



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA
COMERCIALIZADORA MOTO PARTES DINAMO
S.A.C. BAJO EL ENFOQUE DE BENCHMARKING,
TRUJILLO 2017, Y PROPUESTA DE MEJORA PARA
LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS**

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

AUTORA:

BR. CECY QUIÑONES SILVA.

ASESOR:

Ms. MARIO ARTURO LANDERS MOSCOL.

TRUJILLO – PERÚ

2018

TÍTULO DE LA TESIS

Gestión de la Micro y Pequeña Empresa Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C bajo el enfoque de Benchmarking, Trujillo 2017, y propuesta de mejora para los Procesos Administrativos

HOJA DE FIRMA DE JURADO

Dr. José German Salinas Gamboa.

Presidente.

Dra. Gisela Benites Pacherras De Soto.

Miembro.

Mgtr. Carolina Esther Castellares Jhonson.

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios que, en su infinita misericordia, me cuida y protege día a día y me da la fortaleza para seguir adelante en todos los proyectos de mi vida.

A mis padres que me dieron la vida y me formaron para ser una persona de bien y poder hacer de este un mundo algo mejor.

A la Lic. Gisela Benites Pacherres por sus enseñanzas, consejos, orientación y paciencia desde el inicio hasta el final de mi carrera.

A todas las personas que me apoyaron con un granito de arena en mi formación personal y profesional mi más sincero agradecimiento.

DEDICATORIA

A mi padre Carlos Quiñones
Gutiérrez, la persona que me apoyo
incondicionalmente y siempre
confió en mí.

A mi madre, María Silva Coronel,
mi mejor amiga y compañera en
cada etapa de mi vida.

RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo general Conocer la Gestión bajo el enfoque del Benchmarking en la micro y pequeña empresa Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Trujillo en el año 2017, y proponer un plan de mejora para los procesos administrativos. Fue tipo transaccional-nivel descriptivo, se escogió como muestra una MYPE Comercializadora de Moto Partes Dinamo S.A.C. A la que se aplicó un cuestionario de 10 preguntas cerradas a través de una encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 60% de la Micro y pequeña empresa consideran que no cuenta con una buena planificación en la empresa. El 70% no cuentan con un organigrama bien estructurado lo cual dificulta el desarrollo de las actividades dentro de la empresa. El 100% de los encuestados en la empresa aplicarían el benchmarking para mejorar los procesos administrativos ya que el 90% consideran como una herramienta útil para incrementar el nivel de ventas. Concluyendo que el benchmarking es parte de la gestión administrativa porque se encarga de mejorar los procesos administrativos en la Empresa Moto Partes Dinamo S.A.C.

Palabras Claves: Gestión, Procesos Administrativos, benchmarking.

ABSTRACT

The main objective of the research was to Know Management under the Benchmarking approach in the micro and small business Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Trujillo in 2017, and propose an improvement plan in the area of administrative processes. It was transaction type-descriptive level, was chosen as sample a MYPE Distributor of Moto Parts Dinamo S.A.C, to which a questionnaire of 10 closed questions was applied through a survey. Obtaining the following results: 60% of the company consider that it does not have a good planning in the company. 70% do not have a well-structured organizational chart, which hinders the development of activities within the company. 100% of respondents in the company would apply benchmarking to improve administrative processes since 90% consider it a useful tool to increase the level of sales. Concluding that benchmarking is part of the administrative management that is responsible for improving administrative processes in the Motorcycle Company Dinamo S.A.C.

Keywords: Management, Administrative Processes, benchmarking.

CONTENIDO

Título de la tesis.....	I
Hoja y Firma del Jurado.....	II
Agradecimiento.....	III
Dedicatoria.....	IV
Resumen.....	V
Abstract	VI
Contenido.....	VII
Contenido de Tablas	VIII
Contenido de Figuras	X
I. Introducción.....	11
II. Revisión de la Literatura	17
III. Hipótesis	38
IV. Metodología.....	39
4.1 Diseño de la investigación	39
4.2 Población y muestra.....	39
4.3 Definición y Operacionalización de variables	40
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	42
4.5 Plan de análisis.....	42
4.6 Matriz de consistencia	43
4.7 Principios éticos	44
V. Resultados	45
5.1 Resultado	45
5.2 Análisis de resultados	55
VI. Conclusiones	57
6.1 Aspectos complementarios	59
Referencias Bibliográficas	67
Anexos.....	70

CONTENIDO DE TABLAS

Variable: Gestión de la Micro y Pequeña Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C

Tabla 1. Planificación de la MYPE	45
Tabla 2. Organigrama estructurado de la MYPE.....	46
Tabla 3. Objetivos y metas trazados de la MYPE	47
Tabla 4. Sistemas de control de las MYPS	48
Tabla 5. Cumplimiento de los objetivos de la MYPE	49

Variable: Benchmarking en la Micro y Pequeña Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C

Tabla 6. Conocimiento del benchmarking en la MYPE	50
Tabla 7. Benchmarking es una herramienta útil en la MYPE	51
Tabla 8. Aplicación del Benchmarking en los procesos administrativos en la MYPE.....	52
Tabla 9. Aplicación del benchmarking en área de ventas de la MYPE.....	53
Tabla 10. Aplicación de estrategias en los procesos administrativos de las empresas líderes en el rubro en la MYPE	54

CONTENIDO DE FIGURAS

Variable: Gestión de la Micro y Pequeña Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C

Figura 1. Planificación de la MYPE	45
Figura 2. Organigrama estructurado de la MYPE	46
Figura 3. Objetivos y metas trazados de la MYPE	47
Figura 4. Sistemas de control de las MYPE	48
Figura 5. Cumplimiento de los objetivos de la MYPE	49

Variable: Benchmarking en la Micro y Pequeña Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C.

Figura 6. Conocimiento del benchmarking en la MYPE.....	50
Figura 7. Benchmarking es una herramienta útil en la MYPE	51
Figura 8. Aplicación del Benchmarking en los procesos administrativos en la MYPE.....	52
Figura 9. Aplicación del benchmarking en las ventas de la MYPE	53
Figura 10. Aplicación de estrategias de otras empresas o del mismo rubro en la MYPE.....	54
Figura 11. organigrama vertical.....	62

I. Introducción.

En nuestro país existe un gran potencial para la venta de motos y por ende de repuestos y accesorios para estas, cada día se van sumando en nuestra ciudad las personas que adquieren un vehículo de dos ruedas, siendo actualmente uno de los medios de transporte más usados, si bien es cierto el mercado de motos comenzó con una fuerte presencia en la selva peruana, debido a la utilidad y la facilidad de movimiento en zonas de terrenos difíciles, hoy en día las motos en el Departamento La Libertad han abierto un gran nicho en el mercado peruano comenzando a ganar terreno en nuestra ciudad.

Las motos pasaron de ser un artículo de lujo y riesgoso, para convertirse en muchas variantes, una de ellas ser la principal arma contra el tráfico en horas punta, siendo los embotellamientos de autos los que ayudan a reforzar la idea que tener una moto constituye una forma de ahorrar tiempo y dinero; existen muchas compañías internacionales que poseen modelos que ayudan a ahorrar combustible y además de ser muy fáciles de manejar.

Actualmente, se está rompiendo el paradigma que asocia las motos con la inseguridad y los accidentes de tránsito en Trujillo, la moto ha dejado de ser percibida como como un vehículo solo para hacer delivery pasando a ser considerada como una opción de transporte, como por ejemplo de la casa al trabajo o a la universidad etc. La calidad y la alta tecnología que poseen estas máquinas motorizadas incentiva a que distintas personas día a día se sumen a tener este medio de transporte. Así que dentro de poco se convertirán en las reinas indiscutibles de las pistas.

Es por ello que en los últimos años y con el desarrollo de nuevas tecnologías las micro y pequeñas empresas que se dedican a la venta de motos, repuestos y accesorios están en un mercado muy competitivo, siempre buscando innovar para mantenerse a flote y destacar de las demás, se utiliza para ello diversas herramientas una de ellas es el benchmarking que ayuda y busca nuevas ideas de mejora que conllevan a un desempeño óptimo de las micro y pequeñas empresas, además nos permite identificar las buenas prácticas de las empresas más reconocidas como

líderes de nuestro medio, todo esto siempre encaminado a la mejora continua y orientada fundamentalmente a los clientes.

Es así que a lo largo de la historia las motocicletas que desde su creación han venido siendo fabricadas en distintas marcas como en (Honda, Yamaha, Itálica Pulsar, Senda, Cross y Suzuki) mejorando cada año sus modelos con la finalidad de posicionar mejor en el mercado, para darles a los fanáticos una mejor satisfacción. Por lo tanto, nace la necesidad de fabricar los repuestos y lubricantes para las motocicletas, originales y alternativos.

Actualmente china se ha convertido en el país líder en la fabricación de motocicletas y repuestos originales y alternativos (chinos) para cada modelo. Algunas personas tienen un mal concepto de las motos chinas calificándolas como un producto de mala calidad, de poca durabilidad. Sin embargo la mayoría de las marcas mundiales conocidas ensamblan sus máquinas en dicho país y fabrican allí sus piezas. Además, los peruanos en general tenemos entre nuestras favoritas a estas marcas; es sin duda su bajo precio y economía en principal motivo por el cual los motociclistas, eligen estas máquinas orientales.

Uno de los mayores problemas para el usuario que compra estas máquinas chinas, es que; posteriormente no encuentra repuestos originales. Pero existe la manera de solucionar este inconveniente, ya que en la China se fabrican la mayoría de piezas y repuestos de las marcas de motocicletas mundialmente conocidas, por ello, dichos repuestos son compatibles con las demás motos, en la mayoría de casos y son los repuestos que no nosotros como empresa ofrecemos; y para poder surgir y destacar en el mercado es que necesitamos implementar las herramientas como el benchmarking.

Al escuchar este término *benchmarking* nos hacemos una idea equivocada, se toma como una copia y/o espionaje a otras empresas, pero en realidad no es así; la realidad es que hoy en día es difícil crear una nueva idea pues casi ya todo está creado, entonces no hay razón para perder tiempo y dinero en ello, se toma la decisión más sensata y es tomar como referencia y adaptar lo que ya existe y así obtener mejores

resultados; es decir se realiza los cambios necesarios de acuerdo a las circunstancias y características propias de tu empresa o micro y pequeña empresa.

Este trabajo de investigación busca dar una definición exacta del benchmarking y como aplicarlas en los procesos administrativos de nuestra micro y pequeña empresa; para ello se tendrá que realizar una reseña histórica de los orígenes y la evolución de este y como se convirtió en una de las herramientas de gestión más usadas. Es complicado poder definir con exactitud debido a que existe muchos autores que escribieron acerca de este tema entonces buscaremos las mejores ideas, que se adapten a nuestro propósito, que es mejorar la micro y pequeña empresa Moto partes Dinamo S.A.C. Y así competir en el mercado brindando un servicio de calidad y al mismo tiempo que genere mejores ingresos económicos.

Se pone a su disposición este trabajo para que sirva como base o ayuda para trabajos posteriores, así como también para poder mejorarlo e implementarlo en las micro y pequeñas empresas.

Por eso, la presente investigación está dirigido a las micro y pequeña empresa comercializadora Motor Partes Dinamo S.A.C. De la ciudad de Trujillo, que desde sus inicios viene afrontando problemas en el proceso administrativo, pone en riesgo el crecimiento y patrimonio de la micro y pequeña empresa; uno de los principales problemas que afrontan es la inseguridad de los socios al momento de invertir más capital porque no están en total conformidad con los resultados que se obtienen en la actualidad y a futuro en la micro y pequeña empresa. La principal causa de esto es que existen empresas mucho más grandes, con años de experiencia y que se encuentran ya posesionadas en el mercado, donde la competencia cada vez es mayor.

Otro de los problemas que afronta la empresa se encuentra en el área de personal, es decir algunos de los colaboradores no cuentan con los conocimientos necesarios sobre las diferentes marcas de repuestos de motocicletas, ya que hoy en día existe una variedad inmensa de modelos y marcas. Y continúan ingresando día a día en el mercado, cada una de estas con accesorios y repuestos distintos presentándose un problema mayor ya que estos provienen de importaciones de países el cual desconocemos el idioma lo que dificulta el poder obtener una información detallada de estas. Los principales países son China, Taiwán y Japón.

El siguiente problema es que la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. No cuenta con una misión y visión, no posee un organigrama bien estructurado ya que es una de las bases fundamentales para que cualquier organización pueda funcionar bien; y tampoco existe un reglamento interno, y menos se encuentra especificado un manual de funciones que indique el trabajo de cada colaborador; es decir el trabajo se desarrolla empíricamente. Por ello es uno de los problemas más importantes ya afecta directamente al área de ventas esto retrasa la producción y también la captación de nuevos clientes.

Se conoce que en la actualidad existen una gran cantidad de negocios tanto formales como informales dentro del rubro de las motos y repuestos de motocicletas, lo cual ha conllevado a una fuerte competencia llegando inclusive a niveles desleales, si a esto le sumamos las exigencias del cliente, por recibir un producto en la mejor condición, en el tiempo oportuno, de la calidad solicitada y con el mejor trato; estaremos frente a un mercado mucho más severo o riguroso. Por otro lado, tenemos a un grupo de micro y pequeños empresarios sin mucha preparación y conocimiento de técnicas modernas de administración que en su día a día buscan competir y adaptarse a las necesidades exigentes del mercado de forma empírica llegando en algunos casos a fracasar o perder dinero por su mala toma de decisiones. Es por ello que este trabajo de investigación nos ayudará a revertir esta realidad problemática y generar cambios positivos en la gestión de los procesos administrativos para satisfacer las necesidades de nuestros colaboradores y clientes.

Lo antes expuesto al enunciado del problema ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de la Micro y Pequeña Empresa Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Bajo el enfoque de Benchmarking Trujillo, 2017?

El objetivo general es Conocer la Gestión bajo el enfoque del Benchmarking en la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Trujillo, 2017, y proponer un plan de mejora para los procesos administrativos.

Los objetivos específicos son:

Describir las principales características de la gestión en la micro pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Para aplicar el enfoque del Benchmarking.

Determinar las principales características del Benchmarking en la micro pequeña empresas comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C.

Proponer un plan de mejora basada en el benchmarking interno, competitivo en los procesos administrativos de la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Trujillo, 2017.

La investigación se justifica Considerando los criterios de Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 40-41) tenemos:

Conveniencia.

La presente investigación servirá para mejorar la gestión administrativa de la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Por medio de una propuesta enfocada en mejorar sus procesos administrativos utilizando la técnica administrativa del Benchmarking, logrando de esa manera mejorar la satisfacción de sus clientes y por consecuencia su rentabilidad; para beneficio del propietario.

Relevancia Social.

El alcance social del presente estudio, se enmarca en que la micro empresa moto partes Dinamo S.A.C. Al obtener una mejor posición gracias al Benchmarking, logrará mayores oportunidades de crecimiento, lo que asegurará que pueda continuar brindando oportunidades de empleo para mejorar la calidad de vida de sus colaboradores y sus familias.

Implicaciones Prácticas.

En cuanto a las implicaciones prácticas que la presente investigación propone resolver, están los problemas que la organización viene presentando y que se han descrito en la realidad problemática de la presente investigación y son los que apuntamos eliminar o minimizar con la propuesta de mejora del servicio.

Valor Teórico

Por medio del presente estudio se podrá conocer cómo influye el Benchmarking en la gestión de las MYPE's comercializadoras de repuestos y accesorios de moto y generalizar esta teoría para otros tipos de organizaciones similares al rubro, contribuyendo de esa manera con plantear bases teóricas o debates para estudios futuros donde se utilicen las variables analizadas y estudiadas.

Utilidad Metodológica

La investigación tiene como finalidad aportar conocimientos y fundamentos que ayudará a ver la relación entre las variables de estudio: Gestión de MYPE's y Benchmarking dentro del marco de las empresas que comercializar repuestos y accesorios de motos; el cual puede también ser adaptado para otro tipo de organizaciones que no necesariamente sean comercializadoras sino productoras o de productos similares. Asimismo, se utilizarán instrumentos de investigación como las encuestas y entrevistas con el fin de acceder a información objetiva y veraz.

Este trabajo de investigación se aplicará con la finalidad de mejorar los procesos administrativos de la empresa Moto Partes Dinamo S.A.C. Dentro de ellos el clima laboral, atención al cliente, administración de recursos, crecimiento económico y diversas herramientas de publicidad para obtener un mayor posicionamiento en el mercado; apoyados en la herramienta de gestión de benchmarking. La implementación y mejor desempeño de cada uno de estos servirá para tener una mayor rentabilidad económica y satisfacer las necesidades de los clientes en su totalidad.

II. Revisión de Literatura.

2.1 Antecedentes.

2.1.1 Internacionales.

Flores (2015) en su tesis “*Proceso Administrativo y Gestión Empresarial en Coproabas Jinotega*” tesis presentada para optar el título de Maestría en Gerencia Empresarial. El objetivo de esta investigación es Analizar los pasos del proceso administrativo y su incidencia en la gestión empresarial aplicados en la cooperativa. Gracias a la investigación que se realizó una valoración en cuanto a los procesos administrativos y gestión de la empresa, con el fin de ver si se está planteando correctamente, de los que llegamos a la conclusión que la gestión empresarial en la cooperativa, se ve limitada por los pobres conocimientos administrativos de los gerentes que realizan su trabajo en base a su experiencia y el poco compromiso de algunos de ello.

Al no existir un buen manejo de los procesos administrativo, observamos que no cumplen con el desempeño de una buena Gestión Administrativa.

En su tesis el autor nos muestra claramente que no involucran a los subordinados en el proceso de la planeación que implementa Coproabas, como resultado obtenido que el 100% nos indica que los colaboradores no son tomados en cuenta, En base a su pregunta, ¿Cuál es el grado de participación de sus subordinados en el proceso de planeación?

Comentario:

Por lo tanto, considero que, para poder tener una buena gestión administrativa, los directivos o el gerente General de la organización debe elabora un buen organigrama donde indique cuales son las funciones de cada trabajador; es importante que todos los colaboradores estén dentro de la planificación de la empresa, con la finalidad que conozcan cual su función dentro de la empresa. Tener una buena planificación en el

desarrollo de las actividades, es tener siempre motivados. Por otro lado, un trabajador siempre debe estar recibiendo cursos de capacitaciones.

Podemos rescatar de esta investigación que una empresa debe tener un buen organigrama, debemos saber aprovechar nuestra mano de obra y simple buscando una mejora continua en las empresas de nuestra ciudad de Trujillo con la finalidad de brindar un mejor servicio a nuestro público exigente.

Valladares (2012) en su tesis "*Benchmarking del sector industrial. Ecuador y Colombia, 2010*" tesis presentada como requisito para optar título en Licenciado en Economista. El objetivo de esta investigación es identificar aquellos sectores estratégicos de gran potencial en el país, teniendo como análisis el sector industrial en comparación a los países que conforman la comunidad andina específicamente Colombia, es decir se presenta identificar los sectores consolidados, emergentes y potenciales de cada una de las regiones de Ecuador, centrando mayor énfasis en la región , debido a que esta presenta características de desarrollo futuro: dinamismo y aglomeración de actividades industriales que generaría mayores oportunidades de competitividad regional.

Es por esta razón, que el presente trabajo tiene como objetivo desarrolla un benchmarking del sector industrial de Ecuador y de Colombia para el año 2010, es decir pretende identificar aquellos sectores estratégicos y de gran potencial en el país, teniendo en como análisis el sector industrial de Ecuador en comparación a los países que conforman la comunidad andina, por lo que el presente trabajo se llevó a cabo conjuntamente con el desarrollo de dos trabajos complementarios para el caso de Bolivia y Perú. Para la comparación de tipo de benchmarking de Ecuador en este caso se consideró a Colombia, ya que se tratan de economías primarias similares que mantienen un gran número de relaciones comerciales que generan un flujo comercial considerable, además ambos países mantienen importantes vínculos sociales. Culturales y políticos lo cual los hace dependientes uno de otro.

En su tesis el autor nos muestra claramente que aplicando el benchmarking al sector de fabricación de hojas de madera para enchapado y tableros de madera genero resultados bastante alentadores para el Ecuador debido a que, aunque presenta un nivel de competitividad menor al de los dos grupos de países con los que se lo compara presenta un relación de 1,11 a 1 frente a CAN y de igual manera su costo laboral unitario es mucho mayor al igual que el nivel de participación 13,6% del sector en el país.

Comentario:

Por lo tanto, esta investigación expuesta está dirigida a sectores industriales para promover la aplicación de nuevos indicadores para medir la competitividad, orientados hacia la capacidad de innovación, aprendizaje y conocimientos empresariales y la capacidad emprendedora.

El benchmarking se aplica a todas las empresas sin importar, si son grandes o pequeñas. La aplicación del benchmarking en la empresa nos ayuda a analizar nuestras debilidades, fortaleza y nuevas estrategias de mercado con la finalidad de obtener nuevas oportunidades para la mejorara continua.

2.1.2 Nacionales:

Mendo y Burgos (2012) en su tesis *“Propuesta de mejora de un sistema logístico de la empresa Motos Cajamarca para incrementar la eficiencia logística”* tesis presentada como requisito para optar el título profesional de Ingeniero Industrial. El objetivo general es, demostrar la factibilidad técnica y económica de la propuesta de mejora del sistema logístico en la empresa motos Cajamarca. Para incrementar la eficiencia logística.

En su tesis el autor nos demuestra que el 67% de los trabajadores afirman no haber recibido algún tipo de capacitación, con mención a la pregunta. En base a su pregunta, ¿Alguna vez has recibido capacitación sobre ventas de motos y de cómo tratar al cliente?

Llegando a la conclusión que contar con procesos que requieren gran cantidad de trabajo manual conlleva inevitablemente a incurrir en errores,

en pérdida de tiempo por reproceso o devoluciones de repuestos como hemos observado en muchos casos de la empresa, debido a fallas humanas. Es por ello que el contar con herramientas que permitan automatizar en cierta medida dichos procesos permiten llevar un control más rápido y exacto.

En el caso de la empresa motos Cajamarca es conveniente implementar las mejoras planteadas en esta investigación, ya que se podrían suprimir muchos procesos innecesarios, obtener un mejor orden en todos los procesos del área logística.

Comentario:

El poder contar con una buena gestión en los procesos nos permitirá vincular las diferentes funciones de cada una de las áreas es fundamental para poder tomar decisiones de manera más eficiente sin tener que incurrir en reproceso innecesarios. En el caso de la empresa moto Cajamarca es conveniente implementar las mejores estrategias planteadas en la investigación, para obtener un mejor orden en todos los procesos en cada área.

Llontop y Rimarachín (2016) en sus tesis *“Benchmarking y su relación con las ventas en la estación de servicios santa Ángela S.A.C. José Leonardo Ortiz”* tesis para optar el título profesional de licenciado de administración. La tesis tiene como objetivo identificar la relación entre el benchmarking y las ventas de la estación de servicios Santa Ángela S.A.C José Leonardo Ortiz.

El autor nos muestra como resultado de su investigación, que existe una relación entre el benchmarking, dado el coeficiente obtenido arrojó el 0.737 (...), en su encuesta aplicada, uno de los factores que encontrados es la falta de publicidad, la mala atención a los clientes ya que la encuesta arrojó un 29% que están en desacuerdo con la mala atención en la empresa, gracias a la aplicación del benchmarking en la empresa mejorar el nivel de ventas.

Comentario:

Mejora la atención al cliente dándole soluciones rápidas a sus inquietudes o problemas, ofreciendo siempre un mejor trato, brindándole más ofertas, precio justo y productos de calidad, esto repercutirá en la atracción de clientes nuevos y un crecimiento financiero de la empresa.

La publicidad en una empresa es de vital importancia ya que es el centro de atracción y posicionamiento de la marca, se da con la finalidad de dar a conocer los beneficios ofrecidos

2.1.3 Locales.

Pérez y Tafur (2015) *“Procedimiento de evaluación a la cartera de clientes para mejorar la gestión crediticia de repuestos y accesorios castillo R.R.L.”* tesis presentada para optar el título profesional de contador público. Universidad Privada Antenor Orrego. El objetivo de la investigación es demostrar que los procedimientos de evaluación a la cartera de clientes mejoran la gestión crediticia de la empresa. Los resultados obtenidos después de diagnóstico realizado a los procedimientos de la evaluación a la cartera de clientes, demuestran que la empresa de repuestos y accesorios Castillo S.R.L. Presenta una inadecuada gestión para el otorgamiento de créditos, debido a criterios de evaluación insuficientes, como resultado de obtenido es que no existe lineamientos para otorgar plazos y montos en operaciones de ventas al crédito.

Comentario:

En conclusión, se recomienda poner más énfasis en la gestión para el otorgamiento de créditos de evaluación que actualmente se viene utilizando y además renovar los mecanismos de cobranza existentes, además de realizar análisis de tipos financieros-contables.

Panduro (2016) en su tesis "*El Benchmarking en una empresa industrial*" prueba de capacidad profesional para obtener el grado de título de Licenciado en Administración. Señala que el benchmarking es un proceso para comparar las operaciones o procesos de una organización con aquellos de su mismo rubro. Este trabajo de investigación tuvo como objetivo desarrollar un programa de reuniones para difundir los "como" de las mejores prácticas empresariales y a la vez planear la continuidad del proceso de benchmarking como nuevos objetivos superiores al nivel alcanzado. Como resultado de la investigación consideramos que el benchmarking es un componente de la calidad total, y se debe hacer de manera organizada planificando con la aprobación y participación de la alta dirección. Se le recomienda difundir en el sector empresarial el benchmarking por el beneficio que conlleva el uso de este, como una herramienta de la planificación estratégica. Otra de las recomendaciones es que los gerentes deben realizar un diagnóstico interno que permite identificar aquellos factores que son de alto impacto en la organización.

Comentario:

Por lo tanto, decimos que el *benchmarking* es comparar y medir las operaciones de una determinada empresa con lo mejor o los mejores de su clase, tomado del interior o exterior de la industria, siempre dentro de la legalidad establecida; también se podría decir que es la consecuencia de una administración para la calidad y mejor obtención de recursos.

Recordemos entonces que es el benchmarking:

- ✓ Es una herramienta de mejora crecientemente popular.
- ✓ Está relacionado con los procesos y prácticas.
- ✓ Es un medio de identificar procesos que requieren cambios mayores.
- ✓ Se hace entre compañías que lo aprueban y que pueden no ser competidoras.
- ✓ Compara tu proceso o practica con el proceso o practica del mejor de su clase.

La meta del benchmarking es encontrar los secretos del éxito y luego adaptar y mejorar para tu propia aplicación.

2.2 Bases teóricas de la investigación.

2.2.1 Gestión.

La presente investigación le pertenece a la autora de esta tesis La gestión en una empresa es de vital importancia porque nos ayudara a dar solución a los problemas que se nos presenta. Con la llegada de la tecnología moderna las empresas están en constante competencia, por ello ha hecho que las organizaciones diseñen nuevos modelos de gestión que permitan fortalecer el talento del humano que esta posee cada trabajador.

2.2.1.1 Origen etimológico.

La palabra gestión viene del latín *gestio*, *gestionis*, compuesta de *gestus* (hecho, concluido), participio del verbo *gerere* (hacer, gestionar, llevar a cabo) y el sufijo –tio (-ción = acción y efecto) de allí también la palabra gestionar.

2.2.1.2 Administración en el mundo laboral actual y futuro.

Para. Hernández (2013) *Estudios de Administración, Economía y Turismo* es una obra que agrupa experiencias y resultados de proyectos en las áreas de la administración, pero también de economía, finanzas, contabilidad, fiscal, turismo y desarrollo sustentable, entre otras. Quien nos habla de gestión / administración en la actualidad.

Las empresas en la actualidad requieren de personal altamente capacitado para lograr el éxito pretendiendo, principalmente de la posesión de un líder bien preparado en el ámbito de los negocios, que tenga la capacidad de dirigir la organización.

Los administradores son las personas idóneas para realizar esta clase de actividades y buscar el logro de los objetivos organizacionales. (p. 88) En la actualidad los líderes que gestionan la organización se enfrentan en un mundo cambiante completamente globalizado y competitivo. Por lo tanto, considero que un buen líder debe desarrollar sus habilidades, las cuales consideramos, el buen gestor debe ser motivador, creativo, proactivo, asertivo, comunicativo, Ética y credibilidad, lo cual consideramos importante para llegar a tener éxito en el manejo de gestión de la organización.

Se debe tener en cuenta que una buena gestión no solo depende de los gerentes sino también de sus colaboradores de cada área, quienes tienen el compromiso de apoyar en el cumplimiento de cada objetivo planeado por el gerente general.

La gestión funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados. Con frecuencia se promocionan en la empresa a trabajadores competentes para asumir cargos de responsabilidad. Los cambios tecnológicos que se han producido en la sociedad han ampliado el campo de la gestión, en las primeras etapas del desarrollo económico, las empresas se definían porque realizaban tareas repetitivas, fáciles de definir. La labor del Director Gerente era supervisar la marcha de los trabajos en curso en un proceso reiterativo, que funcionaba bajo una fuerte disciplina de control riguroso, que había que satisfacer las expectativas de los propietarios de ganar dinero y esa era la mayor motivación para el gerente.

En conclusión, se puede decir que la gestión es un conjunto de diversos procesos que se realizan y practican para un buen desempeño de una organización o empresa; el cual tiene como objetivo primordial el conseguir óptimos resultados. Por lo

tanto, si se realiza una buena gestión las empresas funcionarían muy bien.

2.2.1.3 Importancia de la Gestión del talento humano en las Micro y pequeñas empresas.

Para Vallejo (2016) *Gestiona del Talento humano*; se considera que las organizaciones nacen para aprovechar la sinergia del esfuerzo de varias personas que trabajan en conjunto; se hacen designado diversos términos de las personas que trabajan en las organizaciones tales como: mano de obra, trabajadores, empleados, oficinistas, personal, operadores, recursos humanos, colaboradores, asociados; también se llama talento humano, capital humano o capital intelectual. Por gran valor en las organizaciones.

El término recursos humanos describe a la persona como un instrumento no como el capital principal de la empresa, que posee habilidades y características que le dan vida, movimiento y acción a toda organización; por tanto, en la actualidad, se utiliza el término talento humano, ya que todas las personas poseen talentos. De capital, equipo, maquinarias tiene solución como la cobertura de una prima de seguros o la obtención de un préstamo para recuperar esos recursos en caso de daño o pérdida; pero cuando existe la fuga del talento humano, estas vías de solución no son posibles de adoptar, ya que compensar la pérdida de un capital humano realmente requiere de esfuerzo y dinero. El tener la persona idónea requiere de un proceso de reclutar, seleccionar, capacitar, y desarrollar el personal necesario para la conformación de grupos de trabajo competitivo. Por tanto, se considera al talento humano como el capital más importante para la organización; por tanto, debe existir una correcta administración.

Sin embargo, la administración de este talento no es una tarea muy sencilla; cada persona es un mundo, un fenómeno sujeto a la influencia de muchas variables y entre ellas existen diferencias de aptitudes y patrones de comportamiento que son muy diversos. Si las organizaciones se componen de personas, el estudio de las mismas constituye el elemento básico para estudiar a las organizaciones y administrar el talento humano eficientemente.

2.2.1.4 Gestión por competencia del talento humano.

Es impulsar a la excelencia las competencias individuales, de acuerdo a las necesidades operativas. Garantiza el desarrollo y administración del potencial de las personas, de lo que saben hacer o podrían hacer.

2.2.1.5 Objetivos de la administración del talento humano.

Los objetivos de la administración del talento humano deben contribuir a la eficacia de la organización.

- ✓ Ayudar a la organización alcanzar sus objetivos y realizar su misión: se refiere al cumplimiento de los mismos.
- ✓ Proporcionar competitividad a la organización: Es decir saber crear, desarrollar y aplicar habilidades y competencias del personal; ser proactivo.
- ✓ Incrementar la satisfacción en el trabajo: Las personas más satisfechas son más proactivas, pero las personas insatisfechas se desvinculan de la empresa, se ausentan con frecuencia, lo que provoca un índice de infelicidad. En cambio, los trabajadores internos felices constituyen el éxito de la empresa.
- ✓ Administrar y generar cambios: Es adaptarse a los cambios sociales, tecnológicos, económicos, culturales y políticos.

Los cambios traen nuevos enfoques que son flexibles y ágiles, mismos que proponen nuevas estrategias, filosofías, programas, procedimientos y soluciones a los problemas actuales y tendencias del mercado.

- ✓ Recompensar a los talentos: Es importante recompensar el cumplimiento de los objetivos de los trabajadores y recompensar, estimular su actuación dentro de la empresa.
- ✓ Gestionar y evaluar su desempeño: La evaluación permite mejorar continuamente aspectos del capital humano y capital intelectual de las personas.

Por tal motivo es de vital importancia que las organizaciones por medio de una serie de incidencias y/o acontecimientos enfrenten este tipo de situaciones y busquen alternativas para superarlas y lograrlas mantener bien posicionadas en el futuro; logrando excelentes niveles de eficiencia y eficacia. Hoy estamos en un mundo altamente globalizado que ha hecho que las organizaciones diseñen nuevos modelos de gestión que les permitan fortalecer el talento del personal que esta posea. Estos nuevos modelos han provocado ante todo una serie de necesidades siendo de vital importancia la necesidad de un aprendizaje continuo, donde el personal tenga ganas, deseo y sobre todo la capacidad de desarrollar todo ese potencial y/o habilidades que no ha sido capaz de explotar, todo esto con el fin de demandar nuevas y mejoras competencias para los trabajadores.

2.2.1.6 Tipos de gestión.

Para Galinelli et al. (2015) *Administración y gestión pública*; la precisión de estos conceptos y su caracterización histórica permitirán aclarar las perspectivas desde donde se definen cada

uno, para poder, con posterioridad, seleccionar aquellas definiciones que se consideren más adecuadas a la utilización actual.

- ✓ Administración pública. Hace referencia a la conducción de las actividades de una organización, es decir, términos más, términos menos, trata sobre el planeamiento, la organización, la dirección y el control de las diferentes actividades que ocurren dentro de una organización, como también en el manejo, la capacidad de articular recursos distintos a cumplir con alguna finalidad. Por su parte, lo público remite generalmente a lo que

es común a la población en una sociedad determinada y a la esfera de lo estatal.

Por lo tanto, la administración pública se constituye en el ámbito de la sociedad enfocándose en resolver sus necesidades determinadas y articulando los medios para asegurar las condiciones de vida de la comunidad. Se transforma así en la actividad del estado o modos de organización y medios de ejecución.

- ✓ Gestión pública. Ha sido muy utilizados a lo largo de las últimas décadas, principalmente a raíz del cambio del rol del estado por el que fueron atravesando los países industrializados, y en donde se comienza a hablar de gestión se ha tomado en algunas ocasiones como sinónimo de administración, pero en otros se lo sobreentiende como un concepto superior. Gestión es la acción y efecto de administrar, con lo cual en este marco se entiende que la gestión estaría enmarcada dentro de la administración, siendo esta más amplia y abarcaría que la primera.

Otra definición o caracteriza a la gestión como la acción que implica planificar, organizar, motivar, dirigir y controlar, desde un punto de vista general y en forma específica, prever, ordenar atender a los objetivos, la integración de las fuerzas y la efectividad de las aportaciones de los demás, con el fin de lograr el desarrollo de las organizaciones públicas y/o privadas.

Por ello también podemos considerada a las áreas de la gestión administrativa que ayudan a cumplir a con los objetivos planificados por la organización, como, por ejemplo:

- ✓ Gestión gerencial: El gerente es el encargado de dirigir planifica controlar las actividades de todas las áreas.
- ✓ Gestión de finanzas: Es el encargado de distribuir bien los recursos financieros con la finalidad obtener ingresos para la organización.
- ✓ gestión de conocimientos: Está enfocado al desempeño del personal con el objetivo de tener colaboradores comprometidos con la organización y por ultimo también podemos considerar.
- ✓ gestión tecnología: Su función de esta gestión es buscar siempre la innovación en el tic. Con la finalidad de adaptase al cambio con nuevos conocimientos.

2.2.1.7 La gestión como un proceso administrativo.

Quintana y Gómez (2012) *La gestión o proceso administrativo.* nos ayuda a trabajar en equipo aportando las mejores ideas que tenemos para llevar a cabo los proyectos que realice la organización. El proceso administrativo se considera como tal porque no se puede desarrollar la organización sino se ha establecido la planificación, no se puede dirigir si anteriormente

no sea planificado y organizado y así sucesivamente hasta que no se pueda controlar si antes se planifica y se organiza y dirige las actividades, tareas, operaciones y acciones.

Por lo tanto, la gestión en una empresa obtendrá resultados favorables siempre y cuando utilice el proceso administrativo ya que es considerado por la administración como la ejecución de ciertas actividades, funciones administrativas para alcanzar metas establecidas para la organización. Consiste en:

- ✓ **Planeación:** Implica que los gerentes piensen con antelación en sus metas y acciones, por lo tanto, deben basarse en sus actos, en algún método, plan, lógica y no en sus corazonadas.

Este es el elemento más importante ya que dependerá el futuro y la gestión de la organización.

Es importante para la empresa definir los objetivos, metas de la organización, para desarrollarlas de forma jerárquica en una estrategia general para alcanzar las metas y objetivos que tiene la empresa. Lo cual se ocupa tanto de los fines (¿Qué hay que hacer?) como de los medios (¿Cómo debe hacerse?). Sin la planeación, los departamentos podrían estar trabajando con propósitos diferentes que impedirán que la organización se mueva hacia sus objetivos de manera eficiente por lo tanto el primer paso para planificar es seleccionar las metas de la organización.

- ✓ **Organización:** Es la relación entre los recursos humanos y los recursos económicos que la organización dispone para alcanzar los objetivos y metas propuestas en el plan para alcanzar la producción deseada. Por lo tanto, esto implica la implementación de las funciones y las actividades requeridas con el fin de lograr las metas de la organización.
- ✓ **Dirección:** Es el elemento de la administración en el que se logra la dirección efectiva de lo planeado, por medio de la

autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, consiste también en orientar y conducir al grupo de trabajadores hacia el logro de los objetivos.

- ✓ Control: Su función principal es vigilar las actividades que aseguren que si se está cumpliendo con las actividades planificadas y al mismo tiempo ir corrigiendo cual error o desviaciones negativas que se presente en las tareas, lo cual puede afectar a la planeación.

En conclusión, este proceso administrativo permite a la organización ir por la vía correcta sin permitir que se desvíe de sus metas u objetivos planificados.

2.2.2 El Benchmarking.

La presente investigación le pertenece a la autora de esta tesis. El benchmarking analiza las mejores prácticas de las empresas líderes del mercado para luego aplicarlas y mejorarlas en nuestra propia organización. Como por ejemplo la venta de repuestos para motos se ha puesto muy competitiva en el mercado trujillano porque es uno de los negocios más rentable, la micro y pequeña empresa, en donde es necesario aplicar el benchmarking para lograr mejorar la empresa Moto Partes Dinamo S.A.C. Lográndolo ser líder en el mercado Trujillano.

2.2.2.1 Origen etimológico.

El término inglés *benchmark* proviene de las palabras:

Ben = “banquillo”, “mesa”

Mark = “marca”, “señal”

La palabra es compuesta sin embargo podría traducirse como medida de calidad.

Aunque la expresión *Benchmark* proviene de la topografía. Es una marca que hacen topógrafos en una roca o en un poste de concreto, para comparar niveles. Actualmente tiene un significado más restringido en el léxico de *gestión*, siendo el punto de comparación de la práctica del sector.

2.2.2.2 El Benchmarking a través de la historia.

El benchmarking aparece en EE:UU a finales de la década de los 70's a, partir de la necesidad de la compañía Xerox de poder entender y superar sus desventajas competitivas; posteriormente otras organizaciones empresariales se destacaron al implementar con éxito benchmarking, incluyendo a Ford motors Company, Alcoa, Millken; AT&T, IBM, Johnson & Johnson, Kodak y Texas instruments; tomándose casi obligatoria para cualquier organización que desea mejorar sus productos, servicios, procesos y resultados.

La denominación del benchmarking se atribuye a la publicación de Camp (1991) donde trata la aplicación de Xerox, como una técnica de auto evaluación y búsqueda de las mejores prácticas, con el objetivo de mejorar la calidad de sus procesos.

Esta publicación, coincidió con la distinción del premio Nacional de la Calidad Malcolm Baldrige a la compañía Xerox, que consiguió su liderazgo en la calidad a partir de las técnicas del benchmarking. Este premio, incluía entre los criterios de evaluación, implementación de información actualizada y el desarrollo de evaluaciones competitivas, una de las primeras fases de lo que se considera hoy el benchmarking.

Los resultados obtenidos a partir de las aplicaciones de utilización del benchmarking en el sector público han evidenciado un

desarrollo de mejores servicios y organizaciones con entornos más eficientes.

2.2.2.3 Tipos del benchmarking.

Espinoza (2017) en su artículo *Tipos de benchmarking*. Sostiene que es un proceso por el cual se toma como referencia las mejores prácticas, por lo tanto, no se trata de copiar lo que está haciendo nuestra competencia, sino que debemos aprender que están haciendo los gerentes de la empresa, para luego implementarlo en tu organización añadiéndolo mejoras. En su investigación señala tres tipos de benchmarking que ayudara a los managers aplicarlos a cada departamento que se desea aplicarlo.

- ✓ **Benchmarking interno:** Se aplica dentro de la organización para mejorar los departamentos de la misma empresa. Por ejemplo, se toma el área mejor implementada que cuenta con todas las herramientas para realizar sus actividades para posteriormente aplicarla en el área que deseamos mejorar. Esto suele llevarse solo en empresas grandes.

- ✓ **Benchmarking competitivo:** Busca medir los productos, servicios y funciones de los principales competidores para realizarlo en nuestra organización y poder detectar y ponerlo en práctica las mejoras que superen a los competidores.

- ✓ **Benchmarking funcional e íntegro:** Se puede aplicar con diferentes empresas sin importar que sean del mismo rubro, es decir podemos analizar simple mente sus mejores prácticas para luego aplicarlo en nuestra organización, con la finalidad de brindar un buen servicio.

2.2.2.4 Etapas del benchmarking.

Para Claros (2015) en su artículo *Etapas y Estrategias de benchmarking en la gestión sub nacional*. Considera cinco pasos para su desarrollo del benchmarking, que se describir como un proceso estructurado. Este suele darse por el desarrollo de un modelo de procesos constituido paso a paso, que no debe agregarle complejidad a una idea simple. Y la estructura no tiene por qué interponerse en el camino del proceso.

- ✓ Planificar y determinar: Es lo que se va realizar con el benchmarking. Por lo tanto, Debemos identificar a nuestros competidores, clientes, necesidades y asegurar los recursos necesarios que vamos a utilizar.

- ✓ Formar un equipo de benchmarking: La mayor parte son actividades de equipo, los papeles y respetabilidades que son asignados a cada miembro, con la finalidad de recolectar los datos más importantes, ya que de eso dependerá el gran éxito y fracaso de nuestro trabajo de benchmarking.

- ✓ Identificar los socios de benchmarking: Debemos identificar fuentes de información e identificar las mejores prácticas industriales y organizacionales. Unas ves que hemos identificado y analizado las mejores prácticas de nuestra competencia, aplicar a nuestra organización como propuesta de mejora.

- ✓ Recopilar y analiza la información de benchmarking: Es decir se selecciona los métodos específicos de recopilación, la información se realiza de acuerdo con las necesidades del cliente original.
Una vez que tenemos toda la información necesaria es importante hacer una comparación de actividades con

nuestra competencia para luego analizarlas e identificar las mejores prácticas y la oportunidad de mejora, con finalidad de brindarles un valor a nuestros clientes en servicio o producto adquirido por parte de nuestra empresa.

- ✓ **Actuar:** esta etapa del proceso está influenciada por las necesidades del cliente original y por los usos de la información, en esta etapa del proceso aremos un análisis de todo lo que hemos estado realizando en nuestra empresa anteriormente, para aplicar las mejores ideas y prácticas rescatadas por nuestra competencia. para observar, como lo estamos desarrollando en nuestras actividades.

2.2.2.5 Ventajas y desventajas de benchmarking en una empresa.

Para la Redacción Española (2016) en su artículo *Ventajas y Desventajas del Benchmarking para la internalización de tu negocio*. Considera que es una de las estrategias más eficaces para realizar un análisis de tu compañía, estudiar el mercado

en el pretendes introducirte y aportar una propuesta de valor con mayores garantías de éxito.

2.2.2.6 Ventajas.

- ✓ Definir unos objetivos apropiados y alcanzables: los objetivos de las empresas no siempre son realista, desde el conocimiento de los objetivos de empresas de la competencia, se pueden plantear metas más apropiadas y sobre todo realistas.
- ✓ Facilita la mejora continua durante la práctica laboral y empresarial: aportando las metodologías propias de una

estrategia de benchmarking se consigue conocer aquellas prácticas laborales que no son adecuadas para una determinada empresa, es por ello que nos ayuda a implementar otras que promueven la mejora continua durante la práctica empresarial.

- ✓ Explora a tu compañía y conoce que hace: Nos permite la evaluación de una empresa en comparación con su competencia. Así que se puede monitorizar los distintos acontecimientos vinculados a nuestra competencia, para estar en todo momento informados.
- ✓ Incrementa tu rendimiento y probabilidad de supervivencia como negocio: una de las ventajas más destacadas del benchmarking más destacable es precisamente el incremento de la conectividad de un negocio debido al aumento de su rendimiento. Una vez que conozcas que es lo que hacen tus competidores, tendrás la oportunidad de ver incrementar tu supervivencia en un entorno en constante cambio.
- ✓ Mayor visión y enfoque para alcanzar tus objetivos: el benchmarking facilita que se salga de la zona de que está bien, para descubrir otros enfoques para alcanzar las metas propuestas.
- ✓ Reduce los costos necesarios: Todo proyecto en una organización requiere de costos, pero esta estrategia permite que se puedan disminuir los costos por medio de la simplificación de los diferentes procesos a realizar.

Por lo tanto, podemos decir que el benchmarking se puede aplicar a nuestra empresa Moto Partes Dinamo S.A.C, como una estrategia de mejoramiento en el desarrollo de nuestras actividades día tras día captando nuevas ideas para implementar el área que decidamos mejorar con el benchmarking, ya que es una herramienta

fácil de aplicar, esto nos ayudara a mejorar el proceso administrativo, por lo tanto nos permitirá brindar un buen servicio en el área de ventas, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, como también mejorar el clima laboral.

2.2.2.7 Desventajas.

- ✓ Una de las desventajas del benchmarking en la empresa Moto Partes Dinamo S.A.C. Que es alto en costos por lo tanto los socios no tienen mucho interés en la aplicación del benchmarking, solo tratan de mejorar las buenas prácticas empíricamente.
- ✓ Es una desventaja aplicar la empresa, porque es un proceso largo por lo que requiere de mucha dedicación y mano de obra para aplicar, por ello que retrasaría la producción y afectaría al ingreso económico de la empresa.

III. Hipótesis.

Este trabajo de investigación no presenta hipótesis por ser descriptivo según lo sostiene Hernández, Fernández y Baptista (2010) *Metodología de la Investigación*. El propósito de esta investigación consiste en describir los fenómenos, situaciones, contextos y eventos, es detallar como son los estudios descriptivos, buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que no se somete a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

IV. Metodología.

4.1 Diseño de la investigación.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal.

- ✓ No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal y como se encuentra en su contexto.
- ✓ Transversal, porque la investigación está centrada en analizar cuál es nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado, o bien en cuál es la relación entre un conjunto de variables en el punto del tiempo.

4.1.1 Tipo y nivel de la investigación.

- ✓ El tipo de investigación fue **descriptivo** debido a que solo se ha limitado a describir, así mismo también es **transversal**, porque a todas las variables son medidas en una sola ocasión.
- ✓ El nivel de investigación fue **cuantitativo** porque en la recolección de datos y la presentación de resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

4.2 Población y muestra.

4.2.1 población.

La población de estudio está conformada por 10 colaboradores de la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. En la Ciudad de Trujillo.

4.2.2 Muestra.

La muestra que se utilizó fue a criterio de la investigación, por ello se tomó a los 10 colaboradores de la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLES	DEFINICIÓN DE VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL INDICADORES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
• Gestión de las Mypes.	Torres (2014) La gestión es un área de conocimiento que todos necesitamos, es la actividad propia de los humanos, que todos lo practicamos, independientemente cual sea nuestra condición de educación. Cada una de las personas es un administrador con resultados favorables de su práctica administrativa.	Todas las personas tenemos la capacidad de gestionar y liderar una micro y pequeña empresa, de acuerdo a su nivel los conocimientos, por ello es importante contar con personal de apoyo que tengan los mismas metas y objetivo.	Planificar.	Objetivos. Metas.	Nominal
			Organizar.	Organigrama	Nominal
			Dirigir.	Ejecución de planes	Nominal
			Control.	Control interno	Nominal

VARIABLES	DEFINICIÓN DE VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL INDICADORES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Benchmarking en las Mypes.	Morán (2014) El Benchmarking es una estrategia idónea para plantear retos, descubrir oportunidades y mejorar de forma constante, adquiriendo las capacidades necesarias para incrementar la profesionalidad y competitividad, tanto propias como otras. Aporta competencias relacionadas con la búsqueda de soluciones, el planteamiento de nuevos escenarios de acción, así como la satisfacción de las necesidades de los distintos agentes que participan en el juego comercial.	El benchmarking es una herramienta que se aplica al micro y pequeñas empresas con la finalidad de mejorar las áreas más vulnerables de la empresa. Es decir, copiar las mejores prácticas para luego aplicarlas y mejorarlas en nuestra empresa, con la finalidad de brindar un buen servicio, productos a la sociedad.	Interno.	Se aplica internamente en las áreas que se desea mejorar de las Mypes.	Nominal
			Competitivo.	Se aplica con las empresas del mismo rubro para mejorar los servicios productos y los procesos administrativos.	Nominal
			Funcional	Se aplican también con empresas que no sean del mismo rubro con la finalidad de servicios y los procesos.	Nominal

4.4 Técnicas de instrumentos de recolección de datos.

4.4.1 Técnica.

En esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta.

4.4.2 Instrumentos.

Para el recojo de la información se utilizó un cuestionario estructurado de 10 preguntas.

4.5 Plan de análisis.

La organización de los datos se realizó aplicando el programa de Excel, con el cual se construyeron las tablas y figuras estadísticas de los presentes informes orientados al logro de los objetivos planteados en la investigación.

4.6 Matriz de consistencia.

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	UNIVERSO Y MUESTRA	METODOS	TECNICA Y INSTRUMENTO
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de la Micro y Pequeña Empresa Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. bajo el enfoque de Benchmarking Trujillo, 2017?	<p>Objetivo general.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer la Gestión bajo el enfoque del Benchmarking en la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Trujillo, 2017, y proponer un plan de mejora para los procesos administrativos. <p>Objetivos Específico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir la gestión en la micro pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Para aplicar el enfoque del Benchmarking. • Determinar las principales características del benchmarking en la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C • Proponer un plan de mejora basada en el benchmarking interno, competitivo para los procesos administrativos de la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. En Trujillo, 2017. 	<p>Gestión de la Mypes</p> <p>Benchmarking de la Mypes</p>	<p>Universo.</p> <p>La población de estudio está conformada por 10 colaboradores de la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. en la ciudad de Trujillo.</p> <p>Muestra.</p> <p>La muestra que se utilizo fue a criterio de la investigación, para ello se tomó a 10 colaboradores de la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C</p>	<p>Diseño de la investigación.</p> <p>Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal.</p> <p>No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal y como se encuentra en su contexto. Transversal, porque la investigación está centrada en analizar cuál es nivel o estado diversas variables en un momento dado, o bien en cuál es la relación entre un conjunto de variables en el punto del tiempo.</p> <p>Tipo y nivel de la investigación.</p> <p>El tipo de investigación fue descriptivo debido a que solo se ha limitado a describir, así mismo también es transversal, porque a todas las variables son medidas en una sola ocasión. El nivel de investigación fue cuantitativo porque en la recolección de datos y la presentación de resultados se han utilizado procedimientos estadísticos he instrumentos de medición.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>cuestionario</p>

4.7 Principios éticos.

El presente trabajo de investigación fue realizado de acuerdo a los principios éticos presentados por nuestra casa de estudios, ya que la información que se presenta es verídica, que no tiene fines lucrativos, es decir, la información presentada es uso exclusivo para fines académicos.

Por lo tanto, este trabajo de investigación no busca crear conflictos de investigación con otros autores, para ello se utilizó las normas APA, dando referencia a cada autor de algún texto (libros, tesis, artículos, etc.) que figure este informe.

También se puntualiza que la información recolectada mediante la encuesta es de uso reservado, por lo tanto, ninguna manera perjudique a los autores legales que agradecidamente proporcionaron su apoyo para la realización de este trabajo de investigación.

V. Resultados.

Gestión.

Tabla 1. *Planificación de la MYPE.*

Alternativa	N° Colaboradores	Porcentaje
Si	4	40%
No	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los colaboradores Moto Partes Dinamo S.A.C.

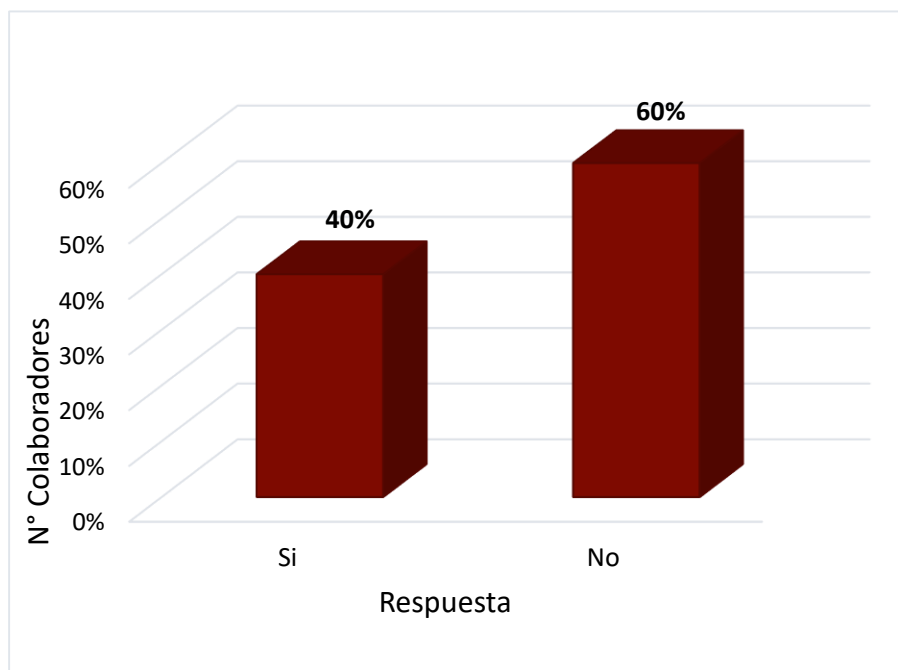


Figura 1. Planificación de la MYPE.

Fuente: Tabla 1

Interpretación: De acuerdo a la pregunta, Se obtuvo lo siguiente: 60% determina que la empresa Moto partes Dinamo S.A.C no cuenta con una buena planificación administrativa y el 40 % afirma que, si tiene una buena planificación.

Tabla 2. Organigrama de la MYPE.

Alternativa	N° Colaboradores	Porcentaje
Si	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los colaboradores Moto Partes Dinamo S.A.C.

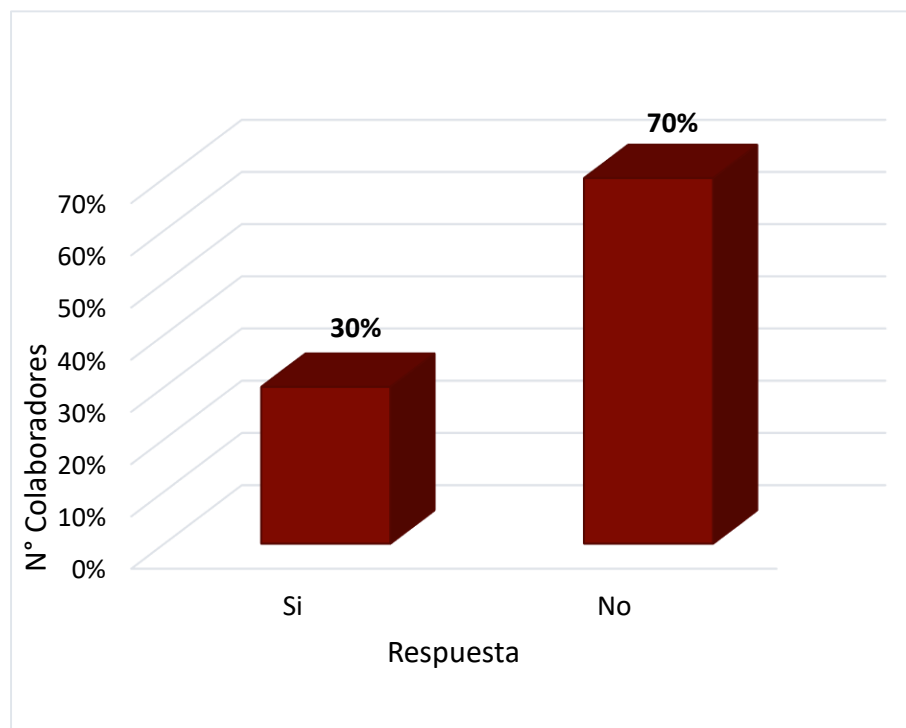


Figura 2. Organigrama de la MYPE.

Fuente: Tabla 2

Interpretación: En relación de la pregunta se obtuvo como resultado que el 70% afirman que no existe un buen organigrama y el 30% considera que si existe un buen organigrama.

Tabla 3. *Objetivos y metas trazadas por la MYPE.*

Alternativa	N° Colaboradores	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los colaboradores Moto Partes Dinamo S.A.C.

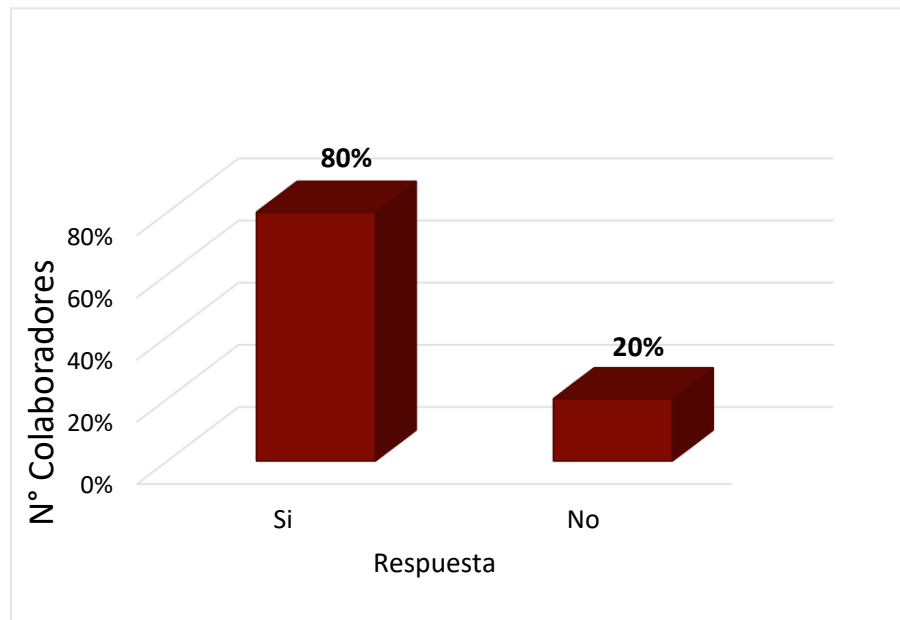


Figura 3. *Objetivos y metas trazadas por la MYPE.*

Fuente: Tabla 3

Interpretación: Según los resultados que 80 % de los trabajadores indicaron que toda actividad que realizan siempre está enfocadas en el cumplimiento de los objetivos para llegar a la meta trazada y el 20% están en desacuerdo.

Tabla 4. Sistema de control de la MYPE.

Alternativa	N° Colaboradores	Porcentaje
a) Auditoria interna	3	30%
b) Auditoria externa.	0	0%
c) Control interno.	5	50%
d) Manual de procedimientos.	0	0%
e) No aplica ninguno.	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los colaboradores Moto Partes Dinamo S.A.C.

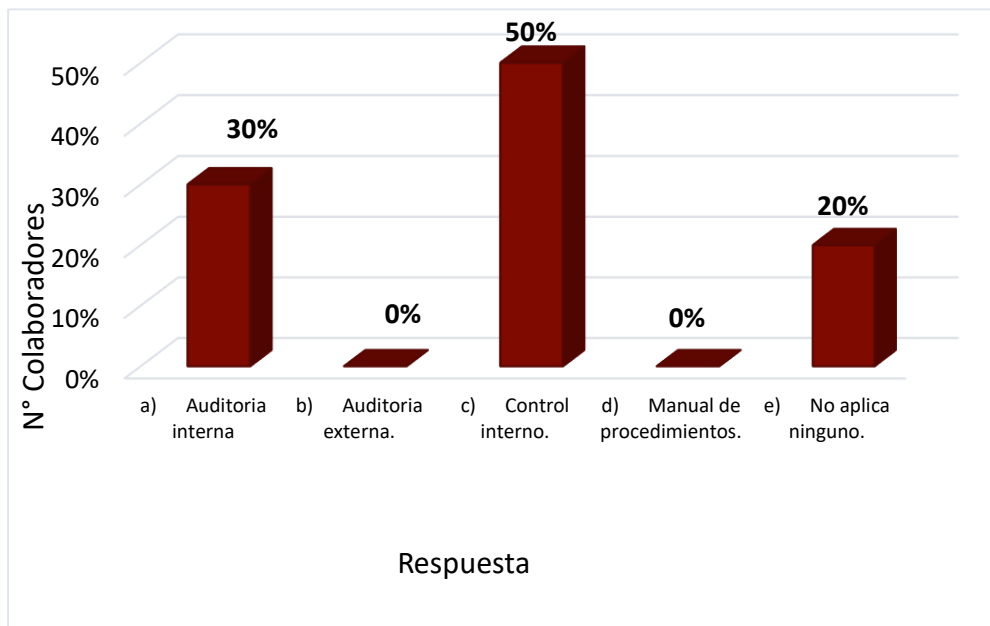


Figura 4. Sistema de control de la MYPE.

Fuente: Tabla 4

Interpretación: En relación de la pregunta, Se obtuvo como resultado donde 30% opina que se aplica una auditoria interna y el 50% considera un control interno ya que solo los socios y el gerente general saben los documentos contables, y un 20% de los trabajadores opina que no se aplica ningún control.

Tabla 5. *Cumplimiento de los objetivos de la MYPE.*

Alternativa	Nº Colaboradores	Porcentaje
a) Siempre.	4	4%
b) Casi siempre.	5	50%
c) Nunca	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los colaboradores Moto Partes Dinamo S.A.C.

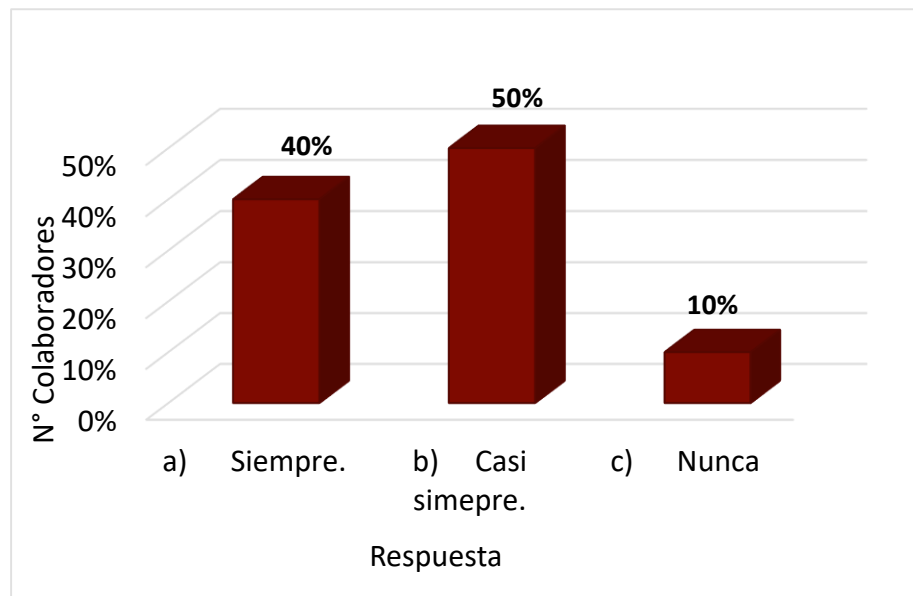


Figura 5. *Cumplimiento de los objetivos de la MYPE.*

Fuente: Tabla 5

Interpretación: Conforme a la pregunta Los trabajadores encuestados de la empresa Moto Partes Dinamo S.A.C. Respondieron que 50% se encuentran orientados y motivados para realizar las actividades, y el 40% que algunas veces reciben orientaciones dentro de la empresa y un 10% nunca reciben ninguna charla de orientación ni motivación.

Benchmarking.

Tabla 6. *Conocimiento del Benchmarking en la MYPE.*

Alternativa	N° Colaboradores	Porcentaje
Si	3	30%
No	7	70%
TOTAL	10	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los colaboradores Moto Partes Dinamo S.A.C.

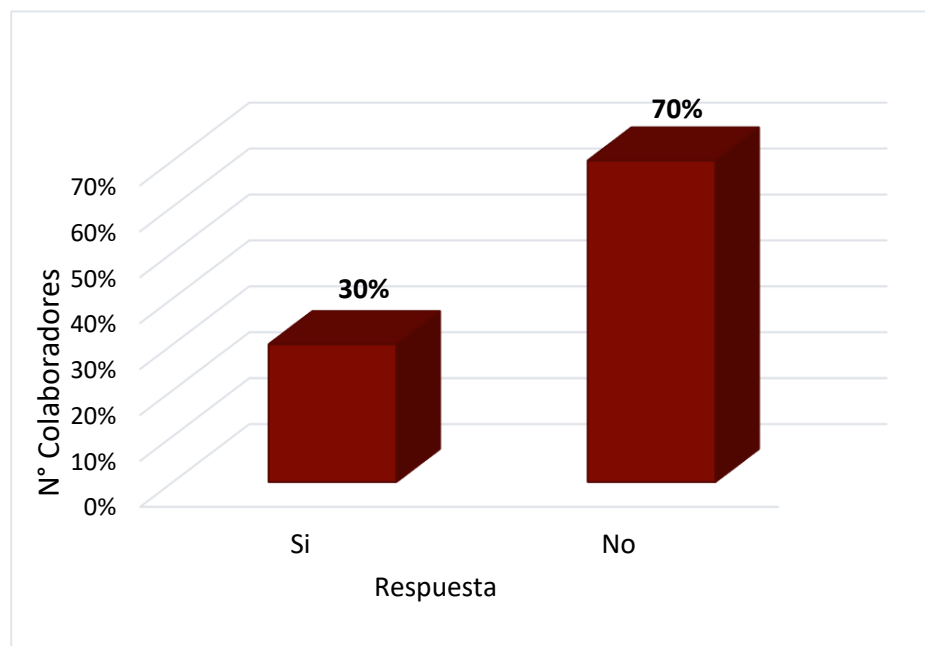


Figura 6. *Conocimiento del Benchmarking en la MYPE.*

Fuente: Tabla 6

Interpretación: En base a la pregunta, obtuvo que el 70% de los colaboradores desconocen que, en el benchmarking, el 30% tienen conocimiento ilimitado sobre esta herramienta de gestión, sin saber que es una herramienta muy útil, y una desventaja competitiva para la empresa en el mercado.

Tabla 7. *Benchmarking es una herramienta útil en la MYPE.*

Alternativa	N° Colaboradores	Porcentaje
Si	9	90%
No	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los colaboradores Moto Partes Dinamo S.A.C.

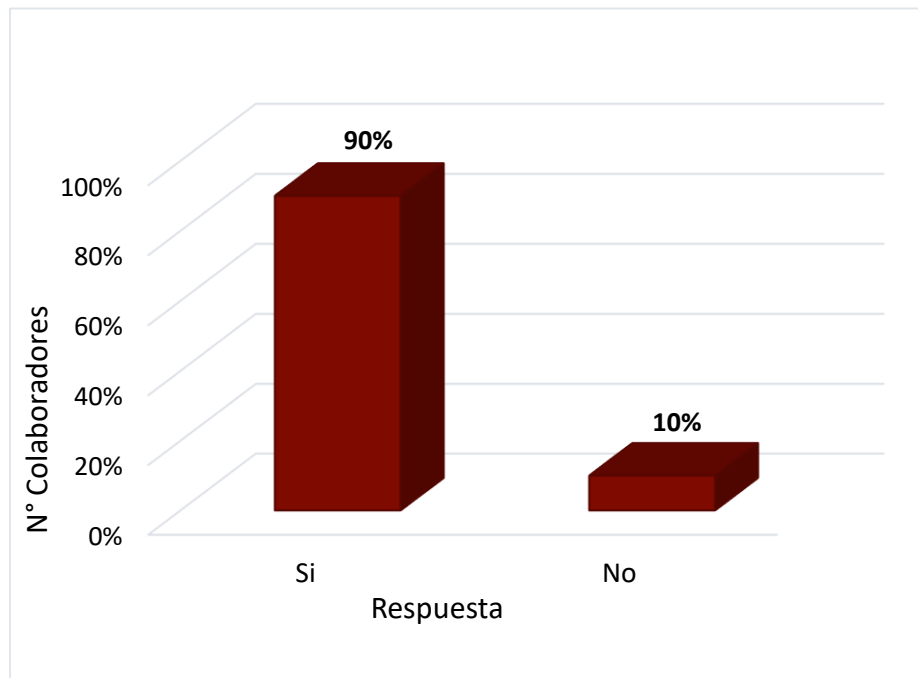


Figura 7. *Benchmarking es una herramienta útil en la MYPE.*

Fuente: Tabla 7

Interpretación: De acuerdo a la pregunta planteada Se obtuvo como resultado que el 90% están de acuerdo que al aplicarse el benchmarking y el 10 % de los trabajadores encuestados están en desacuerdo por falta de conocimientos de benchmarking.

Tabla 8. *Aplicación del Benchmarking en los procesos administrativos en la MYPE.*

Alternativa	N° Colaboradores	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los colaboradores Moto Partes Dinamo S.A.C.

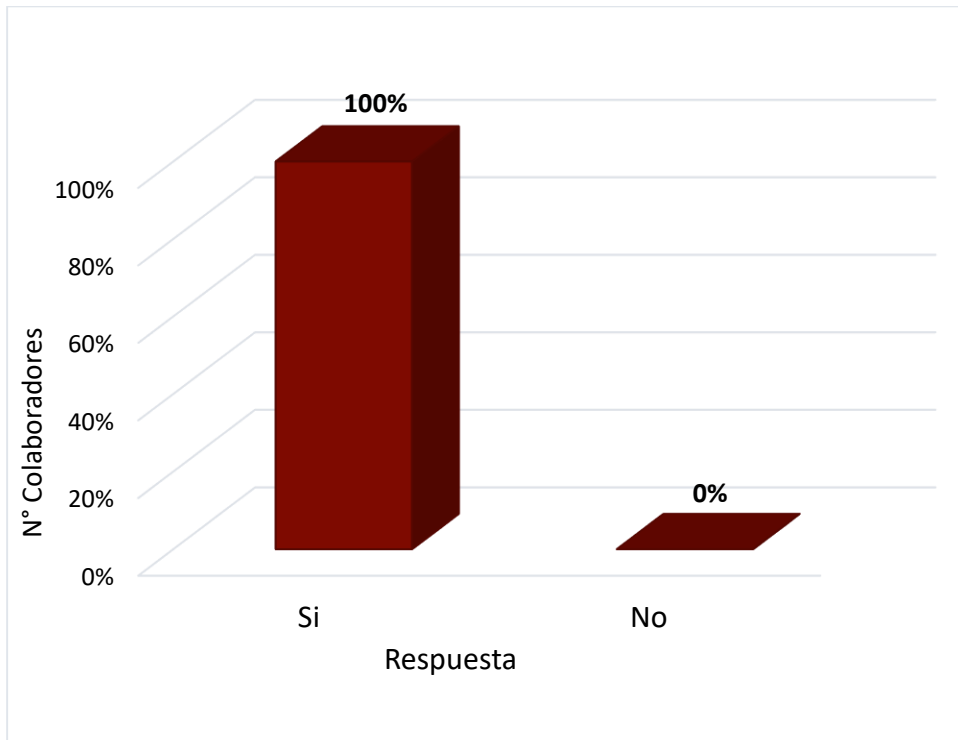


Figura 8. *Aplicación del Benchmarking en los procesos administrativos en la MYPE.*

Fuente: Tabla 8

Interpretación: En base a la pregunta Se obtuvo que el 100% de los colaboradores, de la Empresa Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Consideran que, si mejoraría aplicando el benchmarking.

Tabla 9. Aplicación del benchmarking en las ventas de la MYPE.

Alternativa	N° colaboradores	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada los colaboradores Moto Partes Dinamo S.A.C.

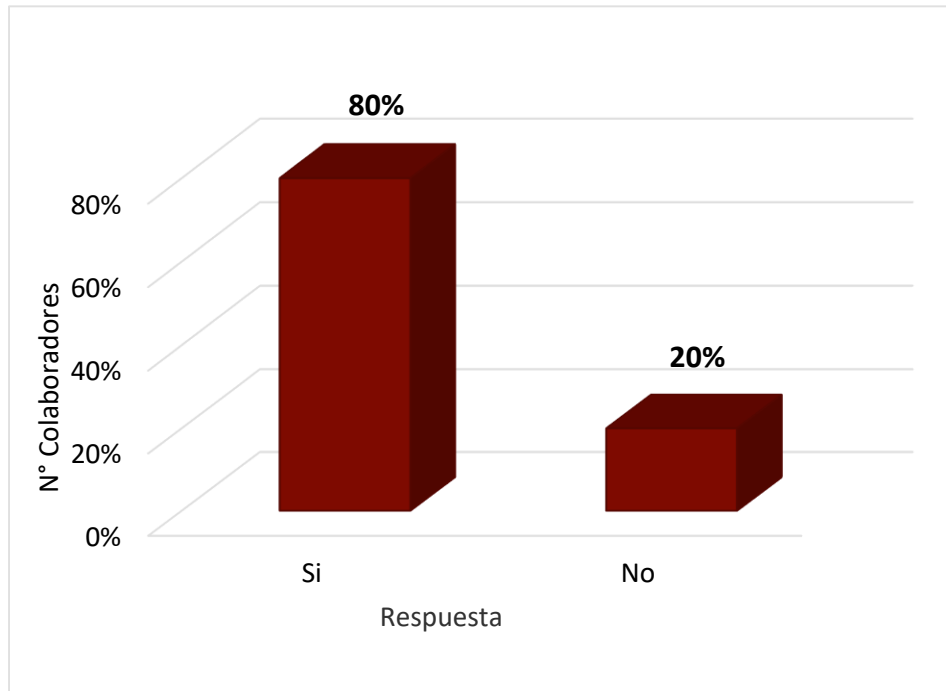


Figura 9. Aplicación del benchmarking en las ventas de la MYPE.

Fuente: Tabla 9.

Interpretación: En base la pregunta se obtuvo las siguientes respuestas, el 80% lo calificaron con una buena alternativa para incrementar las ventas de la Empresa Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C y el 20% demuestran que no sería una buena alternativa.

Tabla 10. *Aplicación de estrategias de otras empresas del mismo rubro en la MYPE.*

Alternativa	N° Colaboradores	Porcentaje
Si	4	40%
No	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los colaboradores Moto Partes Dinamo S.A.C.

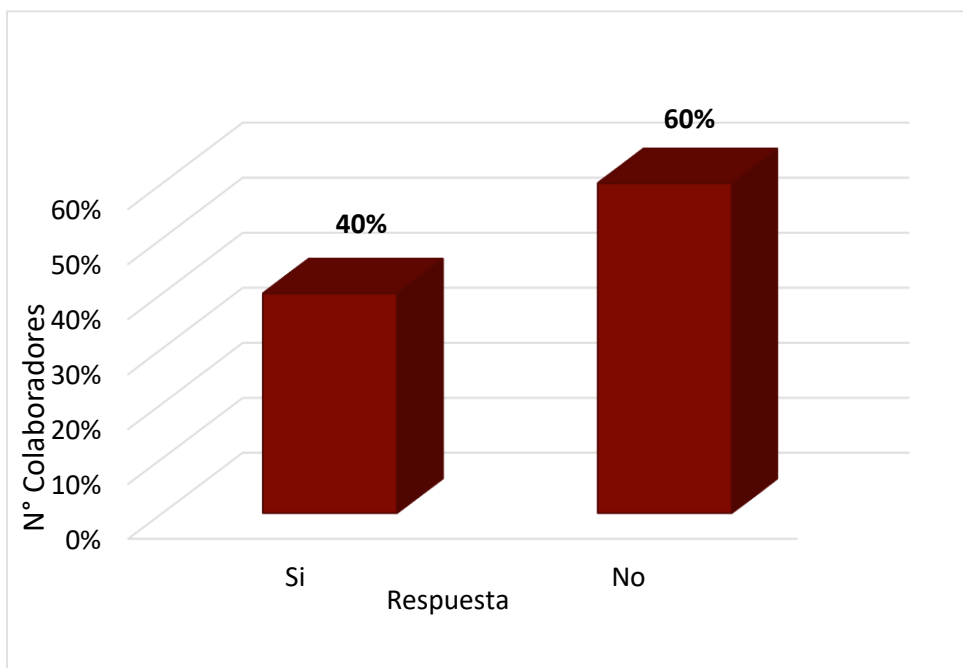


Figura 10. *Aplicación de estrategias de otras empresas del mismo rubro en la MYPE.*

Fuente: Tabla 10.

Interpretación: En cuanto a la encuesta realizada en mención a la pregunta Se obtuvo como resultado que el 60% de las Empresas Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. No aplica el mismo sistema de trabajo y el 40% si consideran que se aplican las buenas prácticas de las mejores empresas del mismo rubro o de otros sectores.

5.1 Análisis de resultados.

Gestión de la Micro y Pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C.

- ✓ En mi investigación realizada en la empresa Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C obtuve un resultado que el 60% no cuenta con una buena planificación por ello Concuerdo con Flores (2015) que en su tesis de investigación *“Procesos Administrativo y Gestión Empresarial en Coproabas Jinotega”* obtuvo como resultado el 100% que indica que los colaboradores no son tomados en cuenta en la planificación que implementa Coproabas, para ello es necesario que una empresa grande o pequeña debe contar con una buena planificación, organización tomando siempre en cuenta a las opiniones de cada trabajador. Para llegar al meta traza por la empresa.

- ✓ En cuento a los resultados obtenidos el 40% de los trabajadores cuentan con una buena orientación en el desarrollo de sus actividades y 50% consideran que casi siempre son orientados y el 20% opinan que nunca son orientados, como tampoco son escuchados. Por ello concuerdo con Mendo y Burgos (2012) que en su tesis *“Propuesta de mejora de un sistema logístico de la empresa Motos Cajamarca”* obtuvo un 67% que afirman que siempre reciben orientaciones, charlas de capacitación en base a los productos, servicio que ofrece la empresa Motos Cajamarca. Con la finalidad de incrementar la eficiencia logística de la empresa. Por lo tanto, estoy de acuerdo, en orientación a los colaboradores para cumplir con los objetivos, con la finalidad de alcanzar las metas trazada por parte de empresa.

Aplicación del Benchmarking de la Micro y Pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Trujillo.

- ✓ Los resultados obtenidos sobre la aplicación benchmarking fue de un 100% quienes consideran que al aplicarlo nos permitirá hacernos una

comparación con las empresas del mismo rubro con la finalidad de captar las buenas prácticas para posteriormente implementa en la empresa. Por ello concuerdo con Valladares (2012) que en su tesis *“Benchmarking del sector industrial. Ecuador y Colombia, 2010”* aplicó e hizo una comparación entre Ecuador y Colombia en las empresas del sector industrial. Con el objetivo de identificar los sectores estratégicos de gran potencial entre los dos países. Lo cual obtuvo como resultado que Ecuador tiene el nivel de participación más alto del 13,6% del sector industrial del país en la fabricación de hojas de madera para enchapado y tableros. Es decir, sus productos y su materia prima es mucho mejor al de Colombia. Podemos concluir que la aplicación del benchmarking nos ayuda obtener datos muy importantes de la empresa, como en la producción.

- ✓ En la investigación realizada se obtuvo el 80% de los trabajadores consideran el benchmarking es una buena estrategia para mejorar el área de ventas y el 20% demuestran que no sería una buena alternativa ya que carecen de publicidad y una mala atención. Por ello estoy de acuerdo con Llontop y Rimarachín (2016) que en su tesis de investigación *“Benchmarking y su relación con sus ventas en la estación de servicios Santa Ángela S.A.C.* Obtuvo 0.737 % que empresas comerciales con cuenta con una buena publicidad en nuestro país, el 29% opinan que carecen de una mala atención en las ventas por falta de capacitación. Por ello los colaboradores deben conocer los productos y servicio que la empresa ofrece al público también es importante que las empresas deben contar con un sistema de trabajo.

VI. Conclusiones.

Objetivo general.

Podemos concluir la investigación con el objetivo general que es Conocer la Gestión bajo el enfoque del Benchmarking en la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Trujillo 2017, y proponer un plan de mejora para los procesos administrativos. La empresa no cuenta con un organigrama, visión y misión lo que impide un mayor crecimiento económico y satisfacción de los trabajadores en un mejor ambiente laboral. Asimismo, la empresa no conocía la herramienta de gestión “Benchmarking”, pero al saber de esta se empezará a utilizar para así sacar el máximo provecho a las principales fortalezas de las empresas líderes en el mercado de venta de repuestos de motos; todo esto se encuentra en el plan de mejora propuesto.

Objetivos específicos.

1. En cuanto al objetivo específico que es Describir las principales características de la gestión en la micro pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. para aplicar en enfoque de Benchmarking. La gestión en una empresa es importante porque administra los recursos para que estos sean productivos logrando el crecimiento y desarrollo de la empresa a corto plazo. La empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C nos indica que el 60% no cuenta con una buena planificación, es por ello que los trabajadores no cuentan con un buen clima laboral. El 70% no cuenta con un organigrama estructurado es por ello trabajadores no tienen bien definidos sus funciones, reglamentos de trabajo, dentro de la empresa. es decir, su administración se desarrolla empíricamente por falta de conocimientos. Pero si podemos resaltar que a pesar de no contar con una buena gestión el 80% de los trabajadores logran cumplir con sus objetivos y metas trazadas por la empresa. Es decir, todos los colaboradores cumplen sus metas logrando una buena rentabilidad.

Por lo tanto, es una ventaja muy relevante, ya que genera ingresos para el beneficio de la empresa.

2. En referente al siguiente objetivo específico que es Determinar las principales características del Benchmarking en la micro pequeña empresas comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. Las micro y pequeñas comercializadoras no aplica el benchmarking por la falta de conocimientos y de recursos económicos. Llegando a la conclusión que su participación en el mercado es limitada por falta de una gestión moderna. Para la empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C, nos indica que el 70% desconocen el beneficio de esta herramienta de gestión, es decir trabajan según el criterio de cada trabajador o bajo las órdenes del gerente. El 90% de los encuestados dentro de la empresa nos indican que el benchmarking sería una estrategia muy importante para la empresa ya que lograría elevar el nivel de producción. El 100% de toda la empresa opinaron que al aplicarse tendrían como resultado mejorar el nivel de ventas, sino que también serviría para encontrar nuevas estrategias en el mercado competitivo, es decir buscar nuevas alternativas de mejora teniendo como modelo a las empresas líderes del sector, con la finalidad de mejorar el servicio en la atención del cliente, para atraer a nuevos clientes. También ayudaría logrando un buen clima laboral dentro y fuera de la empresa.

6.1 Aspectos complementarios:

**PROPUESTA DE MEJORA DE MEJORA
PARA LOS PROCESOS
ADMINISTRATIVOS EN LA EMPRESA
MOTO PARTES DINAMO S.A.C.**

Resumen ejecutivo.

La propuesta de mejora tiene como propósito establecer estrategias de Benchmarking para mejorar el nivel de ventas en la empresa Moto Partes Dinamo S.A.C. De la Ciudad de Trujillo. Se plantea como objetivo la creación de la visión y misión un organigrama, con la finalidad de que cada trabajador conozca sus funciones. Además, se propone capacitar a los trabajadores del área de ventas para brindar un mejor servicio en la atención al cliente.

Esta propuesta se basada en los puntos más críticos que arrojó la investigación. Es por ello que se propone mejorar la atención y el servicio que se brinda día a día. Así mismo nos ocuparemos de elaborar un plan estructurado para incrementar las ventas, desarrollando un mejor clima laboral. para ser una de la empresas líderes y representativas en el medio, a través de la gestión de las micros y pequeñas empresas basada en el benchmarking.

La propuesta estará estructurada por los siguientes ítems: Acciones, presupuestos, responsables el tiempo que será ejecutado y una fecha establecida.

Objetivos.

- ✓ Proponer la visión y misión para empresa Moto Partes Dinamo S.A.C.
- ✓ Proponer un organigrama para la empresa Moto Partes Dinamo S.A.C.
- ✓ Capacitar a los trabajadores constantemente en atención al cliente.

Actividad a ejecutar 1.

Proponer la visión y misión para empresa Moto Partes Dinamo S.A.C.

Se propone realizar la misión y visión en la empresa, para que todos los colaboradores tengan en claro quiénes son y adonde pretenden llegar.

Visión.

Para el año 2023 se una de las mejores empresas en la distribución de repuestos, accesorios de motocicletas a nivel local, y a la vez ofreciendo productos de calidad, poniendo en práctica la ética y el compromiso con nuestros colaboradores que permita el bienestar de la sociedad.

Misión.

Somos una empresa dedicada a la compra y venta de repuestos y accesorios de motocicleta a nivel local, con una diversificación de productos para satisfacer dicha demanda. Buscando el bienestar para la empresa y colaboradores contribuyendo así el desarrollo sostenible.

Actividad a ejecutar 2.

Se proponer un organigrama funcional para la empresa Moto Partes Dinamo S.A.C.

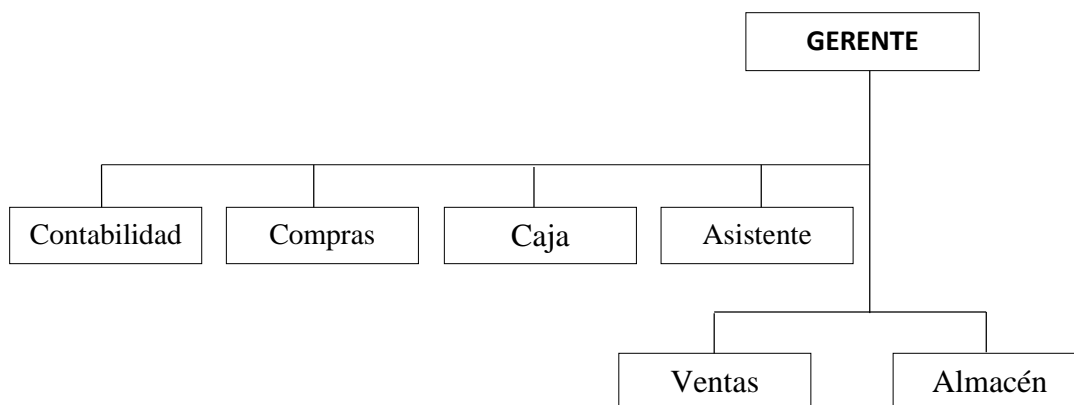
Propongo realizar un organigrama funcional para la empresa, ya que no cuenta con las áreas definidas, los trabajadores no conocen sus funciones,

es por ello que no tienen un buen desempeño en el desarrollo de las actividades que realizan día a día.

Organigrama Funcional.

Es la representación gráfica de la empresa, configurada sobre la base de las distintas funciones de la misma y la comunicación fluye desde los responsables de cada función o departamento o hacia abajo.

Figura 11. Organigrama funcional.



Fuente: Datos obtenidos de la micro y pequeña empresa Moto Partes Dinamo S.A.C.

Funciones de cada área de la empresa.

Gerente general:

Es el representante legal de la empresa, quien tiene a su cargo la dirección y administración de la empresa. Puede ser el dueño o una tercera persona nombrado o designado por los socios a través de una escritura de constitución y sus funciones son:

- ✓ Designar las actividades a cada área de la empresa.
- ✓ Extender documentos como: Constancias de trabajo certificados, someter a reuniones para dar a conocer los

estados financieros, los presupuestos de compras para cada mes y otras actividades.

- ✓ Controlar a cada área para que se desarrollen las actividades de acuerdo a la planeación.

Asistente:

Es la persona encargada de ejecutar diversas actividades dentro de la empresa y sus principales funciones son:

- ✓ Coordinar y ejecutar actividades generales.
- ✓ Elaborar los documentos de planillas.
- ✓ pago al personal y servicios.
- ✓ Depósitos a los proveedores.
- ✓ Y la presentación de documentos a las instituciones publicas

Área de contabilidad:

Es la encargada de informar y garantizar con exactitud y seguridad las operaciones financieras de la empresa, y su función es:

- ✓ Elaborar el balance general de la empresa.
- ✓ Dar a conocer los estados de ganancias y pérdidas cada mes.
- ✓ Controlar los documentos contables día a día.
- ✓ Declarar los libros contables a tiempo a la SUNAT.

Área de compras:

Esta área se encarga de realizar las compras mediante el cual se adquiere lo necesaria para stock de la venta y su función principal son:

- ✓ Estudiar las tendencias del mercado
- ✓ Buscar alternativas para optimizar los costos de los productos.

- ✓ Buscar a los proveedores más competitivos para que los productos sean de mejor calidad.

Área de almacén:

Esta área se encarga de recepcionar la mercadería y dar a conocer al área de ventas sobre los productos adquiridos, y tiene como función:

- ✓ Clasificar, ubicar cada producto en zonas idóneas con el propósito de ser localizadas con facilidad.
- ✓ Llevar un conteo de cada producto que ingresa y sale de almacén.
- ✓ Entregar a tiempo los pedidos a los clientes.
- ✓ Aplicar las 5s trimestralmente. (clasificar, organizar, limpiar, bienestar y disciplina)

Área de ventas:

Esta encargada de dar salida a los productos, y designar metas a los vendedores para alcanzar los objetivos planteados y su función son:

- ✓ Conocer los productos que la empresa ofrece.
- ✓ Brindar un buen servicio al cliente.
- ✓ Dar alternativas de solución en los reclamos de los productos.

Caja:

Es la recepción de dinero de las ventas de los productos realizadas de cada día y su función principal es:

- ✓ Liquidación de facturas y boletas.
- ✓ Cierre de caja de las ventas realizadas.

Actividad a ejecutar 03.

Capacitar a los trabajadores constantemente en atención del cliente.

Una de las debilidades de los colaboradores de la empresa Moto Partes Dinamo S.A.C. Es que desconocen las características de los productos ofrecidos, es por ello que se tomara las siguientes acciones:

ACCIONES	CAPACITADOR	TIEMPO HORARIO	LUGAR	PRESUPUESTO
Conocer mejor la variedad de repuestos y accesorio de motos para satisfacer las necesidades del cliente.	Gerente general de la empresa importadora PROMOTORA "GENESIS"	Mensual Sábado de 1:00 a 4:00	En la empresa	S/. 800.00
Dar un mejor servicio a los clientes y lograr una mayor concurrencia.	Lic. Segundo Vergara castillo. Docente ULADECH.	Mensual los lunes de 8:00 a 9:00 a.m.	En la empresa	S/. 800.00
Controlar los conflictos con el cliente y reducir su probabilidad de concurrencia.	Eduardo Gonzales Plasencia. De la empresa Mega Motors.	Mensual viernes de 5:00 a 6:30 a.m.	En la empresa	S/. 800.00
TOTAL				S/.2400.00

Esta propuesta se realizará con la finalidad mejorar los procesos administrativos, los servicios de nuestra empresa, con la finalidad elevar el nivel de ventas creando rentabilidad para la empresa.

Plan de actividades de propuestas.

ACTIVIDADES ESTRATEGICAS	ACCIONES	RESULTADOS	RESPONSIBLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Proponer la visión y misión para empresa Moto Partes Dinamo S.A.C.	Visión	Saber quiénes somos y adonde queremos llegar.	Propietario	20 de Junio	s/. 150.00
	Misión				
Proponer un organigrama para la empresa Moto Partes Dinamo S.A.C.	Organigrama	conocimiento de las funciones de cada área.	Propietario	22 de Junio	S/. 200.00
	Conocer mejor la variedad de repuestos y accesorio de motos para satisfacer las necesidades del cliente.				
Capacitar a los trabajadores constantemente en atención al cliente.	Dar un mejor servicio a los clientes y lograr una mayor concurrencia.	clientes major atendidos.	Propietario	Mensual Sábado de 1:00 a 4:00	s/. 800.00
	Controlar los conflictos con el cliente y reducir su probabilidad de concurrencia.				
TOTAL					s/2750.00

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Claros, R. (2015). *Etapas y Estrategias de Benchmarking en la Gestión me*
http://aempresarial.com/web/revitem/24_18259_67724.pdf.
- Emilio, E. (2015). *La innovación en la micro y la pequeña empresa*.
<file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/19050-75633-1-PB.pdf>.
- Espinoza, R. (2017). *Wilcome to the new Marketing. Tipos de benchmarking*
<http://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos/>.
- Flores, S. (2015). *Proceso Administrativo y Gestión Empresarial en Coproabas Jinotega 2010-2013* (tesis de maestría) Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
<http://repositorio.unan.edu.ni/1800/1/5330.pdf>.
- Galinelli et al. (2015). *Estudios sobre gestión Pública*.
<http://www.modernizacion.gba.gov.ar/expertos/sites/default/files/Libro%20Estudios%20sobre%20Gesti%C3%B3n%20P%C3%BAblica%20-%20ISBN%20online.pdf>.
- Hernández, R. Fernández, C y Baptista, P (2010). *Metodología de la investigación*.
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf.
- Hernández, K (2013). *Estudios de Administración, Economía y turismo*.
<http://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ciencias-economico/estudiosdeadm.pdf>.

Llontop y Rimarachin (2016). *Benchmarking y su relación con las ventas en la estación de servicios santa Ángela S.A.C.* José Leonardo Ortiz. (tesis de pregrado) Universidad Señor de Sipán.

<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2287/1/Tesis%20de%20Llontop%20Salazar%20y%20Rimarach%C3%ADn%20Rivera.pdf>.

Morán, D. (2014). *Benchmarking: un viaje a la excelencia* (Investigación) Campus Publico María Zambrano Segovia, Universidad de Valladolid.

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5548/1/TFG-N.51.pdf>.

Mendo y Burgos (2012). *Propuesta de mejora de un sistema logístico de la empresa Motos Cajamarca para incrementar la eficiencia logística* (tesis posgrado) Universidad Privada del Norte.

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/181/Anita%20Mendo%20y%20Paul%20Burgos.pdf?sequence=1>.

Panduro (2016). *El Benchmarking en una empresa industrial prueba de capacidad profesional* (tesis posgrado) Universidad Nacional de Trujillo.

Peña, D. (2015). *Desarrollo de un Modelo de Gestión de Riesgos Operacionales Basado en las Directrices del Comité De Basilea* (tesis Doctorado) Universidad Politécnica de Madrid.

http://oa.upm.es/38562/1/DIONICIO_ENRIQUE_PENA_TORRES.pdf

Pérez y Tafur (2015). *Procedimiento de evaluación a la cartera de clientes para mejorar la gestión crediticia de respuestas y accesorios castillo R.R.L.* (tesis posgrado) Universidad Privada Antenor Orrego.

http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1484/1/Perez_Quezada_Procedimientos_Cartera_Clientes.pdf.

Quintana, A. y Gómez, A (2012). *Podcasting plans (el proceso administrativo)*.

<http://admguni.blogspot.pe/>.

Redacción España (2016). *Benchmarking para la internacionalización de tu negocio* (Artículo) comercio internacional.

<https://internacionalmente.com/ventajas-desventajas-benchmarking-internacionalizacion-negocio/>.

Torres, z. (2014). *Teoría General de la Administración*.

<http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074386196.pdf>.

Vallejo, L. (2016). *Gestión del talento Humano*.
<http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/pdf/18/gestión%20del%20talento%20humano.pdf>

Valladares, J. (2012). *Benchmarking del sector industrial. Ecuador y Colombia 2010*. (Tesis posgrado) Universidad Técnica Particular De Loja.

<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/3718/3/338X1252.pdf>.

ANEXOS

Cuadro de actividades

ACTIVIDADES PROGRAMADAS	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO		
	1ra semana	2da semana	3ra semana	4ta semana	1ra semana	2da semana	3ra semana	4ta semana	1ra semana	2da semana	3ra semana	4ta semana	1ra semana	2da semana	3ra semana	4ta semana	1ra semana	2da semana	3ra semana
INTRODUCCIÓN AL CURSO			✓																
REVISION DEL TITULO DEL PROYECTO				✓															
REVISION DE INTRODUCCIÓN, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEORICO					✓														
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES E INGRESO AL TURNITIN						✓													
REVISION DEL PROYECTO FINAL E INGRESO AL TURNITIN							✓												
LEVANTAMIENTO DE LAS OBSERVACIONES E INGRESO A LA PLATAFORMA								✓											
REVISION POR TURNITING									✓										
PRESENTACIÓN DE AVANZSE DE TESIS										✓									
APLICACIÓN DE ENCUESTA											✓								
PRESENTACION RESULTADOS Y PROPUESTA DE MEJORA												✓							
PRESENTACION DE TESIS AL CORRECTOR DE ESTILOS														✓					

Encuesta validada por un administrador.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ENCUESTA.

La presente encuesta tiene por finalidad recoger información de "Gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C bajo el enfoque de Benchmarking, Trujillo 2017, y propuesta de mejora para los procesos administrativos.

GESTIÓN

1. ¿Considera usted que la empresa actualmente cuenta con una buena planificación?
Si () No ()
2. ¿Cuenta la empresa con un organigrama bien estructurado?
Si () No ()
3. ¿Los objetivos están ligados al cumplimiento de las metas trazadas por la empresa?
Si () No ()
4. ¿Qué tipo de sistema de control aplica la empresa?
 - a) Auditoría interna
 - b) Auditoría externa.
 - c) Control interno.
 - d) Manual de procedimientos.
 - e) No aplica ninguno.
5. ¿Usted orienta a sus colaboradores para el cumplimiento de los objetivos?
 - a) Siempre.
 - b) Casi siempre.
 - c) Nunca.

BENCHMARKING


Gustavo Jimenez
2017

6. ¿Tiene usted conocimiento sobre el benchmarking?

Si ()

No ()

7. ¿Cree usted que el benchmarking sería una herramienta útil para la empresa?

Si ()

No ()

8. ¿Aplicaría usted el benchmarking, en los procesos administrativos en la empresa?

Si ()

No ()

9. ¿El área de ventas mejoraría aplicando el benchmarking?

Si ()

No ()

10. ¿La empresa aplica procesos de las empresas líderes del mismo rubro o de otros rubros?

Si ()

No ()

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

Encuesta validada por un estadístico.

VALIDEZ DE INSTRUMENTO “GESTION BAJO ENFOQUE BENCHMARKING EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA”

APELLIDOS Y NOMBRES DEL AUTOR	TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
CECY QUIÑONES SILVA	“GESTIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA MOTO PARTES DINAMO S.A.C BAJO EL ENFOQUE DE BENCHMARKING, TRUJILLO 2017, Y PROPUESTA DE MEJORA PARA LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS.


En la siguiente tabla indique la respuesta: si concuerdo (S) no concuerdo (N).

Así como puede emitir para cada observación una sugerencia de los ítems considerado

ITEMS	Si concuerdo (S)	No concuerdo (N)
GESTIÓN		
¿Considera usted que su empresa actualmente cuenta con una buena planificación?	X	
¿La empresa cuenta con un organigrama bien estructurada?	X	
¿Los objetivos están ligados al cumplimiento de las metas trazadas por la empresa?	X	
¿Qué tipo de sistema de control aplica la empresa?	X	
¿Usted orienta a sus colaboradores para el cumplimiento de los objetivos	X	
BENCHMARKING		
¿Tiene usted conocimiento sobre el benchmarking?	X	

¿Cree usted que el benchmarking es o sería una herramienta útil para la empresa	X	
¿Aplicaría usted el benchmarking, para mejorar los procesos administrativos en la empresa?	X	
¿El área de ventas mejoraría aplicando el benchmarking?	X	
¿La empresa aplica estrategias, procesos, etc, de las empresas líderes del mismo rubro o de otros rubros?	X	

OBSERVACIONES	SUGERENCIAS/MEJORA
Sin Observaciones	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO	FIRMA
Dr. Ricardo Martín Gómez Arce	

RICARDO MARTIN GOMEZ ARCE
LICENCIADO EN ESTADISTICA
COESPE N° 291

Fecha: 12 de Abril del 2018

Datos Generales de la Empresa Moto Partes Dinamo S.A.C.

21/4/2018

Consulta RUC: versión Imprimible

CONSULTA RUC: 20601916950 - MOTO PARTES DINAMO S.A.C.	
Número de RUC:	20601916950 - MOTO PARTES DINAMO S.A.C.
Tipo Contribuyente:	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Nombre Comercial:	-
Fecha de Inscripción:	28/02/2017
Fecha Inicio de Actividades:	01/03/2017
Estado del Contribuyente:	ACTIVO
Condición del Contribuyente:	HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal:	AV. PERU NRO. 1198 URB. LA INTENDENCIA ET. 1 LA LIBERTAD - TRUJILLO - TRUJILLO
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL
Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4690 - VENTA AL POR MAYOR NO ESPECIALIZADA
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA GUIA DE REMISION - REMITENTE
Sistema de Emisión Electrónica:	-
Afiliado al PLE desde:	28/03/2017
Padrones :	NINGUNO

Empresa Moto Partes Dinamo S.A.C.



MOTO PARTES

DINAMO S.A.C.



Trujillo, 08 de Junio de 2018

Señores
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas
Escuela Profesional de Administración.
Ciudad

Yo, Danixa Raquel Villacorta Ramos, con DNI N° 48134940, en mi calidad de representante legal de la empresa MOTO PARTES DINAMO S.A.C., autorizo a Cecy Quiñones Silva, estudiante de la Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, a utilizar información confidencial de la empresa para el proyecto de tesis denominado "Gestión de la Micro y Pequeña Empresa Comercializadora Moto Partes Dinamo S.A.C. bajo el Enfoque de Benchmarking, Trujillo 2017, y Propuesta de mejora para los Procesos Administrativos"

Como condiciones contractuales, el estudiante se obliga a (1) no divulgar ni usar para fines personales la información (documentos, expedientes, escritos, artículos, contratos, estados de cuenta y demás materiales) que, con objeto de la relación de trabajo, le fue suministrada; (2) no proporcionar a terceras personas, verbalmente o por escrito, directa o indirectamente, información alguna de las actividades y/o procesos de cualquier clase que fuesen observadas en la empresa durante la duración del proyecto y (3) no utilizar completa o parcialmente ninguno de los productos (documentos, metodología, procesos y demás) relacionados con el proyecto. El estudiante asume que toda información y el resultado del proyecto serán de uso exclusivamente académico.

El material suministrado por la empresa será la base para la construcción de un estudio de caso. La información y resultado que se obtenga del mismo podrían llegar a convertirse en una herramienta didáctica que apoye la formación de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración.

En caso de que alguna(s) de las condiciones anteriores sea(n) infringida(s), el estudiante queda sujeto a la responsabilidad civil por daños y perjuicios que cause a la empresa Moto Partes Dinamo S.A.C., así como a las sanciones de carácter penal o legal a que seriere acreedor.

Atentamente,


MOTOPARTES DINAMO S.A.C.
Danixa Raquel Villacorta Ramos,
representante legal.

TELF.: 044-373667
CEL.: 949314743

AV. PERU NRO. 1198 BAR. LA INTENDENCIA TRUJILLO - LA LIBERTAD

