



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

GESTIÓN DE CALIDAD Y BENCHMARKING COMO
FACTOR RELEVANTE EN LA PROPUESTA DE
MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO GIMNASIOS,
DISTRITO DE TRUJILLO, 2019.

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO DE ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

VASQUEZ VARGAS JUAN JOSE

ORCID: 0000-0001-5668-2256

ASESOR:

PELAEZ VALDIVIEZO JOSE VICTOR

ORCID: 0000-0002-2186-0398

Trujillo – Perú

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Bach. Vasquez Vargas Juan Jose

ORCID: 0000-0001-5668-2256

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, estudiante de Pregrado,
Trujillo, Perú.

ASESOR

Mgtr. José Víctor Peláez Valdiviezo

ORCID: 0000-0002-2186-0398

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela profesional de
administración, Perú.

JURADO

Mgtr. Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio

ORCID: 0000-0003-0829-1511

DR. Rubio Cabrera, Merardo Hermogenes

ORCID: 0000-0002-3094-0218

Mgtr. Rivera Prieto, Héctor Ascensión

ORCID: 0000-0002-3924-3048

JURADO EVALUADOR

MGTR. BOCANEGRA CRUZADO, MÁXIMO ANTONIO

Presidente

DR. RUBIO CABRERA, MERARDO HERMOGENES

Miembro

MGTR. RIVERA PRIETO, HÉCTOR ASCENSIÓN

Miembro

MGTR. PELAEZ VALDIVIEZO, JOSE VICTOR

Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradecer a

Mis padres y a mis amistades

Por buenas que nos ha brindado

durante este tiempo de

estudios.

Así mismo a la Universidad Católica los

Ángeles de Chimbote (ULADECH) por

brindarme a través de sus docentes todos

los conocimientos, valores a lo largo de

mi formación académica profesional.

DEDICATORIA

Al escribir esta dedicatoria quiero agradecer a todos los que siempre han estado conmigo ya que en esta ocasión siempre recordare de los grandes momentos que compartí y más que todo dedicarle esta tesis, aprovechar la ocasión para destacar el cariño y el afecto, el amor y la ternura a quienes siempre me apoyaron..

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad y Benchmarking como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019. La investigación es cuantitativa-descriptiva, para la recopilación de información se trabajó con un cuestionario que se realizó a 10 Mypes, obteniéndose los siguientes resultados: El 50 % de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 70,0% son del género masculino, el 70% tienen el grado de superior universitaria, el 60% de las micro y pequeñas empresas permanecen en el rubro entre 7 a más años, el 90,0% tienen entre 1 a 5 trabajadores, el 90% conocen el término gestión de calidad, el 100,0% no conocen el significado del palabra benchmarking, el 100% consideran que el benchmarking es primordial para las organizaciones. Posteriormente se concluye que los representantes de las organizaciones saben que la gestión de calidad ayuda en el mejoramiento del negocio y ayuda a las metas trazadas por ellas pero no saben usar muy bien el benchmarking por este motivo se hizo esta investigación.

Palabra Clave: Micro y pequeña empresa, Representantes de las mypes, Gestión de calidad y benchmarking.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the characteristics of quality management and Benchmarking as a relevant factor in the proposal for improvement in Micro and Small Businesses, Rubro Gym in the Trujillo District year 2019. The research is quantitative-descriptive, for the Information collection was carried out with a questionnaire that was carried out at 10 Mypes, obtaining the following results: 50% of the representatives are between 31 and 50 years old, 70.0% are male, 70% have the degree of university superior, 60% of micro and small businesses remain in the field between 7 and more years, 90.0% have between 1 and 5 workers, 90% know the term quality management, 100.0% do not Know the meaning of the word benchmarking, 100% believe that benchmarking is essential for organizations. Later it is concluded that the representatives of the organizations know that quality management helps in the improvement of the business and helps the goals set by them but they do not know how to use benchmarking very well for this reason this research was done.

.

Keyword: Micro and small business, Representatives of the mypes, Quality management and benchmarking.

ÍNDICE DE TABLAS, CUADROS Y GRÁFICOS

TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito De Trujillo 2019.....

....

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito De Trujillo 2019.....

....

Tabla 3. Características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios Distrito De Trujillo 2019.....

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura1. Edad de los representantes.....

Figura2. Género de los representantes.....

Figura3. Grado de instrucción de los representantes.....

Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes.....

Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....

- Figura 6.** Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....
- Figura 7.** Número de trabajadores en la empresa.....
- Figura 8.** Las personas que trabajan en su empresa.....
- Figura 9.** Objetivo de creación de la empresa.....
- Figura 10.** Conoce el término gestión de calidad.....
- Figura 11.** Técnica moderna de la gestión de calidad.....
- Figura 12.** Dificultades para la implementación de gestión de calidad.....
- Figura 13.** Técnicas para medir el rendimiento del personal.....
- Figura 14.** La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....
- Figura 15.** La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas.....
- Figura 16.** Conoce el significado de la palabra benchmarking.....
- Figura 17.** Considera el Benchmarking como un gasto o una inversión.....
- Figura 18.** El Benchmarking es primordial para las organizaciones cuándo se desea incursionar en un nuevo mercado
.....
- Figura 19.** El Benchmarking aumenta la rentabilidad de la Empresa
.....
- Figura 20.** Fortaleza que necesita su empresa.....
- Figura 22.** Un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente.....

• INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas se implementa la gestión de la calidad a través de políticas y procedimientos con actividades de mejoramiento continuo. Las empresas, en esta primera década del siglo XXI, deben enfrentarse a realidades inevitables. Una de ellas es la creciente demanda del público de un mayor compromiso de calidad por parte de los proveedores respecto a los productos o servicios que ofrecen. La Calidad ha dejado de ser un aspecto más y se ha convertido en uno de los principales factores competitivos, sin el cual cualquier empresa estará condenada al fracaso y a su posterior desaparición.

En la actualidad el 30% de las “micro y pequeñas empresas”, están saliendo de la pobreza, gracias a las financieras que implementan tasas bajas, lo cual, esto hace que dichas entidades sostienen confianza en las “Micro y pequeñas empresas”, de tal manera que permite implementar nuevas estrategias de “gestión”, como, por ejemplo: El planeamiento de gestión, control de gestión, aseguramiento de gestión y mejora de la gestión. Donde estos 4 componentes son indispensables para cada negocio, ya que, la gestión ayuda a mejorar el control de procesos eficientemente y así obtener una gestión más consistente basada en estrategias que puedan fortalecer, potencializar y gestionar. “Las micro y pequeñas empresas” tienen que estar enfocadas en la gestión , promoviendo la satisfacción del ciudadano, por ello debe estar con mucha expectativa ya que por lo tanto, este punto es el más relevante, y la importancia de gestión de calidad en esta investigación se da a conocer con una mejora de servicio relevante y explícita, y de contar con un planeamiento de planificación específicamente, también de cumplir los requisitos legales eficazmente y utilizar muchos procesos de estudio de mercado por ejemplo de mejorar, haciendo múltiples actividades como planear, ejecutar

-

y controlar también de, garantizar a las personas en sentirse satisfecha y contar con un desempeño de servicio y de muy buena gestión.

También por otro lado tenemos la herramienta del Benchmarking, que tiene como alternativa la mejora de las “micro y pequeñas empresas”, esta herramienta que es tan usada y valiosa en mejorar en las organizaciones, nos brinda información válida y confiable para estar al tanto de otras “Micro y pequeñas empresas”. Buscan nuevas expectativas y también mejoran y realizan en optimizar sus fortalezas y debilidades de un servicio. A veces por falta de estrategias y/o conocimiento la herramienta como el benchmarking no tiene una mejora continua que podría funcionar como mayores resultados con nuevas tendencias.

Hoy en día la gestión y el Benchmarking es muy importante ya que estos son de mucha planificación, manejan el buen funcionamiento de la empresa y nuevas alternativas que generen estrategias beneficiarias como información válida.

También por otro lado tenemos la herramienta del Benchmarking, que tiene como alternativa la mejora de las “micro y pequeñas empresas”, esta herramienta que es tan usada y valiosa en mejorar en las organizaciones, nos brinda información válida y confiable para estar al tanto de otras “Micro y pequeñas empresas”. Buscan nuevas expectativas y también mejoran y realizan en optimizar sus fortalezas y debilidades de un servicio. A veces por falta de estrategias y/o conocimiento la herramienta como el benchmarking no tiene una mejora continua que podría funcionar como mayores resultados con nuevas tendencias.

Hoy en día la gestión y el Benchmarking es muy importante ya que estos son de mucha planificación, manejan el buen funcionamiento de la empresa y nuevas alternativas que generen estrategias beneficiarias como información válida.

Las empresas desde muy pequeñas deben buscar estandarizar sus actividades y eliminar lo más posible los procesos manuales. Que la empresa tenga pocos empleados no significa que deba utilizar su tiempo para tareas administrativas indiscriminadamente, sin antes pensar qué se podría hacer mejor y más fácil. Desde escribir un proceso cuidadosamente en un manual.

Adicionalmente, simbolizan un porcentaje significativo en el ámbito institucional; así en la extensión hispanoamericana se apreció que las micro y pequeñas empresas incorporan más del 90% de la distribución institucional de la región; si bien es cierto que difieren en la estimación de la contribución al Producto Interno Bruto, se estima que en promedio contribuyen con el 20% de PIB y que, en algunos casos, esta contribución llega a alcanzar el 50%. Otro aspecto relevante a considerar es que en países como los centroamericanos el mayor porcentaje de las empresas está orientado al mercado local, principalmente a actividades comerciales y segundo lugar industriales. Del contexto anterior se deduce que la MYPE constituye un eje importante de desarrollo para las economías latinoamericanas, especialmente para las centroamericanas, por lo que el desarrollo de políticas, programas, instrumentos y herramientas innovadoras para su promoción son de vital importancia para mejorar la competitividad de las mismas. (Álvarez, 2009).

La Micro y pequeñas empresas en el Perú, se encuentra definida en la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene

como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Acerca de las micro y pequeñas empresas a nivel nacional ARBULU (2007) menciona: “En el Perú, las mypes incorporan el 99.5% del general de compañías del país, son comprometidos del 49% de obtención nacional y originan el 49 % del PBI natural. Según padrones del ENAHO, son las micro y pequeñas empresas las que concentran el 60% de los empleos totales, siendo la microempresa la que más empleos genera: 53 % de la PEA ocupada a nivel nacional (es restante 7% pertenece a la micro y pequeña empresa). En la última década, el sector MYPE ha sido el más dinámico en relación a la creación de nuevos puestos de trabajo creciendo a tasas de 9% anual mientras que la gran empresa creció a tasas de 2% anual.

Podemos mencionar que el problema primordial de las Mypes es el tema de constitución y duración de su actividad, porque varias veces son formadas por familias , sin conocimiento y esto resulta desfavorable e incluso llegan a generar conflictos de familias, por otro lado también son constituidas por personas que no conocen la administración y sus características y también unas de las técnicas que es primordial para que aquellos emprendedores inicien sus negocio como el benchmarking.

En Argentina el contexto no es tan diferente a lo de Perú, nos menciona el artículo del Diario San Rafael (2014) Nos indica que el Problema más relevante se puede ver en las Mypes y es su falta de profesionalismo a si en el negocio. Esto nos menciona que debemos tener un enfoque más seria hacia las empresas, asi lograr tener calidad de producto o servicio que le damos, debemos estandarizar en las operaciones, también debemos mejorar en la gestión hacia los trabajadores, tener mayor control en los proveedores y insumos, planificar las acciones y tener mucha credibilidad en los resultados y que nunca falte el liderazgo de los dueños.

EE.UU, según Moffatt(2017) nos menciona que las Mypes tienen dominado el mercado, con un 52 % de las empresas. Según La Enciclopedia de Características (2017) indica que el Benchmarking nació en los Estados Unidos en los tiempos remotos de los 60 con una ideología innovadora de “aprender de los demás” ya que hoy en día los emprendedores tienen muchas dificultades al momento de dar descuento y esto conlleva a no fidelizar a sus clientes.

Cajamarca, Nos indica el Ing. Julio Palacio el Director regional de Comercio Exterior , cabe mencionar que tiene como objetivo en lograr el crecimiento de la región de Cajamarca ya que en sus servicios no hay una excelente gestión y existe problemas con sus ofertas también hay deficiencia en su infraestructura.

Lima, Según SUNASS (2016) menciona que tuvo dificultades en su gestión y esto conllevó muchas pérdidas y queja de clientes, esto llevó a implementar un nuevo enfoque de Benchmarking que esto ayudara a optimizar esta herramienta de evaluación de la gestión empresarial de las organizaciones prestadoras de servicios de saneamiento (EPS) dicha herramienta permitirá el intercambio de experiencia y buenas prácticas enfocadas a la satisfacción del cliente y sostenibilidad del servicio.

Trujillo, Según SEGAT nos indica que existen problemas ambientales en la ciudad de Trujillo y tiene como desafío resolver y así tener un mejor desarrollo económico, la competitividad y tener asegurado la calidad de todos. Últimamente se encuentran muchos residuos y desechos de varios días y no hay un mayor control hacia ellos ya que tiene problemas en su gestión pero ha ido controlando y mejorando poco a poco ya que esto es tarea de todos.

Y por lo expresado anteriormente tenemos el siguiente enunciado del problema ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y Benchmarking como factor relevante en

la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019? Para dar respuesta y solución a este problema de la investigación, se propuso como objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad y Benchmarking como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019 Y para alcanzar beneficiosamente este objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019.
- Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019.
- Determinar las características de gestión de calidad y atención como factor relevante de las micro y pequeñas empresas, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019.
- Elaborar una propuesta de mejora en función de los resultados de la investigación.

Esta investigación tendrá como metodología un diseño transversal y es descriptivo y no experimental, esto se realizó a través de un cuestionario como instrumento y técnica una encuesta

Finalmente en este presenta proyecto de investigación se justifica porque nos permitirá obtener conocimiento sobre las características de Gestión de calidad y Benchmarking como factor relevante y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas Rubro

Gimnasio en el Distrito de Trujillo, lo que va ayudar a los representantes para así mejorar sus procesos en benchmarking en su empresa, esto también ayudara a los futuros profesionales que quieran emprender una micro empresa ya que con conocimiento tendremos éxito.

Uno de los más importantes motivos por lo que se hace esta investigación es encontrar el nivel de importancia sobre Gestión de Calidad y Benchmarking que las micros y pequeñas empresas requieren ya que debido a falta de ese uso la mayoría de las empresas fracasan.

De igual manera este proyecto de investigación se justifica por que se usara como bases para futuras investigaciones que desean información sobre Gestión de calidad y Benchmarking como factor relevante y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas Rubro Gimnasio en el Distrito de Trujillo.

- **REVISIÓN DE LA LITERATURA**

2.1 ANTECEDENTES

Internacional

Elizabeth Nula C, (2013) en su tesis titulada: *“El Benchmarking y su impacto en el Posicionamiento del Mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. Agencia Salcedo.”*, tuvo como objetivo: Determinar la incidencia del benchmarking en el bajo posicionamiento del mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. Agencia Salcedo. Objetivo específico: Identificar la inexistencia de un modelo apropiado de benchmarking en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. Agencia Salcedo. Metodología: También se utilizó la

investigación descriptiva porque realizamos la encuesta para identificar las conductas y actitudes de las personas que se encuentran en nuestra investigación, Resultados:

¿Cómo califica Ud. los recursos materiales e institucionales con los que cuenta la Cooperativa San Francisco Ltda. Para brindar el servicio a sus clientes? El 40% lo califican de bueno, ¿Considera usted que es importante que la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. Ofrezca un valor agregado a sus servicios y productos? un 91% manifiestan que la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. Siempre debe ofrecer un valor agregado a sus servicios y productos, ¿Es necesario que la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. Informe a sus clientes acerca de la solvencia económica con la que cuenta? un 40% casi siempre, ¿Cómo califica usted el servicio de atención al cliente que recibió en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda.? un 51% opinan que es malo, ¿Por cuál de estos motivos hace uso de los servicios de esta Cooperativa? 41% dicen que por ahorro a la vista, ¿Cree Ud. que la Cooperativa necesita realizar mejoras organizacionales en sus instalaciones cuales de estas desearía que se implementara? un 38% consideran que se implemente un garaje, ¿Con que frecuencia realiza sus transacciones en la Cooperativa? 59% dicen que lo realizan mensualmente, ¿Cómo se siente con relación al producto que le ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda.? un 55 % manifiestan estar satisfechos con los productos de la Cooperativa, ¿Considera Ud. que la Cooperativa debería brindar nuevos servicios a sus clientes? un 78 % manifiestan que la Cooperativa siempre debería ofrecer nuevos servicios, Identifique el atributo por el cual usted prefiere ser socio de la Cooperativa? 38% dicen ser socios por la tasa de interés bajos de sus créditos. Se concluye que La mayoría de los clientes manifiestan que en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. no brinda un valor agregado a sus servicios esto no le permite contar con una cierta diferenciación para hacer frente a la

competencia, Los clientes manifiestan haber recibido una mala atención al cliente debido a que en la Cooperativa existe poca capacitación del personal. La mayoría de clientes hacen uso de los servicios de la Cooperativa por Ahorro a la vista y mientras que un porcentaje equilibrado por los Créditos que ofrece.

ANTONIO MARTÍNEZ (2017) en su tesis titulada: *Benchmarking En Pequeñas Empresas De Comida Rápida De La Zona 3 De La Ciudad De Quetzaltenango*, tuvo como objetivo: Identificar la utilización de la herramienta de benchmarking en las pequeñas empresas de comida rápida de la zona 3 de la ciudad de Quetzaltenango, objetivo específico: Conocer la categoría de benchmarking que utilizan las pequeñas empresas de comida rápida, Determinar los beneficios que actualmente proporciona la aplicación de benchmarking en las empresas. Analizar el proceso de benchmarking en las pequeñas empresas de comida rápida. Tuvo como Metodología: También se utilizó la investigación descriptiva, Resultados: ¿Conoce usted la herramienta de benchmarking? Con un 65% He escuchado de ella, no tengo ningún conocimiento., ¿Conoce las categorías de benchmarking? 100 % no , ¿Pone en práctica algún tipo de benchmarking? 35 % Sí, de una forma empírica. ¿Le gustaría aplicar la herramienta de benchmarking en la empresa? 100% Si, ¿Al momento de implementar nuevas prácticas en que le beneficia? con un 45 % Mejorar al momento de cobrar, despachar, o en algún proceso de la elaboración de la comida. ¿Ha utilizado algún proceso para hacer benchmarking? Con un 55% Si, por medio de observación. ¿De qué forma decide que es lo que va a someter a benchmarking? Con un 51 % Cuando veo que alguien más está haciendo bien algo y me gustaría hacerlo igual. ¿Utiliza algún método para recolectar y recopilar datos al momento de hacer benchmarking? Con un 67% Sí, de una manera empírica. ¿Planea cuidadosamente al momento de incorporar nuevas prácticas? Con un 58 % No, todo se hace de una manera poco técnica. ¿Establece metas funcionales que

logren crear operaciones que cambien los métodos? Con un 100% no . Se concluye que Las pequeñas empresas de comida rápida de la zona 3 de la ciudad de Quetzaltenango, utilizan el benchmarking como herramienta administrativa pero no lo llevan a cabo como un proceso administrativo formal; sin embargo, refieren interés en la observación de los productos, servicios y procesos de trabajos de otras empresas, para implementar mejoras.

Jacobo, M (2015) en su tesis titulada: *Diseño de una Capacitación en Gestión de Calidad para Hoteles de Quetzaltenango*, tuvo como objetivo: Determinar la situación actual de la empresa para poder diseñar un programa de capacitación enfocada en la gestión de calidad. Objetivo específico: Analizar la situación actual de la empresa. Identificar si los hoteles cuentan actualmente con un sistema de calidad. Evaluar y mejorar las operaciones de gestión de calidad dentro de los hoteles. Estructurar las estrategias necesarias para implementación de una capacitación de calidad. Determinar las áreas específicas para diseñar la capacitación. Se tuvo como resultado: Amabilidad de trato del personal fue 60 % bueno, Habitación limpia y ordenada fue 75% buena, Calidad en la ropa de cama y Servicio de Habitación fue 80% bueno, La rapidez en el servicio fue 100% buena, El trato del personal de limpieza fue 45% bueno, La calidad en la comida del restaurante fue 75% bueno, La calidad en el servicio de la recepción fue 100% excelente de igual manera la resolución de dudas. Se concluye que se tiene una buena gestión ya que los clientes estan satisfechos con los servicios que les brinda y esto ayuda mucho en la fidelización y captación de usuarios.

Nacional

José Rosales V, (2018) en su tesis titulada : *Gestión De Calidad Con El Uso De Benchmarking En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro Venta Minorista De Ropa Para Damas, En El Centro Comercial Chic Galerías En El Distrito*

De Chimbote, 2016. tuvo como objetivo: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el Centro Comercial 'Chic Galerías' en el Distrito de Chimbote 2016. Objetivo específico: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el Centro Comercial Chic Galerías en el Distrito de Chimbote 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el Centro Comercial Chic Galerías en el Distrito de Chimbote 2016.

Resultados : Edad del representante 60,0 % tiene 18-30 años, Género : Femenino 80,0% , Grado de instrucción : Superior universitaria 66 % , Cargo que desempeña : Administrador 66 % , Tiempo que desempeña en el cargo: con un 77 % de 0 - 3 años , Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro 0 a 5 años : con un 60 % , Número de Trabajadores : 1- 5 Trabajadores con un 60,0 % , Las personas que trabajan en su empresa son: Personas no familiares 60,0 % , Objetivos de creación : Generar ganancias 93,3 % , Conoce el termino Gestión de Calidad : Si 46,7% , Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce: otros con un 66% , Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad : Poca iniciativa 26,7 % y desconocimiento del puesto con un 26% , Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce: La evaluación con un 33% , La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio : si un 93% , La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización : Si con un 100% , Conoce usted el significado de la palabra benchmarking: No con un 46.7% , Las estrategias que toma como referencias de otras empresas es para mejorar : Productos con un 60,0% , El Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa : con un si 66% , El personal muestra resistencia al

cambio: A veces con un 46% , Porque cree el personal de su empresa se resiste al cambio : No se resisten al cambio con un 40%, El benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en el nuevo mercado: con un si 86,6%, Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking: La cultura al cambio con un 40 % y 40 % todas las anteriores , Un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente: con un si 66,7 % .

Kimberly Pérez Almerí (2018) en su tesis titulada : *Gestión De Calidad Con El Uso Del Benchmarking En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio, Rubro Actividades Veterinarias, Jr. José Olaya, Distrito De Chimbote, 2016.* Tuvo como objetivo: determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016; Objetivo específico: De determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016; determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016; determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias, Jr. José Olaya, distrito de Chimbote, 2016

Resultados : Edad del representante 71,0 % tiene 31 – 50 años, Género Masculino 100,0% , Grado de instrucción : Superior universitaria 100 % , Cargo que desempeña : Administrador 71 % , Tiempo que desempeña en el cargo: con un 71 % de 4 - 6 años , Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro 4 a 6 años : con un 57 % , Número de Trabajadores : 1- 5 Trabajadores con un 100,0 % , Las personas que trabajan en su empresa son: Personas no familiares 57,0 % , Objetivos de creación : Generar

ganancias 100%, Conoce el termino Gestión de Calidad : Si 71,7% , Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce: otros con un 71%, Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad :otros con un 42.8%, Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce : observación 57% , La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio : si un 100% , La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización : Si con un 100%, Conoce usted el significado de la palabra benchmarking: No con un 100%, Las estrategias que toma como referencias de otras empresas es para mejorar : todas 42,0% , El Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa : con un si 100% , El personal muestra resistencia al cambio: A veces con un 71% , Porque cree el personal de su empresa se resiste al cambio : No se resisten al cambio con un 40%, El benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en el nuevo mercado: con un si 85,6%, Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking: aprendizaje continuo con un 42 % , Un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente: con un si 71,7 % .

Brander Olivera M, (2018) en su tesis titulada: *Gestión De Calidad Con El Uso Del Benchmarking De Las Micro Y Pequeñas Empresas, Rubro Estaciones De Servicios, Distrito De Chimbote, 2017.* tuvo como objetivo: Determinar las características de Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Estaciones de Servicios, Distrito de Chimbote, 2017;.Objetivo específico Describir las características de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Estaciones de Servicios, Distrito de Chimbote; Describir las características de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Estaciones de Servicios, Distrito de Chimbote, 2017; Describir las características de Gestión de Calidad con el uso del Benchmarking de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Estaciones de Servicios, Distrito de

Chimbote, 2017. Resultados : Edad del representante 50,0 % tiene 31-50 años, Género : Masculino 50 % y Femenino 50,0% , Grado de instrucción : Superior universitaria 87 % , Cargo que desempeña : Administrador 100 % , Tiempo que desempeña en el cargo: con un 56 % de 4 - 6 años , Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro 4 a 6 años : con un 56 % , Número de Trabajadores : 6- 10 Trabajadores con un 50,0 % , Las personas que trabajan en su empresa son: Personas no familiares 100,0 % , Objetivos de creación : Generar ganancias 68,3 % , Conoce el termino Gestión de Calidad : Si 81,7% , Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce: otros con un 51%, Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad : Poca iniciativa 31,7 % y desconocimiento del puesto con un 25%, Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce: observación con un 50%, La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio : si un 100% , La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización : Si con un 95%, Conoce usted el significado de la palabra benchmarking: No con un 62.7%, Considera el Benchmarking como un gasto o una inversión: una inversión 100% , El benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en el nuevo mercado: con un si 93,6%, Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking: 50 % todas las anteriores , Un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente: con un si 100,0 % .

Local

Eduardo Mogollón H (2019) en su tesis titulada: *Caracterización De La Gestión De La Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios - Rubro Gimnasios Distrito De Trujillo, 2018* Tuvo como objetivo: Determinar las principales características de la gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro

gimnasios Distrito de Trujillo, 2018.; Objetivo específico Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios Distrito de Trujillo, 2018. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios distrito de Trujillo, 2018 , Determinar las principales características de la gestión de la calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios distrito de Trujillo, 2018, .Resultados : Edad del representante 53,0 % tiene 31 – 50 años, Género Masculino 73,0% , Grado de instrucción : Superior universitaria 80 % , Cargo que desempeña : Dueño 81 % , Tiempo que desempeña en el cargo: con un 40 % de 4 - 6 años , Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro 7 a más : con un 40 % , Número de Trabajadores : 1- 5 Trabajadores con un 75,0 % , Las personas que trabajan en su empresa son: Personas no familiares 80,0 % , Objetivos de creación : Generar ganancias 100%, Conoce el termino Gestión de Calidad : Si 67,7% , Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce: atención al cliente 100%, Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad : no se adaptan al cambio 73%, Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce : observación 67% , La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio : si un 100% , La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización : Si con un 100%.

Luis Caro C (2017) en su tesis titulada: *Plan de Negocio para la Implementación de un Gimnasio en la Ciudad de Trujillo en el NSE A y B 2017* Tuvo como objetivo: Evaluar y demostrar la sostenibilidad comercial, económica y financiera de la implementación de un gimnasio dedicado a ofrecer un servicio de mejora corporal, de la salud y el bienestar de los habitantes de los niveles socio económicos A y B de la ciudad de Trujillo.; Objetivo específico Analizar la oferta existente de gimnasios en la ciudad de Trujillo,

realizar un análisis de la competencia y el marco regulatorio. - Determinar las motivaciones y las preferencias de los estilos de vida saludable y cuidado de la estética personal a través del deporte del segmento poblacional de los habitantes de los niveles socioeconómicos A y B del Distrito Víctor Larco Herrera de la ciudad de Trujillo. - Evaluar y diseñar los requerimientos del modelo de negocio propuesto. - Evaluar los planes de Operaciones, Recursos Humanos y Marketing. Resultados: Que tan importante es para usted que el instructor este pendiente de la correcta forma de realizar los ejercicios: el 51.2% del público encuestado considera importante recibir un servicio personalizado, Consejos le gustaría recibir por parte del instructor de sala : el 32.3% del público encuestado considera que es importante recibir información acerca de la alimentación por parte de su personal trainer, Cualidades que considera debe tener un personal trainer: el 26.22% del público encuestado considera importante que la principal cualidad que debe tener el trainer debe ser el respeto, Preferencia del público objetivo: el 38.4% de las personas consideran que una razón importante para asistir a un gimnasio es mejorar el estado Físico, la salud y estar en forma, Razones por la que eligió su actual gimnasio: el 22.6% de las personas consideran que una de las razones por la que eligió el gimnasio que actualmente está asistiendo es por la buena de sus maquinas, Factores le llevaría a cambiarse de gimnasio: el 32.9% de las personas consideran que una de las razones más importantes para cambiarse a otro gimnasio es el servicio, Importancia de recibir un buen servicio del gimnasio al que asiste: el 50.6% de las personas consideran que es importante recibir un buen servicio del gimnasio que actualmente está asistiendo, Atributos que usted más valora: el 22.0% de los encuestados, con relación a los atributos para los locales, valoran más el servicio prestado., Asistiría a un gimnasio ubicado en la Avenida Los Paujiles - Urbanización Las Flores: que el 84.8% del público encuestado menciona que si asistiría a un gimnasio ubicado en la avenida los Paujiles,

Considera importante que el gimnasio mantenga un monitoreo constante acerca de sus progresos hacia el logro de sus objetivos: el 45.7% del público encuestado considera muy importante el recibir un monitoreo constante acerca del progreso del logro de sus objetivos, Considera importante que el gimnasio le brinde el servicio de nutrición a cargo de un especialista: 38.4% del público encuestado menciona que es importante que se brinde el servicio de nutricionista para complementar los ejercicios con la una correcta alimentación, Considera importante que se le envíe información vía email acerca de rutinas, alimentación, suplementación y noticias afines al mundo de los gimnasios: el 48.2% del público encuestado considera importante se le envíe información vía email acerca de rutinas, alimentación, suplementación y noticias afines al mundo de los gimnasios, Tipo de descuentos y/o promociones que son de su interés: el 37.2% del público encuestado prefiere que los descuentos y promociones se den de manera trimestral, para así aprovecharlas mejor.

Gonzales J (2018) *Gestión De Calidad Con El Uso Del Liderazgo Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios – Rubro Hostales, Distrito De La Esperanza, Trujillo 2018* Tesis Para Optar El Título Profesional de Administración, tuvo como objetivo: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del liderazgo y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios – Rubro Hostales, distrito de La Esperanza, Trujillo 2018 , El diseño de la investigación fue no experimental-transversal fue Descriptivo sólo se describió las principales características de las variables en estudio de manera independiente, se tuvo como resultados: Aplica la técnica de gestión de calidad 50 % Si y 50 % no, usan Técnicas de gestión de calidad con un 40% Benchmarking y con un 25% Outsourcing,

dificultades existe para la implementación de gestión de calidad con un 40% poca iniciativa, técnicas para medir el rendimiento con un 40% la observación ,25% evaluación, La gestión contribuye al mejor rendimiento del negocio con un 75% si , La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas con un 75 % sí..

José A (2019) *La Atención Al Cliente Como Factor Relevante En La Gestión De Calidad Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Hoteles En El Distrito De Huanchaco, 2019* Tesis Para Optar El Título Profesional de Administración, tuvo como objetivo: Determinar las características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de Huanchaco, 2019 El diseño de la investigación fue transversal y no experimental y descriptivo, no experimental, porque se estudió conforme a la realidad sin sufrir modificaciones. Transversal, se tuvo de resultados, Conocimiento del término Gestión de Calidad 83.33 % Si, Técnicas modernas de la Gestión de la Calidad que conoce es Atención al cliente con 83.33 %, Dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad con Poca iniciativa 33.33% y otros 50 %, Técnicas para medir el rendimiento del personal con La observación 41.67 % y La evaluación 33.33 % , La gestión de la calidad y su contribución a mejorar el rendimiento del negocio con un 100% si, La gestión de la calidad y su ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa con un 100% si, Conocimiento del término: Atención al Cliente con un 100% si , Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes con un 91,67% si, La atención al cliente como fundamento para que éste regrese al negocio con un 100 % si, Herramientas que utiliza para un servicio de calidad es Comunicación con un 75% , Principales factores para la calidad del servicio que brinda es Atención personalizada con un 58% , La atención que brinda a los clientes es buena con un 100%, Resultados

logrados brindando una buena atención al cliente es Clientes satisfechos con un 41.67 %, Considera usted que la atención al cliente un factor relevante para la gestión de calidad? Con un 100% si, Considera usted e la atención al cliente como factor relevante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente con un 100% si, la Maneras que aplica atención al cliente en su empresa es la capacitación al colaborador con un 41.67% , Estrategias que utiliza para satisfacer las necesidades del cliente es la Innovación del servicio con un 50%, Ventajas que tendría la empresa al brindar una buena atención al cliente seria la fidelización con un 33.33% y captación de cliente con un 25%.

2.2 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Bases Teóricas

Definición Del Benchmarking

Podemos Ver que Hoy en día la herramienta del benchmarking puede ser beneficiosa ya que vemos a muchas “Micro y pequeñas empresas” que están mejorando a través de muchos métodos y ser mejores sobre pasando que por estrategia y se enfocan en reunir información valida y que pueda ayudar el progreso. Se trata de una herramienta de autoevaluación y evaluación comparativa del rendimiento de la empresa, y por otro lado, también el benchmarking se puede utilizar como proceso de aprendizaje organizacional. Esto fue una herramienta de mejora continua ya que relevantemente el benchmarking es una de las mejores herramientas que ayudan en produccion , costos , etc y por lo tanto la importancia que debe ver en muchas practicas de empresas y mas si una persona quisiera poner un negocio tiene que tener infomacion confiable que no pueda arriesgar una perdida sino ganancias , su ventaja del benchmarking es que te aumenta productividad ya que es una técnica de llamar más rápido a los consumidores . El desarrollo de esta herramienta puede llevar muchas mejoras ya que implementa, y

tiene como mayor importancia obtener información válida y cada vez vemos que muchas empresas van procesando esta herramienta ya que tiene excelente calidad que es beneficiaria. Según, Kotler & Finch, (2014). El autor argumenta y trata de decir, que el uso de la herramienta del benchmarking es un beneficio para las empresas y es importante que otras compañías estén dispuestas a usar la herramienta del Benchmarking. La herramienta del benchmarking dando por concluir es algo más que una evaluación cualquiera ya que es muy comparativa, no solo incluye comparación sino un proceso y resultado de otras organizaciones para obtener una información válida que amerite tener un objetivo en práctica y adaptarlo en la compañía y así tener un buen conocimiento de gestión de adaptación y mejorando continuamente en la organización más que todo rediseñando y así poder obtener nuevas ventajas competitivas cada vez que otras compañías quieran innovar y/o estar planificando otras estrategias nuevas.

¿Qué Se Entiende Por Benchmarking?

Consideramos el benchmarking como una herramienta de mejora de los procesos operativos de la empresa en base al aprendizaje continuo de las mejores prácticas de empresas excelentes. La gestión y el Benchmarking tiene que ver mucho debido a planificación continua ya que es una metodología de procesos de capacidad empresarial, de ayuda en resultados y de innovación, en las organizaciones requiere de conocimientos amplios que puedan dar información válida a la gestión administrativa del día por ese enfoque las investigaciones llevan un rubro de estar cada vez más en práctica con esta herramienta, Según, CAMP, R. C.(2010). Argumenta que en esta se extiende lo que el benchmarking lleva un diagnóstico de valoración para las empresas llevando un diagnóstico de mejora de calidad y llevando un amplio diagnóstico que pueda mejorar estratégicamente.

El Benchmarking Aplicado A La Gestión De La Innovación

La gestión de la innovación es uno de los más importantes desafíos a los que se enfrentan los gestores empresariales, la evolución del benchmarking nace de la gestión , porque no se trata solo de mejoras continuas sino también tener una gestión enfocada en ser cada vez mas adaptada únicamente en mejores resultados , y sobre todo la gestión tiene mucho que ver con el benchmarking , la herramienta evalúa , planifica , y Innova estratégicamente la gestión de calidad lleva lo que es el mercado de producto y costo que ayuda mucho a saber lo de otras compañías y/o consumidores . Según Zabala, (2008).El autor Argumenta, la Gestión lleva al éxito ya que en el si observamos empresarialmente tenemos que llevar en cuenta que estratégicamente debemos estar al borde de otras compañías de información, vemos que el benchmarking es una herramienta de gestión que cada vez se tiene que llenar de información , no solo de evaluar sino de innovar . El Benchmarking tiene como conocimiento habilidades de interés que se deberá asumir previamente de muchos criterios estratégicos para no caer en el mismo juego de la competencia.

Según Bessant,(2015). Argumenta que enfoca en tener una información valida del día a día para estar alerta de la competencia y dar un resulta dado confiable al área de gestión administrativa que pueda estar centrada en las nuevas planificaciones continuamente. El benchmarking esta enfocada en la gestión ya que innova continuamente analizando retrospectivamente la retroalimentación implementando información para estar relevado de información sobre conocimientos previos estratégicos.

Calidad en el servicio

La calidad es un afán que ha preocupado siempre a la humanidad, el hombre en su esencia siempre ha buscado mejorar su entorno. el autor Argumenta que en esta época los japoneses habían lanzado y estaban implantando sus teorías sobre Calidad Total en el conjunto de la empresa y habían asumido los planteamientos sobre la eficacia del

trabajo en grupo **Según Ishikawa**,(2010).El autor Argumenta que La calidad de servicio se va enfocada en los beneficios y servicios del producto , ya que las ventas suben de acuerdo al beneficio y satisfacción del consumidor y crea una calidad de precio , ofertas como podemos ver esta relacionada en procesos estratégicos y de diseño de producción ya que es muy importante para corregir errores. “Desde un plano estrictamente mecanicista hay que recordar que la calidad es un atributo predicable de los objetivos tangibles y que por tanto puede ser captada y aprendida por los cinco sentidos del hombre. **Según**,(Larrea, 2011).El autor analiza que la Calidad de los servicios se denomina a la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas el servicio tiene una reputación ya que pone el precio , mas su imagen es muy eficaz e importante para que el servicio pueda guiarse podemos ver que estas cosas concretamente se ve adaptado a muchas personas que se van dando cuenta de porque o como eligen ese servicio hoy en día a veces cuesta adaptarse que no sabemos si está satisfecho o no con el servicio hay veces que las necesidades si son satisfactorias y veces que ahí que mejorar vemos que el servicio está adaptado de acuerdo a qué tipo de persona va consumir o ser el cliente beneficiario por ello indica que es el conjunto de prestación que espera el cliente , el servicio se encarga de obtener bienes y producir bienes tangible de acuerdo a sus consumidores , los clientes se enfocan en la imagen y reputación del servicio ya que da más creabilidad sentirse en seguridad por ello se hace el estudio de mercado dicho que se basa en ver los clientes .

Contextualización De La Herramienta De Benchmarking En El Actual Paradigma Económico

El desempeño de la Herramienta de calidad evalúa al consumidor si se siente satisfecho de acuerdo al servicio y/o producto que se le puede brindar sino ve si se siente satisfecho por lo general se evalúa las dimensiones si es seguro, fiable, intangible,

empática y capacidad de respuesta son muy necesarias ya que requiere fundamentos específicos de evaluar al consumidor ver si esta 100% confiable el consumidor. **Según,Druker,(2010)**. El autor argumenta que La herramienta de mejora continua benchmarking es una práctica de plena actualidad que gana relevancia en el marco actual de cambio acelerado al que están expuestas las empresas a diversos niveles para mejorar la calidad servicio.

Posicionamiento Del Mercado (Benchmarking)

El término Benchmarking se define como el proceso a través del cuál una organización compara su desempeño con el de otra, de dentro o fuera de su industria, para aprender cómo ésta alcanza sus resultados, para llevar un posicionamiento buena en el mercado ahí que llenarse de información de otras empresas para identificar las diferencias y llevar a conocer las actividades claves de información. **Según,Goldwasser,(2015)**.El autor explica que hoy en día como ya sabemos una de las herramientas estratégicas en el benchmarking ya que después de analizar todo el mercado se hace uso de esta herramienta , y técnica para establecer que impulsan a utilizar el benchmarking , en primer lugar la empresa examina otras empresas de cuyos rubros llevan una competencia y así aprender de sobre los productos de servicio y así utilizar esta técnica después de establecer objetivos como analizar , evaluar , para mejorar continuamente se recoge información de otras empresas y se mejora identificar las diferencias y planificar un análisis y estudio de mercado y asa adaptarse a la información que obtengan otras empresas para conocer sus actividades claves .

Enfoque Del Benchmarking Sobre La Satisfacción De Las Necesidades Satisfactorias Del Cliente

Aporta que los servicios son " Un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios". **Fischer y Navarro**,(2014, Pág. 185). El autor analiza la coordinación de las actividades en buscar más consumidores y conseguir consumidores con más potencia y de tener una investigación de planteamiento estratégico y así obtener mayores resultados enfocándose en un precio estándar que pueda tener una accesibilidad para los consumidores.

La planeación de muchas empresas , tiene como objetivo la satisfacción del cliente , ya que se va orientado en las personas ya que vemos si es rentable para los clientes y ver si se sienten satisfechos , o los consumidores nuevos , este enfoque tiene también como objetivo tener en lealtad a sus consumidores y obtener otros clientes más potenciales en ella se debe llevar un precio estándar que tengan accesibilidad , distribución y promoción llevando un planteamiento previo un punto de referencia llevando la metodología corporativa de los consumidores como objetivo.

Origen y evolución del benchmarking, una nueva herramienta de gestión

La denominación y conceptualización formal del benchmarking, con su contenido actual, se atribuye a la publicación de la obra de Camp de 1989, un adecuado desarrollo a futuro del mercado llevando un mecanismo de retroalimentación de una buena calidad considerando el proceso de evaluación y de control de diversos estudios de los clientes por lo tanto se ve que los procesos siempre van por ende basado al servicio que puede ser de información válida. **Según, Camp**,(2013).El autor analiza la identificación del grado del consumidor que es muy importante por lo que lleva desarrollo a futuras del

mercado del producto y/ o servicio que se brinda , se considera grandes cambios en el desempeño empresarial y se considera la calidad como una de las más grandes herramientas junto con el benchmarking se ha determinado más competitividad y el crecimiento de más empresas a diario llevando un crecimiento de implantación de mejora en los procesos de calidad llevando acabo un buen servicio que proporcione información valida detallada obteniendo diversos tipos de clientes de acuerdo su calidad.

SERVICIOS COMERCIALES

Normalmente cuando un cliente llega a un establecimiento comercial espera encontrar una serie de servicios básicos, independientemente del tipo de establecimiento, que hacen de la compra una situación agradable y cómoda, los servicios comerciales son básicos , esenciales y necesarios ya que están relacionadas con las ofertas extras y satisfacer perfectamente a sus clientes . **Según, Burruelo,(2015).** El autor Argumenta que el servicio comercial un servicio muy útil, ya que, satisface necesidades perfectamente relacionadas en ofertas a precios cómodos que son accesible de igual manera a otros servicios ya que opta con horarios a las necesidades de las personas , lleva un ambiente bueno agradable y cómoda también opta una resolución satisfactoria. Para llevar un servicio bueno ahí que llevar ofertas de buenos precios que puedan ser de igual manera a otros como vemos el ambiente importante mucho específicamente y la resolución satisfactoria.

Principios En Gestión De Calidad

Los principios, Proponen indicados de que la medición de la calidad se haga a partir de los siguientes principios calidad estratégicamente y de planificación eficaz ya que

proponen a menudo que el comportamiento es básico e importante porque está enfocada en indicadores claves para saber el indicador del cliente. Identifica el producto como fuente principal es un indicador de conformidad de los clientes los principios de gestión de calidad se va enfocada en los procesos de proveedores-clientes y mide un indicador del cliente. **Según Bernillón y Cerutti (2015)**. Argumenta que esto se lleva a menudo a cuenta el comportamiento de los consumidores y obteniendo una orientación desde el punto de vista de los clientes.

Herramientas para mejorar el servicio

Define el Keizen como "El mejoramiento continuo", Vemos hoy en día que las personas reciben un servicio a veces nada tangible ya que se ve relativamente la seguridad del cliente , hoy en la actualidad las empresas deben de tener una confianza con el consumidor relativamente y de tener un personal que pueda de misma manera contribuir de un buen servicio , se debe tener en cuenta que el personal y/o trabajadores y el gerente tienen que llevar un buen conocimiento de sus clientes , el servicio es recursivo para que el cliente se pueda sentir satisfecho , la gente a veces tiene mala influencia de algunos servicios porque la gerencia a veces no tiene información correcta que pueda ser beneficiaria y actualizada para el cliente y por ellos estas características deben llevar y tomar en cuenta que los servicios es muy relevante e importante la planificación y implementación de nuevas ideas de como poder ser beneficiaria para el cliente como para la empresa. **Según,Imai(2015)**.el autor analiza la caracterización de los servicios , recursivo para la satisfacción del cliente y implementación especifica que pueda promover una importante relevancia de como buscar que el cliente se pueda sentir satisfecho.

Etica En La Empresa

Se debe tener en cuenta que la ética es algo importante que debe ser moralmente legal teniendo en cuenta expectativas como una empresa llevando a cabo valores adecuados y sabiendo que la ética tiene mucho que ver en este sentido empresarial según éticamente se debe llevar y tomar en cuenta la capacidad del personal dentro de ella prepararlos optando un nivel ético que pueda ser enfocada para los clientes puede a veces costar un poco que se adapten a ella debemos saber que se tiene que establecer de una manera no discriminatoria, moral y transparente. Wellington,(2014).El autor explica y establece que “se debe ser incuestionablemente legal, no discriminatorio, moral y transparente. que se debe tener en cuenta una ética de hermandad de no a la discriminación y una moral transparente ya que es muy importante porque esto puede llevar algo muy ético que puedan sentirse cómodos y satisfechos y siempre teniendo en mente al consumidor como punto efectivo.

Definición De Conducta

Señala que la conducta debe ser “imparcial”, gustosamente servicial, objetivo, justo, honesto, irreprochable y auténticamente centrado en el cliente y aprender de la crítica constructiva. **Según Wellington,(2016,P.41).**Argumenta que vemos en muchos casos que hoy en día la conducta es algo que tiene como imagen en una empresa, el trabajo en equipo hace una apariencia al empleado que está bien entrenado para cualquier situación ya que se debe tener en cuenta siempre una conducta servicial que sea honesta, y que sea centrado en el cliente y de estar siempre informado de las críticas constructivas que pueden ayudar a mejorar se debe tener mucha empatía por ejemplo en el uso de los uniformes, limpieza, y apariencia que tenga de buena amabilidad y de siempre estar atento a lo que dice el cliente, por ese caso los entrenadores deben llevar un buen desarrollo de sus empleados que tengan mayor énfasis, y así opten a cumplir

los objetivos trabajando con hermandad , estar identificado con su empresa , ser fiel a ella y poder solucionar cualquier conflicto dentro de ella.

Influencias Propias De Los Consumidores Benchmarking, Marketing Y La Publicidad

El proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejante, los deseos consiste en anhelar los satisfactores específicos para las necesidades más profundas y ser diferencia a otras ya que la innovación es clave de ideas específicas que puedan ser exclusivamente de investigación y estrategia a futura para ser mejor. **Según Kotler**,(2013).El autor analiza el benchmarking es una arma de satisfacer al consumidor pero ahí influencias propias que debemos saber de los consumidores mediante generar y ofrecer e intercambiar el rol importante de la satisfacción del consumidor , es un elemento estratégico que influye en estudios del consumidor basada en la necesidad de como satisfacer al consumidor , sin embargo las influencias son creadas como elementos integral biológica que abarca la condición humana , por otro caso también tenemos la publicidad tiene un ambiente mas relevante y concreto que ayudan anhelar la satisfacción del consumidor si bien la publicidad opta en lo que es el marketing también y puede cursar metas que el consumidor pueda quedarse grabado como una experiencia que nunca más podrá ver y/o optar estas experiencias pueden ser de mucha validez ya que supongamos que el nivel de beneficios por ejemplo de promoción no ve en otro lado y observa en una se quedaría impactada el marketing y la publicidad siempre están basadas en quedarse grabada en la mente de los consumidores y complacer deseos que localiza satisfacción necesaria, los consumidores siempre están pendiente en donde les dan más beneficios , promociones , precios , y en

todo aquello que pueda ser más cómodo a sus condiciones un análisis de mercadeo puede ser clave por ejemplo el servicio publicitario es muy importante y eficaz que podría ayudar el posicionamiento del producto los consumidores siempre están al borde de ver porque comprarlo o algunos por tener exclusividad que puedan ser diferentes a los demás esta influencia se debe a que los consumidores cada vez sean más exigentes , y por ello se lleva una propia estrategia a futura e ideas que puedan innovar y ser a futura como condiciona.

Dimensiones De Satisfacción

Ellos estiman que ambos tipos de satisfacción son producidos por la evaluación de los consumidores con respecto a cómo el desempeño de un producto o servicio es percibido esta dimensión que obtiene una satisfacción total hacia el consumidor y que de ello depende de cómo es el proceso de investigación de estudio a futura otro punto argumenta que es específicamente importante lo de llevar un control de evaluación del consumidor. **Según, Spreng, mackenzie y olshavsky (2015)**. Ellos explican que la satisfacción atributo debe profundizar satisfacción total positivamente, el deseo y la expectativa es evaluada por esta dimensión que debidamente es estudiada y analizada por una información de servicio de ventas por ejemplo de investigaciones recientes, por ello se debe tener un objetivo como desempeño de la satisfacción de estas dimensiones , la evaluación del consumidor es muy importante porque uno puede obtener información específica y investigada actualizada.

SATISFACCIÓN DEL ATRIBUTO

No se debe confundir, la satisfacción total con la satisfacción de los atributos individuales, porque la satisfacción de los atributos específicos no es el único antecedente de la satisfacción total. La satisfacción total esta basada en el conjunto de

experiencias que experimenta el consumidor, no sólo en los atributos individuales. el atributo general tiene como objetivo una satisfacción de concluir en algo de mucho análisis de proceso de investigación y de hacer algo muy factible para así llevar básicamente atributos que puedan favorecer a la organización. **Según Oliver (2013)**. El autor argumenta que se conoce al cliente de lo que puede llevar un atributo general incluyendo una investigación que pueda generar al cliente lealtad fundamentalmente. Con esto concluimos que, las dimensiones de atributo puede llevar un análisis de procesos, llevar actividades en la identificación de los correspondientes indicadores de rendimiento, hasta entonces las comparaciones se centraban básicamente en análisis atributos y de resultados confiables que dan solvencia a esta satisfacción que da por concluir que es muy práctico y sencillo de utilizar y que es muy factible para las compañías a nivel nacional , internacional y/o local.

“Fidelización Y Calidad De Servicio”

La lealtad es el objetivo fundamental que un número muy creciente de empresas integra dentro su estrategia, detrás de la estela del desarrollo de un nuevo paradigma que ve el negocio. **Según, Alet (2012)**. El autor Argumenta los enfoques de calidad que llevan un proceso que puede ser confiable estos procesos tienen que fidelizar , y gestionar el servicio que puede obtener un consumidor el servicio es ampliamente de distintas fases y áreas claves de un producto y/o servicio , primeramente la calidad se debe , de mayor a menor previamente con el consumidor su forma satisfactoria , podemos ver normalmente una condición del cliente y obtener fidelizar su lealtad del cliente , la calidad de servicio puede ser normalmente conocida de importancia se comprueba que este servicio puede de ser de mucha ayuda ya a veces se piensa que esta importancia a veces no solo afecta a los clientes sino al producto que pueda satisfacer al cliente

Niveles De Calidad

Según el autor clasifica en 3 niveles de calidad evalúa y identifica esta información de beneficios de herramientas valiosas de evaluación y control como tenemos “el cliente, producto o servicio” y proceso. Según, Fatzer (2010).

Cliente: Radica en la importancia de identificación del cliente llevando un interés a obtener un resultado de tasas favorables.

Producto o Servicio: Es muy importante porque es un documento interno que puede obtener información válida de mayor utilidad y beneficiaria hace el buen manejo del producto y “el aumento de productividad”.

Proceso: Es un indicador que ve el “proceso por el cual” identifica a los consumidores y ve los niveles de defectos, teniendo un indicador de mayor nivel a menudo.

Dimensiones de la Calidad observó que "La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar". Vemos que por lo tanto es muy continuo este servicio de calidad y creación vinculada en interrelacionarse con el cliente, es la parte que puede satisfacer al cliente ya que la imagen y/o relación que se lleva con la persona que recibe el servicio, la oferta puede abarse debidamente en la demanda enfocándose en ser más de ser eficaz en ella podemos analizar los incrementos del control de día a día si aumenta o disminuye los niveles de ventas es muy concurrente comprobado así que por lo tanto observamos a medida que el tiempo pasa se va haciendo de nuevas creaciones vinculadas con el producto que nos fijamos diariamente en la utilidad. Según, Druker, (2016 p. 41). Argumenta que la creación de calidad vinculada en el cliente lo muy importante releva una fidelización de manera que va surgiendo la creación de estos vínculos sólidos.

El Reto De La Innovación

Segun, Arbonés y Zabala (2014), Los Autores Analizan, La gestión de la innovación (GI) es un instrumento directivo de primera magnitud, capaz de contribuir al éxito y desarrollo de la empresa de la innovación y la tecnología que con lleve a cualidades y virtudes que sirvan para su difusión y aplicación, y de tener un interés relevante de cualidad de gestión innovadora. Hoy en día vemos que esto es una arma importante que cursa en renovar y innovar implementando otra estrategia sorpréndete que impacte y releve lo importante que fue ese estudio así mismo reconstruir y ver un motivo y/o razón por el cual es el punto de objetividad fundamentalmente un nuevo comienzo a esta innovación, y llevar de un arranque a un cambio de comienzo esta fuente que pueda ser de validez como llevar un ámbito de calidad e importancia de las maneras de mejorar la organización teniendo diferentes capacidades de que sea un reto de herramienta propuesta , los interés y/ o virtudes y otras cualidades día a día llevan un reto de difusión y aplicación adecuada de una retroalimentación de gestión innovadora.

MYPES

Concepto

Las mypes son una unidad económica que genera empleo formado por una persona Natural o jurídica, que tiene como objetivo desplegar labores de producción, comercialización de prestación de servicios.

Cuando nos referimos a las mypes damos a entender que estamos refiriendo a las micros y pequeñas empresas tiene igual que todas un tratamiento en la presente ley, con eliminación al régimen laboral que solamente se limita a las microempresas.

Características

A continuación mencionaremos que tienen que tener las Mypes en la siguiente características:

Microempresa: Cabe mencionar que debe tener de 1 hasta 10 subordinados y siempre en las ventas anuales con un tope de 150 UIT.

Pequeñas Empresas: Tiene que tener 1 hasta 100 trabajadores y siempre en las ventas al año un monto tope de 1700 UIT.

Cuando las ventas se incrementen se debe mencionar por el Decreto Supremo por el Ministro de Economía esto es solo para las pequeñas empresas.

Finalmente las organizaciones que son públicas o privadas deben dar uniformidad ante todos los criterios de medición con el fin de crear una base de información homogéneas para así dar una coherencia al modelo y dar aplicación en sus políticas y con el fin de llegar a formalizar el dicho sector.

Remuneración

Los trabajadores que laboran en las microempresas tendrán el derecho de percibir el sueldo mínima establecida por la ley. Esto podrá ser establecido por el concejo nacional de trabajo y promoción del trabajo con ayuda del decreto supremo, una remuneración menor.

El Descanso Semanal Obligatorio

Por Derecho es el trabajador tiene descanso semanal y en días feriados esto está establecido según las normas del régimen laboral.

El Descanso Vacacional

El Trabajador de las empresas si este cumplió, con lo que menciona el artículo 10 del decreto legislativo dicha ley que es de descanso remunerados de los empleados, este obtendrá como 15 días mínimos de descanso por cada año laborado.

Despido injustificado

Cuando el trabajador en despido injustificado de la microempresa, este tendrá una indemnización de 10 sueldos diarios por cada año completado deservicios con un topa de 90 sueldos diarios. Si el trabajador está en pequeña empresas se le indemnizara 20 sueldos diarios por cada año un tope de 120 remuneraciones diarias.

6.3 BASES CONCEPTUALES

Gestión De Calidad: La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar”. Vemos que por lo tanto es muy continuo este servicio de calidad y creación vinculada en interrelacionarse con el cliente, es la parte que puede satisfacer al cliente ya que la imagen y/o relación que se lleva con la persona que recibe el servicio, la oferta puede abarse debidamente en la demanda enfocándose en ser mas de ser eficaz en ella podemos analizar los incrementos del control de día a día

BENCHMARKING: Es la planeación de muchas empresas copia y adapta ideas también , tiene como objetivo la satisfacción del cliente , ya que se va orientado en las personas ya que vemos si es rentable para los clientes y ver si se sienten satisfechos , o los consumidores nuevos , este enfoque tiene también como objetivo tener en lealtad a sus consumidores y obtener otros clientes más potenciales en ella se debe llevar un precio estándar que tengan accesibilidad , distribución y promoción llevando un planteamiento previo un punto de referencia llevando la metodología corporativa de los consumidores como objetivo.

MYPES: son micro empresas que cuentan con más de 10 trabajadores y ayudan al servicio socio económico.

- **HIPÓTESIS**

Para la presente averiguación no es necesario formular hipótesis por ser una investigación descriptiva simple y cuantitativa. Según como lo refiere **Hernández, Fernández y Batista, (2014)**, quienes nos indica que no en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. Dado que enunciar o no la hipótesis depende de un elemento fundamental: la importancia del estudio. Las averiguaciones cuantitativas que expresan hipótesis son estas cuya propuesta limita que su enlace sería correlacional o explicativo, o las que poseen una importancia descriptiva, pero que pretenden predecir un número o hecho.

- **METODOLOGIA**

- **El tipo de investigación:**

Aplicada Cuantitativo, porque para la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizara procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

Nivel De La Investigación De La Tesis

El nivel de estudio será Descriptivo, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio.

Diseño De La Investigación.

El diseño que se utilizara en esta investigación: No experimental –descriptivo.

No experimental

Es no “experimental” porque se realizara sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.

Descriptivo

Porque se recolectaran los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito será describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado

- **EN UNIVERSO Y MUESTRA**

Población

La población de estudio está conformada por un total de 20 empresarios que son de sector servicio rubro gimnasios en, la misma zona del Distrito de Trujillo, año 2019.

Muestra

Hernández, Fernández, & Baptista (2014), “si la población es menor de 40 empresas, la población es igual a su muestra”. Para la muestra del estudio, se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, está constituida por 10 empresarios del sector servicio rubro gimnasios en, la misma zona del Distrito de Trujillo, al año 2019.

4.3 Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Perfil de los Representantes legales de las Mypes	Persona natural y/o jurídica que representa y/o asume responsabilidades de una empresa.	Edad del representante legal de la empresa	a) 18 – 30 años b) 31 – 50 años c) 51 a más años	Razón
		Genero	a) Femenino o b) Masculino	Nominal
		Grado de Instrucción del representante	a) Superior no Universitario b) Superior Universitario	Ordinal
		Cargo que desempeña en la empresa	a) Dueño b) Administrador	Nominal
		Tiempo de desempeño en el cargo	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Razón
	Microempresa: Pueden tener de uno (1) hasta diez (10) colaboradores, ventas máximo	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Nominal
		Número		

Características de las micro y pequeñas empresas	de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).	de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 109 trabajadores c) 11 a más trabajadores	Razón
	Pequeña Empresa: pueden contar desde uno (1) hasta cien (100) colaboradores, inclusive y ventas que sus ventas periódicas no puedan superar un monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).	Vínculo de los trabajadores	a) Familiares b) Personas no Familiares	Nominal
		Objetivo de la creación de su empresa	a) Generar Ganancias b) Subsistencia	Nominal
	Según Heras et al. (2008), “argumenta que la gestión está compuesto de decisiones que	Conocimiento sobre Gestión de Calidad	a) S i b) N o c) Tengo cierto conocimiento	Nominal
			a) Benchmarking	

Gestión de Calidad y Benchmarking	se toman en las microempresas con el objetivo de ser más eficientes para brindar productos de calidad y servicios. Con la finalidad de seguir satisfaciendo a la comunidad”(p.15).	Técnicas de gestión de calidad	b) Atención al cliente c) Empowerment d) La 5s e) Outsourcing f) Otros	Nominal
		Dificultades de los colaboradores para la implementación de gestión de calidad	a) Poca iniciativa b) Aprendizaje lento c) No se adapta a los cambios d) Desconocimiento del puesto e) Otros	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	a) La observación b) La evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluación de 360° e) Otros	Nominal
		La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	a) S i b) N o	Nominal
		La Gestión de calidad para alcanzar los objetivos de la empresa	a) S i b	Nominal

) N o c) A veces	
		Conoce el significado del benchmarking	Si No	Nominal
		El personal de la empresa se resiste al cambio		Nominal
		Fortalezas para implementar el benchmarking en la empresa.	La cultura al cambio Nominal Aprendizaje continuo Competencia en el mercado Toda Ninguna.	Nominal
		Las estrategias que toma como referencias de otras empresas es para mejorar	Productos Servicios Procesos de trabajo Todas	Nominal
		El Benchmarking encamina al mejoramiento de su empresa	Si No	Nominal
		Un buen uso del benchmarking	Si	

		permite a la empresa ser eficiente	No	Nominal
--	--	------------------------------------	----	---------

- **Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos**

En esta investigación se usó como técnica una encuesta como instrumento el cuestionario, con 20 preguntas que se encuentra relacionados a las variables gestión de calidad y Benchmarking y esta dirigidos a los representantes de los gimnasios del Distrito de Trujillo 2019.

En cuanto la investigación es Descriptiva en la se recopila información mediante un cuestionario y se entregara de forma ya sea en gráficos o tablas toda estos datos se obtendrán observando de los hechos.

- **Plan De Análisis**

Una vez recopilados los datos, se tabulara y graficaran ordenando de acuerdo a cada variable usando la hojas de cálculo de Microsoft Exel 2017 y Word realizando el análisis descriptivo mediante tablas de distribución de frecuencias y porcentuales con gráficos respectivos.

Al final se utilizó el programa PDF para la presentación para el informe final.

- **Matriz de consisten**

ENUNCIADO	VARIABLE	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	POBLACION MUESTRAL	INTRUMENTO
<p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y Benchmarking como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019?</p>	<p>GESTION DE CALIDAD</p> <p>BENCHMARKING</p>	<p>Determinar las características de la gestión de calidad y Benchmarking como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019.</p>	<p>Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019.</p> <p>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019.</p> <p>Determinar las características de gestión de calidad y atención como factor relevante de las micro y</p>	<p>Muestra es de 10Mype con 10 representantes en el Distrito de – Trujo 2019</p>	<p>Se utilizara la técnica de la encuesta.</p> <p>Se utilizara un cuestionario</p>

			pequeñas empresas, Rubro Gimnasio en el Distrito Trujillo año 2019. Elaborar una propuesta de mejora en función de los resultados de la investigación .		
--	--	--	--	--	--

- **PRINCIPIOS ÉTICOS**

Se plantea los principios establecidos en el Código de Ética de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH)

Protección de las Personas: Se tuvo un respetó la información veraz y integra dignidad del autor como punto fundamental el respeto de sus derechos.

Justicia: Salvaguardamos el juicio razonable, por ende, cada decisión que se tome sea justa en el transcurso de la investigación.

Beneficencia y no maleficencia: Preservamos el respeto y la integridad velando el bienestar de los autores.

Integridad científica: La rectitud deben regir no solo a la actividad científica de un investigador sino debe de ampliarse a sus labores de enseñanzas y ejercicio profesional.

- **RESULTADOS**

5.1 Resultados

Tabla 1 .Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019

Datos generales	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa
Edad			
18 a 30 años	3		30,0
31 a 50 años	5		50,0
51 a más años	2		20,0
Total	10		100,0
Género			
Masculino	7		70,0
Femenino	3		30,00
Total	10		100,0
Grado de instrucción			
Sin instrucción	0		0,0
Primaria	0		0,0
Secundaria	0		0,0
Superior no universitario	3		30,0
Superior universitaria	7		70,0

Total	10	100,0
Cargo que desempeña		
Dueño	5	50,0
Administrador	5	50,0
Total	10	100,0
Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	2	20,0
4 a 6 años	6	60,0
7 a más años	2	20,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019

Datos generales	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
<u>Tiempo de permanencia en el rubro</u>		
0 a 3 años	1	10,0
4 a 6 años	2	20,00
7 a más años	7	70,0
Total	10	100,0
<u>Número de trabajadores</u>		
1 a 5 trabajadores	9	90,0
6 a 10 trabajadores	1	10,0
11 a más trabajadores	0	0,0
Total	10	100,0
<u>Los trabajadores son</u>		
Familiares	2	20,0

No familiares	8		80,0
Total	10		100,0
Objetivo de creación			
Generar ganancias	10		100,0
Subsistencia	0		0,0
Total	10		100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019

Tabla 3. Característica de la Gestión De Calidad Y Benchmarking Como Factor Relevante En La Propuesta De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Rubro Gimnasios Cercado De Trujillo 2019

Conoce el término gestión de calidad			
Si	9		90,0
No	1		10,0
Total	10		100,0
Técnicas de gestión de calidad que conoce			
Benchmarking	1		100,0
Atención al cliente	7		70,00
Empowerment	0		0,0
Las 5s	0		0.0
Outsorsing	0		0.0
Otros	2		20.0
Total	7		100,0

Dificultades para su implementación			
Poca iniciativa	2		20,0
Aprendizaje lento	0		0,0
No se adaptan a los cambios	6		60,0
Desconocimiento del puesto	1		10,0
Otros	1		10,0
Total	10		100,0

Técnicas de medición del rendimiento			
Observación	8		80,0
Evaluación	2		20,0
Escala de puntuación	0		0.0
Escala de puntuación	0		0.0
Otros	0		0.0
Total	10		100,0

La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio			
si	10		10,0
no	0		0,0
Total	10		100,0

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos del negocio

si	10	100.00
no	0	0.00
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019

Tabla 4. Característica de la Gestión De Calidad Y Benchmarking Como Factor Relevante En La Propuesta De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Rubro Gimnasios Cercado De Trujillo 2019

Conoce el significado de la palabra benchmarking			
Si	4		40,0
No	6		60,0
Total	10		100,0
Considera el Benchmarking como un gasto o una inversión			
Gasto	0		0,0
Inversión	10		100,0
Total	10		100,0
El Benchmarking es primordial para las organizaciones cuándo se desea incursionar en un nuevo mercado			
si	9		90,0
no	1		10,0
Total	10		100,0
Benchmarking aumenta la rentabilidad de la Empresa			
si	8		80,0
no	2		20,0
Total	10		100,0
tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para implementar el Benchmarking			
La cultura al cambio	7		70,0

Aprendizaje continuo	0		0,0
Competencia en el mercado	0		0.0
Todas	3		30.0
Total	10		100,0

Un buen uso del Benchmarking

Permite a la Empresa ser eficiente

Si	10	100.0
No	0	0.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019

5.2 Análisis de Resultado

Tabla 1

El 50,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 tienen entre 31 a 50 años (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Kimberly Pérez Almerí (2018) el cual menciona que el 71,0% tienen entre 31 a 40 años, a su vez coinciden con los resultados encontrados por Brander Olivera M, (2018) quien determina que el 50,0 % tienen entre 31 a 50 años, también coinciden con los resultados encontrados por Eduardo Mogollón H (2019) el cual manifiesta que el 53,0 % tienen entre 31 a 50 años, pero estos resultados contrastan con los resultados encontrados José Rosales V, (2018) quien menciona que el 60,0% tienen entre 18 a 30 años. Se concluye que, la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro gimnasio están administradas por personas mayores de 31 a 50 años, esto se debe a que son gente con más experiencia en el rubro.

El 70,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 son del género masculino (Tabla 1). Estos resultados coinciden con el Kimberly Pérez Almerí (2018) el cual expresa que el 100,0% son del género masculino, a su vez coinciden con los resultados encontrados

por Brander Olivera M, (2018) quien menciona que el 50,0% son del género masculino, así mismo coincide con los resultados de Eduardo Mogollón H (2019) el cual determina que el 73,0% son del género masculino, , pero estos resultados contrastan con el autor José Rosales V, (2018) el cual manifiesta que el 80,0% son del género femenino. Se determina que, todos los representantes de las mypes del rubro gimnasio están dirigidas por hombres, esto se debe a que los hombres están más adaptados con este rubro.

El 70,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019, tienen el grado de superior universitaria (Tabla 1). Estos resultados coinciden con el autor José Rosales V, (2018) el cual manifiesta que el 66,0% tienen el grado de instrucción universitaria, a su vez coinciden con los resultados encontrados por Kimberly Pérez Almerí (2018) quien expresa que el 100,0% tienen estudios superiores universitarios, también coinciden con los resultados de Brander Olivera M, (2018) el cual evidencia que el 87,0% tienen estudios superiores universitarios, pero estos resultados coinciden con el autor Eduardo Mogollón H (2019) quien menciona que el 80,% tienen estudios universitarios . Esto concluye que, todos los representantes de las mypes Rubro gimnasio están administradas por Personas con educación universitaria, esto quiere decir que son personas que tuvieron posibilidad de estudiar en una universidad y terminarla.

El 50,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 se desempeñan como administrador y el 50,0% se desempeñan como dueño (Tabla 1). Esto coincide con José Rosales V, (2018) en el cual su investigación nos indica que el 60% es Administrador esto coincide con Kimberly Pérez Almerí (2018) quien expresa que el 71,0% son administradores, también coinciden con los resultados de Brander Olivera M, (2018) el cual evidencia que el 100% son administradores, esto también coinciden con Eduardo Mogollón H (2019) que nos menciona que el 81 son dueños. Esto demuestra que, la gran mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro gimnasio están administradas por administradores, esto se debe a que son personas con estudios que saben administrar el negocio y se puede decir también que los dueños no paran mucho.

El 60,% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 tienen entre 4 a 6 años en el cargo (Tabla 1). Estos resultados coinciden con el autor Eduardo Mogollón H (2019) el cual determina que el 40,% tienen entre 4 a 6 años en actividad, eso coincide Kimberly Pérez Almerí (2018) con Tiempo que desempeña en el cargo: con un 71 % de 4 - 6 años, también coinciden con los resultados de Brander Olivera M, (2018) el cual menciona que el 56 % tiene entre 4-6 años desempeñando ese cargo, también coincide con Eduardo Mogollón H (2019) el cual demostró que el 40 % tiene entre 4-6 años desempeñando ese cargo, esto contrasta con José Rosales V, (2018) que demostró el 77 % tiene entre 0-3 años desempeñando ese cargo esto concluye , la mayoría de los representantes de las mypes del rubro gimnasio esta dirigidas por personas que tienen muchos años en el cargo ya que tienen experiencia.

Tabla 2. las características de las micro y pequeñas empresas.

El 70,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 tienen permanecen en el rubro entre 7 a más años (Tabla 2). Estos resultados coinciden con los resultados de Eduardo Mogollón H (2019) quien expresa que el 40,8% tienen de 7 años a más, esto contrasta con José Rosales V, (2018) que menciona que tiene de 0 – 5 años con un 60%, también contrasta con con Kimberly Pérez Almerí (2018) quien expresa que el 40 % tiene de 4 – 6 años. Esto se concluye que, la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen muchos años de permanencia en el rubro, esto se puede decir que tienen una buena acogida en el mercado.

El 90,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 tienen entre 1 a 5 trabajadores (Tabla 2). Estos resultados coinciden también con José Rosales V, (2018) el cual indica que el 60,0% tienen entre 1 a 5 trabajadores, también coincide con los resultados encontrados por Kimberly Pérez Almerí (2018) quien menciona que el 100,0% tienen 1 – 5 trabajadores, esto contrasta con Brander Olivera M, (2018) que nos mencionan que tiene de 6 – 10 con un 50%, Se concluye que todas las mypes del rubro gimnasio no

tienen más de 5 personas trabajando se puede mencionar que ellos no necesitan mas trabajadores para este rubro.

El 80,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 trabajan con personas no familiares (Tabla 2), esto coincide con José Rosales V, (2018) que el 60 % son no familiares, también coinciden con Kimberly Pérez Almerí (2018) que menciona que el 57% son no familiares, coincide con Brander Olivera M, (2018) que menciona que el 100% son no familiares. Esto manifiesta que, la mayoría de las mypes laboran con personas particulares, esto se puede decir que prefieren a personas preparadas al rubro.

El 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 tienen como objetivo generar ganancias (Tabla 2). Esto coinciden con los resultados obtenido de José Rosales V, (2018) el cual nos indica que el 93.3 ,0% su objetivo es generar ganancia, esto coinciden con Kimberly Pérez Almerí (2018) que indica que el 100% su objetivo es generar ganancia, también coincide con Brander Olivera M, (2018) que menciona que el 68.3% su objetivo es generar ganancia. Esto concluye que, todas las mypes buscan generar ganancia ya que sus actividades son a fines de lucro.

Tabla 3. Referente a las características de la gestión de calidad y benchmarking.

El 90,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 conocen el término gestión de calidad (Tabla 3),estp coincide con José Rosales V, (2018) que su resultado indica que un 56 % conoce lo que es Gestión de calidad, eso coincide con Kimberly Pérez Almerí (2018) que menciona que el 71.7% conoce lo gestión de calidad, coincide también con Brander Olivera M, (2018) que nos muestra que el 81.7 % conoce lo que es Gestión de calidad, Se puede concluir que la mayoría de las empresas saben el significado de gestión de calidad, y se puede decir que que son empresas que están pendientes de la calidad pero no lo aplican correctamente .

El 70,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 conocen como técnica la atención al cliente (Tabla 3) Estos resultados coinciden con Eduardo Mogollón H (2019) quien determina que el 100.0 % usan la atención al cliente como técnica esto contrasta con

José Rosales V, (2018) que indica que conoce otras técnicas con un 66%, también contrasta con con Kimberly Pérez Almerí (2018) que nos menciona que conoce otras técnica con un 71% . Se concluye que gran mayoría de las mypes de investigación aplican otras técnicas.

El 60 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 tienen dificultades para la implementación de gestión de calidad, con un 60 % que no se adaptan a los cambios (Tabla 3). , esto coinciden con Eduardo Mogollón H (2019) que menciona que un 73% no se adaptan a los cambios , esto contrasta con José Rosales V, (2018) que indica con un 26.6% poca iniciativa esto contrasta con con Kimberly Pérez Almerí (2018) que indica que otros con un 42.8%, Esto demuestra que, la mayoría de las micros y pequeñas empresas rubro gimnasio no implementan de manera adecuada la gestión de calidad.

El 80 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 conocen la técnica de la observación (Tabla 3). Esto coincide con Kimberly Pérez Almerí (2018) que nos menciona que el 57 % conoce la técnica de la observación, esto coincide con Brander Olivera M, (2018) que nos muestra que el 50 % aplica la técnica de observación esto contrasta con José Rosales V, (2018) que indica que el 33 % conoce la técnica de la evaluación. Se concluye que, la mayor parte de las mypes aplican la técnica básica para medir el rendimiento, esto nos trata de enseñar que las personas no usan un pco de su ingenio para realizar este proceso.

El 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio (Tabla 3) , esto coincide Rosales V, (2018) que indica que el 93% si considera que la gestión ayuda al negocio, también coincide con Kimberly Pérez Almerí (2018) que nos menciona con un 100% que si ayuda al negocio, esto coincide con Brander Olivera M, (2018) que nos habla en su investigación que el 100% si ayuda en la gestión de calidad, Se puede concluir que las mypes caben reconocer que es muy importante la gestión de calidad.

El 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 consideran que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas (Tabla 3) , Esto coincide con José Rosales V,

(2018) que indica con un 100% que la gestión si ayuda a los objetivos trazadas, también coincide con Kimberly Pérez Almerí (2018) que menciona que en su investigación que el 100 % consideran que la gestión ayuda en alcanzar las metas de la organización, esto coincide con Brander Olivera M, (2018) que menciona que el 95 % esta seguro que la gestión ayuda a las metas de la empresa. Se concluye que las empresas son conscientes de los resultados que da la gestión de calidad les dará al momento de usarlas.

El 60,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo 2019 no conocen el significado de la palabra benchmarking (Tabla 3) esto coincide con José Rosales V (2018), que menciona que un 46.7% no conoce el significado de benchmarking esto coincide con Kimberly Pérez Almerí (2018) que un 100% no conoce el significado, esto coincide con Brander Olivera M, (2018) que menciona que el 62.7% no conoce el benchmarking. Se concluye que la mayoría de las empresas desconocen lo que es el benchmarking esto se debe que las mypes no han recibido información.

El 90 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo mencionan que el benchmarking si es primordial para ingresar al mercado (Tabla 3), esto coincide con Kimberly Pérez Almerí (2018) que si es primordial para ingresar al mercado con un 85 %, esto coincide con José Rosales V (2018), que menciona que El benchmarking es primordial para las organizaciones cuando se desea incursionar en el nuevo mercado: con un si 86,6% Se concluye que las mypes saben que el benchmarking es importante para poder entrar al mercado y así ganar terreno y clientes.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo manifiestan que el benchmarking aumenta la rentabilidad de la empresa (Tabla 3), Se concluye que los representantes saben al momento de unas el benchmarking obtendrán ingresos y crecerá la empresa.

El 70.0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo consideran que necesitan la cultura al cambio y (Tabla 3) , esto coincide con José Rosales V, (2018) que indica que necesitan cultura al cambio con un 40 % , eso contrasta con Kimberly Pérez Almerí (2018) menciona

que necesita su empresa para poder implementar el benchmarking: aprendizaje continuo con un 42%.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo consideran que un buen uso del benchmarking permite a la empresa ser eficiente (Tabla 3), esto coincide con José Rosales V, (2018) que indica si implanta el benchmarking serán eficiente con un 66.7%, esto coincide con Kimberly Pérez Almerí (2018) que menciona que al implantar esta herramienta serán mas eficientes con un 71.7% . Se concluye que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro gimnasio saben que es muy importante esta herramienta y al momento de usarla la empresa será más eficaz.

- **CONCLUSIONES**

Una vez culminado la investigación podemos decir que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo son de género Masculino, también cuenta con estudios superiores universitarios, y lo dirigen personas de 31- 50 años y son administradores de las mypes y tienen cargo entre 4 a 6 años.

Se puede decir que los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo cuentan con 1 a 5 trabajadores, son creadas con fines de lucro y cuentan entre 7 años a mas en el rubro de gimnasio y prefieren trabajar con personas capacitadas al rubro y no con su familia.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en el Distrito de Trujillo mencionan que la gestión de calidad ayuda al rendimiento de la empresa. Ayuda también alcanzar las metas de la organización, desconocen el significado de benchmarking, pero si una noción lo que es gestión de calidad, utilizan la técnica más en atención al cliente, menciona que los trabajadores no se adaptan a los cambios y dicen que el benchmarking es primordial en la

organización ya que esto ayudara a ser más eficiente en la empresa, la mayoría conoce como técnica de la observación para saber el rendimiento del colaborador.

RECOMENDACIONES

Respecto a los representantes que realicen maestrías y capacitaciones, indagar más sobre las técnicas modernas como la gestión de calidad y el benchmarking, ya que esto ayudara mucho en la organización y serán más eficientes en sus puestos de trabajo.

La totalidad de las mypes podemos decir que están bien con las personas que trabajan, deben capacitarlos constantemente sobre cómo cuidar a nuestro cliente usando una gestión de calidad que beneficia mucho y con el uso del benchmarking.

Para culminar las mypes rubro gimnasio deben de incorporar una buena gestión de calidad y usar el benchmarking cuando quieran mejorar el servicio para poder usar esta herramienta deben saber los aspecto que van a reparar , deben conocer su competencia sus aspectos más positivos y así comparar y adaptarlos añadiendo mejoras. Y también recordar que le benchmarking es una técnica que implica hacer un seguimiento continuo y evaluar a los competidores.

PRPOPUEST A DE MEJORA

El presente plan de mejora fue elaborado en base a los resultados obtenidos

- **Datos generales**

Nombre o razón social:

- Top Power
- Gym 345
- Bodytech
- Mundo fitness
- Full Forma
- Conquer Gym
- Forza Gym
- Golden Gym
- Hard training

2. Misión

Para todo el gimnasio encuestado su misión es mejorar su calidad de vida a través del ejercicio con programas y productos e inculcar a las personas el valor de la salud basado en el ejercicio con un personal capacitado en la materia

3. Visión

La visión de la mayor parte del gimnasio es ser el gimnasio líder generando bienestar a nuestros clientes y en general a la población, generando mucho valor a nuestra organización, a nuestros empleados y a nuestra comunidad. Así mismo convertirse en gran empresa reconocida por prestar un servicio.

4. Objetivos

- Ofrecer un servicio de calidad e integral el cual sea en cuidar la salud de los clientes, así buscando todo los esfuerzos necesarios para darles a las personas y darles la mejor comodidad en la empresa.

- Atraer mayor calidad de clientes
- Dar un espacio a los profesionales jóvenes
- Siempre motivar y enseñar a los empleados
- Brindar las creencias y los valores del gimnasio con las herramientas más adecuadas para que los subordinados puedan desempeñar sus funciones con eficacia

5. Productos y/o servicios

La gran mayor parte de los gimnasio cuenta con un ambiente adecuado y señalizado, no son tan cómodos ya que el espacio no son tan grandes pero si cuentan con las maquinas adecuadas. No cuenta con una sala de espera el servicio higiénico son regulares no cuentan con una nutricionista para que les ayude en su alimentación Bridan atención en horario partido desde las 8: 00 am hasta las 1:00 pm y desde las 3: 00pm hasta 9:00pm de lunes a sábado y domingo medio día.

6. Organigrama de la empresa

7. DIAGNÓSTICO GENERAL PARA ABRIR UN GIMNASIO

<p>FORTALEZAS</p> <p>Maquinas Nuevas</p> <p>Punto céntrico</p> <p>Personal capacitado y entrenado</p> <p>Debe a ver servicios adicionales como ; cafetería, guardería, spa , etc</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>No tener mucha competencia</p> <p>Por el lugar céntrico tiene que tener muchos clientes</p> <p>Puede generar clientes por la publicidad</p> <p>Internet</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>Falta de clientes</p> <p>Competencia con más tiempo de antigüedad</p> <p>Falla de algún equipo</p> <p>Personal no capacitado</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Puede sufrir algún robo por la delincuencia</p> <p>Puede llegar otra competencia</p> <p>Falta de maquinas</p>

8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la mype
Los profesionales conocen gestión de calidad	Los administradores tiene una noción lo que es gestión de calidad.
Los trabajadores al implementar la gestión de calidad	Los empleados una baja adaptación a los cambios
	Las micro y pequeñas están usando mas la atención al cliente

Técnicas de gestión conoce	es la básica que conocen. Mas no el benchmarking.
Conoce el termino Benchmarking	Los representantes no conocen el termino del benchmarking .
Medición de rendimiento del personal	Las micro y pequeñas empresas usan la técnica de la observación para medir el rendimiento
tipo de fortalezas considera que necesita su empresa	Nos indica los representantes que su empresa necesitan la cultura al cambio para que así se adapten a cualquier circunstancia

9. Establecer Soluciones

Indicadores mejora	Problema	Acciones de
Gestión de calidad	Los empleados no se adaptan al cambio, tienen desconocen el puesto	Tener una capacitación clara, entendible que facilite el aprendizaje de los trabajadores.
Técnicas de gestión	Solo hacen uso de la atención al clientes mas no de las demás.	Capacitación constante para conocer más herramientas
Conoce el termino Benchmarking	Desconocen el termino	Capacitar a los representantes sobre benchmarking y darles a conocer que beneficio trae al implantarlo.

Medición del rendimiento del personal	No usan otra herramienta para medir el conocimiento del personal, solo la observación	Los representantes deben adquirir conocimientos de otras técnicas
Tipo de fortalezas considera que necesita su empresa	Nos indica los representantes que su empresa necesitan la cultura al cambio	Incorporar una buena cultura con buenos valores y normas

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anaya R. (2014) *“Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – rubro gimnasios Hidrobiológicos del Casco Urbano de Huarney año 2014”* (Tesis para Licenciada en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huarney. Recuperado el 27 de Octubre del 2017: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/891/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_ANAYA_AMANCIO_ROSA_LIMBANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cruz M. (2012) *“caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPES del sector servicio rubro restaurant del centro de Trujillo año2012”* (Tesis para Licenciada en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Trujillo.

Enciclopedia de Clasificaciones (2017). "Definición de financiamiento". Recuperado de: <http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/1013- definicion-de- financiamiento/>

Enciclopedia de Clasificaciones (2017). "Tipos de financiamiento". Recuperado de:

<http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/686- financiamiento/>

Enciclopedia de Clasificaciones (2017). "Tipos de intereses". Recuperado de:

<http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/638- tipos-de-intereses/>

Pier y Deslisle (2015) *Metodología del benchmarking* (Ed cuarta edición), México. Mc Graw-Hill/Interamericana Editores, SA de C.V. (p.122)

Sumer. (2016), “*El Benchmarking en las Pymes en México: la experiencia reciente.*”

Recuperado el 27 de Octubre del 2017

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-

952X2009000200004

Zabala. (2018). “Análisis de innovacion”, Universidad Complutense de Madrid, [En línea],

Bessant (2015) “*La estructura del benchmarking en medianas empresas del departamento de*

Boyacá, Colombia” Recuperado el 18 mayo de Abril del 2017 de

<http://www.scielo.org.co/pdf/cenes/v34n59/v34n59a08.pdf>

Ishikawa (2014)” *Introducción al benchmarking PGC de 1990.*

<http://www.contabilidad.tk/CAPITULO-18-Analisis-de-EstadosFinancieros.htm>

Larrea.(2011), “Caracterización del Financiamiento y gestion, Capacitación y Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra/venta de computadoras del distrito y provincia de Trujillo, 2014.” (Tesis para optar el Título profesional de Licenciado en Administración). Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado el 16 de Noviembre del 2017:

<https://es.scribd.com/document/298469069/CARACTERIZACION->

[DELFINANCIAMIENTO-CAPACITACION-Y-RENTABILIDAD-DE-LASMICRO-Y-PEQUENAS-EMPRESAS-DEL-SECTOR-COMERCIORUBRO-COMPRAS-VENTA-DE-COMPUTADORA](https://es.scribd.com/document/298469069/CARACTERIZACION-DELFINANCIAMIENTO-CAPACITACION-Y-RENTABILIDAD-DE-LASMICRO-Y-PEQUENAS-EMPRESAS-DEL-SECTOR-COMERCIORUBRO-COMPRAS-VENTA-DE-COMPUTADORA)

Drucker. (2016) “caracterización de la gestión y benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro poblado de vicos, provincia de carhuaz, 2016.” (Tesis para contador público). Universidad Católica Los Ángeles de

Chimbote. Carhuaz. Recuperado el 16 de Noviembre del 2017,
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/533/FINANCIAMIE>
NTO_RENTABILIDAD_ONCOY_PAJUELO_ARTURO_RUFINO.pdf?sequence=1

Goldwasser (2015) “*Introducción gestión las Finanzas*”. Editorial Profit.
https://issuu.com/flavioo.penaprior/docs/introduccion_a_la_contabilidad_y_1

Fischer y Navarro (2010) “*Metodología de la Investigación*” 6ta edición. Mc GRA W –
HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. p (92, 129, 152, 178, 179)

Camp (2012), A.I. “*Rentabilidad y Ventaja Comparativa de la Producción de Guayaba en el Estado de Michoacán*”. Revista Investigación en Ciencias de la Administración INCEPTUM. UMSNH. ININEE. Vol. III. No.4. Junio 2008: 113-127

ANEXO

FIGURAS

Figura 1: Edad de los representantes

Fuente: Tabla 1

Figura 2: Género de los representantes

Fuente: Tabla 1

Figura 3: Grado de instrucción de los representantes

Fuente: Tabla 1

Figura 4: Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

Figura 5: Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente: Tabla

Figura 6: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Fuente: Tabla 2

Figura 7: Número de trabajadores en la empresa

Fuente: Tabla 2

Figura 8: Las personas que trabajan en su empresa

Fuente: Tabla 2

Figura 9: Objetivo de creación de la empresa

Fuente: Tabla 2

Figura 10: Conoce el término gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

Figura 11: Técnica moderna de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

Figura 12: Dificultades para la implementación de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

Figura 13: Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente: Tabla 3

Figura 14: La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Fuente: Tabla 3

Figura 15: La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas

Fuente: Tabla 3

Figura 16: Conoce el significado de la palabra benchmarking

Fuente: Tabla 3

Figura 17: Considera el Benchmarking como un gasto o una inversión

Fuente: Tabla 3

Figura 18: El Benchmarking es primordial para las organizaciones cuándo se desea incursionar en un nuevo mercado

Fuente: Tabla 3

Figura 19: Benchmarking aumenta la rentabilidad de la Empresa

Fuente: Tabla 3

Figura 20: tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para implementar el Benchmarking

Fuente: Tabla 3

Figura 21: Un buen uso del Benchmarking Permite a la Empresa ser eficiente

Fuente: Tabla 3

Lista de los MYES de gimnasios en el Distrito de Trujillo					
Categoría	N° de Certificado	RUC	Nombre de Gimnasios	Representante Legal	Domicilio
1T	169-2013	10181407714	Top Power	Erika Katherine Morales Castillo	Av salvador Lara 745
2T	272-2014	10178097381	Gym 345	Jorge Luis Salcedo Casanova	San Andres 212
1T	261-2014	10178684022	Bodytech	Max Ronald Corcuera Chávez	Real Plaza Trujillo
1T	240-2014	10431572953	Mundo fitness	Kleberth Rubio Alomia	Av Manuel Enriqu

					vera 528
2T	265-2014	10190987286	Full Forma	Yuri Manuel Chávez Paredes	Jiron Bolognesi 22
2T	249-2014	10178046077	Conquer Gym	Luz Elena Díaz Paredes de Brivio	Av Carlos Valderrama
1T	359-2016	10179014292	Forza Gym	Betty Margarita Cabrera Cipian	Av tupac Amaru 1213
1T	275-2014	10180295742	Golden Gym	Katia Yessenia Castañeda Mendoza	Jiron Colon 519
1T	269-2014	10470825800	Hard training	Paola Sofía Alquizar Croyetto	Luis Albrecht 513