



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
BENCHMARKING EN LAS MYPE COMERCIALES
RUBRO FERTILIZANTES DE LA UNIÓN (PIURA), AÑO
2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA:

MIRIAN JOVANY SERNAQUÉ SILVA

ASESOR:

LIC. DAVID DANIEL RONDOY VILLARREAL

PIURA – PERÚ

2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
BENCHMARKING EN LAS MYPE COMERCIALES
RUBRO FERTILIZANTES DE LA UNIÓN (PIURA), AÑO
2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA:

MIRIAN JOVANY SERNAQUÉ SILVA

ASESOR:

LIC. DAVID DANIEL RONDOY VILLARREAL

PIURA – PERÚ

2018

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgr. Vilela Vargas Víctor Hugo

Presidente

Mgr. Patiño Niño Víctor Helio

Miembro

Lic. Chumacero Ancajima Maritza Zelideth

Miembro

Lic. Rondoy Villarreal David Daniel

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios quien me ha dado la fortaleza se seguir adelante en todo momento.

A las MYPE, por su disponibilidad de brindarme la información necesaria para el desarrollo de mi taller de investigación.

DEDICATORIA

A mis padres, por apoyo incondicional que me brindan siendo los pilares fundamentales en mi vida, quienes me incentivan a seguir adelante para lograr mis metas.

RESÚMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, describir las características de la Gestión de Calidad y el benchmarking en las MYPE comerciales rubro Fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017, la metodología presentada es de tipo descriptiva, de nivel cuantitativa, y de diseño no experimental y de corte transversal, Se determinó como población de estudio a las MYPE comerciales rubro fertilizante de La Unión (Piura), en las cuales se ha tomado como unidades de estudio para ambas variables Gestión de calidad y Benchmarking a propietarios y clientes, donde la muestra para propietarios está conformada por los 4 propietarios y para los clientes un total de 138. La técnica de recolección de datos es la encuesta, mediante el instrumento cuestionario. Dentro de las conclusiones se conoció que los beneficios que logran las MYPE comerciales rubro fertilizantes es satisfacer al cliente, diferenciarse de la competencia y obtener nuevos clientes, además se identificó que los principios que utilizan con más frecuencia es el enfoque al cliente y relaciones beneficiosas con sus proveedores, en cuanto al benchmarking se identificó que la MYPE utiliza el benchmarking externo ya que los propietarios ponen en práctica esta herramienta para medir y comparar procesos de la competencia, asimismo se pudo determinar que el aspecto del benchmarking que predomina en las MYPE es la calidad percibida por el cliente.

Palabras claves: Gestión de calidad, benchmarking y Mype.

ABSTRACT

The main objective of this research work was to describe the characteristics of Quality Management and benchmarking in the commercial MSEs of Fertilizantes de La Unión (Piura), year 2017, the methodology presented is descriptive, quantitative, and of non-experimental and cross-sectional design. The commercial MSEs of La Unión (Piura) were determined as a study population, in which it was taken as study units for both variables Quality management and Benchmarking to owners and clients, where the sample for owners is made up of the 4 owners and for the clients a total of 138. The technique of data collection is the survey, through the questionnaire instrument. Among the conclusions, it was learned that the benefits achieved by commercial MSEs in fertilizers is to satisfy the customer, differentiate themselves from the competition and obtain new customers, and it was identified that the principles they use most frequently are customer focus and beneficial relationships with its suppliers, in terms of benchmarking, it was identified that the MYPE uses external benchmarking since the owners put this tool into practice to measure and compare processes of the competition, also it was possible to determine that the aspect of benchmarking that predominates in the MSEs is the quality perceived by the client.

Keywords: Quality management, benchmarking and Mype.

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESÚMEN	vi
ABSTRACT	vii
TABLA DE CONTENIDO	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	13
2.1. Antecedentes	13
2.1.1. Gestión de Calidad	13
2.1.2. Benchmarking	18
2.2. Bases Teóricas de la investigación	24
2.2.1. Gestión de Calidad	24
2.2.1.1. Definición	24
2.2.1.2. Beneficios de la Gestión de Calidad	24
2.2.1.3. Principios de la Gestión de Calidad	26
2.2.1.4. Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad	27
2.2.1.5. Importancia del servicio al cliente	28
2.2.2. Benchmarking	28
2.2.2.1. Definición	28
2.2.2.2. Beneficios generales del Benchmarking	28
2.2.2.3. Tipos	28

2.2.2.4. Aspectos.....	30
2.3. Hipótesis	31
III. METODOLOGÍA.....	32
3.1. Diseño de la investigación	32
3.2. Población y muestra.....	33
3.2.1. Criterios de inclusión	35
3.2.2. Criterios de exclusión.....	35
3.3. Definición y operacionalización de las variables.....	35
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
3.5. Plan de análisis.....	38
3.6. Matriz de consistencia	40
3.7. Principios éticos	42
IV. RESULTADOS	43
4.1 Resultados.....	43
4.2. Análisis de Resultados	55
V. CONCLUSIONES.....	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
ANEXOS.....	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficios al realizar una gestión de calidad	43
Tabla 2 La gestión de calidad permite captar nuevos clientes	43
Tabla 3 La gestión de calidad mejora los procesos de la organización	44
Tabla 4 La diferenciación proyecta una imagen positiva	44
Tabla 5 La gestión de calidad le permite reducir costos.....	44
Tabla 6 Principio que aplica con frecuencia la MYPE.....	45
Tabla 7 Influencia del liderazgo en el personal.....	45
Tabla 8 Ventaja de alianzas estratégicas con sus proveedores.....	46
Tabla 9 Beneficio que le ofrece sus proveedores	46
Tabla 10 Técnicas para motivar la participación de su personal	45
Tabla 11 La gestión de calidad facilita la toma de decisiones	46
Tabla 12 Satisfacción del cliente	47
Tabla 13 Implementación de estrategias	47
Tabla 14 Diferenciación de la competencia	47
Tabla 15 Manera de cubrir las necesidades	48
Tabla 16 El personal absuelve sus reclamos y quejas	48
Tabla 17 Precios de los productos	48
Tabla 18 Mejoramiento de la Gestión de Calidad	49
Tabla 19 Aplicación del benchmarking.....	49
Tabla 20 El benchmarking mide su nivel de competitividad	49
Tabla 21 Beneficios del benchmarking	50
Tabla 22 Tipo de benchmarking que aplica la MYPE	50
Tabla 23 Ventaja competitiva al aplicar el benchmarking interno.....	50
Tabla 24 Ventaja competitiva al aplicar el benchmarking externo	51

Tabla 25	Ventaja competitiva al aplicar el benchmarking funcional	51
Tabla 26	Aspecto fundamental en la aplicación del benchmarking	51
Tabla 27	La productividad se enfoca en la búsqueda de la excelencia	52
Tabla 28	Calidad de los fertilizantes	52
Tabla 29	Determinación de un producto de calidad	52
Tabla 30	El producto es mejor que el de la competencia	53
Tabla 31	Aspecto de relevancia en su decisión de compra	53
Tabla 32	El servicio cubre sus expectativas	53
Tabla 33	El tiempo de entrega cubre sus expectativas	54
Tabla 34	Frecuencia de respuesta del servicio de atención al cliente	54

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las MYPE son consideradas entes importantes en la economía del país ya que son generadoras de empleo, han sido objeto de una gran atención para empresarios, tienen una importancia destacada y trascendental desde el punto de vista político - legal, económico, socio – cultural y tecnológico. La idea central consiste en determinar los factores que caracterizan la gestión de calidad y el benchmarking en las MYPES comerciales, rubro Fertilizantes y como es afectada por los siguientes aspectos:

Según los factores políticos - legales, las MYPE se caracterizan por elevado nivel de informalidad que alcanza un total del 72.62% en todo el país , en este sentido el Ministerio de la Producción inició una campaña agresiva con la finalidad de informar y promocionar a nivel nacional los beneficios que brinda la nueva Ley de Promoción y Formalización de la MYPE en favor de su desarrollo , se precisó que una de las ventajas de la nueva ley es que las MYPE podrán ser constituidas en 3 días (72 horas) la cual permite la formalización y constitución a través de la plataforma virtual del portal de servicios al ciudadano y empresas, además ayuda al Estado a reservar el 40% de las compras estatales a favor de las mismas, la mencionada norma exonera las MYPE de aportar la Compensación por el Tiempo de Servicios (CTS), asignación familiar, gratificaciones, y participación en las utilidades (Diario Gestión, 2017) .

Ley de Promoción y Formalización de las MYPE tiene por objeto promocionar la competitividad, formalización y desarrollo de las mismas, además de ofrecer diversos beneficios como atacar varios de los problemas como la falta de capital humano capacitado y los altos costos para innovar, esta ley busca impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial (Ley N° 30056).

Las municipalidades eran consideradas un medio para la formalización de las MYPE donde se tenía que realizar múltiples trámites para recibir la licencia de funcionamiento, lo cual desanimaba a los pequeños empresarios a seguir una formalización. El tema de las licencias venía perjudicando la formalización de una MYPE debido a la demora y al alto costo de este proceso, sin embargo las municipalidades han ido mejorando los métodos para incentivar a las MYPE a la formalización (Arroyo, 2013).

Este factor puede favorecer en gran magnitud a las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión ya que a través de la Ley de Promoción y Formalización se podrán eliminar varios de los problemas como la falta de capital humano capacitado impulsando el crecimiento empresarial, así mismo en la actualidad la Municipalidad del distrito de la Unión está brindando mayores facilidades en los trámites de licencia de funcionamiento incentivando a las MYPE a la formalización.

Según los factores económicos; las MYPE actualmente juegan un rol muy importante en la economía no sólo del Perú, sino también en todos los países del mundo, porque son generadoras de empleo y contribuye al PBI del país ayudando al crecimiento económico, en cuestión a las MYPE comerciales rubro fertilizantes juegan un papel importante ya que son quienes ayudan al sector agrícola a llevar una excelente producción por ende guardan relación con la agricultura y este sector aportan un gran porcentaje al PBI nacional.

Se puede observar que en Perú se mantiene casi estable la tasa de desempleo, incrementando la tasa de subempleo, precariedad e informalización de los puestos de trabajo, características que definen a la mayoría de MYPE y del trabajo realizado por los Independientes. Son justamente éstas unidades, las que representan la base del empleo en Perú; sin embargo, estas unidades no se caracterizan por el número de empleados que

generan, si no por el número tan elevado de emprendimientos de carácter unitario que existen a nivel nacional (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2008).

La Dirección Regional de la Producción registra actualmente 64 mil 548 Micro y Pequeñas Empresas (MYPE), consideradas como la fuerza de fuentes de empleos. En Piura existen 64 mil 548 MYPES en el rubro de agricultura, servicios, pesquería, ganadería, energía y minas, además de industria manufacturera, turismo, construcción, entre otras actividades según base de datos (Radio Programas del Perú, 2017).

En Perú las MYPE son vulnerables al acceso al crédito limitado, con tasas de interés elevadas, en gran parte porque no pueden demostrar sus ingresos ya que el 72.7% de estas no lleva un registro de ventas, este contexto se da por el alto nivel de informalidad que existe en esta fracción empresarial (Gestión Diario, 2014).

Las MYPE en países desarrollados pueden ser consideradas como grandes en naciones subdesarrolladas, por ejemplo: “en Estados Unidos y Alemania son consideradas medianas y pequeñas empresas aquellas que emplean menos de 500 personas; en Japón el límite de ocupación se reduce a 300 personas; en Chile a 50 ocupados, y en Trinidad y Tobago únicamente a 25 personas (Dondero, 2008).

En la región Piura, según el tamaño de empresa, las MYPES absorbieron el 31.9 % de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada, esto es 283 mil 701 trabajadores. La mayor cantidad de trabajadores se encuentran en las ramas de actividad económica extractiva con 34.9 % y servicios con 24.4 %, así lo dio a conocer el Observatorio Socio Económico Laboral (OSEL) de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, en base a la información de la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza (Diario Comercio, 2015).

Las MYPES han cobrado importancia en el tiempo y el espacio, recientemente las políticas de desarrollo en algunos países han comenzado a considerar que las MYPES son más eficientes para reactivar la economía de una región, favoreciendo el desarrollo empresarial y los niveles de bienestar de la población, la creciente atención que se ha generado sobre las microempresas, derivada del creciente número de establecimientos y empleo aportado a la estructura industrial, el análisis e investigación del comportamiento de estas empresas no ha avanzado al mismo ritmo (Palacios, 2008).

Con respecto al factor tecnológico, las MYPES resaltan la orientación hacia la innovación, se orientan al cambio como un factor determinante para la subsistencia de las mismas, pues son las empresas más susceptibles a los embates provocados por la turbulencia económica que se vive actualmente, los avances tecnológicos y por la competencia desigual que se da por la globalización, estos factores implican la necesidad de la innovación basada en la creatividad de los micro empresarios, para colocar productos, sistemas o servicios novedosos en el mercado, que representen ventajas competitivas que los coloquen a la cabeza en la carrera competitiva (Vivanco, 2010).

Los avances tecnológicos afectan en gran parte a las MYPE comerciales, rubro fertilizantes ya que no les permite brindar un servicio de calidad como aceptar pagos con tarjetas de crédito, no cuentan con cámaras de seguridad, tampoco con máquinas para detectar precios ni con páginas de internet para publicitar sus productos lo cual dificulta los procesos de gestión de calidad y no le permite al cliente adquirir productos de manera rápida y segura, asimismo las MYPE rubro fertilizantes del Distrito de la Unión utilizan máquinas y herramientas con bajo rendimiento productivo sin ningún ordenamiento ni organización.

Respecto a esto el Ministerio de la Producción presentó medidas para impulsar a las MYPES a través de la digitalización se llevará a cabo con el kit digital que será una plataforma con una serie de softwares para las MYPE, desde páginas web que permiten el comercio electrónico, hasta capacitaciones online, dominios gratuitos y promoción de redes. Dichos productos elevarán la competitividad de estas. (Diario Perú 21, 2017)

La baja tasa de innovación de las MYPE y su menor capacidad de invertir en investigación y desarrollo e innovar constituyen la raíz de sus dificultades para acceder a los mercados nacionales más sofisticados y a los mercados externos, también explicarían por qué el nivel salarial y los precios de este tipo de empresas son inferiores a los que prevalecen en las empresas innovadoras. El reconocimiento de la importancia de la innovación para la supervivencia y crecimiento de las MYPE por parte del gobierno ha fomentado la creación de mecanismos orientados a estimular la innovación en este tipo de empresas y la apertura de nuevas fuentes de financiamiento, incluso la subvención económica con recursos no reembolsables (Stumpo & Ferrero, 2010).

Respecto al factor sociocultural; el comportamiento del consumidor está influenciado por factores culturales, sociales, personales y psicológicos, la interacción con los miembros de los grupos a los que pertenece, según sus grupos de referencia , conformados por la familia, amigos o compañeros de trabajo incluyendo la tasa de crecimiento de la población, la distribución por edades, el nivel de formación, los sistemas de valores , las normas de conducta, costumbres y tradiciones que influyen en su demanda.

La Unión es un distrito que desarrolla la agricultura como actividad económica principal, la gran mayoría de agricultores cuentan con tierras propias; por lo tanto esto motiva a los agricultores a adquirir distintos fertilizantes y agroquímicos para llevar de

manera exitosa su producción, las ventas de estos productos aumentan en su mayoría por campañas ya sea de arroz, algodón o maíz, lo cual genera la competencia entre MYPES al desarrollar diferentes estrategias para brindar productos de calidad.

Las 5 fuerzas de Michael Porter; esta herramienta ayudará a las MYPES a entender el contexto competitivo de una marca y analizar el mercado, y así lograr una mejor estrategia en cuestión de plan de negocios, existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado (Porter, 1980).

Amenaza de entrada de nuevos competidores; en función del capital necesario para invertirse, no existen barreras de entrada muy fuertes, la principal barrera a la entrada consiste en las desventajas a las que se enfrentan las MYPES comerciales rubro fertilizantes son los nuevos competidores, especialmente en lo concerniente a costos, mantener el costo más bajo frente a los competidores y lograr un volumen alto de ventas es el tema central de la estrategia se enfocan en la calidad y el servicio (Colina, 2009).

El Poder de negociación de los proveedores, siendo MYPES comerciales son necesarios los proveedores para desarrollar el negocio, por lo tanto el poder de negociación debe ser alto, ya que estos son quienes suministran los productos para luego ser vendidas por las mismas, sin embargo las MYPE rubro fertilizantes tiene dificultades para crear ventajas competitivas con sus proveedores debido a que no cuentan con la experiencia ni con los recursos necesarios, sus principales proveedores son: Yara Perú, Silvestre, Aris, Soltagro, entre otros.

Poder de negociación de los clientes, lo que se observa en el mercado de La Unión rubro fertilizantes es que los clientes en este caso los agricultores tienen la facilidad de adquirir o comprar productos en las diferentes MYPES de acuerdo a su preferencia ya sea

por calidad, servicio o precio, en este segmento de mercado los clientes poseen un alto poder de negociación.

Amenaza de posibles productos sustitutos; constituye una amenaza en el mercado porque puede alterar la oferta y la demanda y más aún cuando estos productos se presentan con bajos precios, buen rendimiento y buena calidad, esto se observa en las MYPES comerciales rubro fertilizantes del distrito de La Unión donde hay productos que reemplazan a los productos originales, esto obliga a las MYPE a estar en alerta y bien informados sobre las novedades en el mercado ya que puede alterar la preferencia de los consumidores.

La rivalidad entre los competidores; esta fuerza ayuda a las MYPE rubro fertilizantes a tomar las medidas necesarias para asegurar su posicionamiento en el mercado a costa de los rivales existentes, la mayoría de sectores existe la competencia y para derrotarla hay que saber controlar muy bien el macro y microambiente y sobre todo si quiere sobrevivir en el mercado tiene que diferenciarse del resto y posicionarse sólidamente, ésta quinta fuerza es el resultado de las cuatro fuerzas anteriores y la más importante en una industria porque ayuda a que una empresa tome las medidas necesarias para asegurar su posicionamiento en el mercado (Villalobos, 2012).

Con respecto a las MYPE comerciales, rubro Fertilizantes del distrito de la Unión, estas son organizaciones económicas dedicadas venta de fertilizantes y agroquímicos de todo tipo, ofrecen una variedad como son: bioestimulantes, reguladores de crecimiento, foliares a base de fosforo, nitrógeno y potasio, insecticidas, Fungicidas y Herbicidas todos a beneficio de la producción del agricultor, a pesar de su importancia en la agricultura , se observa poco interés de las MYPES para invertir en infraestructura, nuevos métodos de capacitar al personal para mejorar la atención al cliente.

Unos de los métodos empleados más completos para la solución de problema, en los procesos y la mejora de las MYPES, es el llamado método de las 5 M's, que se refiere a una herramienta de alta importancia de los sistemas de Calidad Total y Mantenimiento Productivo Total (Herrera, 2011).

Entre las 5 M's está lo que es Máquina (Machine) que se refiere al funcionamiento de principio a fin de una máquina que interviene en el proceso supervisando sus entradas y salidas, además se analiza los parámetros de configuración, lo cual permitirán identificar la causa de algún problema que pueda presentar, en este aspecto las MYPES rubro fertilizantes se pudo observar que estas cuentan con maquinaria defectuosa lo cual dificulta que el producto llegue a los clientes de manera rápida y segura.

Método; consiste en la forma de realizar las actividades, es decir cuando se plantea un proceso, hay una serie de situaciones que puede ocasionar variaciones a largo plazo, ya que cuando un sistema que antiguamente funcionaba de manera correcta puede que más adelante no función de la misma forma.

Respecto al método de trabajo el estilo de gestión de las MYPE comerciales rubro fertilizantes del Distrito de La Unión se caracteriza fundamentalmente en la autogestión del micro empresario, que marcan todas las pautas a seguir con algunas indicaciones y delegaciones de funciones en sus colaboradores, el microempresario asume la función de relacionista, responsable y productivo en momentos de necesidad.

Mano de obra, se refiere a las competencias de la persona y su nivel de habilidad, este puede ser el origen de un fallo, las MYPE como la principal fuente de empleo, deben contar con personal capacitado de acuerdo a las necesidades actuales del mercado, recordando también que la capacitación constante es una manera de asegurar el éxito de la misma. En MYPES, rubro fertilizantes se pudo observar que personal en su mayoría

no es el idóneo y gran parte de esto se debe a que MYPES por reducir costos eligen al personal menos capacitado y que no cuenta con la experiencia adecuada a su puesto de trabajo, otro factor en contra es que las MYPES no han implementado capacitaciones a su personal debido a que dicha estrategia tiene costos elevados.

Medio ambiente; las condiciones ambientales para las MYPES comerciales del rubro fertilizantes pueden afectar al resultado obtenido y provocar problemas, por lo tanto, es importante valorar las condiciones en las que se ha producido un fallo, siempre es necesario realizar y hacer un estudio del entorno la cual las rodea.

Materia prima; se refiere a los materiales directos utilizados como entrada, es aquí donde puede surgir el origen de un problema dentro de una organización, es por ello que al tener con un buen sistema de calidad a lo largo de toda la cadena de suministro se logrará identificar materias primas que pudieran no cumplir ciertas especificaciones o ser defectuosas.

Las MYPES comerciales, rubro fertilizantes del Distrito de La Unión no cuentan con un sistema de capacitación lo cual dificulta los procesos de gestión de calidad pero cabe resaltar que en Perú no existe un sistema nacional de capacitación para las MYPES, y dicha ausencia conlleva a que no exista un organismo regulador que establezca las bases, marque la pauta y fije las normas para que la oferta de capacitación que brindan las empresas de servicio lleguen adecuadamente a las demandas requeridas por la MYPES (Matute & Albújar, 2008).

El nivel de calidad de los productos que se fabrican en las MYPE representa un impedimento para el ingreso al mercado exterior para muchas empresas. Esto se debe a la falta de las competencias necesarias para implementar un sistema de gestión de calidad. En ese sentido, según la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa, los cursos de

capacitación a los que más asistieron los conductores de las MYPE, en el año 2010, son Atención al Cliente (17,4%), Marketing (17,3%), Calidad (11,1%) y Gestión Financiera con (8,7%). Sin embargo, solo un 21,6% de estas organizaciones en el sector de manufactura ha implementado un sistema de gestión organizacional (Encuesta de Micro y Pequeña Empresa, 2010).

Algunas MYPES comerciales, rubro fertilizante del Distrito de La Unión tienen diferentes dificultades respecto a la gestión de calidad, una de sus dificultades es que cuentan con productos no originales lo cual dificulta la calidad de los productos provocando una defectuosa producción de los agricultores ya que usaran fertilizantes de mala calidad.

Se observó que las MYPES comerciales, rubro fertilizante del Distrito de La Unión (Piura), año 2017 tienen dificultades para generar ventajas competitivas con sus proveedores al momento de realizar relaciones directas, debido a que no cuentan con la experiencia, ni con las profesiones adecuados, lo cual dificulta que brinde productos de calidad, pero a pesar de esto las MYPES son vistas de manera atractiva por los proveedores.

Otro aspecto que se pudo observar es variabilidad de precios ya que no todas las MYPES tienen similitud en precio, unas tienen elevados precios de algunos fertilizantes a diferencia de las demás, aunque el precio elevado se sustenta porque brindan productos de calidad al 100% y son originales.

Los procesos de gestión de calidad ya sea en la calidad del producto, los precios y atención al cliente, por medio de la variable Gestión de calidad las MYPES pueden recurrir a diversas herramientas metodológicas con el fin de conseguir los mejores

resultados utilizando el aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente.

Una de estas herramientas es el benchmarking que consiste en un método para ayudar a la planificación y desarrollo de productos, servicios o sistemas que sistematiza la medición y evaluación de los niveles de las prestaciones técnicas o de calidad alcanzados en la firma propia en comparación con los resultados de los mejores competidores, por ende, puede generar muchas ventajas competitivas a las MYPES comerciales, rubro fertilizante del Distrito de La Unión.

Habiendo caracterizado los problemas que presentan las MYPE rubro fertilizantes del Distrito de la Unión se plantea el problema de investigación: “¿Qué características tiene la gestión de calidad y el benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017?”, cuyo objetivo general es: Describir las características de la gestión de calidad y el benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017. Derivado los siguientes objetivos específicos: (a) Conocer los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017, (b) Identificar los principios de la gestión de calidad en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017, (c) Identificar el tipo de benchmarking que utilizan las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017, (d) Determinar los aspectos del benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017.

La presente investigación se justifica de las siguientes formas: De forma práctica porque la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote de acuerdo a la SUNEDU a través de la Ley Universitaria 30220 determina necesario realizar un proyecto de investigación para la obtención del grado de Bachiller, así mismo la presente

investigación se realiza con la finalidad de brindar información a las MYPES comerciales rubro fertilizantes ya que se pudo observar que éstas tienen dificultades para generar ventajas competitivas, lo cual no les permite garantizar la calidad de los productos o servicios, por lo tanto a través de esta investigación se busca ayudar a las MYPES del rubro entregándoles información que les permitirá realizar estrategias de mejora en base a la investigación realizada, a la vez beneficiará a las demás MYPES proporcionándoles conocimientos sobre las variables Gestión de calidad y Benchmarking.

Se justifica de forma teórica porque se realiza con el propósito de aportar al conocimiento ya existente según los diversos autores como: Gonzalez & Bermeo (2016) quienes explican sobre la variable Gestión de calidad y la describen como un proceso orientado en el mejoramiento de los productos, servicios y procesos, los cuales, al mejorar, originaran un impacto en la productividad, la satisfacción del cliente y las utilidades de la empresa, Gisbert & Raissouni (2014) quienes explican sobre la variable Benchmarking y la definen como un proceso sistemático y continuo para evaluar productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones, los resultados de esta investigación podrá sistematizarse en una propuesta para ser incorporado como conocimiento adicional que podrá ayudar a las MYPES a mejorar su competitividad

Además, se justifica de manera metodológica porque la investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes estadísticas para recolectar y analizar datos para calcular estadísticamente la muestra y generar así un conocimiento válido y confiable, además se acude a expertos para lograr profundizar la información y pueda ser utilizada en otros trabajos de investigación.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Gestión de Calidad

Borja & Jijón (2014) realizaron una investigación titulada: “Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: almacenes la rebaja” trabajo presentado en la Universidad Internacional de Ecuador (Quito, Ecuador), el objetivo general de la investigación fue Definir un modelo de gestión en calidad de servicio basado en la norma ISO 9001: 2008 para Almacenes la Rebaja, la metodología que se precisó es de tipo empírica y teórica, llegando así a las siguientes conclusiones:

Los alineamientos descritos que se encuentran recopilados en la norma ISO buscan crear un enfoque al cliente para resolución de las quejas y alertar al personal para mejorar habilidades; y dar una base para el análisis del proceso de quejas y su resolución. Se estima además que la aplicación de los procesos propuestos permitirá un mejoramiento de la imagen de la empresa y un incremento de las ventas gradual, gracias a un proceso de fidelización de la clientela.

Arías (2012) realizó una investigación titulada: “Implementación del sistema de gestión de calidad en la empresa Quality & Consulting Group S.A.S. conforme a la norma ISO 9001: 2008, tesis presentada en la Universidad libre de Colombia (Bogotá, Colombia), el objetivo general fue implementar el Sistema de Gestión de Calidad conforme a la norma internacional ISO 9001 versión 2008 en la empresa de consultoría Quality & Consulting Group S.A.S, la metodología que se precisó es de tipo inductivo y sintético, la población y muestra del presente proyecto hace referencia a todo el personal

involucrado en el sistema de gestión de calidad implementado en la empresa, y se incluyeron a proveedores de servicios y proveedores del proceso general. Llegando a las siguientes conclusiones;

La implantación del sistema de gestión de calidad permitió a la compañía .la creación de una estructura organizacional basada en el conocimiento de la situación real de la empresa y orientada bajo directrices de calidad en cada uno de los niveles y un manejo de la operación focalizado en metas y resultados establecidos. El proceso estructurado de selección, evaluación y reevaluación de proveedores garantizó a la organización la calidad de los productos y servicios adquiridos, bajo especificaciones definidas y parámetros de control claros.

Osaba (2011) presentó un trabajo de investigación titulada : “Gestión de la calidad y marketing en los centros residenciales para personas mayores”, tesis presentada en la Universidad del País Vasco (Donostia, España) , el objetivo general fue describir y explicar la relación existente entre gestión de calidad y la filosofía de marketing en los centros residenciales para personas mayores, la metodología que se empleó fue un estudio empírico y de nivel cuantitativo, Se aplicó un cuestionario a 137 centros residenciales, llegando a las siguientes conclusiones.

La aplicación de un sistema de gestión basado en los principios de gestión de calidad favorece el desarrollo de una cultura de orientación al mercado, además dependerá de la existencia de fuertes vínculos con las actividades de marketing, especialmente en lo referente a la investigación de las necesidades de los usuarios, la evaluación de la competencia y el análisis del entorno, el objetivo central es conseguir la satisfacción del cliente gracias a la elevada calidad asistencial prestada.

Mendoza & Oré (2017) presentó una investigación titulada : “Propuesta de un sistema de gestión de calidad en la norma ISO 9001:2008 para una empresa de fertilizantes Foliares”, tesis presentada en la Universidad Nacional Agraria la Molina (Lima, Perú), el objetivo general de la investigación fue proponer un Sistema de Gestión de Calidad basada en la norma IS 9001:2008 para la empresa Bio Protección de cultivos S.R.L, la metodología empleada en la investigación es de tipo descriptiva, de diseño no experimental, llegando a concluir que el desarrollo del manual de la calidad le servirá a Bio Protección de cultivos S.R.L a orientar a los trabajadores de la empresa sobre los pasos a seguir en cada una de las etapas del proceso productivo para asegurar que el producto final cumpla de manera exitosa todos los estándares de calidad solicitados por el cliente.

La documentación del SGC, permite organizar y estandarizar, los procesos clave de la empresa, lo que se traducirá en un incremento del ritmo de producción, disminuyendo el tiempo de operaciones y permitiendo a la empresa atender a una mayor demanda de productos.

Rubio (2014) realizó una investigación titulada: “Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las MYPE del sector Comercio Rubro Venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del Distrito de Chimbote año, 2011”, tesis presentada en la Universidad los Ángeles de Chimbote (Chimbote, Perú), tuvo como objetivo general describir las características del financiamiento y la gestión de calidad en las MYPE del sector Comercio Rubro Venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del Distrito de Chimbote año, 2011, la metodología empleada en la investigación fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, se aplicó un cuestionario a 9 propietarios, llegando a las siguientes conclusiones:

Con respecto a la gestión de calidad los representantes de las MYPE vienen aplicando diferentes estrategias de calidad en su empresa, entre ellas la mayoría aplica los procesos administrativos, utiliza métodos para evaluar la mejora continua en los procesos tales como autoevaluaciones y revisiones, evalúan eficiencia y eficacia de la operación mediante el control de procesos.

La mayoría de los representantes de las Mype aseguró que las mediciones del desempeño de los procesos han permitido determinar si han alcanzado los objetivos planificados y que los objetivos de calidad han permitido a las empresas lograr la mejora continua.

Natividad (2017) realizó una investigación titulada: “Sistema de Gestión de calidad bajo la norma ISO 9001:2015 en la empresa ELECIN S.A. –Lima, 2017”, tesis presentada en la Universidad César Vallejo (Lima, Perú), el objetivo general de la investigación fue determinar el nivel del Sistema de Gestión de calidad de migración a la norma ISO 9001:2015 de los procesos en la empresa ELECIN S.A, la metodología empleada fue de tipo descriptiva simple, de diseño no experimental y de corte transversal, se aplicó un cuestionario a 60 trabajadores, donde se llegaron las siguientes conclusiones:

Después de revisar los resultados se concluye que existe un mayor porcentaje de percepción de los trabajadores quienes consideran que el sistema de Gestión de calidad de la norma ISO 9001:2015 permite un proceso de mejora continua de la calidad del producto y servicios en la empresa ELECIN S.A, aumenta la productividad y eficiencia, mejora el proceso de atención de necesidades y expectativas de las partes interesadas, además de un mejor aseguramiento en el cumplimiento de los objetivos de la empresa, reducción de costos y el logro de la productividad.

Agurto (2014) realizó una investigación denominada: “Sistema de gestión de calidad del área de recursos humanos de la empresa ADEN”, trabajo presentado en la Universidad de Piura (Piura, Perú), el objetivo general fue Establecer un Sistema de gestión de la calidad cuyo alcance es el área de recursos humanos de la empresa ADEN EIR, la metodología empleada en la investigación es de tipo descriptiva, llegando a las siguientes conclusiones:

El Sistema de Gestión de Calidad se basa en el ordenamiento del desarrollo de un conjunto de actividades; esto para tener un mejor control de los servicios brindados, permitiendo alcanzar mejores resultados y teniendo facilidad en la detección de errores y solución de los mismos. La norma ISO 9001, nos indica el uso del ciclo PHVA (Planear, Hacer, Controlar y Actuar), el cual es tomado como modelo en el desarrollo de todos los procesos.

En los procedimientos, tanto del Sistema de Gestión de Calidad como del área de recursos humanos, se han establecido indicadores que permitirán ver el estado de cada proceso y así ayudar en la decisión de establecer planes de mejora cuando no estén funcionando correctamente. En el área de recursos humanos se maneja un estatus de indicadores que permite diagnosticar cada proceso para enfocarnos en aquellos cuyos indicadores se encuentran por debajo de los rangos establecidos y aplicar las mejoras correspondientes.

Marchán (2015) realizó una investigación titulada: “Gestión de calidad y Marchandising en las MYPE rubro imprenta de talara, año 2015”, tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, (Piura-Perú), el objetivo general de la investigación fue determinar qué características tiene la gestión de calidad y el marchandising en las MYPE rubro Imprenta de Talara, año 2015. La metodología que se

empleó de tipo descriptiva, nivel cuantitativo y de diseño no experimental de corte transversal, se aplicó una encuesta a 6 propietarios y 58 clientes, llegando a las siguientes conclusiones:

Las MYPE tienen un alto grado de satisfacción tanto en la entrega del producto como en la atención de servicio que brindan a sus clientes, esto debido a que los propietarios de los negocios se preocupan por entregar un producto acorde con las exigencias del cliente, en el tiempo indicado y con un precio competitivo.

Ángeles (2016) realizó una investigación titulada: “Caracterización de la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio-Rubro venta de bebidas en general en la Urbanización del progreso año,2014”, tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura, Perú), el objetivo general de la investigación fue determinar las principales características de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de bebidas en general en la Urbanización del progreso año,2014. La metodología empleada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo y de diseño no experimental, se aplicó un cuestionario a 7 propietarios de las MYPE en estudio, llegando a las siguientes conclusiones:

Con respecto a la variable gestión de calidad concluyó que la totalidad de las MYPE no conocen técnicas de gestión, pero si aplican en su totalidad el liderazgo democrático, a si también en su mayoría han obtenido con la aplicación de la gestión de calidad clientes más satisfechos.

2.1.2. Benchmarking

Arellano (2012) desarrolló una investigación titulada: “Benchmarking para la empresa Barrerautos del Cantón Antonio Ante”, tesis presentada en la Universidad Regional Autónoma de los Andes (Ibarra, Ecuador), el objetivo general de la

investigación fue desarrollar el benchmarking que permita un posicionamiento empresarial de Barrerautos del cantón Ante, la metodología precisó el tipo de investigación descriptiva, explicativa, nivel cuantitativo y cualitativo. Se aplicó un cuestionario a 196 clientes llegando así a las siguientes conclusiones: El benchmarking es una herramienta viable que permite orientar la incorporación de productos dentro del mercado, ayudándonos a ser más competitivos, para lo cual se desarrolló un benchmarking externo que permita a la empresa posicionarse en el mercado considerando estrategias acordes al medio que faculten aprovechar las ventajas competitivas que el mercado oferta y que los clientes esperan de un producto.

La propuesta ayudará a optimizar recursos económicos, aprovechar las capacidades que posee el talento humano y a mejorar la atención al cliente, obteniendo así una satisfacción que realmente permita lograr la fidelidad de los mismos.

Bulart (2010) realizó una investigación denominada: “Formalización y aplicación de un proceso de benchmarking a organizaciones estudiantiles de la Universidad Simón Bolívar” trabajo presentado en la Universidad Simón Bolívar (Sertegenas, Venezuela), el objetivo general fue desarrollar y aplicar un proceso de benchmarking para comparar el desempeño de las organizaciones estudiantiles de la Universidad Simón Bolívar, la metodología precisó el tipo de investigación descriptiva y de diseño no experimental, llegando así a las siguientes conclusiones:

Para el procedimiento, capacitación y adiestramiento, todas las organizaciones estudiantiles que se mantienen al proceso de benchmarking se califican como excelentes prácticas, esto se debe a que es de gran importancia por ello capacitar a los estudiantes que ingresan a la organización, un buen programa de capacitación y adiestramiento le

permitirá a la organización adaptar mejores prácticas y evolucionar positivamente en la consecución de los objetivos.

Con un programa de motivación definido según las necesidades de la organización, se podrán lograr los objetivos de una manera más eficiente, ya que los miembros tendrán un mayor sentido de pertenencia de la organización y realizará sus actividades acordes con la consecución de los objetivos.

Vásquez (2009) desarrolló una investigación titulada: “Análisis de la aplicación del benchmarking en empresas comerciales de la Ciudad de Guatemala”, tesis presentada en la Universidad de San Carlos de Guatemala (Guatemala) el objetivo general de la investigación fue determinar el análisis de la aplicación de benchmarking en las empresas comerciales de la ciudad de Guatemala, la metodología que se precisó es tipo descriptiva, llegando a las siguientes conclusiones:

Para que una empresa pueda pensionarse en el mercado es importante conocer no solamente las características o cualidades de la competencia sino también de empresas que son de éxito, de esta manera implementar lo mejor y siendo el benchmarking un modelo que se puede llevar a cabo en cualquier tipo de empresa, pues consiste en aprender de otros, para estudiarlos y mejorar basándose en lo que se ha aprendido de empresas competidoras o no.

Cabe mencionar también que, en la mayoría de los casos, los empresarios llevan a cabo una serie de actividades en donde ponen en práctica el benchmarking, sin embargo, ellos desconocen que lo están aplicando, pues carecen de fundamento teórico en cuanto a este concepto.

Trejo (2017) realizó una investigación titulada: “Estrategias de Benchmarking para mejorar la Fidelización de clientes de la empresa Premiere de los Olivos, 2017”, tesis presentada en la Universidad Privada Norbert Wiener (Lima Perú), el objetivo general fue diseñar un material de benchmarking competitivo para la fidelización de clientes de la empresa Premiere, la Metodología que se precisó fue de tipo proyectiva, de diseño transversal, llegando a las siguientes conclusiones:

En la propuesta del plan de Benchmarking para mejorar la fidelización de clientes de la empresa Premiere, se tuvieron en cuenta aspectos importantes como la calidad percibida por el cliente y el personal calificado obteniendo resultados que no es óptimo con respecto a la fidelización de clientes, es decir la empresa aún no cuenta con una cartera de clientes fidelizados a pesar de brindar productos de calidad y contar con personal de amplia experiencia.

La empresa tiene un problema con respecto a servicio al cliente, ya que en el diagnóstico realizado se obtuvo resultados negativos es decir el cliente percibe que la empresa no brinda un servicio de calidad, motivo por el cual la retención del cliente también es bajo, sin embargo, estas satisfechos con los productos adquiridos es decir la empresa ofrece productos de calidad.

Llontop & Rimarachín (2016) realizaron una investigación denominada: “Benchmarking y su relación con las ventas en la estación de Servicios Santa Ángela S.A.C José Leonardo Ortiz” trabajo presentado en la Universidad Señor de Sipán (Lambayeque, Perú), el objetivo general fue Identificar la relación entre benchmarking y las ventas de la estación de servicios “Santa Ángela S.A.C José Leonardo Ortiz, la metodología precisó el tipo de investigación descriptivo. Se aplicó un cuestionario a 5 trabajadores y 67 clientes, llegando a las siguientes conclusiones:

Los factores que afectan los tipos de benchmarking en la empresa estación Santa Ángela S.A.C” es la poca preocupación por dar a conocer su historia (publicidad) y la falta de servicios anexos como minimarket y venta de lubricantes que arrojan un resultado en totalmente de acuerdo y 100% respectivamente.

El nivel de ventas en la estación Santa Ángela S.A.C” refleja que no está dando soluciones en su totalidad de clientes ya que la encuesta arrojó un 29% de encuestados en desacuerdo al manejo de ventas de la empresa, por ello la propuesta de benchmarking contribuirá a mejorar el nivel de ventas en la empresa.

Cabrera (2014) desarrolló una investigación titulada: “El benchmarking y la búsqueda de mejores prácticas”, tesis presentada en la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana (Iquitos , Perú) , el objetivo general fue explicar los proceso para el desarrollo de un ciclo completo de benchmarking, lo cual facilite la preparación y documentación del proceso, así como su aplicación dentro del ciclo de mejora continua en las organizaciones, la metodología que se precisó es de tipo descriptiva y práctica, llegando a concluir que el benchmarking es una herramienta que puede observar y medir cualquiera área potencial que se pueda servir a la empresa para una mejora continua.

Sánchez (2012) realizó una investigación titulada: “Propuesta de un modelo de benchmarking para mejorar la gestión de marketing en la empresa comercializadora de productos naturales, trabajo presentado en la Universidad Nacional de Piura (Piura, Perú), El objetivo general de la investigación fue Establecer un modelo de benchmarking en la empresa comercializadora de productos naturales que contribuyan a mejorar la gestión de marketing, la metodología empleada en la investigación es de tipo descriptiva y de nivel cuantitativa.

Llegando a la conclusión que el estudio del benchmarking es un proceso constante y se institucionaliza, servirá como herramienta que nos permita mejorar el desempeño de un negocio, al permitir identificar las mejores prácticas de negocio entre industrias líderes, de manera que sea más competitiva y se pueda tener más éxito en un mercado cambiante y global en que las empresas tienen que desempeñarse actualmente

Ramos (2015) realizó una investigación titulada : “ Propuesta de un benchmarking en una empresa procesadora de muebles para mejorar la gestión empresarial y su competitividad”, tesis resentada en la Universidad Nacional de Piura (Piura, Perú), el objetivo general fue proponer una herramienta de benchmarking en una empresa procesadora comercializadora de muebles para manejar la gestión empresarial y su competitividad, la metodología que se precisó es de tipo aplicativa, diseño no experimental, se aplicó una encuesta a 10 trabajadores, arribando las siguientes conclusiones:

La mayoría de las empresas utilizan el benchmarking de manera empírica pues han implementado técnicas, estrategias y procedimientos para emplearlas en actividades y mejorar los procesos. Se considera que únicamente el benchmarking operativo se utiliza para mejorar la producción y analizar los precios y calidad en comparación de la competencia.

Lizana & Espinoza (2015) realizaron una investigación denominada: “Aplicación de un Benchmarking en una cooperativa de ahorro y crédito” trabajo presentado en la Universidad Nacional de Piura (Piura, Perú), el objetivo general fue determinar la incidencia del benchmarking en el bajo posicionamiento del mercado de la cooperativa de ahorro y crédito, la metodología que se precisó es de un enfoque cuantitativo y

cualitativo, de diseño documental, se aplicó una encuesta a 20 colaboradores y 200 clientes activos, llegando a las siguientes conclusiones:

La aplicación del benchmarking permitirá incorporar proyectos de capacitación y preparación profesional para el personal, es decir capacitar al personal dentro del contexto de una cultura orientada a la satisfacción de necesidades y expectativas del cliente, con la finalidad de contar con profesionales seguros de sí mismos al ofrecer información o gestionar trámite con una total confianza y firmeza

Es necesario implementar estrategias de publicidad para de esta forma llegar a muchos lugares donde se tiene un desconocimiento total de la empresa, perimiendo ser conocida por el público además logrará un gran impacto en la mente del cliente y de los servicios y beneficios que ofrece la cooperativa.

2.2. Bases Teóricas de la investigación

2.2.1. Gestión de Calidad

2.2.1.1. Definición

Balagué & Saartí (2014) en su libro define a la gestión de calidad como el conjunto de actividades sistematizadas para dirigir y controlar una organización referente a la calidad y generalmente incluye el establecimiento de la política de la calidad, objetivos, la planificación, el control, el mejoramiento y el aseguramiento de la calidad.

2.2.1.2. Beneficios de la Gestión de Calidad

Domínguez (2018) basado a la norma ISO 9001:2015 resalta los siguientes beneficios:

Satisfacer al cliente: el objetivo principal es implementar un proceso de gestión de calidad para cumplir con las expectativas del cliente.

Obtención de nuevos clientes: se enfoca en cumplir con los estándares de calidad que permite brindar seguridad a sus clientes potenciales, la captación de nuevos clientes se basa en una buena imagen que proyecta la empresa de acuerdo a la calidad de bienes y servicios que ofrezca la organización.

Asimismo la gestión del cliente potencial debe ser cuidadosa, eficaz y con un importante componente de perspectiva a futuro, con la finalidad de establecer una relación duradera, las estrategias que se pueden emplear no deben ir acciones en contra de la fidelización por ello es necesario clasificar a los cliente de una manera detallada según características sin dejar de lado una misma línea estratégica (Férrnandez, 2014)

Mejora los procesos de la organización: los procesos que lleva a cabo la organización de acuerdo a la actividad tienen en cuenta sus estándares de calidad que certifican el cumplimiento de las normas logrando un proceso optimizado.

Diferenciación de la competencia: la empresa que establezca un proceso de gestión de calidad contará con ventajas competitivas y se destacará de la competencia, proyectando una imagen positiva sobre clientes potenciales.

Moraño (2014) señala que la capacidad de diferenciarse de la competencia permite a las empresas posicionarse en el mercado para lo cual existen diversos elementos que ayudará a diferenciarse de la competencia como son:

- Diseño: la innovación, creatividad son factores que ayudan a diferenciarse de la competencia.
- Producto o servicio: a través de una característica adicional que complemente su función básica
- Calidad: la cual facilitará fidelizar a los clientes, logrando elevados índices de satisfacción.

- Precio: proporcionar menor costo que sus competidores.
- Comunicación e Imagen: a través de campañas de publicidad de gran creatividad o promociones atractivas que facilite permanecer en la mente del consumidor asociado a la marca.
- Personal y atención al cliente: el servicio posventa o la capacidad de respuesta.

Reducción de costes sin que afecten a la calidad: es primordial mejorar la calidad de un producto o servicio sin que la calidad sea afectada, esto se refiere a optimizar el proceso y descartar los costes superficiales de tiempo o recursos.

2.2.1.3. Principios de la Gestión de Calidad

Según Lizarzaburu (2015) de acuerdo a la ISO 9001: 2015 señala los siguientes Principios:

- **Enfoque al cliente:** las diferentes empresas dependes de sus clientes, por ende, tienen que esforzarse por interpretar sus necesidades actuales y futuras, con el fin de cumplir con sus requisitos y esforzarse por sobrepasar sus expectativas.
- **Liderazgo:** los líderes de las organizaciones determinan la unidad de pronóstico y la orientación, además mantienen un ambiente interno requerido para que el personal se involucre con el logro de objetivos.
- **La participación del personal:** la gestión de calidad exige la participación de todo el personal de la organización ya que esto permitirá que sus conocimientos se traduzcan en beneficios, asimismo la motivación es clave en este principio porque si una organización dispone de un plan de incentivos, premios y reconocimientos podrá conseguir el compromiso personal.

- **Enfoque basado en procesos:** la organización debe gestionar e identificar los numerosos procesos que la integran, para que esta funcione de manera eficaz.

- **Enfoque de sistema para la gestión:** la calidad requiere identificar, comprender y gestionar como un sistema integrado, para que de esta forma la empresa genere confianza por su capacidad y por la confiabilidad de sus procesos.

- **La mejora continua:** la alta gerencia toma acciones para mejorar las propiedades, características y funciones de los productos para incrementar la eficiencia y eficacia de sus procesos que realiza.

- **Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** las decisiones para que sean eficaces deben ser tomadas en base a datos confiables y con la información suficiente.

La aplicación de este principio va a requerir: Permitir a todas las personas el acceso a los datos que necesitan, tomar decisiones y actuar según el análisis objetivo y la experiencia, además garantizar que la información sean confiables y precisos (Cortés , 2017).

- **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** la empresa debe desarrollar alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos, mejorar la productividad y aumentar la rentabilidad, logrando beneficios mutuos.

2.2.1.4. Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad

Es un trabajo de gran importancia para cualquier organización que busque mejorar su actividad empresarial; y es esencial que la alta dirección este convencida de la necesidad de éste, ya que al aplicar el SGC va a permitir a la organización un mejor

funcionamiento, por lo tanto una planificación adecuada y el respaldo de la alta dirección puede facilitar este proceso (Contreras, 2011).

2.2.1.5. Importancia del servicio al cliente

La globalización ha generado que la competencia de las empresas sea cada vez más amplia, por ende las organizaciones además de enfocarse en sus productos deben de dirigir estrategias para mejorar el servicio al cliente con la finalidad de lograr la fidelización (Núñez, 2009).

2.2.2. Benchmarking

2.2.2.1. Definición

Es un proceso que radica en analizar y evaluar productos, servicios, procesos, y otros aspectos o áreas de otras organizaciones con la finalidad de compararlas y tomarlas como referencia para diseñar estrategias a futuro, lo que permitirá mejorar su propio desempeño manteniéndose a la vanguardia y diferenciarse de las demás empresas de una manera más efectiva (Obeso, 2013).

2.2.2.2. Beneficios generales del Benchmarking

Según Trucios (2016) identifica los siguientes beneficios:

- Ayuda a establecer objetivos alcanzables.
- Proyecta tendencias futuras en su industria.
- Proporciona ventajas competitivas
- Crea una cultura de mejoramiento continuo.
- Identifica nuevas oportunidades de mejora.

2.2.2.3. Tipos

Robert (2009) señala tres tipos de benchmarking:

Benchmarking Interno:

Son las operaciones de comparación que se pueda efectuar dentro de la misma empresa, en donde se tratará de aprender de los mejores, de sus buenas prácticas, de aquellos puntos difíciles que puedan ser solventados, el benchmarking interno busca dentro de la una empresa encontrar sus propias prácticas de sabiduría para aprovecharlo al máximo en toda la organización en lugar de mirar a otras compañías

El Benchmarking interno puede generar diversas ventajas como: Fomentar un espíritu de sana competencia entre las distintas áreas de la empresa, permite la recopilación información lo cual favorece a la hora de efectuar pronósticos, ayuda a mejorar los recursos del área y mediante este proceso se pueden establecer objetivos específicos. (Domínguez, Domínguez, & Torrez, 2016)

Benchmarking Externo:

Es la práctica de la recuperación de los resultados reales de rendimiento con el objetivo de rendimiento estandarizado, se utiliza generalmente en el negocio para establecer de metas de desempeño presupuestario y financiero. Se subdivide en dos categorías competitivas y funcionales:

-Benchmarking competitivo: es una herramienta analítica utilizada para medir y comparar las operaciones de negocio, funciones o procesos de los competidores, la aplicación del benchmarking competitivo es un desafío y la oportunidad de obtener mayores ventajas competitivas.

-Benchmarking Genérico: es un método de comparar el desempeño y los procesos de las organizaciones en las industrias relacionadas, se utiliza para mejorar el rendimiento y procesos, así crear nuevas normas, es uno de los cuatro tipos diferentes de evaluación comparativa.

El benchmarking externo proporciona ventajas competitivas como posicionar los productos, descubrir las prácticas e implementarlas, además permite emplear tecnologías, prácticas o canales de distribución. (Manene, 2011)

Benchmarking Funcional

Genera ventajas competitivas como: compara los estándares de la empresa con los de la industria a la que pertenece, identifica la práctica más exitosa de otra organización, sea o no competidor directa, y aumenta la rentabilidad, pero teniendo en cuenta la reputación que tenga en el área específica que esté sometido el benchmarking

2.2.2.4. Aspectos

- **Calidad:** nivel de valor fundado de los productos para el cliente sobre el costo de producción, en este aspecto es primordial para conocer la forma en que otras empresas manejan sus sistemas de calidad, esto puede ser usado desde el punto de vista de calidad percibida por los clientes lo cual se determina por la relación y su satisfacción del mismo.

- **Productividad:** se orienta a la búsqueda de la excelencia en las áreas que analizan los recursos de entrada de la organización; asimismo podría ser manifestada por el volumen de producción y el uso de recursos ya sea en costos o capital.

- **Tiempo:** constituye la orientación al avance industrial en los últimos tiempos, considerado un factor fundamental para la mejorar la productividad y la competencia que se refleja mediante flujos más rápidos en ventas, administración y distribución (Morales, 2009).

El tiempo de entrega de un producto es una de los principales indicadores de gestión de una empresa ya que ayuda a evaluar de manera integral todo el proceso productivo ya que facilitarán determinar las fallas en cualquier punto del proceso , su

ventaja principal es mantener buenas relaciones con sus clientes logrando su fidelización (Carrillo, 2016).

2.3. Hipótesis

Según Sampieri (2014) la investigación descriptiva busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencias de un grupo o población, además en esta investigación no se formula hipótesis porque únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente sobre las variables a las que se refieren, por lo tanto debido a que nuestra investigación es de tipo descriptiva no registra hipótesis dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

Según Hernández, Fernández, & Bautista (2014) consideran que el tipo de investigación descriptiva consiste en buscar especificar propiedades, características y rasgos más importantes de cualquier fenómeno que se analice, por lo tanto, la presente investigación al reunir dichas particularidades, se clasificará como descriptiva porque buscará encontrar las características de la gestión de calidad y benchmarking de las MYPE rubro Fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017.

La investigación es de nivel cuantitativo porque utiliza la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico con el fin de establecer pautas de comportamiento, generaliza los resultados encontrados en un grupo (muestra) a una colectividad mayor (universo o población), además sigue un proceso secuencial que permitan medir las variables de un determinado contexto (Hernández, Fernández, & Bautista, 2014).

La investigación es de diseño no experimental ya que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y además es de corte transversal porque la investigación se da en un tiempo determinado, para luego analizarlos. (Hernández, Fernández, & Bautista, 2014).

3.2. Población y muestra

Población:

Se ha determinado como población de estudio a las MYPE comerciales rubro fertilizante de La Unión (Piura), en las cuales se ha tomado como unidades de estudio para ambas variables Gestión de calidad y Benchmarking a propietarios y clientes.

Para lo cual detallamos el siguiente cuadro:

N°	MYPE	RUC	Dirección	Representante	Cantidad de Trabajadores
1	Agroinversiones J & J S.R.L.	20525956491	Calle Lima N°423 Centro de la Unión	José del Carmen Pingo Bayona	6
2	Agronegocios y Servicios Generales Eleodoro y Teodosia E y T Chunguita S.A.C.	20530348700	Calle Chepa Santos N°515 Centro de La Unión	Francisco Chunga Bayona	3
3	Agro Santa Martha E.I.R.L.	20600014197	Calle Lima N° 576 Centro la Unión	Rodolfo Yovera Sernaqué	3
4	Comercializadora Fertiagro S.R.L.	20526261888	Calle Lima Mza. Z Lote. 3 Int. 0008 Centro. San Clemente Piura-Sechura - Bellavista de La Unión	Martin Adanaque Santos	4
4	TOTAL				16

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

Elaboración propia

La muestra

Para ambas variables se ha determinado como población de estudio a los propietarios, al ser la población menor a 50 la cantidad de las mismas será considerada como muestra de estudio, de acuerdo a lo que detalla Sampieri (2010) quien indica que cuando $N \leq 50$ individuos, la población es igual a la muestra, por lo tanto, la muestra de

propietarios serán $n = 4$. En tanto los clientes constituyen una población infinita ya que se desconoce el número de clientes que acuden a las MYPE en estudio.

Por ello para conocer la cantidad de clientes de las MYPE comerciales rubro fertilizantes se aplicó una prueba piloto a 30 agricultores y la pregunta formulada fue: ¿Usted compra productos en las MYPE comerciales rubro fertilizantes?, dando como resultado que 27 clientes respondieron que Sí y 3 respondieron que No. Con los resultados obtenidos se aplicó la fórmula de población infinita.

Según Ochoa (2013) la fórmula de población infinita es:

$$n = \frac{Z^2 \cdot (p \cdot q)}{(e)^2}$$

Dónde:

Z^2 = Nivel de confianza (95% --- 1.96)

e = Margen de error (5 %)

p = Probabilidad de opinión favorable (27/30 = 0.90)

q = Probabilidad de opinión en contra (1-p = 0.10)

Entonces:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.90 \cdot 0.10}{(0.05)^2}$$

$$n = 138.02$$

Por lo que el tamaño de la muestra será: $n = 138$ clientes

3.2.1. Criterios de inclusión

Para ambas variables gestión de calidad y benchmarking se considera a los propietarios a aquellos registrados en la Sunat

Además, se considera a los clientes que este caso son los agricultores que viven en el Distrito de la Unión en el rango de edad de 18- 60 años.

3.2.2. Criterios de exclusión

Se excluye a los clientes que nos están en condiciones o en capacidad de brindar información (alteraciones mentales).

3.3. Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala	Fuente
Gestión de calidad	Es un conjunto de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad (Balagué & Saarti , 2014)	Beneficios	La dimensión “beneficios” se medirán con sus indicadores: satisfacción al cliente, obtención de nuevos clientes, mejorar los procesos, diferenciación y reducción de costos.	Satisfacer al cliente	Ordinal	Clientes
				Obtención de nuevos clientes	Nominal	Propietarios
				Mejorar los procesos	Ordinal	Propietarios
				Diferenciación	Ordinal	Clientes
				Reducción de costos	Nominal	Propietarios
		Principios	La dimensión “Principios” se medirán con sus indicadores: Enfoque al cliente, liderazgo al cliente, relaciones con el proveedor y participación del personal.	Enfoque al cliente	Ordinal	Clientes
				Liderazgo	Ordinal	Propietarios
				Participación del personal		
				Toma de decisiones		
				Relaciones con el proveedor		
Benchmarking	Es un proceso que radica en analizar y evaluar	Tipos	La dimensión “Tipos” se medirán con sus indicadores: Interno, externo y funcional.	Interno	Ordinal	Propietarios
				Externo		
				Funcional		

<p>productos, servicios, procesos, y otros aspectos o áreas de otras organizaciones con la finalidad de compararlas y tomarlas como referencia para diseñar estrategias a futuro (Obeso, 2013).</p>					
	Aspectos	La dimensión “Aspectos” se medirán con sus indicadores: calidad, productividad y tiempo.	Calidad	Nominal/ Ordinal	Clientes
			Productividad	Ordinal	Propietarios
Tiempo	Ordinal		Clientes		

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta para conocer las características sobre la Gestión de calidad y Benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes, se realizaron 18 preguntas de la variable gestión de calidad y 16 para la variable benchmarking.

La encuesta puede definirse como una técnica de captura de la información estructurada, lo que puede incluir en la información recogida y no debe utilizarse más que en determinadas situaciones en las que la información que se quiere capturar está estructurada en la población objeto de estudio, su utilización parte necesariamente de un proyecto de estudio de investigación que ya tiene definidos sus objetivos, hipótesis, metodología y tiempo (Alvira, 2011).

El instrumento utilizado fue el cuestionario que se obtendrá a partir de la operacionalización de las variables, utilizando un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de obtener una respuesta, las encuestas serán aplicados a 4 propietarios y 138 clientes.

Un cuestionario es un instrumento que se utiliza para recoger datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que llevan a cabo metodologías de encuestas, es un herramienta que permite plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas (Meneses & Rodríguez, 2015).

3.5. Plan de análisis

Para el recojo de datos se realizaron coordinaciones con los representantes y clientes de las MYPE comerciales rubro fertilizantes para aplicarles los cuestionarios, los cuales están debidamente validados por los expertos

Una vez recopilados los datos estadísticos, se procedió a tabular y graficar de acuerdo a cada variable en estudio, se elaboraron tablas de distribución, de frecuencias y figuras estadísticas, asimismo se empleará el programa Excel y Microsoft 2016. Luego se realizó la definición y análisis de resultados.

3.6. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Dimensiones	Indicadores
Caracterización de la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017.	¿Qué características tiene la gestión de calidad y el benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017?	General: Describir las características de la gestión de calidad y el benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de la Unión (Piura), año 2017.	Según Sampieri (2014) la investigación descriptiva no se formula hipótesis porque únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente sobre las variables a las que se refieren.	Gestión de calidad	Tipo de Investigación: Descriptiva Nivel de Investigación: Cuantitativa. Diseño: No experimental, transversal Población: Para ambas variables serán propietarios y clientes. Muestra: 4 propietarios y 139 clientes Técnica: encuesta	Beneficios	Satisfacer al cliente
		Específicos (a) Conocer los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017.					Obtención de nuevos clientes
		(b) Identificar los principios de la gestión de calidad en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017.				Principios	Mejorar los procesos
							Diferenciación
							Reducción de costos
							Enfoque al cliente
							Liderazgo
							Participación del personal

					Instrumento: Cuestionario		Toma de decisiones Relaciones con el proveedor
		(d) Identificar el tipo de benchmarking que utilizan las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017.		Benchmarking		Tipos	Interno Externo Funcional
		(c) Determinar los aspectos del benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017.				Aspectos	Calidad Productividad Tiempo

3.7. Principios éticos

El presente trabajo se realizó con total transparencia al momento de la recolección de datos de la población en estudio, de la misma forma se respetó el principio ético de la confidencialidad protegiendo la identidad de los individuos que participan en el estudio. Además, se puso énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos y la honestidad al momento de realizar los análisis, asimismo se respetaron los derechos del autor.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

Variable Gestión de Calidad

Tabla 1

Beneficios al realizar una gestión de calidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Satisfacer al cliente	2	50%
Obtención de nuevos clientes	1	25%
Mejora los procesos	1	0%
Diferenciación de la competencia	0	25%
Reducción de costes	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 2

La gestión de calidad permite captar nuevos clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 3

La gestión de calidad mejora los procesos de la organización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy desacuerdo	3	75%
De acuerdo	1	25%
Poco de acuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE
Elaboración Propia

Tabla 4

La diferenciación proyecta una imagen positiva

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE
Elaboración Propia

Tabla 5

La gestión de calidad le permite reducir costos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	75%
No	1	25%
Total	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE
Elaboración Propia

Tabla 6*Principio que aplica con frecuencia la MYPE*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Enfoque al cliente	3	75%
Liderazgo	0	0%
Participación del personal	0	0%
Toma de decisiones	0	0%
Relaciones beneficiosas con el proveedor	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 7*Influencia del liderazgo en el personal*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	3	75%
De acuerdo	1	25%
Poco de acuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 8*Técnicas para motivar la participación de su personal*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Plan de incentivos	3	75%
Reconocimientos	0	0%
Premios	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 9

La gestión de calidad facilita la toma de decisiones

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 10

Beneficio que le ofrece sus proveedores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precios accesibles	1	25%
Productos de calidad	2	50%
Descuentos	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 11

Ventaja de alianzas estratégicas con sus proveedores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ser más competitivas	1	25%
Mejora la productividad	2	50%
Aumenta la rentabilidad	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 12

Satisfacción del cliente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	66	48%
Satisfecho	58	42%
Poco Satisfecho	6	4%
Insatisfecho	4	3%
Totalmente insatisfecho	4	3%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 13

Implementación de estrategias

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	62%
No	53	38%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 14

Diferenciación de la competencia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
La imagen	42	30%
Producto	40	29%
Atención al cliente	51	37%
Ubicación	5	4%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 15*Manera de cubrir las necesidades*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Interpreta sus necesidades actuales y futuras	36	26%
Satisface todos sus requisitos	30	22%
Productos de calidad	72	52%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 16*El personal absuelve sus reclamos y quejas*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	36	26%
No	102	74%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 17*Precios de los productos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Altos	33	24%
Bajos	26	19%
Accesibles	79	57%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 18

Mejoramiento de la Gestión de Calidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	54%
No	64	46%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

Variable Benchmarking

Tabla 19

Aplicación del benchmarking

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 20

El benchmarking mide su nivel de competitividad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	75%
No	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 21***Beneficios del benchmarking***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ayuda a establecer objetivos de una organización	0	0%
Mejora el conocimiento sobre el interior de la empresa	1	25%
Amplia el análisis externo	1	25%
Identifica nuevas oportunidades de mejora	2	50%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 22***Tipo de benchmarking que aplica la MYPE***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Interno	0	0%
Externo	3	75%
Funcional	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 23***Ventaja competitiva al aplicar el benchmarking interno***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Estar a la par que la competencia	0	0%
Mejora los recursos del área	3	75%
Eventos a futuro	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 24

Ventaja competitiva al aplicar el benchmarking externo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Implementar tecnologías	1	25%
Posicionar los productos	1	25%
Descubrir practicas e implementarlas	2	50%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 25

Ventaja competitiva al aplicar el benchmarking funcional

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Identifica la práctica más exitosa	2	50%
Comparar estándares con otras empresas	1	25%
Aumenta la rentabilidad	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 26

Aspecto fundamental en la aplicación del benchmarking

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
La calidad	2	50%
Productividad	1	25%
Tiempo	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 27*La productividad se enfoca en la búsqueda de la excelencia*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	50%
De acuerdo	1	25%
Poco de acuerdo	1	25%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE
Elaboración Propia

Tabla 28*Calidad de los fertilizantes*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
El producto es de excelente calidad	77	56%
El producto supera sus expectativas	54	39%
El producto tiene excelente presentación	7	5%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE
Elaboración Propia

Tabla 29*Determinación de un producto de calidad*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Por la marca	51	37%
Por el precio	76	55%
Empaque	11	8%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE
Elaboración Propia

Tabla 30

El producto es mejor que el de la competencia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	104	75%
No	34	25%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 31

Aspecto de relevancia en su decisión de compra

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precio	33	24%
Calidad de los fertilizantes	70	51%
Tiempo de entrega	22	16%
La marca	13	9%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 32

El servicio cubre sus expectativas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	44%
No	77	56%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 33

El tiempo de entrega cubre sus expectativas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	40	29%
En ocasiones	85	62%
Nunca	13	9%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

Tabla 34

Frecuencia de respuesta del servicio de atención al cliente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1-3 minutos	11	8%
3-5 minutos	29	21%
5-10 minutos	75	54%
10 a más	23	17%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE

Elaboración Propia

4.2. Análisis de Resultados

Variable Gestión de Calidad - Propietarios

Según la tabla N°1 denominada “Beneficios al realizar una gestión de calidad”, el 50% de los propietarios señaló que es satisfacer al cliente, esto coincide con la investigación realizada por Ángeles (2016) quien señala que en la mayoría de las MYPE han obtenido con la aplicación de la gestión de calidad clientes más satisfechos.

En la tabla N°2 denomina “La gestión de calidad permite captar nuevos clientes”, el 100% señaló que sí, esto coincide con lo definido por Domínguez (2018) quien resalta que uno de los beneficios de la gestión de calidad permite es la obtención de nuevos clientes ya que al cumplir con los estándares de un sistema de gestión de calidad ofrece seguridad a sus clientes potenciales. Además, Fernández (2014) señala que la gestión del cliente potencial debe ser cuidadosa, eficaz y con un importante componente de perspectiva a futuro, con la finalidad de establecer una relación duradera con el cliente.

Según la Tabla N° 3 denominada “la gestión de calidad mejora los procesos”, el 75% afirmó estar muy de acuerdo con la afirmación, esto coincide con Agurto (2014) quién indica que el sistema de gestión calidad mediante indicadores permitirá ver el estado de cada proceso y así ayudar en la decisión de establecer planes de mejora cuando no esté funcionando correctamente, asimismo Natividad (2017) en su investigación señala que la gestión de calidad permite un proceso de mejora continua de la calidad del producto y servicios además de mejorar el proceso de atención de necesidades y expectativas del cliente.

Según la tabla N° 4 denominada “La diferenciación proyecta una imagen positiva sobre clientes potenciales”, el 100% de los propietarios afirmó que Si, esto coincide con Domínguez (2018) quién define que la diferenciación de una empresa se basa en contar con un sistema de gestión de calidad le permitirá tener ventajas competitivas y destacarse

de la competencia proyectando una imagen positiva sobre clientes potenciales. Moraño (2014) señala que la capacidad de diferenciarse de la competencia permite a las empresas posicionarse en el mercado, dependiendo de diversos elementos como es el diseño, producto o servicio, calidad, precio, comunicación, personal y atención al cliente.

En la tabla N° 5 denominada “La gestión de calidad permite la reducción de costos”, el 75 % afirmó que sí, esto coincide con lo con la investigación realizada por Natividad (2017) quien señala que aplicando un sistema de gestión de calidad permite el cumplimiento de los objetivos de la empresa, reducción de costos y el logro de la productividad.

Según la tabla N° 6 denominada “Principio que aplica con frecuencia la MYPE”, el 75% afirmó que es el enfoque al cliente, esto coincide con la investigación realizada por Borja y Jijón (2014) quienes señalan que bajo la norma ISO buscan crear un enfoque al cliente para la resolución de quejas y alertar al personal para mejorar habilidades, y dar una base para el análisis de quejas y su respectiva resolución.

Según la tabla N° 7 denominada “Influencia del liderazgo en el personal”, el 75 % de los propietarios estar muy de acuerdo, esto tiene coincidencia con lo definido por Lizarzaburu (2015) quien señala que el principio de liderazgo permite determinar la unidad de pronóstico manteniendo un ambiente interno requerido para el personal se involucre con el logro de objetivos.

En la tabla N° 8 denominada “Técnicas para motivar la participación de su personal”, el 75 % de los propietarios señaló que brindan un plan de incentivos a sus trabajadores, esto coincide con lo definido por Lizarzaburu (2015) quien define que uno de los principios de la gestión de calidad es la participación del personal, donde la

motivación es la clave en este principio ya que si una organización dispone de un plan de incentivos , premios y reconocimientos podrá conseguir el compromiso personal.

En la tabla N° 9 denominada “La gestión de calidad facilita la toma de decisiones”, en donde el 100% de los propietarios afirmó que Si, esto coincide con lo definido por Lizarzaburu (2015) quien señala que las decisiones para sean eficaces deben ser tomadas en base a los datos e información. Asimismo Cortés (2017) describe que la aplicación de este principio permite a las personas el acceso a los datos que necesitan, tomar decisiones y actuar según la experiencia, además garantiza que la información sea confiable y precisa.

Respecto a la tabla N° 10 denominada “Ventaja de alianzas estratégicas con sus proveedores”, el 50% señaló que mejora la productividad, esto coincide esto coincide con lo definido por Lizarzaburu (2015) que señala que las relaciones beneficiosas con el proveedor permite lograr alianzas estratégicas con los proveedores logrando mejorar la productividad.

En la tabla N° 11 denominada “Beneficio que le ofrece sus proveedores”, en la cual el 50% señaló que sus proveedores le brindan productos de calidad, esto coincide con la investigación realizada por Arías (2012) quien señala que el proceso estructurado de selección, evaluación y reevaluación de proveedores garantiza a la organización la calidad de los productos y servicios adquiridos, bajo especificaciones definidas y parámetros de control claros.

En la Tabla N° 12 denominada “Satisfacción del cliente”, el 48 % señaló estar muy satisfecho con la atención recibida, esto coincide con la investigación realizada por Marchan (2015) quién señala que los clientes de las MYPE tienen un alto grado de

satisfacción tanto en la entrega del producto como en la atención de servicio que se les brinda.

En la tabla N° 13 denominada “Implementación de estrategias, el 62% afirmó que la MYPE si está implementando estrategias para mejorar la atención del cliente, esto tiene relación con la investigación realizada por Marchán (2015) quien señala que las MYPE brindan un buen servicio al cliente y esto se ve reflejado porque los propietarios se preocupan por entregar un producto de acuerdo a las exigencias del cliente, en el tiempo indicado y con un precio competitivo. Además Nuñez (2009) señala que las organizaciones además de enfocarse en sus productos deben dirigir estrategias para mejorar el servicio al cliente con la finalidad de lograr la fidelización.

En la tabla N° 14 denominada “Diferenciación de la competencia “, el 37% señaló que es atención al cliente que recibe por parte de la MYPE rubro fertilizantes esto coincide parcialmente con lo definido por Moraño (2014) quién indica que uno de los elementos que permite a las empresas diferenciarse de la competencia es el personal y la atención al cliente, mediante el servicio pos venta o la capacidad de respuesta. Por otro lado, Domínguez (2018) señala que una empresa que cuente con un sistema de gestión de calidad basado en la norma siempre contará con ventajas competitivas y se destacará por encima de la competencia

En la tabla N° 15 denominada “Manera de cubrir sus necesidades”, el 52 % señaló que es por medio de los productos de calidad, esto coincide con la investigación realizada por Natividad (2017) quién indica que gracias a un sistema de gestión de calidad permite un proceso de mejora continua de la calidad del producto y servicios de la empresa aumentando la productividad y eficiencia, mejora el proceso de atención de necesidades y expectativas de las partes interesadas.

Por otro lado, Lizarzaburu (2015) señala que uno de los principios de la gestión de calidad es el enfoque al cliente donde señala que las organizaciones dependen de sus clientes por ende deben enfocarse por interpretar sus necesidades actuales y futuras y cumplir con sus requisitos.

Respecto a la tabla N° 16 denominada “El personal absuelve sus reclamos y quejas”, el 74 % señaló que no, esto no coincide con la investigación realizada Borja y Jijón (2014) quién indica que la norma ISO busca crear un enfoque al cliente para resolución de las quejas y alertar al personal para mejorar habilidades; y dar una base para el análisis del proceso de quejas y su resolución permitiendo el mejoramiento de la imagen de la empresa y un incremento de las ventas gradual, gracias a un proceso de fidelización de la clientela.

En la tabla N° 17 denominada “Precios de los productos”, el 57% señaló que los precios son accesibles, esto coincide parcialmente con las investigaciones realizadas por Marchán (2015) donde señala que los propietarios de las MYPE en estudio se preocupan por entregar un producto acorde con las exigencias del cliente, en el tiempo indicado y además con un precio competitivo. Por otro lado, Moraño (2014) señala que uno de los elementos para diferenciarse de la competencia es el precio ya que consiste en proporcionar menor costo que sus competidores.

En la tabla 18 denominada “Mejoramiento de la gestión de calidad”, el 54% señaló que, si se está mejorando la gestión de calidad, tal como lo indica Rubio (2014) quien señala que la MYPE está aplicando estrategias de calidad en su empresa, entre la mayoría procesos administrativos, utiliza métodos para evaluar eficiencia y eficacia en los procesos.

Variable Benchmarking

En la tabla N° 19 denominada “Aplicación del benchmarking”, el 100 % afirmó que, si lo aplicaría, esto coincide parcialmente con la investigación realizada por Vázquez (2009) quien señala que para que una empresa pueda posicionarse en el mercado es importante que implemente el benchmarking ya que es un modelo que se puede llevar en cualquier tipo de empresa, pues consiste en aprender de otros, para estudiarlos y mejorar basándose en lo que se ha aprendido de empresas competidoras o no.

En la tabla N° 20 titulada “El Benchmarking mide su nivel de competitividad”, el 75% afirmó que si, tal como lo indica Sánchez (2012) quien señala que el benchmarking es una herramienta que permite mejorar el desempeño del negocio, al permitir identificar las mejores prácticas de negocio entre industrias líderes, de manera que sea más competitiva y se pueda tener más éxito en el mercado cambiante.

En la tabla N° 21 titulada “Beneficios del benchmarking”, el 50% señaló que el benchmarking ayuda a establecer objetivos de una organización, esto coincide con la investigación realizada por Bulart (2010) quién señala que el benchmarking le permitirán lograr los objetivos de una manera eficiente ya que los miembros tendrán sentido de pertenencia de la organización y realizará sus actividades acorde con la consecución de objetivos.

Respecto a la tabla N° 22 denominada “Tipo de benchmarking que aplica la MYPE”, el 75 % señaló que utiliza un benchmarking externo, esto tiene coincide con la investigación realizada por Arellano (2012) quién señala que para posicionar los productos se desarrolló un benchmarking externo que permita a la empresa posicionarse en el mercado considerando estrategias acorde al medio que faculden aprovechar las ventajas competitivas que el mercado oferta y que los clientes esperan de un producto.

En la tabla N° 23 titulada “Ventaja competitiva al aplicar el benchmarking interno”, el 75% señala que mejora los recursos del área, esto tiene relación con lo definido por Domínguez, Domínguez & Torrez (2016) quién señala que el benchmarking interno ayuda a mejorar los recursos del área y mediante este proceso se pueden establecer objetivos específicos, por otro lado Robert (2009) indica que el benchmarking interno busca dentro de la organización encontrar sus propias prácticas de sabiduría para aprovecharlos al máximo en toda la organización.

En la tabla N° 24 denominada “Ventaja competitiva al aplicar el benchmarking externo”, el 50 % considera que la ventaja es posicionar los productos en el mercado, esto coincide la con Arellano (2012) quien en su investigación señaló que el benchmarking es una herramienta viable que permite orientar la incorporación de productos dentro del mercado, ayudándolos a ser más competitivos, considerando estrategias acorde al medio que faculta aprovechar las ventajas competitivas que el mercado oferta y que los clientes esperan del producto.

Respecto a la tabla N° 25 denominada “Ventaja competitiva al aplicar el benchmarking funcional”, el 50 % señaló que identifica la práctica más exitosa, esto tiene relación con la investigación realizada por Sánchez (2012), quien señala que el benchmarking al permite identificar las prácticas entre industrias líderes, de manera que ser más competitiva y pueda tener éxito en el mercado.

En la tabla N° 26 denominada “Aspecto fundamental en la aplicación del benchmarking”, el 75% de los propietarios considera que es la calidad, esto tiene relación con la investigación realizada por Trejo (2017) quien indica que la propuesta del plan de Benchmarking para mejorar la fidelización de clientes se tuvieron en cuenta aspectos importantes como la calidad percibida por el cliente y el personal calificado obteniendo resultados que no es óptimo con respecto a la fidelización de clientes, es decir la empresa

aún no cuenta con una cartera de clientes fidelizados a pesar de brindar productos de calidad y contar con personal de amplia experiencia.

En la tabla N° 27 denominada “La productividad se enfoca en la búsqueda de la excelencia”, el cual el 50% de los propietarios está muy de acuerdo con la afirmación, esto coincide con lo resaltado por Morales (2009) quien señala que la productividad se orienta a lograr la excelencia en las áreas que analizan los recursos de entrada de la organización.

En la tabla N° 28 denominada “Calidad de los fertilizantes”, el 56% señaló que el producto es de excelente calidad en comparación al resto, esto se relaciona con la investigación realizada por Ramos (2015) quién considera que únicamente el benchmarking se utiliza para mejorar la producción, analizar precios y calidad en comparación de la competencia.

Respecto a la tabla N° 29 “Determinación de un producto de calidad”, el 55 % de los clientes señaló que por del medio de los precios determinan si el producto es de buena calidad, esto se relaciona con Morales (2009) quién señala que la calidad es nivel de valor fundado de los productos por el cliente sobre el costo de producción, este aspecto es primordial para conocer la forma en que otras empresas manejan sus sistemas de gestión de calidad

Según la tabla N° 30 denominada “El producto es mejor que el de la competencia”, el 75% señaló que sí, esto tiene relación con lo definido por Morales (2009) que el benchmarking puede ser utilizado desde el punto de vista de calidad percibida por los clientes lo cual determina por relación y su satisfacción del mismo.

En la tabla N° 31 “Aspecto de relevancia en su decisión de compra”, el 51 señaló que fue la calidad de los fertilizantes, esto tiene relación con lo indicado por Trejo (2017) quién señala que la empresa a pesar de no contar con una cartera de clientes brinda productos de calidad y cuenta con un personal de amplia experiencia.

En la tabla N° 32 denominada “El servicio cubre sus expectativas”, el 56 % señaló que no cubre sus expectativas, esto tiene relación con lo señalado por Trejo (2017) quien señala en su investigación que la empresa tiene un problema con respecto a servicio al cliente, ya que en el diagnóstico realizado se obtuvo resultados negativos es decir el cliente percibe que la empresa no brinda un servicio de calidad, motivo por el cual la retención del cliente también es baja.

En la tabla N° 33 titulada: “El tiempo de entrega cubre sus expectativas” el 62% señaló que, en ocasiones, esto tiene relación con lo definido por Carrillo (2006) quien señala que el tiempo de entrega de un producto es uno de los principales indicadores de gestión de la empresa ya que ayuda evaluar de manera integral todo el proceso productivo. Por otro lado, Morales (2009) señala que el tiempo es el factor fundamental para mejorar la productividad

En la tabla N °34 denominada “Frecuencia de respuesta del servicio de atención al cliente”, el 54% señaló que es de 5-10 minutos esto se relaciona con lo definido Carrillo (2016) quien señala necesario cumplir con los requisitos del cliente dentro del tiempo establecido, asimismo Morales (2009) señala que la competencia se refleja mediante flujos más rápidos en ventas, administración y distribución.

V. CONCLUSIONES

Respecto a los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE comerciales rubro fertilizantes se conoció que logran satisfacer al cliente, diferenciarse de la competencia y obtener nuevos clientes lo cual les permite ser más competitiva en el mercado.

En cuanto a los principios de la gestión de calidad en las MYPE, se pudo identificar que los principios que utilizan con más frecuencia es el enfoque al cliente y relaciones beneficiosas con sus proveedores ya que las MYPE se preocupan por brindar un producto de calidad.

Respecto al tercer objetivo sobre el tipo de benchmarking que utiliza las MYPE se pudo identificar que utilizan en su mayoría el benchmarking externo ya que los propietarios llevan a cabo una serie de actividades para posicionar sus productos y ponen en práctica esta herramienta para medir y comparar funciones y procesos con la competencia.

Finalmente se pudo determinar que el aspecto del benchmarking que predomina en las MYPE es la calidad percibida por el cliente que se determina por su nivel de satisfacción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agurto Masías, C. (2014). *Acerca de nosotros: Universidad de Piura*. Obtenido de Web site. Universidad de Piura: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2237/ING_549.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alvira, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Madrid, España: Centro de investigaciones sociales, Segunda edición.
- Ángeles Velásquez, B. (2016). *Acerca de nosotros: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote*. Obtenido de Web site. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote : http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/560/ANGELES_VELASQUEZ_BRIAN_CESAR_STEVEN_GESTION_CALIDAD_MYPE_BE_BIDAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arellano, M. (2012). *Acerca de nosotros: Universidad Regional Autónoma de los Andes*. Obtenido de Web site. Universidad Regional Autónoma de los Andes: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/3263/1/TUIADM002-2013.pdf>
- Arias, J. (2012). *Acerca de nosotros: Universidad Libre de Colombia*. Obtenido de Web site. Universidad Libre de Colombia: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9057/Proyecto%20final%20Q%26CG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arroyo, J. (2013). *Municipalidades entrampan formalización de MYPEs*. (16 de mayo de 2013).
- Balagué, N., & Saarti, J. (2014). *Gestión de la calidad en la biblioteca*. Editorial UOC.

- Borja, S., & Jijón, J. (2014). *Acerca de nosotros: Universidad Internacional del Ecuador*. Obtenido de Web site. Universidad Internacional del Ecuador: <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/535/1/T-UIDE-0499.pdf>
- Bulart Povea, M. (2010). *Acercade nosotros: Universidad Simón Bolívar* . Obtenido de Web site. Universidad Simón Bolívar : <http://159.90.80.55/tesis/000148957.pdf>
- Cabrera Vela, M. (2014). *Acerca de nosotros: Universidad Nacional de la Amazonia Peruana*. Obtenido de Web site. Universidad Nacional de la Amazonia Peruana: <http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/UNAP/4619>
- Carrillo, G. (19 de septiembre de 2016). *Acerca de nosotros: Transmagneca*. Obtenido de Web site. Transmagneca: <http://www.transmagneca.com/wordpress/tiempo-de-entrega-y-compromiso-con-la-calidad/>
- Colina, J. (2009). *Las estrategias competitivas genéricas de Porter*. Córdoba, AR: El Cid Editor | apuntes. ProQuest ebrary.
- Contreras, M. (2011). *Propuesta de un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) basado en la norma ISO 9001:2008 para la empresa METALMECÁNICA MECASUR C.A.* Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Cortés , J. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (Iso 9001:2015)*. Málaga. España: ICB. S.L Interconsulting Bureau S.L.
- Diario Gestión, 2. (27 de Mayo de 2017). "Las mypes podrán ser constituidas en 3 días con la nueva Ley Mype". *Gestión*.
- Diario Perú 21, P. (17 de Mayo de 2017). Unas 150 mil mypes serán digitalizadas en dos años para incrementar sus ventas. *Perú 21*.
- Dmmínguez , S. (13 de marzo de 2018). *¿Cuáles son los beneficios de implementar un Sistema de Gestión de Calidad?* Obtenido de Nueva ISO 9001:2015.

- Domínguez, G., Domínguez, A., & Torrez, J. (2016). *Didáctica y aplicación de la administración de operaciones*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Dondero, F. (2008). *“Los servicios de desarrollo empresarial como factor determinante para mejorar la competitividad y el desarrollo de las MYPES, en el universo del APEC”*. Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Fernández, J. (2008). *La gestión del riesgo operacional: de la teoría a su aplicación*. Madrid: Ediciones 2010, S.L.
- Fernández, J. (26 de Agosto de 2014). *Acerca de nosotros. Mire la Solución*. Obtenido de <http://www.mirelasolucion.es/blog/la-importancia-de-una-gestion-correcta-del-cliente-potencial/>
- Generalitat de Catalunya. (2009). *BENCHMARKING*.
- Gestión Diario, 2. (23 de Agosto de 2014). El 72.7% de mypes no lleva registro de ventas lo que dificulta su acceso al crédito. *Diario Gestión*.
- Gisbert, V., & Raissouni, O. (2014). *Benchmarking, herramienta de control de calidad y mejora continua*. Valencia: Empresa.
- Gonzalez, D., & Bermeo, H. (2016). *Sistema de gestión de calidad para el aseguramiento de calidad de resultados de proyectos de investigación*. Colombia: Cogestec.
- Hernández, R., Fernández, C., & Bautista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Sexta edición, Editores, S.A. DE C.V.
- Herrera, P. (05 de Marzo de 2011). *Las 5 “M” como método para localizar la causa raíz de un problema*. Obtenido de <http://blog.sage.es/innovacion-tecnologia/las-5-m-como-metodo-para-localizar-la-causa-raiz-de-un-problema/>
- Ibarra, M. (2009). *ISO 10006*. Córdoba: El Cid Editor | apuntes.

- Lizana Zevallos , S., & Espinoza Pérez, J. (2015). *Acerca de nosotros: Universidad Nacional de Piura*. Obtenido de Web site. Universidad Nacional de Piura: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/582/CON-LIZ-ZEV-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lizarzaburu, E. (2015). *La gestión de calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015*. Perú: Universidad & Empresa.
- Llontop Salazar, L., & Rimarachín Rivera, R. (2016). *Acerca de nosotros: Universidad Señor de Sipán* . Obtenido de Web site. Universidad Señor de Sipán : <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2287/Tesis%20de%20Llontop%20Salazar%20y%20Rimarach%EDn%20Rivera.pdf;jsessionid=F2B2BF315DCB250F3E5C43D463C9EC7F?sequence=1>
- Manene, L. (15 de Abril de 2011). *Acerca de nosotros: BENCHMARKING: definiciones, aplicaciones, tipos y fases del proceso*. Obtenido de Web site. Actualidad Empresa.
- Marchán Zapata, E. (2015). *Acerca de nosotros: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote*. Obtenido de Web site. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/768/GESTION_D E_CALIDAD_MERCHANDISING_MARCHAN_ZAPATA_%20ERICKA_R OXANA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/768/GESTION_D E_CALIDAD_MERCHANDISING_MARCHAN_ZAPATA_%20ERICKA_ROXANA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Matute, G., & Albújar, H. &. (2008). *Sistema nacional de capacitación*. Lima : Perú: Universidad ESAN.
- Mendoza, L., & Oré , C. (2017). *Acerca de nosotros: Universidad Nacional Agraria la Molina*. Obtenido de Web site. Universidad Nacional Agraria la Molina:

<http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2679/F04-M4557-T-sin%20anexos.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Meneses, J., & Rodríguez, D. (2015). *El cuestionario y entrevista*. Barcelona : Universidad Oberta de catalunya.

Morales, G. (2009). *Benchmarking*. Córdoba: AR: El Cid Editor | apuntes.

Moraño, X. (2014). *Acerca de nosotros Marketing & Consumo*. Obtenido de <http://marketingyconsumo.com/diferenciacion-competitiva.html>

Natividad Tineo, I. (2017). *Acerca de nosotros: Universidad César Vallejo* . Obtenido de Web site. Universidad César Vallejo : http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13876/Natividad_TIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Núñez, H. (2009). *Servicio al cliente*. Mexico: Edamsa impresiones.

Obeso, P. (2013). Benchmarking: ¿copiar o aprender? *Marketing de Contenidos*.

Osaba, E. (2011). *Acerca de nosotros: Universidad del País Vasco*. Obtenido de Web site. Universidad del País Vasco: https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/10164/Eduardo_San_Miguel.pdf;jsessionid=0FE2C15B1E77509309BC73E618DE1FF8?sequence=16

Palacios, J. (2008). *"Política industrial activa para microempresas en el funcionamiento de los mercados: una perspectiva española"*. Potencial de la vinculación universitaria para una política Mic.

Parella, S., & Martins, F. (2010). *Metodología de investigación Cualitativa*. Caracas, Venezuela: Fondo editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

Porter, E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing*.

- Radio Programas del Perú. (24 de Mayo de 2017). *Acerca de nosotros : Radio Programas del Perú*. Obtenido de RPP. Web site: <http://rpp.pe/peru/actualidad/mas-de-64-mil-mypes-se-registran-en-la-region-piura-noticia-480494>
- Ramos Sosa, M. (2015). *Acerca de nosotros: Universidad Nacional de Piura*. Obtenido de Web Site. Universidad Nacional de Piura: <https://vdocuments.site/benchmarking-568c2c076211b.html>
- Robert, C. (2009). *Benchmarking*, . Primera edición . / Editorial Panorama Editorial, S.A.
- Rubio Poma, Y. (2014). *Acerca de nosotros: Univrsidad Católica los Ángeles de chimbote*. Obtenido de Web site. Univrsidad Católica los Ángeles de chimbote: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034216>
- Sánchez, H. (2012). *Acerca de nosotros: Universidad Nacional de Piura*. Obtenido de Web site. Universidad Nacional de Piura.
- Stumpo, G., & Ferrero, C. (2010). *Políticas de apoyo a las PYMES en América Latina: entre avances innovadores y desafíos institucionales*. Santiago de Chile: CL: B - CEPAL, ProQuest ebrary.
- Torrez, ,. E. (2008). *Impacto de la gestión de calidad en el rendimeinto organizacional de empresas boiivianas*. Bolivia: Universidad Privada de Bolivia.
- Trejo Rosales, R. (2017). *Acerca de nosotros: Universidad Privada Noebert Wiener* . Obtenido de Web site. Universidad Privada Noebert Wiener : <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/560/TITULO%20-%20TREJO%20ROSALES%20ROXANA%20DIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Trucios, R. (2016). Tipos de benchmarking y beneficios de su implementación. *Benchmarking y gestión de procesos*.

- Vásquez Rivera, J. (2009). *Acerca de nosotros: Universidad de San Carlos de Guatemala*. Obtenido de Web site. Universidad de San Carlos de Guatemala : http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_2146_IN.pdf
- Villalobos. (2012). *Blog Grandes pymes : Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter*. Recuperado el 28 de Mayo de 2017, de <http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>
- Vivanco, J. (2010). *La cultura organizacional: una oportunidad de éxito para las micro y pequeñas empresas de la confección, el caso de Aguascalientes*. Aguascalientes: MX: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

ANEXOS

Presupuesto				
(Expresado en soles)				
RUBROS	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNIT.	SUBTOTAL
I BIENES DE CONSUMO				
LAPICEROS	4		0.5	2
TINTA COMPUTADORA	2		30	60
USV	1		35	35
EMPASTADO	1		50	50
HOJAS DIN A4	3	MILLAR	20	60
LAPIZ	5		1	5
LIBROS	2		200	400
II SERVICIOS				
ANILLADO		3	15	45
PASAJES			100	100
INTERNET	380	HORAS	1	380
MOVILIDAD			100	100
IMPRESIONES	120	UNID	0.5	60
FOTOCOPIAS			50	50
ASESORIA PERSONALIZADA	64	HORAS	20	1280
TOTAL				2627

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N° Orden	Actividades	SEMANA															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Título de investigación																
2	Planteamiento del problema																
3	Acopio bibliografía																
4	Selección bibliográfica																
5	Metodología de investigación																
6	Técnicas e instrumentos																
7	Técnicas para procesamiento																
8	Elaboración de matriz de consistencia																
9	Redacción anteproyecto																
10	Elaboración de instrumentos de Recolección.																
11	Revisión y aprobación del proyecto de investigación por jurado																
12	Encuesta																
13	Codificación																
14	Tabulación																
15	Análisis e interpretación de datos																
16	Redacción preliminar del informe final																
17	Presentación de Tesis para su aprobación																
18	Sustentación																



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO DIRIGIDO AL PROPIETARIOS DE LA MYPE EN ESTUDIO

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información respecto a la variable Gestión de calidad de las MYPE rubro Fertilizantes De La Unión (Piura). La información que usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación, por ello se le agradece la valiosa información y colaboración de su parte.

DATOS GENERALES DEL PROPIETARIO

- A) **Género:** Femenino () Masculino ()
B) **Edad:** a) 25-35 () b) 36-45 () c) 46- 55 () d) 56 a más ()
C) **Estado civil:** Soltero (a)... Casado (a): Viudo (a)... Divorciado (a) ,,,
D) **Nivel Profesional:** Primaria () Secundaria () Técnico () Universitario ()

PREGUNTAS

1. **¿Qué beneficios logra la MYPE rubro fertilizantes al realizar una gestión de calidad?**
 - a) Satisfacer al cliente
 - b) Obtención de nuevos clientes
 - c) Mejora los procesos de la organización
 - d) Diferenciación de la competencia
 - e) Reducción de costes
2. **¿Considera que aplicando la gestión de calidad le permite captar nuevos clientes?**
 - a) Si
 - b) No
3. **¿La gestión de calidad mejora los procesos de la organización?**
 - a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Poco de acuerdo
 - d) En desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo

- 4. ¿La diferenciación proyecta una imagen positiva sobre clientes potenciales?**
- a) Si
 - b) No
- 5. ¿La gestión de calidad le permite reducir costos sin que afecte la calidad del producto?**
- a) Si
 - b) No
- 6. ¿Qué principio general de la gestión de calidad aplica con frecuencia la MYPE rubro fertilizantes?**
- a) Enfoque al cliente
 - b) Liderazgo
 - c) Participación del personal
 - d) Toma de decisiones
 - e) Relaciones beneficiosas con el proveedor
- 7. ¿Considera que el Liderazgo influye para que el personal se involucre con los objetivos de la MYPE?**
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Poco de acuerdo
 - d) En desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
- 8. ¿Qué técnicas utiliza la MYPE rubro fertilizantes para motivar la participación de su personal?**
- a) Plan de incentivos
 - b) Reconocimientos
 - c) Premios
- 9. ¿La gestión de calidad le permite analizar la información necesaria para una correcta toma de decisiones?**
- a) Si
 - b) No
- 10. ¿Qué ventaja logra la MYPE al desarrollar alianzas estratégicas con sus proveedores?**

- a) Ser más competitivas
- b) Mejora la productividad
- c) Aumenta la rentabilidad

11. ¿Qué beneficio le ofrece sus proveedores?

- a) Precios accesibles
- b) Productos de calidad
- c) Descuentos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES DE LA MYPE EN ESTUDIO

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información respecto a la variable Gestión de calidad de las MYPE rubro Fertilizantes De La Unión (Piura). La información que usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación, por ello se le agradece la valiosa información y colaboración de su parte.

DATOS GENERALES

- A) **Género:** Femenino () Masculino ()
- B) **Edad:** a) 18-25 () b) 26-35 () c) 36- 45 () d) 45 a más ()
- C) **Estado civil:** Soltero (a)... Casado (a): Viudo (a)... Divorciado (a),,,.
- D) **Grado de instrucción:** Primaria () Secundaria () Superior ()

PREGUNTAS

1. **¿Qué tan satisfecho está con el servicio al cliente que recibe por parte de la MYPE rubro fertilizante?**
 - a) Muy satisfecho
 - b) Satisfecho
 - c) Poco satisfecho
 - d) Insatisfecho
 - e) Totalmente insatisfecho
2. **¿La MYPE implementa estrategias para mejorar la atención al cliente?**
 - a) Si
 - b) No
3. **¿En qué aspecto la MYPE se diferencia de la competencia?**
 - a) La imagen
 - b) Producto
 - c) Atención al cliente
 - d) Ubicación
4. **¿De qué manera la MYPE está cubriendo sus necesidades?**
 - a) Productos de calidad
 - b) Interpreta sus necesidades actuales y futuras

c) Satisface todos sus requisitos

5. ¿El personal de la MYPE absuelve sus reclamos y quejas de manera inmediata?

a) Si

b) No

6. ¿Cómo califica los precios de los productos que ofrece la MYPE rubro fertilizante?

a) Altos

b) Bajos

c) Accesibles

7. ¿Considera que la MYPE está mejorando su gestión de calidad?

a) Si

b) No



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO DIRIGIDO AL PROPIETARIOS DE LA MYPE EN ESTUDIO

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información respecto a la variable Benchmarking de las MYPE rubro Fertilizantes De La Unión (Piura). La información que usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación, por ello se le agradece la valiosa información y colaboración de su parte.

DATOS GENERALES

- A) **Género:** Femenino () Masculino ()
- B) **Edad:** a) 25-35 () b) 36-45 () c) 46- 55 () d) 56 a más ()
- C) **Estado civil:** Soltero (a)... Casado (a): Viudo (a)... Divorciado (a) ...
- D) **Grado de instrucción:** Primaria () Secundaria () Técnico () Universitario ()

PREGUNTAS

1. **¿Estaría dispuesto a aplicar el benchmarking?**
 - a) Si
 - b) No
2. **¿Considera que Aplicando el benchmarking permitirá a la MYPE medir su nivel de competitividad?**
 - a) Si
 - b) No
3. **¿Qué beneficios produce el benchmarking en las MYPE rubro fertilizante?**
 - a) Ayuda a establecer objetivos de una organización
 - b) Mejora el conocimiento sobre el interior de la empresa
 - c) Amplia el análisis externo
 - d) Identifica nuevas oportunidades de mejora
4. **¿Qué tipo de benchmarking aplica su MYPE?**
 - a) **Interno** (comparan las operaciones de la empresa con las de otro departamento interno)
 - b) **Externo** (compara el desempeño y los procesos de las organizaciones en las industrias relacionadas)
 - c) **Funcional** (Identifica la práctica más exitosa de otra organización)

- 5. ¿Cuál es la ventaja competitiva que obtendría al aplicar el benchmarking interno?**
- a) Estar a la par que la competencia
 - b) Mejora los recursos del área
 - c) Eventos a futuro
- 6. ¿Cuál es la ventaja competitiva que obtendría al aplicar el benchmarking externo?**
- a) Implementar tecnologías
 - b) Posicionar los productos
 - c) Descubrir practicas e implementarlas
- 7. ¿Cuál es la ventaja competitiva que obtendría al aplicar el benchmarking funcional?**
- a) Identifica la práctica más exitosa
 - b) Comparar estándares con otras empresas
 - c) Aumenta la rentabilidad
- 8. ¿Qué aspecto considera fundamental para la aplicación del Benchmarking?**
- a) La calidad
 - b) Productividad
 - c) Tiempo
- 9. ¿Considera que la productividad se enfoca en la búsqueda de la excelencia?**
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Poco de acuerdo
 - d) En desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES DE LA MYPE EN ESTUDIO

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información respecto a la variable Benchmarking de las MYPE rubro Fertilizantes De La Unión (Piura). La información que usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación, por ello se le agradece la valiosa información y colaboración de su parte.

DATOS GENERALES

E) Género: Femenino () Masculino ()

F) Edad: a) 18-25 () b) 26-35 () c) 36- 45 () d) 45 a más ()

G) Estado civil: Soltero (a)... Casado (a): Viudo (a)... Divorciado (a),,,.

H) Grado de instrucción: Primaria () Secundaria () Superior ()

PREGUNTAS

- 1. ¿Cómo califica la calidad de los fertilizantes en la MYPE que frecuenta en comparación con el resto?**
 - a) El producto es de excelente calidad
 - b) El producto supera sus expectativas
 - c) El producto tiene excelente presentación

- 2. ¿Cómo determina Usted que el producto es de buena calidad en la MYPE de su preferencia?**
 - a) Por la marca
 - b) Por el precio
 - c) Empaque

- 3. ¿El producto que adquirió es mejor que el de la competencia?**
 - a) SI
 - b) NO

- 4. ¿En la MYPE que usted suele frecuentar qué aspecto ha tenido más relevancia en su decisión de compra?**
 - a) Precio
 - b) Calidad de los fertilizantes
 - c) Tiempo de entrega

- d) La marca
- 5. ¿En la MYPE que usted frecuenta el servicio que le brinda cubre sus expectativas?**
- a) SI
 - b) NO
- 6. ¿El tiempo de entrega de un producto en la MYPE que frecuenta cubre sus expectativas en comparación al resto?**
- a) Siempre
 - b) En ocasiones
 - c) Nunca
- 7. ¿Cuál es la frecuencia de respuesta del servicio de atención al cliente en la MYPE que frecuenta en comparación al resto?**
- a) 1-3 minutos
 - b) 3-5 minutos
 - c) 5-10 minutos
 - d) 10 a más

VALIDACIONES



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Padre GERARDO DENISO HINOSTROZA, identificado con D.N.I. 02659237, con grado de MAESTRO.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO elaborado por MIRIAM JOVANY SERRANO SILVA, a los efectos de aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "Caracterización de la Gestión de Calidad y Benchmarking en las MYPE comerciales rubro Fertilizantes de La Unión (Piura), Año 2017". Que se encuentra realizando.

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

Piura, 12 - XI 2018.

Mg. Lic. Adm. Manuel G. Mierne Hinostraza
C.I. AD 05882
Firma y sello del validador

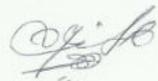
MATRIZ DE VALIDACIÓN

“Caracterización de la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017.”

ÍTEMS RELACIONADOS CON LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		Se necesitan más ítems para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Qué beneficios logra la MYPE rubro fertilizantes al realizar una gestión de calidad?	x			x		x		x
2. ¿Qué tan satisfecho está con el servicio al cliente que recibe por parte de la MYPE rubro fertilizante?	x			x		x		x
3. ¿La MYPE implementa estrategias para mejorar la atención al cliente?	x			x		x		x
4. ¿Qué principio general de la gestión de calidad aplica con frecuencia la MYPE rubro fertilizantes?	x			x		x		x
5. ¿Considera que aplicando la gestión de calidad le permite captar nuevos clientes?	x			x		x		x


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

6. ¿La gestión de calidad mejora los procesos de la organización?	X			X		X		X
7. ¿La diferenciación proyecta una imagen positiva sobre clientes potenciales?	X			X		X		X
8. ¿En qué aspecto la MYPE se diferencia de la competencia?	X			X		X		X
9. ¿Qué principio general de la gestión de calidad aplica con frecuencia la MYPE rubro fertilizantes?	X			X		X		X
10. ¿De qué manera la MYPE está cubriendo sus necesidades?	X			X		X		X
11. ¿El personal de la MYPE absuelve sus reclamos y quejas de manera inmediata?	X			X		X		X
12. ¿Cómo califica los precios de los productos que ofrece la MYPE rubro fertilizantes?	X			X		X		X


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinostroza
 CLAD 05892

13. ¿Considera que la MYPE está mejorando su gestión de calidad?	X			X		X		X
14. ¿Considera que el Liderazgo influye para que el personal se involucre con los objetivos de la MYPE?	X			X		X		X
15. ¿Qué técnicas utiliza la MYPE rubro fertilizantes para motivar la participación de su personal?	X			X		X		X
16. ¿La gestión de calidad le permite analizar la información necesaria para una correcta toma de decisiones?	X			X		X		X
17. ¿Qué ventaja logra la MYPE al desarrollar alianzas estratégicas con sus proveedores?	X			X		X		X
18. ¿Qué beneficio le ofrece sus proveedores?	X			X		X		X



Mg. L.C. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
CLAD 05862

MATRIZ DE VALIDACIÓN

“Caracterización de la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017.”

ÍTEM RELACIONADOS VARIABLE BENCHMARKING	LA	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Estaría dispuesto a aplicar el benchmarking?		X			X		X		X
2. ¿Qué beneficios produce el benchmarking en las MYPE rubro fertilizantes?		X			X		X		X
3. ¿Considera que aplicando el benchmarking permitirá a la MYPE medir su nivel de competitividad?		X			X		X		X
4. ¿Qué tipo de benchmarking aplica su MYPE?		X			X		X		X
5. ¿Cuál es la ventaja competitiva que obtendría al aplicar el benchmarking interno?		X			X		X		X


Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
CLAD 0586

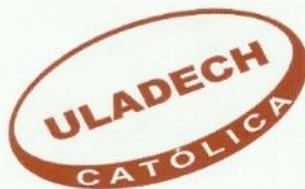
6. ¿Cuál es la ventaja competitiva que obtendría al aplicar el benchmarking externo?	X			X		X		X
7. ¿Cuál es la ventaja competitiva que obtendría al aplicar el benchmarking funcional?	X			X		X		X
8. ¿Qué aspecto considera fundamental para la aplicación del benchmarking?	X			X		X		X
9. ¿Cómo califica la calidad de los fertilizantes en la MYPE que frecuenta en comparación con el resto?	X			X		X		X
10. ¿Cómo determina Usted que el producto es de buena calidad en la MYPE de su preferencia?	X			X		X		X
11. ¿El producto que adquirió es mejor que el de la competencia?	X			X		X		X
12. ¿En la MYPE que usted suele frecuentar qué aspecto ha tenido más relevancia en su decisión de compra?	X			X		X		X


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinostroza
 CLAD OSOBE

13. ¿En la MYPE que usted frecuenta el servicio que le brinda cubre sus expectativas?	X			X		X		X
14. ¿Considera que la productividad se enfoca en la búsqueda de la excelencia?	X			X		X		X
15. ¿El tiempo de entrega de un producto en la MYPE que frecuenta cubre sus expectativas en comparación al resto?	X			X		X		X
16. ¿Cuál es la frecuencia de respuesta del servicio de atención al cliente en la MYPE que frecuenta en comparación al resto?	X			X		X		X



Mg. L.C. Adm. Marquel G. Meino Hinojosa
CLAD 05802



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, IVAN GUZMAN CASTRO, identificado con
D.N.I. 07727308, con grado de MASTER.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los)
instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO elaborado por
MIRIAM JOVANY SERNAQUE SILVA, a los efectos de aplicación a los elementos de la
población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "Caracterización de
la Gestión de Calidad y Benchmarking en las MYPE comerciales rubro Fertilizantes de
La Unión (Piura), Año 2017". Que se encuentra realizando.

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

Piura, 12-11- 2018.


Mg. IVÁN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107
Firma y sello del validador

MATRIZ DE VALIDACIÓN

“Caracterización de la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017.”

ÍTEMS RELACIONADOS CON LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		Se necesitan más ítems para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Qué beneficios logra la MYPE rubro fertilizantes al realizar una gestión de calidad?	x			x		x		x
2. ¿Qué tan satisfecho está con el servicio al cliente que recibe por parte de la MYPE rubro fertilizante?	x			x		x		x
3. ¿La MYPE implementa estrategias para mejorar la atención al cliente?	x			x		x		x
4. ¿Qué principio general de la gestión de calidad aplica con frecuencia la MYPE rubro fertilizantes?	x			x		x		x
5. ¿Considera que aplicando la gestión de calidad le permite captar nuevos clientes?	x			x		x		x


 Wg. IVÁN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

6. ¿La gestión de calidad mejora los procesos de la organización?	x			x		✓		x
7. ¿La diferenciación proyecta una imagen positiva sobre clientes potenciales?	x			✓		x		x
8. ¿En qué aspecto la MYPE se diferencia de la competencia?	x			x		x		x
9. ¿Qué principio general de la gestión de calidad aplica con frecuencia la MYPE rubro fertilizantes?	x			x		x		✓
10. ¿De qué manera la MYPE está cubriendo sus necesidades?	x			x		✓		x
11. ¿El personal de la MYPE absuelve sus reclamos y quejas de manera inmediata?	x			x		x		x
12. ¿Cómo califica los precios de los productos que ofrece la MYPE rubro fertilizantes?	x			✓		x		x


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

13. ¿Considera que la MYPE está mejorando su gestión de calidad?	x			x		x		x
14. ¿Considera que el Liderazgo influye para que el personal se involucre con los objetivos de la MYPE?	x			x		x		x
15. ¿Qué técnicas utiliza la MYPE rubro fertilizantes para motivar la participación de su personal?	x			x		x		x
16. ¿La gestión de calidad le permite analizar la información necesaria para una correcta toma de decisiones?	x			x		x		x
17. ¿Qué ventaja logra la MYPE al desarrollar alianzas estratégicas con sus proveedores?	x			x		x		x
18. ¿Qué beneficio le ofrece sus proveedores?	x			x		x		x


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

MATRIZ DE VALIDACIÓN

“Caracterización de la gestión de calidad y benchmarking en las MYPE comerciales rubro fertilizantes de La Unión (Piura), año 2017.”

ÍTEMOS RELACIONADOS VARIABLE BENCHMARKING	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Estaría dispuesto a aplicar el benchmarking?	X			X		X		
2. ¿Qué beneficios produce el benchmarking en las MYPE rubro fertilizantes?	X			✓		X		
3. ¿Considera que aplicando el benchmarking permitirá a la MYPE medir su nivel de competitividad?	X			✓		✓		
4. ¿Qué tipo de benchmarking aplica su MYPE?	X			X		X		
5. ¿Cuál es la ventaja competitiva que obtendría al aplicar el benchmarking interno?	X			X		X		


Mg. IVÁN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

13. ¿En la MYPE que usted frecuenta el servicio que le brinda cubre sus expectativas?	X			X		X		X
14. ¿Considera que la productividad se enfoca en la búsqueda de la excelencia?	X			X		X		X
15. ¿El tiempo de entrega de un producto en la MYPE que frecuenta cubre sus expectativas en comparación al resto?	X			X		X		X
16. ¿Cuál es la frecuencia de respuesta del servicio de atención al cliente en la MYPE que frecuenta en comparación al resto?	X			X		X		X


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

REPORTE TURNITIN

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

<input type="checkbox"/>	Maria De Los Angeles...	Resultados y Conclusiones	0%		--	--		1040708791	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Maryuri Sernaque	Resultados y Conclusiones	0%		--	--		1040696594	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Mirian Sernaque	Resultados y Conclusiones	0%		--	--		1040683843	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Marcos Sernaque Reye...	Resultados y Conclusiones	0%		--	--		1040719268	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Carol Sernaque Silup...	Resultados y Conclusiones	0%		--	--		1040687823	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Greimi Palacios Rues...	Resultado y Conclusiones	4%		--	--		1040708161	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Johani Saveedra Alfa...	Resultado y Conclusiones	5%		--	--		1040695886	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Mery Sernaque Iman	resultado y conclusiones	5%		--	--		1040692988	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Janet Garcia Castell...	Resultado y Conclusiones	8%		--	--		1040711409	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Maria Sanchez	Resultados y Conclusiones	8%		--	--		1040700600	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Wilmer Valencia Chav...	resultados y conclusiones	12%		--	--		1040704260	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Trixy Valladares Ser...	Resultado y Conclusiones	12%		--	--		1040694733	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Jackeline Elizabeth ...	Resultados y Conclusiones	13%		--	--		1040694219	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Evelyn Yesel Rondoy ...	Resultados y Conclusiones	23%		--	--		1040703213	16-nov.-2018

PROYECTO FINAL

<input type="checkbox"/>	Vanessa Palacios Yan...	Proyecto Final	0%		--	--		1040712197	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Gueiby Racho Cerro	Proyecto Final	0%		--	--		1040717344	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Maria Risco	Proyecto Final	0%		--	--		1040709453	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Johani Saveedra Alfa...	Proyecto Final	0%		--	--		1040697323	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Marcos Sernaque Reye...	 Proyecto Final	0%		--	--		1040698564	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Ashley Gallo Acaro	proyecto final	4%		--	--		1040702279	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Maryuri Pintado Vela...	proyecto final	4%		--	--		1040709572	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Trixy Valladares Ser...	proyecto Final	4%		--	--		1040694218	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Greimi Palacios Rues...	Proyecto final	5%		--	--		1040706917	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Evelyn Yesel Rondoy ...	Proyecto Final	5%		--	--		1040705848	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Carol Sernaque Silup...	Proyecto final	5%		--	--		1040690078	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Catherine Lisbeth Ca...	Proyecto Final	7%		--	--		1040692969	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Maria Sanchez	Proyecto Final	7%		--	--		1040701318	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Mirian Sernaque	Proyecto Final	8%		--	--		1040684512	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Mery Sernaque Iman	 Proyecto Final	8%		--	--		1040692044	16-nov.-2018
<input type="checkbox"/>	Jackeline Elizabeth ...	 Proyecto Final	12%		--	--		1040695817	16-nov.-2018

TABULACIÓN

	1	2	3	4	TOTAL
GESTIÓN DE CALIDAD					
PREGUNTAS					
1. ¿Qué beneficios logra la MYPE rubro fertilizantes al realizar una gestión de calidad?					
Satisfacer al cliente	1			1	2
Obtención de nuevos clientes		1			1
Mejora los procesos de la organización			1		1
Diferenciación de la competencia					0
Reducción de costos sin que afecten la calidad					0
2. ¿Considera que aplicando la gestión de calidad le permite captar nuevos clientes?					
Si	1	1	1	1	4
No					0
3. ¿La gestión de calidad mejora los procesos de la organización?					
Muy de acuerdo	1		1	1	3
De acuerdo		1			1
Poco de acuerdo					0
En desacuerdo					0
Totalmente en desacuerdo					0
4. ¿La diferenciación proyecta una imagen positiva sobre clientes potenciales?					
Si	1	1	1	1	4
No					0
5. ¿La gestión de calidad le permite reducir costos sin que afecte la calidad del producto?					
Si	1	1	1		3
No				1	1
6. ¿Qué principio general de la gestión de calidad aplica con frecuencia la MYPE rubro fertilizante?					
Enfoque al cliente	1		1	1	3
Liderazgo					0

Participación del personal		1			1
Relaciones beneficiosas con el proveedor					0
7. ¿Considera que el Liderazgo influye para que el personal se involucre con los objetivos de la MYPE?					
Muy de acuerdo	1	1		1	3
De acuerdo			1		1
Poco de acuerdo					0
En desacuerdo					0
Totalmente en desacuerdo					0
8. ¿Qué ventaja logra la MYPE al desarrollar alianzas estratégicas con sus proveedores?					
Ser más competitivas		1			1
Mejora la productividad	1		1		2
Aumenta la rentabilidad				1	1
9. ¿Qué beneficio le ofrece sus proveedores?					
Precios accesibles			1		1
Productos de calidad	1	1			2
Descuentos				1	1
10. ¿Qué técnicas utiliza la MYPE rubro fertilizantes para motivar la participación de su personal?					
Plan de incentivos	1	1		1	3
Reconocimientos					0
Premios			1		1
11. ¿La gestión de calidad le permite analizar la información necesaria para una correcta toma de decisiones?					
SI	1	1	1	1	4
No					0

BENCHMARKING	1	2	3	4	TOTAL
PREGUNTAS					
¿Estaría dispuesto a aplicar el benchmarking?					
Si	1	1	1	1	4
No					0
¿Considera que Aplicando el benchmarking permitirá a la MYPE medir su nivel de competitividad?					
Si	1		1	1	3
No		1			1
¿Qué beneficios produce el benchmarking en las MYPE rubro fertilizante?					
Ayuda a establecer objetivos de una organización					0
Mejora el conocimiento sobre el interior de la empresa	1				1
Amplia el análisis externo		1			1
Identifica nuevas oportunidades de mejora			1	1	2
¿Qué tipo de benchmarking aplica su MYPE?					
Interno					0
Externo	1		1	1	3
Funcional		1			1
¿Cuál es la ventaja competitiva que obtendría al aplicar el benchmarking interno?					
Estar a la par que la competencia					0
Mejora los recursos del área		1	1	1	3
Eventos a futuro	1				1
¿Cuál es la ventaja competitiva que obtendría al aplicar el benchmarking externo?					

Implementar tecnologías	1				1
Posicionar los productos			1		1
Descubrir practicas e implementarlas		1		1	2
¿Cuál es la ventaja competitiva que obtendría al aplicar el benchmarking funcional?					
Identifica la práctica más exitosa		1	1		2
Comparar estándares con otras empresas				1	1
Aumenta la rentabilidad	1				1
¿Qué aspecto considera fundamental para la aplicación del Benchmarking?					
La calidad		1	1		2
Productividad	1				1
Tiempo				1	1
¿Considera que la productividad se enfoca en la búsqueda de la excelencia?					
Muy de acuerdo	1			1	2
De acuerdo		1			1
Poco de acuerdo			1		1
En desacuerdo					0
Totalmente en desacuerdo					0

EVIDENCIAS

ENCUESTA A PROPIETARIOS



ENCUESTA A CLIENTES

