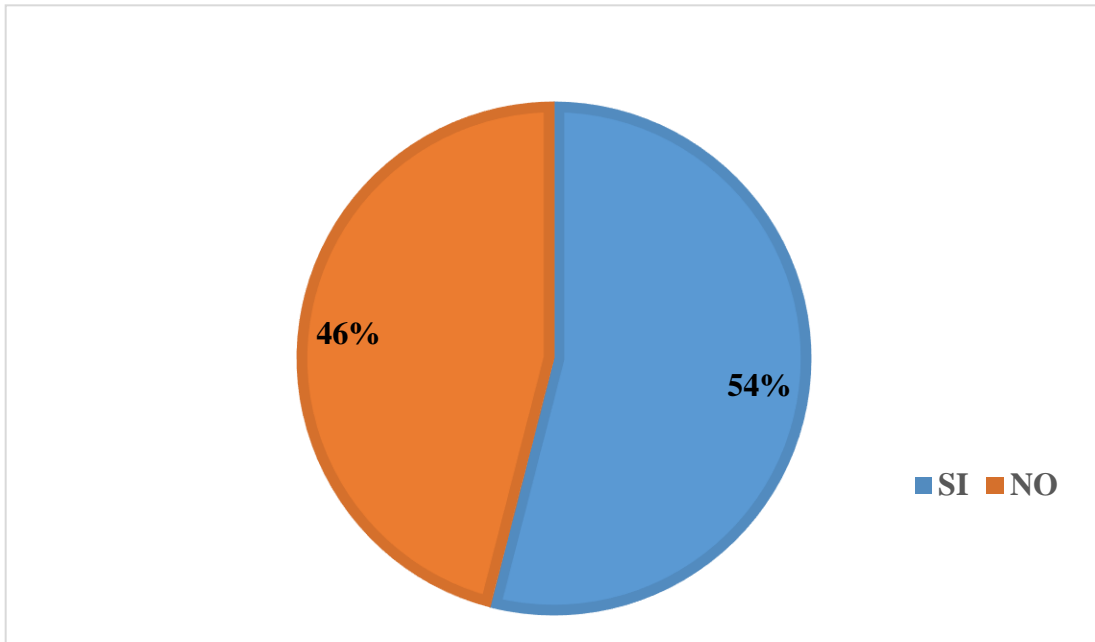
**Fuente:** Tabla 1

Características de los indicadores de la gestión de calidad en las MYPE del rubro juguerias en el Distrito de Huancabamba, año 2021.



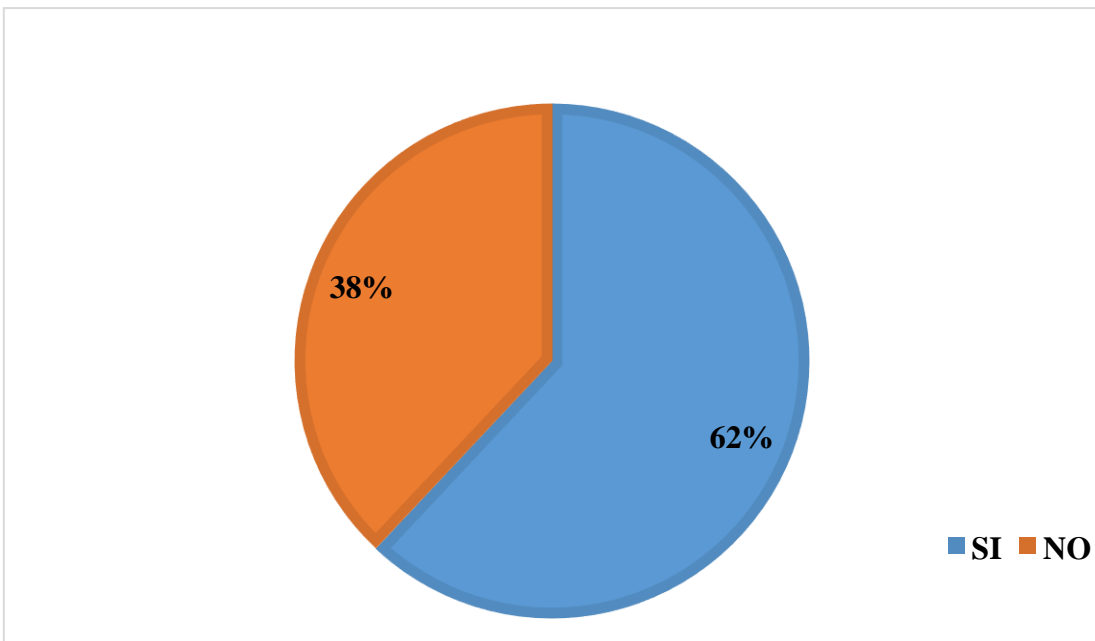
**Figura 6.** Se utiliza métodos adecuados para satisfacer la demanda.

**Fuente:** Tabla 2



**Figura 7.** Le brindaron la información correcta sobre los productos.

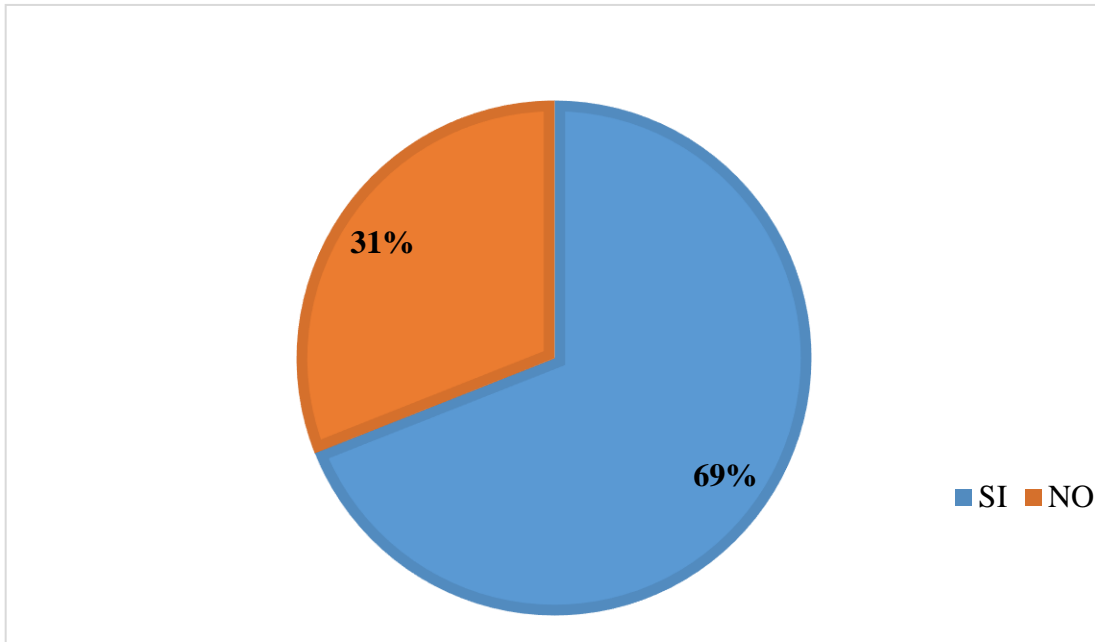
**Fuente:** Tabla 2



**Figura 8.** Las MYPES requieren implementación de nuevas estrategias de negocio.

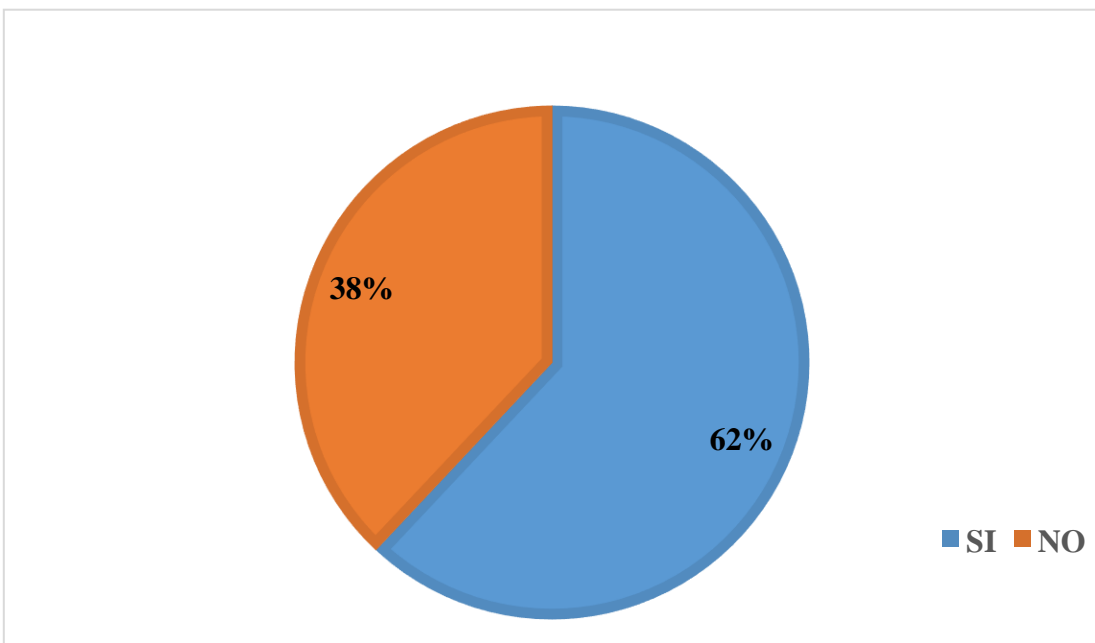
**Fuente:** Tabla 2





**Figura 9.** Recomendaría Ud. Estas jugueria a sus amigos.

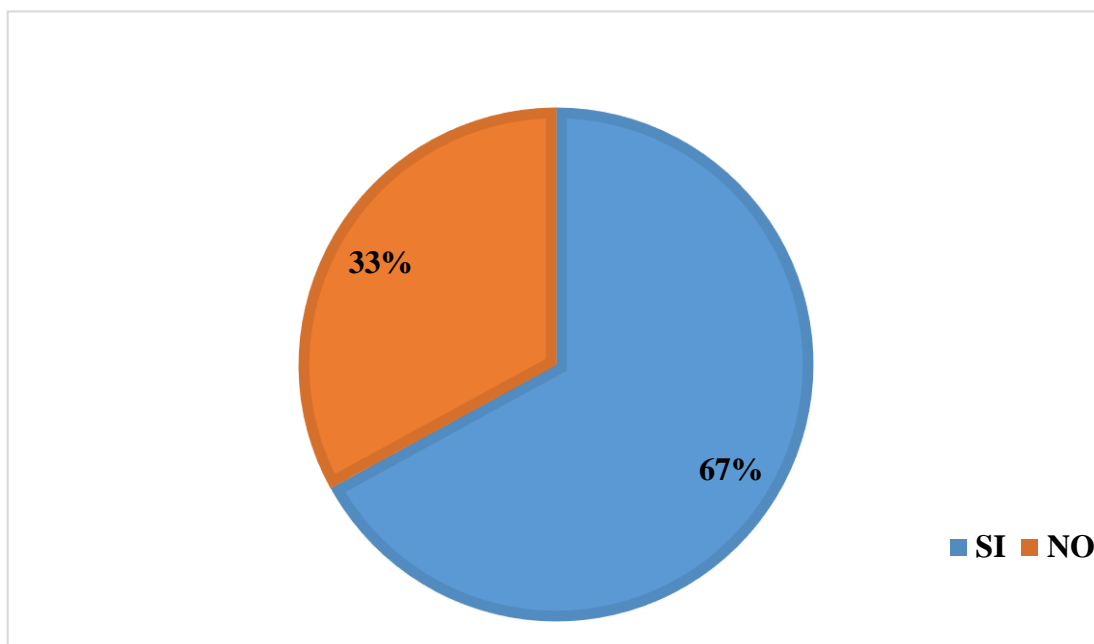
**Fuente:** Tabla 2



**Figura 10.** La jugueria muestra una imagen positiva.

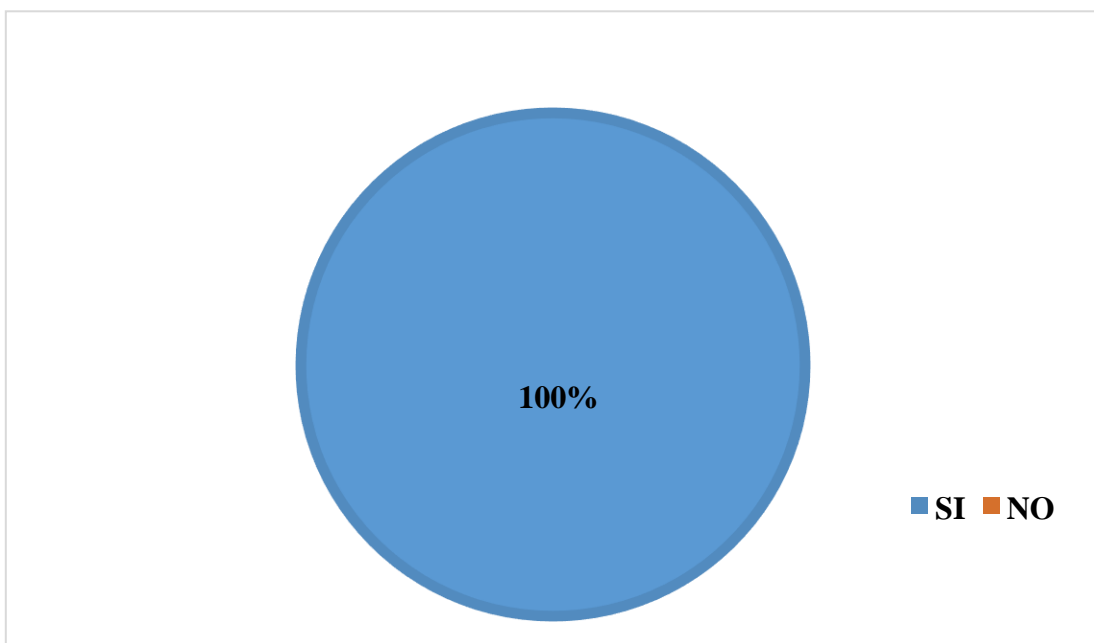
**Fuente:** Tabla 2

Características de los tipos de benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021.



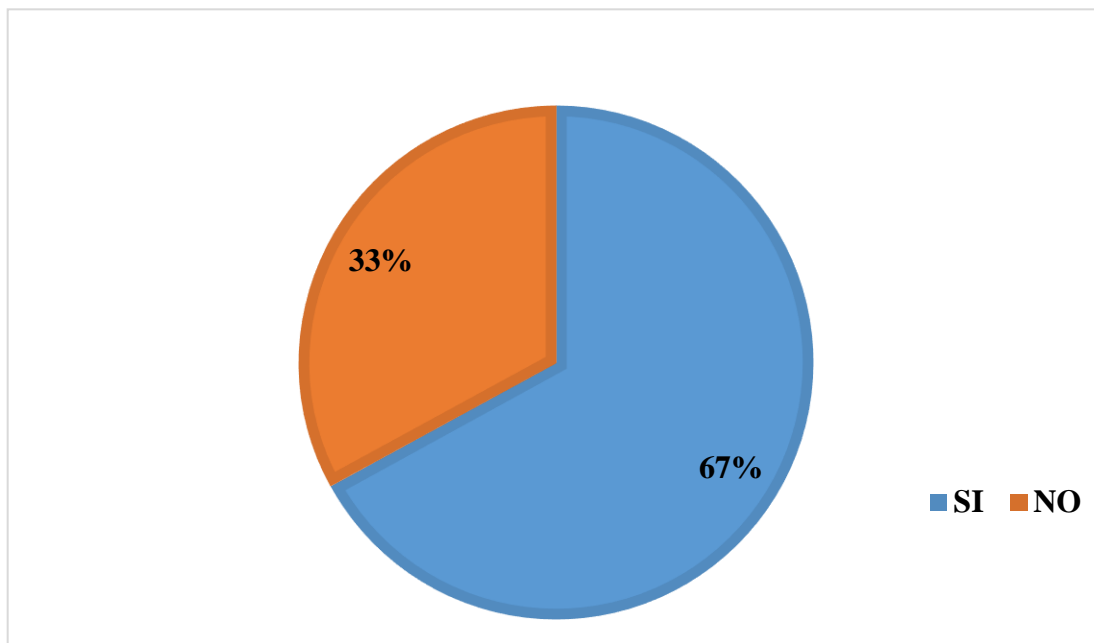
**Figura 11.** Contrato a un experto en el diseño de los procesos.

**Fuente:** Tabla 3



**Figura 12.** Identifico los productos más competitivos en su entorno.

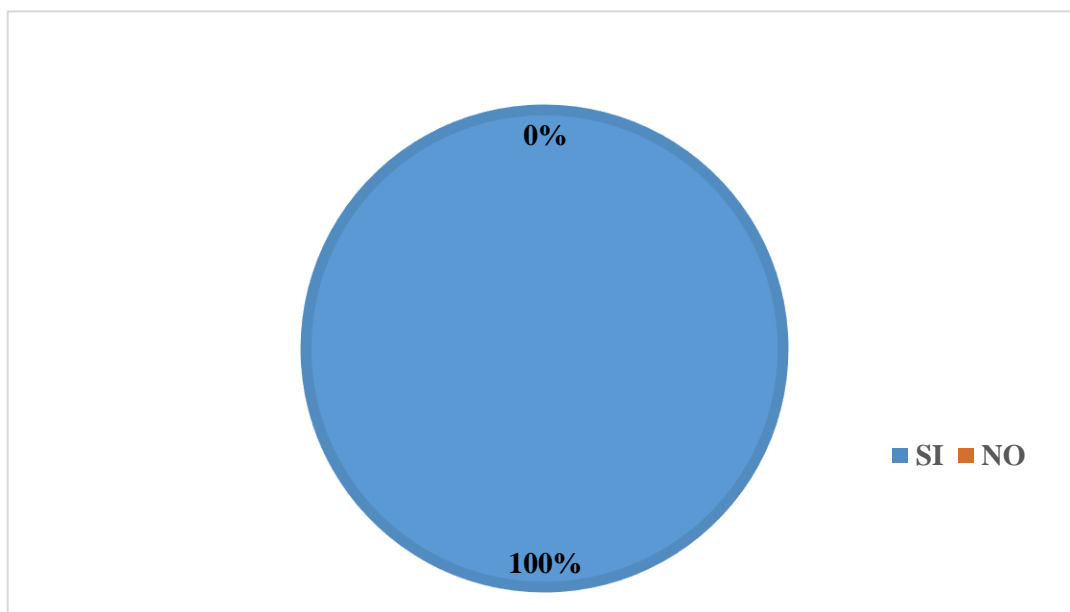
**Fuente:** Tabla 3



**Figura 13.** El producto que se posiciono más en la mente del consumidor.

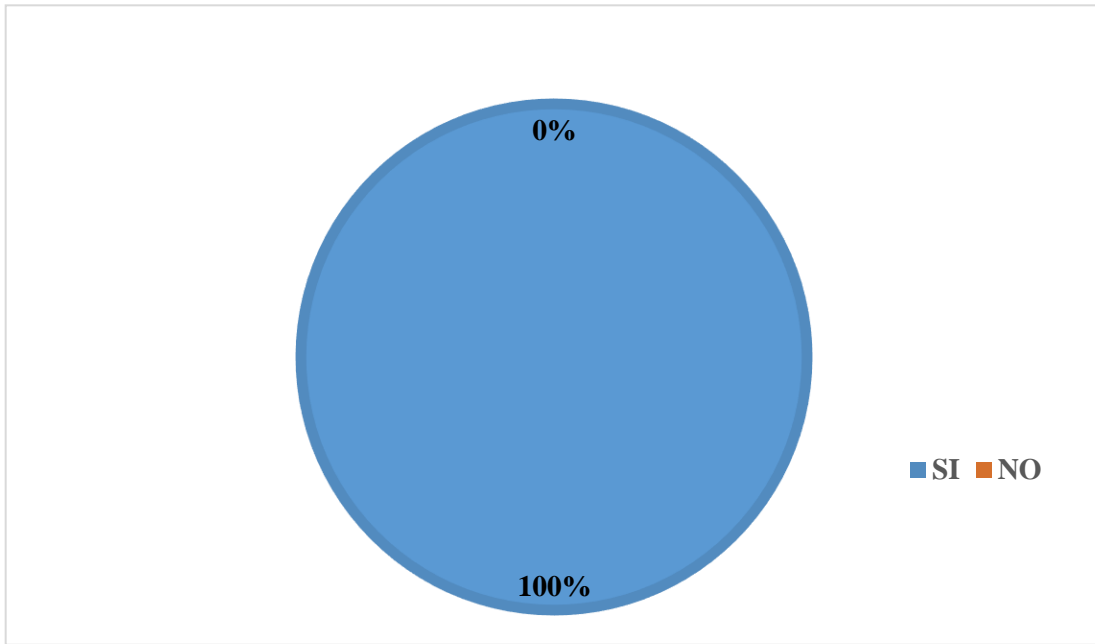
**Fuente:** Tabla 3

Características de las etapas del benchmarking en las MYPE rubro juguerías, en el Distrito de Huancabamba, año 2021



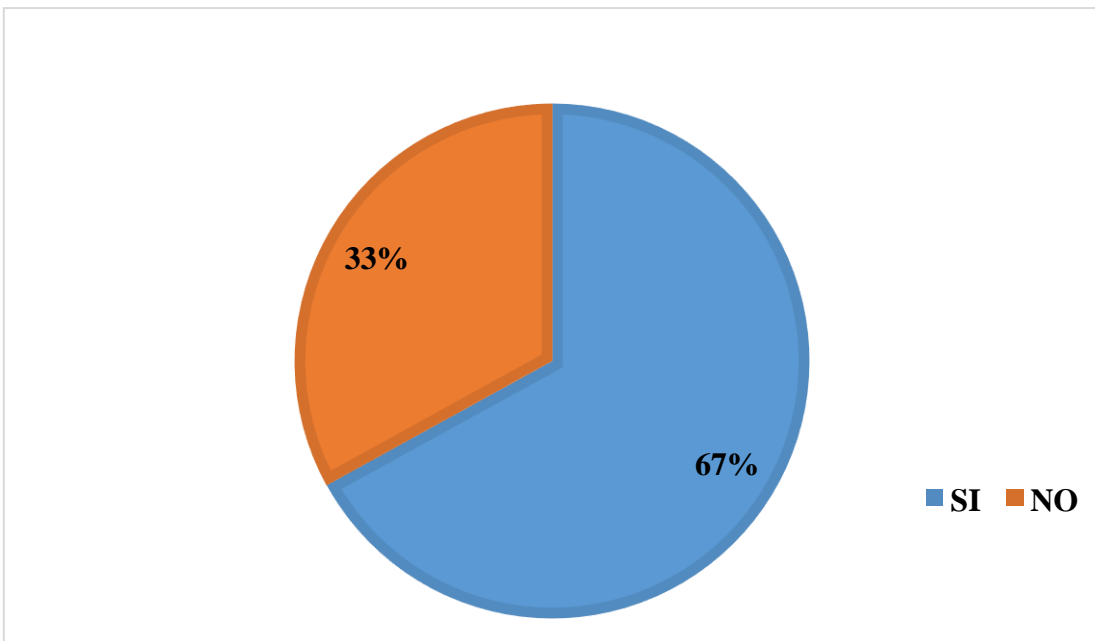
**Figura 14.** Registro de actividades.

**Fuente:** Tabla 4



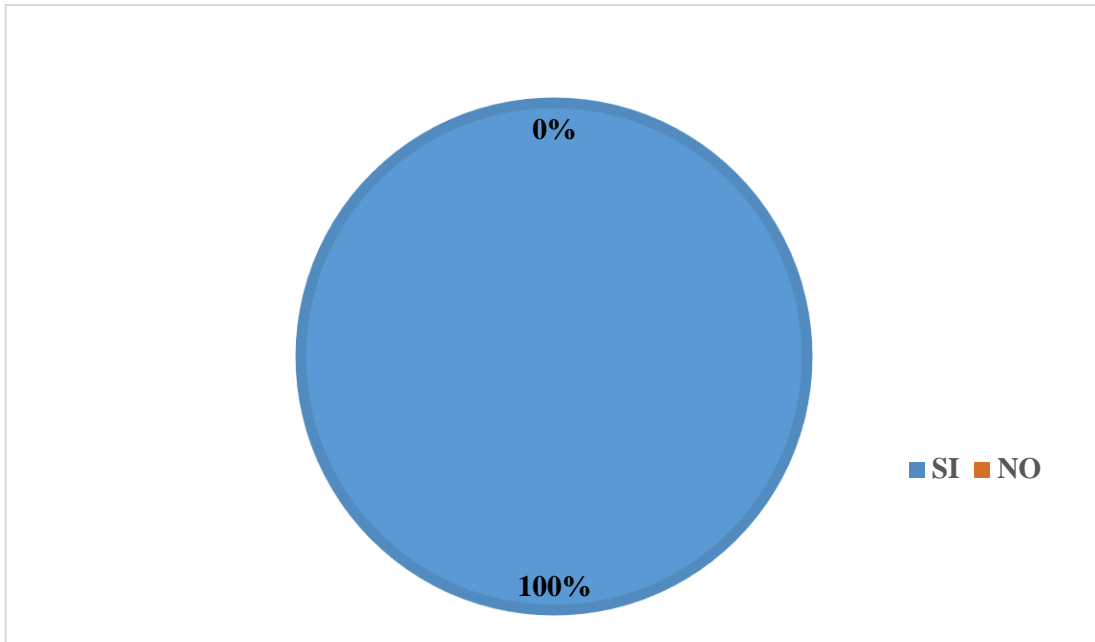
**Figura 15.** Indicadores que miden la eficacia de los procesos.

**Fuente:** Tabla 4



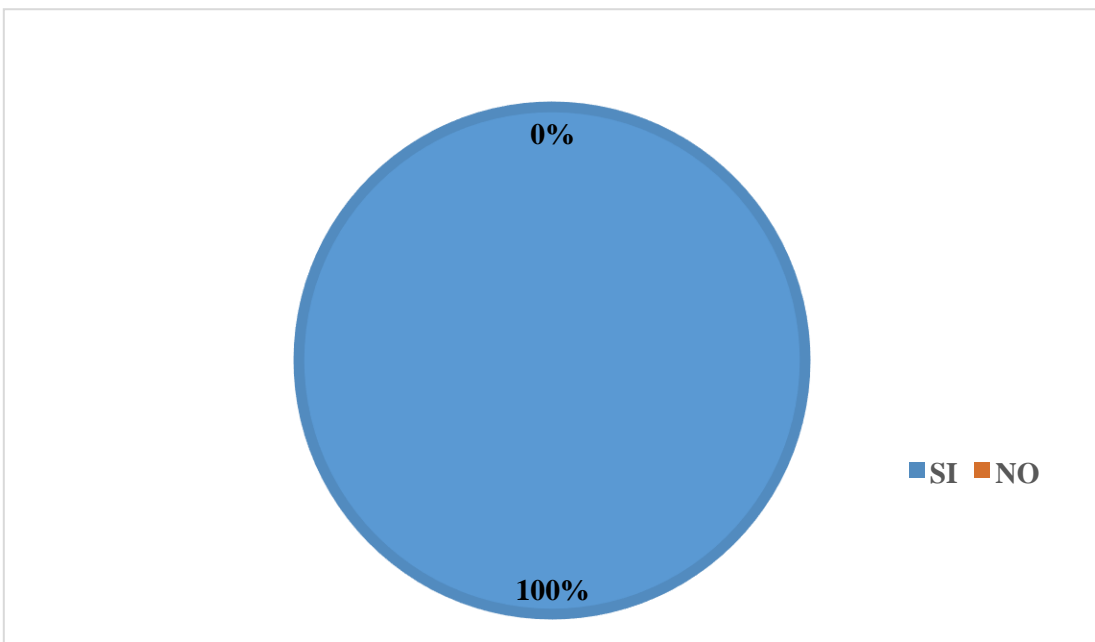
**Figura 16.** Se atiende los reclamos de los clientes.

**Fuente:** Tabla 4



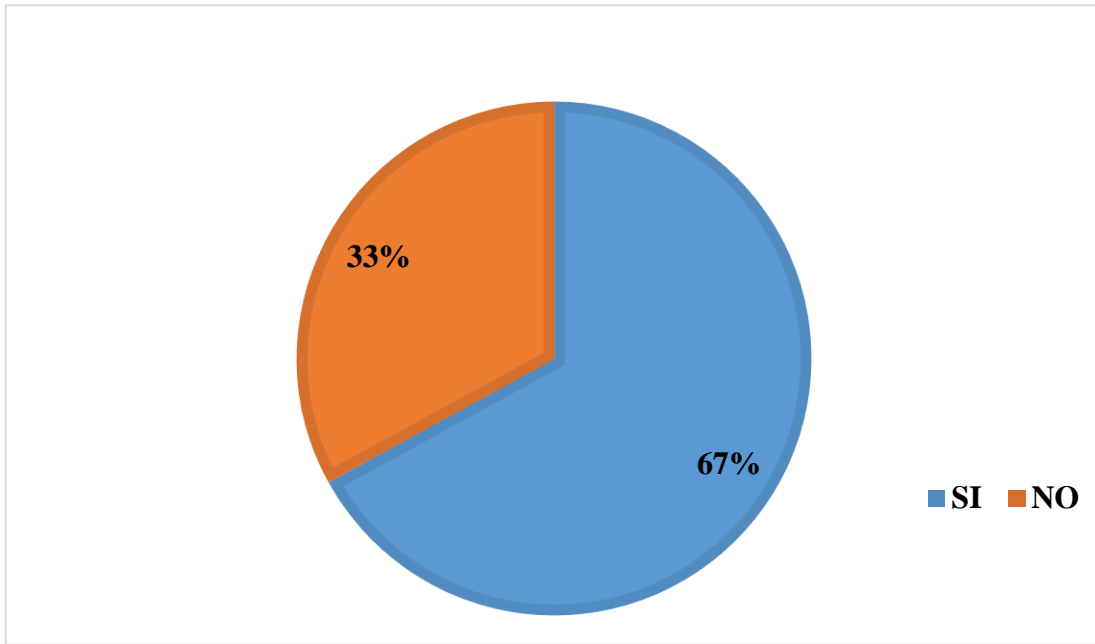
**Figura 17.** Analiza los elementos de su empresa con los de su entorno.

**Fuente:** Tabla 4



**Figura 18.** Implementa estrategias para mejorar su servicio.

**Fuente:** Tabla 4



**Figura 19.** Se evalúa mensualmente el cumplimiento de los objetivos.

**Fuente:** Tabla 4