



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**BENCHMARKING COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN
DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
RUBRO HOTELES DE LA CIUDAD DE HUARAZ; 2017**

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

AUTORA

AVENDAÑO DEXTRE, EMELY KENT

ORCID: 0000-0002-1528-2587

ASESORA

Mgr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE - PERU

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Avendaño Dextre, Emely Kent

ORCID: 0000-0002-1528-2587

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú

ASESORA

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Facultad De Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas; Escuela Profesional de
Administración, Chimbote, Perú

JURADOS

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesora

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios y a la vida porque cada día puedo aprender cosas nuevas, tengo mayores oportunidades que me brindan, para terminar la carrera y cumpla mis metas.

Agradecer a todos los que fueron partícipes en mi formación profesional, especialmente a mis papitos hermanita por el gran apoyo que me brindan día a día, ya sea económicamente y personal, me tengan paciencia, me inculquen los valores en casa para ser una persona de bien.

A la Universidad Católica los Ángeles Chimbote y a todos los docentes que forman parte de esta gran universidad, por las exigencias, enseñanzas que nos brindan durante la formación profesional.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017. La investigación fue de diseño no experimental - transversal - descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 95 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 32 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 66.32% de los representantes son dueños, el 50.53% casi siempre la empresa identifica las mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio, el 40% siempre planifican para que los objetivos de la empresa sean cumplidos eficientemente, el 70.53% casi siempre los gerentes creen que es necesario realizar nuevas técnicas para mejorar la calidad del servicio, el 60% siempre la empresa cuenta con procesos de atención eficiente frente a los demás competidores y el 60.00% siempre la empresa frente a los demás competidores, cuenta con páginas Web donde ofrece servicio de mejor calidad. Esta investigación concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dirigidos por los mismos dueños, estos tienen conocimientos teóricos acerca del tema, pero tienen mucha dificultad en aplicarlo, porque si aplicarían estas herramientas, las organizaciones no tendrían muchas falencias en identificar las mejores prácticas de otras organizaciones y en planificar objetivos con el fin de llegar a la meta requerida.

Palabras clave: Benchmarking, Calidad, Gestión, Hoteles, Microempresas

ABSTRACT

The present investigation had as general objective: To describe the main characteristics of benchmarking as a quality management tool in micro and small companies in the hotel sector of the city of Huaraz; 2017. The research was of a non-experimental - transversal - descriptive design, for the collection of information a sample population of 95 micro and small companies was used, to whom a structured questionnaire of 32 questions was applied through the survey technique , obtaining the following results: 66.32% of the representatives are owners, 50.53% almost always the company identifies the best practices of other companies that provide the same service, 40% always plan so that the objectives of the company are efficiently met , 70.53% almost always managers believe that it is necessary to carry out new techniques to improve the quality of service, 60% always the company has efficient service processes compared to other competitors and 60.00% always the company compared to others competitors, has Web pages where it offers better quality service. This research concludes that most of the representatives of micro and small companies are directed by the owners themselves, they have theoretical knowledge about the subject, but they have great difficulty in applying it, because if they applied these tools, the organizations would not have many shortcomings in identifying the best practices of other organizations and planning objectives in order to reach the required goal.

Keywords: Benchmarking, Hotels, Management, Microenterprise, Quality

CONTENIDO

1. Título de tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstrac.....	v
6. Contenido	vii
7. Índice de tablas y figuras	viii
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	6
III. Hipótesis	29
IV Metodología.....	30
4.1. Diseño de la investigación	30
4.2. Población y muestra	31
4.3. Definición y operacionalización de la variable e indicadores...	32
4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos	35
4.5. Plan de análisis	35
4.6. Matriz de consistencia.....	36
4.7. Principios éticos	37
V. Resultados.....	38
5.1. Resultados	38
5.2. Análisis de resultados.....	46
VI. Conclusiones.....	56
Aspectos complementarios	58
Referencias bibliográficas	59
Anexos	66

INDICE DE TABLAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017.	38
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017.....	39
Tabla 3. Características del benchmarking como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017.	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras (Anexos)

Figura 1. Edad	104
Figura 2. Género.....	104
Figura 3. Grado de instrucción.....	105
Figura 4. Cargo que desempeña	105
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	106
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.	106
Figura 7. Número de trabajadores	107
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son:.....	107
Figura 9. Objetivo de creación	108
Figura 10. El nivel de ingreso promedio mensual de la empresa.....	108
Figura 11. Tipo de empresa de acuerdo a su constitución	109
Figura 12. La organización planifica sus actividades anualmente.....	109
Figura 13. Planifica objetivos de la empresa y sean cumplidos.....	110
Figura 14. Se efectúa una adecuada supervisión de las actividades.	110
Figura 15. Considera que los empleados sean capacitados para que puedan cumplir con las actividades.....	111
Figura 16. Revisa y analiza los resultados obtenidos de los objetivos trazados que desarrolla en su empresa.	111
Figura 17. Realiza control interno en su empresa para verificar el cumplimiento de los objetivos.....	112
Figura 18. Su empresa cuenta con todos sus documentos de manera adecuada y reglamentada.	112

Figura 19. Cree que es necesario emprender nuevas técnicas para mejorar la calidad de servicio.....	113
Figura 20. Es apropiado que compartan una buena práctica entre diferentes áreas de su organización.....	113
Figura 21. La empresa se encuentra ubicada en una zona geográfica de fácil accesibilidad para sus clientes.....	114
Figura 22. La empresa se preocupa por dar a conocer su historia.	114
Figura 23. La empresa está dirigida por personas de una misma familia.	115
Figura 24. Su empresa identifica las mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio.	115
Figura 25. La empresa frente a los demás competidores, cuenta con páginas web donde ofrece servicio de mejor calidad.....	116
Figura 26. Cree que los clientes son fieles a esta organización.	116
Figura 27. La empresa frente a los demás competidores, garantiza un buen servicio en atención a sus clientes.	117
Figura 28. La empresa ofrece servicio de mejor calidad frente a los demás competidores.	117
Figura 29. La empresa cuenta con procesos de atención eficiente y eficaz frente a los demás competidores.	118
Figura 30. La empresa ofrece servicios que generan valor para sus clientes....	118
Figura 31. Es valorada por el servicio que ofrece a sus clientes.....	119
Figura 32. La empresa realizar los procesos que realiza su organización tienen una estructura formal.	119

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas representan un papel súper importante en la economía del país, también permite impulsar la competitividad a través de la implementación de mecanismos que promueve el desarrollo del país, si bien es cierto el 93.9% a nivel nacional representan a microempresas, el 0.2% son pequeñas empresas y el 5.9% son mediana y grandes empresas. Estas surgen por la necesidad insatisfecha de sectores pobres, ya sea por mayor demanda de desempleos, bajos recursos económicos (Mares, 2013).

En la actualidad el 88% de las micro y pequeñas empresas proveen crecer para los siguientes años, los sectores hoteleros influyen más empresas jóvenes, mejor dicho, aquellas con menos de 5 años de antigüedad (en un 38%), por otro lado, la minoría representa con los 20 años de antigüedad (en un 12%), esto quiere decir que se viene incrementando más demandas en este sector en los últimos años (Inversor Latam, 2014).

En la universidad virtual de Polonia, inicio su actividad académica con solo 55 estudiantes y pocos trabajadores (administrador, auxiliar, personal de limpieza, docentes, etc), en la actualidad cuenta aproximadamente unos 3000 personas, entre los cuales estudiantes y docentes, al ver que necesitaba crecer como otras universidades y la competencia en general, decidieron aplicar el benchmarking como herramienta de la gestión de calidad, donde les permitió tener resultados sólidos para una buena elaboración e implementación del plan de mejora, así tengan una buena calidad educativa, el benchmarking es una herramienta de suma importancia para los pequeños empresarios que quieren surgir en el mundo del negocio (Marciniak, 2017).

Se incorporó el benchmarking en un hotel de México, donde se hubo muchas experiencias como tener que enfrentar muchos cambios, procesos en la ambientación, con el único fin de atraer el turismo y artesanías del país. El gerente tuvo que implementar una cadena hotelera y ambientación temática con el fin de captar clientela, por eso se requirió realizar el benchmarking para analizar, identificar y resolver el problema con las experiencias de otros hoteles de ese lugar, así dar solución a lo que se pretende lograr, por ende, se identificó la dificultad que se tenía y dar solución, lo cual decidieron dar un valor agregado al servicio que brindan de acuerdo a las características de cada cliente, al tiempo climático, a las culturas, finalmente tener en cuenta donde este posicionado el hotel (Sainz & Vallejo , 2015).

El benchmarking en el mundo hotelero del Perú, se aplicó esta herramienta para ser comparados con la competencia, así les permitió obtener información e implementar aquellos procesos que le ayudó mejorar sus estrategias por medio de los estudios del mercado actual de otros países y las del Perú, también crear un plan de mejora así éstas crezcan significativamente, aprendiendo las mejores prácticas de otras organizaciones de su rubro, pero teniendo en cuenta de lo que el cliente quiere, así cuando vengan los turistas al Perú y se hospeden tengan una buena impresión, así habría más ingresos en este sector, porque hoy en día no se ve el crecimiento significativo de estas (Betancourt, 2017).

La ciudad de Huaraz, es uno de los lugares turísticos, porque hay entre baños termales, nevados, lagunas, muchos potajes deliciosos, etc. Pero hoy en día se dejó de lado en implementar y atraer el turismo en esta zona, especialmente en rubro hoteles, porque al momento que recibe el servicio cada cliente, son pésimo y no ven las tendencias de otras empresas o lugares de su competencia para que estas puedan actualizarse y mejorarlo, como también los ambientes que éstas tienen no es el adecuado, finalmente no cuentan con una buena implementación del benchmarking como herramienta de la gestión de calidad, para que se recupere el turismo y haya buena ganancia en este sector.

El presente trabajo de investigación se enfocó en el rubro hoteles, los gerentes tienen los conceptos claros respecto al benchmarking como herramienta de gestión de calidad, pero no saben cómo aplicarlo en el negocio, porque hoy en día se ve mucha falencia en este sector, por eso se planteó la siguiente pregunta de investigación. ¿Cuáles son las principales características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017.

Para poder alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017. Describir las principales características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017.

Este presente trabajo de investigación se justificó porque permitió detectar cuáles eran los problemas o la falta de información para la aplicación acerca de la gestión de calidad y la implementación del benchmarking dentro de los hoteles de Huaraz para que puedan mejorar el servicio que se le brinda al cliente basado en aprendizaje cotidiano tomándolas como mejores prácticas. También porque permitió conocer en qué situación se encuentran las micro y pequeñas empresas, tanto en nivel internacional, nacional y local. Finalmente, porque ésta investigación tiene en cuenta sobre los principios éticos de la Uladech y servirá como fuente de información para otras investigaciones realizadas dentro del ámbito geográfico de la región y del país.

En cuanto a la metodología utilizada en la investigación fue de diseño no experimental - transversal - descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 95 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 32 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 66.32% de los representantes son dueños, el 50.53% casi siempre la empresa identifica las mejores prácticas de otras

empresas que brindan el mismo servicio, el 40% siempre planifican para que los objetivos de la empresa sean cumplidos eficientemente, el 70.53% casi siempre los gerentes creen que es necesario realizar nuevas técnicas para mejorar la calidad del servicio, el 60% siempre la empresa cuenta con procesos de atención eficiente frente a los demás competidores y el 60.00% siempre la empresa frente a los demás competidores, cuenta con páginas Web donde ofrece servicio de mejor calidad. Esta investigación concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dirigidos por los mismos dueños, estos tienen conocimientos teóricos acerca del tema, pero tienen mucha dificultad en aplicarlo, porque si aplicarían estas herramientas, las organizaciones no tendrían muchas falencias en identificar las mejores prácticas de otras organizaciones y en planificar objetivos con el fin de llegar a la meta requerida.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Arellano (2012) en su tesis titulada *Benchmarking para la empresa Barrerautos del Cantón Antonio Ante, Ibarra-Ecuador, 2012*. Cuyo objetivo general fue desarrollar el benchmarking y que permita un posicionamiento empresarial de Barrerautos del cano, la metodología a utilizar fue de tipo y método cualitativa y cuantitativa, para la siguiente investigación se tomó una población de 400 trabajadores y entre ellos gerente, una muestra de 196 personas, para la recolección de datos se aplicó como técnica la encuesta e instrumento fue el cuestionario y estuvo estructurado de 20 preguntas. Se tuvieron los siguientes resultados que el 100% si están de acuerdo al saber en el cargo que desempeñarían desde el momento que ingresaron, el 89 % si están a gusto con la función que desempeñan dentro de la empresa, el 100% si desearían que la empresa le brinde motivaciones económicas, capacitación a cambio de su buen desempeño, el 100% si estarían dispuesto a contribuir en el mejoramiento continuo de la empresa, el 78% no tiene el mismo nivel de participación en el mercado que las otras empresas que se dedican a la comercialización de vehículos, el 89% si es necesario que esta empresa deba tomar como referente a otras empresas reconocidas a nivel nacional e internacional para determinar nuevas estrategias, el 56% si creen que ésta empresa ha logrado un posicionamiento en el mercado automotriz, el 100% si deberían mejorar los procesos de comercialización, el 64% que si es la primera vez en comprar un vehículo en esta casa comercial, el 54% hay cliente permanente al momento de comprar su vehículo en la empresa , el 63% compran un vehículo

solo para ir al trabajo, el 77% compran vehículo usado, el 59% adquieren el vehículo al crédito, el 67% es bueno en el asesoramiento para requerir la compra del vehículo, el 94% le ofrecen el servicio de post venta por la compra de un vehículo, el 65% si le dan un tipo de garantía al momento de comprar un vehículo, el 52% no están conforme con el servicio que se les brindan, el 69% si recomendarían a familiares o amigos que visiten y compren en esta casa comercial de vehículos, el 61.10% casi siempre planifican sus actividades anualmente, el 60% siempre la organización cuenta con los documentos al día. Finalmente, la investigación concluye que el personal que labora en las empresas está dispuesto a contribuir en todo lo que sea necesario con el propósito de que se desarrolle a un mejoramiento continuo y así la empresa pueda lograr un posicionamiento en el mercado dentro de la región norte del país. La gerencia debería destinar un porcentaje del presupuesto y de utilidades para otorgar estímulos económicos a sus colaboradores por las ventas que se concreten y capacitaciones en diferentes ramas, así se logrará un personal más eficiente y productivo. Se debería brindar la información pertinente y necesaria, las metas y los objetivos a todo el personal de la empresa para conjuntamente con la gerencia se logren los resultados requeridos para un posicionamiento empresarial y un mejoramiento continuo. Se debe dar empeño en brindar un buen servicio a los clientes que acudan a la empresa cumpliendo con las expectativas que estos requieren para adquirir un vehículo así se mantendrán satisfechos y podrán dar buenas referencias a los diferentes clientes potenciales. La empresa debería especializarse en la venta de vehículos en la categoría de trabajo. Se debería de implementar las herramientas necesarias, capital, talento humano y capacitación, para brindar un servicio de post venta, así

el área de servicio al cliente o el departamento de ventas ofrezcan este servicio con el cual el cliente se verá respaldado y garantizado al momento de que su vehículo necesite mantenimiento.

Lizano (2017) en su trabajo de investigación titulada *La administración por procesos y su incidencia en la gestión de calidad bajo la norma ISO 9001 -2015 en la fuerza aérea ecuatoriana durante el periodo 2014 – 2015*. Cuyo objetivo general fue investigar la administración de procesos con gestión de calidad bajo estándar de la norma ISO 9001 -2015 propiciando el mejoramiento continuo en la fuerza aérea, la metodología a utilizar fue investigación exploratoria y descriptiva correlacional, se tomó una población y muestra de 88 personas, para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta e instrumento fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado de 6 preguntas. Se obtuvieron los siguientes resultados que el 51.14% consideran que nunca dentro de la institución gestionan por procesos, el 97.73% si consideran que es fundamental medir los procesos para irlos mejorando, el 97.73% si manifiestan que es necesario realizar el seguimiento y control de los procesos de los resultados, el 100% si consideran que es necesario mejorar la gestión para optimizar los recursos asignados, el 94.32% si consideran que las normas de calidad impulsan mejorar el cumplimiento de los objetivos, el 100% si aceptan ser capacitados en un software para apoyar a la gestión por procesos bajo normas de calidad. Finalmente, la investigación concluye en proponer el desarrollo de un sistema de gestión de calidad para medir el cumplimiento de las actividades a través de indicadores de gestión el mismo que

se puede materializar en una herramienta que permite obtener reportes de forma oportuna para tomar decisiones inmediatas y mejorar continuamente los servicios.

Antecedentes nacionales

Llontop & Rimarachín (2016) en su tesis titulada *Benchmarking y su relación con las ventas en la estación de servicio Santa Angela S.A.C. José Leonardo Ortiz, Pimentel Chiclayo, 2016*. Cuyo objetivo general fue identificar la relación entre el benchmarking y las ventas de la estación de servicios “Santa Angela”, la metodología que se aplicó fue de diseño cuantitativa no experimental, tipo descriptivo, con una población conformada por un total de 5 trabajadores, para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta e instrumento fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado de 14 preguntas. Se obtuvo como resultado que el 100% de personas están de acuerdo que la empresa estén ubicadas en una zona geográfica que le permite atender a sus clientes, el 60% están totalmente de acuerdo que la empresa de a conocer su historia, el 100% está totalmente de acuerdo que este dirigida por personas de una misma familia, el 100% está totalmente de acuerdo que la empresa cuenta con proveedores que ofrecen productos de calidad, el 100% están totalmente de acuerdo que cuenten con proveedores que tengan certificados ISO, el 100% están totalmente de acuerdo son de carga pesada, el 80% están de acuerdo que los clientes son personas jurídicas, el 68% están de acuerdo que compartan una buena práctica entre diferentes áreas de su organización, el 40% la empresa ofrece servicios de mejor calidad frente a los demás competidores, el 100% están totalmente de acuerdo que la empresa esté dirigida por persona de una misma familia, el 80% están

totalmente de acuerdo que la empresa son de mejor calidad que los demás competidores, el 40% la empresa ofrece servicio de mejor calidad frente a los demás competidores, el 40% es indiferente que la empresa cuenta con procesos de atención eficiente y eficaz frente a los demás competidores, el 48% están de acuerdo que el personal de la empresa se preocupe por mantener actualizado sus datos de contacto, el 61% están totalmente de acuerdo que la empresa cuente con una página web donde pueda actualizar sus datos. Se concluye que el benchmarking ayudará incrementar las ventas en la empresa y que las propuestas de benchmarking contribuirán a mejorar el nivel de ventas en la empresa estación de servicio Santa Angela S.A.C.

Chávez (2017) en su tesis titulada *Propuesta de benchmarking para mejorar la gestión de EMPSERGE Raraz S.A.C. Lima 2017*. Cuyo objetivo general fue proponer un plan de benchmarking competitivo para mejorar la gestión de la empresa de servicios generales (EMPSERGE) Raraz S.A.C., 2017, la metodología a utilizar fue de diseño no experimental - transversal, para la presente investigación se utilizó una población de 50 empresas y una muestra de los 30 trabajadores, para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta e instrumento fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado de 4 preguntas. Se obtuvieron los siguientes resultados que el 60% afirmó que la planeación se encuentra en un nivel regular, el 66.7% manifestó que tienen el conocimiento sobre la organización en un nivel regular, el 56.7% manifestó que tienen el conocimiento sobre la dirección en un nivel regular, el 53.3% manifestó que tienen el conocimiento sobre el control en un nivel regular. Finalmente se llegó a una primera conclusión, debido a los

problemas que se han generado por una mala gestión en la empresa, se ha visto en la necesidad de proponer un plan de benchmarking competitivo, con la finalidad de mejorar en algunos aspectos, para ser más competitivos en el mercado. Segunda conclusión, en la empresa se han identificado algunas falencias, debido a la mala gestión que se ha venido presentado en estos últimos años, por ello, se quiere realizar un diagnóstico interno y externo, para conocer la situación actual en que se encuentra. Tercera conclusión, en la investigación realizada se teorizó las categorías y subcategorías correspondientes a benchmarking y gestión, teniendo en cuenta diferentes fuentes, con la finalidad de tener una idea adecuada que permita a la empresa mejorar su situación. Cuarta conclusión, en el proceso de benchmarking se involucran las actividades de planificación, organización, dirección, control y análisis que responden a objetivos específicos de aprendizaje, orientados a descubrir, emplear y adaptar nuevas estrategias para las diversas áreas de la organización. Quinta conclusión, cada uno de los instrumentos utilizados para el diagnóstico han sido validados por expertos en el tema, tanto en el caso del instrumento cuantitativo como el de la propuesta. Sexta conclusión, en la propuesta se evidencia un manual organizacional de funciones, para que todo el personal conozca bien sus funciones y puedan desempeñarse de manera eficiente.

Ayra (2016) en su tesis titulada *Benchmarking y la calidad de servicio de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco – 2016*. Cuyo objetivo general fue analizar de qué manera influye el benchmarking en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco – 2016, la metodología de investigación a utilizar fue de un enfoque cuantitativo y método deductivo, de diseño no

experimental de corte transversal correlacional, la población estuvo conformada por 50 restaurantes, para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta e instrumento fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado de 17 preguntas. Se tuvieron los siguientes resultados que el 36% de los encuestados casi todos conocen la misión de la empresa, el 52% casi siempre están satisfechos con la gestión administrativa que realiza la organización, el 52% casi siempre realizan sus trabajos de acuerdo a las funciones que se les establecen, el 38% siempre están en la condición de proporcionar información correcta a sus clientes, el 42% dijeron que su restaurante está posicionado en todos los consumidores (comensales), el 48% casi siempre los clientes se sienten satisfechos con el servicio que brindan, el 32% dijeron que todos los platos que ofrecen están debidamente descritos con sus respectivos insumos en su carta, el 40% dijeron que el tiempo de preparación de los alimentos siempre es el adecuado, el 42% sus personales siempre cumplen con sus labores de acuerdo al perfil para el puesto que ocupan, el 40% casi siempre dan retribuciones económicas y motivacionales a sus trabajadores, el 36% algunos de sus trabajadores se sienten comprometidos para la mejora continua de la empresa, el 76% afirma que la percepción que perciben al momento de recibir el servicio es buena, el 48% casi siempre se sienten satisfechos con el servicio que reciben, el 38% las empresas a veces utilizan estrategias de fidelización, el 40% casi siempre los trabajadores de los restaurantes muestran seguridad al momento de atenderlos, el 42% a veces reciben atención personalizada, el 50% a veces se sienten satisfechos con las instalaciones (ambiente) de los restaurantes. Finalmente se concluye, analizar el benchmarking y su influencia en la calidad de servicio, teniendo como resultado una correlación

medianamente baja, siendo esta un 40.3% y el valor de significancia es 0.004 siendo menor al 0.05, se pudo decir que el benchmarking influye significativamente en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco – 2016.

Antecedentes locales

García (2018) en su tesis titulada *Gestión de la calidad con el uso del ciclo de Deming en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro agencias de turismo en el distrito de Huaraz, 2017*. Cuyo objetivo general fue determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del ciclo de Deming en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro agencias de turismo en el distrito de Huaraz, 2017, en la metodología de investigación fue de diseño no experimental, nivel o tipo descriptivo - transversal, la población estuvo conformada por 70 representantes de las micro y pequeñas empresas, para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta e instrumento fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado de 27 preguntas. Se obtuvieron los siguientes resultados que el 38.6% manifestaron tener de 31- 43 años de edad, el 82.9% son de sexo masculino, el 64,4% tenían el grado universitario, el 50.0% tenían profesión y/u ocupación son guías oficiales de turismo, el 47.1% eran dueños de la agencia de turismo, el 42.9% tenían de 7 a más años de servicio en el cargo, el 48.6% tenían de 7 a más años de permanencia en la empresa y en el rubro, el 52% fueron para generar ganancia, el 42.9% tenían de 11 a más trabajadores, el 65.7% eran personas no familiares, el 40% afirmaron que casi siempre se identificaban con las expectativas de los clientes, el 40.0% afirmaron

que siempre se encontraban capacitados para asesorar al cliente, el 54.3% afirmaron que casi siempre los empleados cumplen con las expectativas del cliente, el 50.0% siempre dirigía y motivaba a los empleados, para brindar un servicio personalizado satisfaciendo la necesidad de los clientes, el 50.0% afirmaron que siempre el cliente valora el nivel de servicio prestado por su agencia, para ser recomendado, el 48.6% afirmaron que siempre el servicio prestado al cliente cumplía con los estándares de calidad, el 45.7% afirmaron que la empresa siempre incorpora la calidad de servicio al cliente en cada proceso, el 68.6% afirmaron que siempre implementaban estrategias para mejorar la calidad de servicio, el 48.6% afirmaron que siempre tenían una implementación necesaria para brindar el servicio adecuado, el 42.9% afirmaron que siempre aseguraban la garantía de servicio, el 57.1% afirmaron lograr los objetivos propuestos, el 47.1% indicaron que siempre cumplen con los procedimientos establecidos para la ejecución de las actividades, el 54.3% siempre realizaban cambios si son necesarios para mejorar el servicio de atención al cliente, el 47.1% siempre verificaban que se cumplan las actividades programadas por día, el 50.0% afirmaron que siempre el servicio prestado a los clientes era adecuado, el 67.1% afirmaron que siempre evaluaban los resultados obtenidos en cada proceso, el 38.6% afirmaron que casi siempre consideraban importante la opinión de los trabajadores al momento de tomar una decisión de cambio, el 37.1% siempre realizaban las correcciones y modificaciones oportunamente para mejorar los resultados de servicios. Finalmente, se concluye que la mayoría casi siempre se identificaban con las expectativas de los clientes y siempre cumplen con los procedimientos establecidos para la ejecución de las micro y pequeñas empresas

del sector servicio – rubro agencias de turismo, en cuanto a la gestión de calidad se está aplicando de manera adecuada, por otro lado; el Ciclo De Deming no está siendo desarrollado eficientemente por la organización. Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen en gran parte como representantes a los propios dueños y la mayoría son dirigidas por hombres entre las edades 31-43 años, con grado universitario y llevan desempeñando el cargo más 7 años. Las micro y pequeñas empresas, rubro agencias de turismo en su gran mayoría cuentan con más de 7 años en el rubro turístico, con la cantidad adecuada de personal siendo en su mayoría personas no familiares, buscando siempre satisfacer con las necesidades y expectativas del cliente. En relación a la gestión de calidad, el personal a cargo de atención al cliente, son dirigidos y motivados para brindar un servicio personalizado y asesoramiento adecuado, buscando siempre satisfacer las necesidades de los clientes, cumpliendo con los estándares de calidad. El uso del ciclo de Deming, dentro de las micro y pequeñas empresas del sector servicios no está siendo aplicado en su totalidad, pero las micro y pequeñas empresas llegan a cumplir con los objetivos propuestos, asimismo; se realizan los cambios para mejorar el servicio de atención al cliente si son necesarios.

Roman (2018) en su tesis titulada *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz 2016*. Cuyo objetivo fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz 2016, la metodología que se aplicó fue de

diseño no experimental - transeccional de nivel y tipo descriptiva cuantitativa, para el recojo de información se identificó una población de 5 hoteles, para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta e instrumento fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado de 21 preguntas. Como resultado se obtuvieron que el 41.03% manifestaron tener 40 a 45 años, el 50.82% son de género masculino, el 64.95% tienen el grado de instrucción Sup. Univ., el 37.77% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, según el personal competente y profesional con que cuenta la empresa, el 37.23% manifestaron estar escasamente en desacuerdo según el personal capacitado para desempeñarse en su área con que cuenta la empresa, el 38.04% manifestaron estar escasamente en desacuerdo con el personal confiable para animarse hacer uso del servicio, el 42.39% manifestaron estar escasamente en desacuerdo ya que el personal no es honrado ni tiene compromiso laboral en la hora de realizar sus tareas, el 38.59% manifestaron estar escasamente en desacuerdo con el personal ya que no es aseado ni limpio en su aspecto personal, el 74.73% manifestaron estar en total de acuerdo, que el personal siempre debe de estar bien presentables en la hora de realizar sus tareas, el 78.53% manifestaron estar en total de acuerdo, en que todas las instalaciones de la empresa se deben de encontrar en buenas condiciones, el 37.23% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que todas las instalaciones no se encuentran bien equipadas en la empresa, el 41.58% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, porque las instalaciones no son vistas como confortables ni acogedoras, el 41.03% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que no cuentan con instalaciones seguras, el 37.50% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que sus instalaciones no son limpias ni ordenadas, el 38.32%

manifestaron estar escasamente en desacuerdo ya que los trabajadores no guardan discreción en la hora de realizar sus labores, el 36.41% manifestaron estar escasamente en desacuerdo porque el personal no maneja información confiable, el 36.41% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, porque los trabajadores no resuelven problemas sin la ayuda de sus superior, el 35.60% manifestaron estar escasamente en desacuerdo ya que los trabajadores no ayudan a sus superiores a resolver algún problema que pueda ocurrir, el 39.95% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que los trabajadores no responden oportunamente a las labores asignadas, el 40.22% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que los trabajadores no actúan con rapidez frente a las necesidades o reclamos de los clientes. Finalmente, se concluye que la totalidad de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016. Tienen como clientes que en su mayoría son de género masculino, respecto a su edad están dentro de un rango de 40 a 45 años de edad y el grado de instrucción es Sup. Univ. La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de los hoteles de tres estrellas, no es aplicado en los procesos y actividades de estas organizaciones, en ese sentido no toman en cuenta aspectos que generen calidad al momento de brindar sus servicios. En base al modelo Hotelqual en los hoteles de tres estrellas, se percibió que estas empresas desconocen del modelo en investigación y por ende los servicios que brindan no generan el cumplimiento de sus expectativas referente a un servicio de calidad. En ese sentido referente al personal, la minoría de los clientes están escasamente en desacuerdo con los colaboradores ya que no es competente, profesional, comprometido, honrado, confiable y capacitado. Referente a las instalaciones la

mayoría de los clientes manifestaron que los equipos se deben de encontrar siempre en buenas condiciones. La mayoría relativa de los clientes manifestaron que las instalaciones no son vistas como confortables y acogedoras. A la vez las empresas no cuentan con equipamiento en buenas condiciones, instalaciones seguras, limpias y ordenadas y referente a la organización la minoría de los clientes determinaron que los trabajadores no tienen discreción, no manejan información confiable, no resuelven problemas sin la ayuda de su superior y no responden oportunamente a las labores asignadas.

Saenz (2018) en su tesis titulada *Gestión de calidad con el uso del marketing mix en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro alojamiento - distrito de Huaraz, 2017*. Cuyo objetivo general fue Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del marketing mix de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro alojamientos – distrito de Huaraz, 2017, en la metodología de investigación fue de diseño no experimental, nivel o tipo descriptivo - transversal, la población estuvo constituida por 14 gerentes, para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta e instrumento fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado de 26 preguntas. Se obtuvieron los siguientes resultados que el 57.14% son de género masculino, el 28.57% tiene la edad de 38 a 58 años, el 35.71% tienen el grado de instrucción nivel secundario, el 100% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 57.14% el local tiene entre 5 a 9 años, el 85.71% atribuye que sus ventas mensuales son menos de s/. 311,250.00, el 50% solo algunas veces identifican sus potenciales consumidores, el 50% afirman que casi siempre planifican sus objetivos de la empresa, el 50% algunas veces crean estrategias para la mejora de sus empresas, el 57.1% afirman algunas veces

establecen planes y herramientas para mejorar la calidad en su hospedaje, el 57.14% casi siempre evalúan indicadores para el cumplimiento de sus objetivos como empresa, el 42.86% afirman que casi siempre evalúan indicadores de gestión, rentabilidad, liquidez y solvencia, el 57.14% algunas veces capacitan a sus empleados referente al servicio del cliente y la administración del hospedaje, el 64.29% algunas veces establecen un plan de mejora continua, retrocediendo en los procesos para mejorar el servicio, el 57.14% algunas veces reconocen de los logros de la empresa y de sus empleados, el 42.86% casi siempre asignan eficientemente los recursos de la organización para que los trabajadores realicen sus actividades, el 50% está de acuerdo que considera que ofrece un servicio de buena calidad en cuanto a prestación, variedad de habitaciones y limpieza, el 57.14% está de acuerdo que realiza un servicio al cliente eficiente y que agrada a sus alojados, el 57.14% está de acuerdo que su hospedaje establece una escala de precios adaptándose a la demanda que contribuye a lograr sus objetivos, el 35.7% está de acuerdo que su hospedaje establece una escala de precios que adapta a la competencia, el 42.9% está de acuerdo que la ubicación de su local genera mayor rentabilidad y permite reducir costos, el 50% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo que su gestión del diseño de interiores y control de llamadores (jaladores) es altamente adaptado al cliente, el 50% está ni de acuerdo ni en desacuerdo que su empresa aplica estrategias de publicidad en internet hacia sus potenciales clientes, el 64.3 % está de acuerdo que su empresa aplica estrategias de publicidad en radio hacia sus potenciales clientes, el 50% están de acuerdo en que su empresa realiza promociones de venta a grupos de extranjeros, ventas agrupadas, premios y descuentos, el 92.86% ni está de acuerdo ni en desacuerdo

en que su empresa tenga un política de atención al cliente, el cual es atender bien para hacer un efecto multiplicador y más personas visiten sus hospedajes. Finalmente se concluyó que los gerentes de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos, se caracterizan por ser la mayoría varones, por tener una formación académica superior universitaria y con edad de 38 a 47 años. Referente a las micro y pequeñas empresas del rubro alojamiento, la mayoría tienen entre 5 a 9 años de funcionamiento y cuentan entre 1 a 4 trabajadores y sus ventas anuales son menores a S/ 311, 250. En tema de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos distrito de Huaraz, algunas veces identifican sus potenciales consumidores, crean estrategias para la mejora de su empresa, establecen planes y herramientas para mejorar la calidad en su hospedaje, de sus objetivos como empresa, capacitan a sus empleados referentes al servicio al cliente y establecen un plan de mejora continua, reconocen de los logros de la empresa y de sus empleados, planifican sus objetivos como empresa, evalúan indicadores para el cumplimiento de sus objetivos y de gestión. Con relación a la variable marketing mix, en las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos la mayoría de representantes manifiestan que está de acuerdo ofrece un servicio de buena calidad en cuanto a prestación, variedad de habitaciones y limpieza, establece una escala de precios adaptándose a la demanda que contribuye a lograr sus objetivos, establece una escala de precios que adapta a la competencia, la mayoría de gerentes ni está de acuerdo ni en desacuerdo en que su empresa tenga una política de atención al cliente, el cual es atender bien para hacer un efecto multiplicador y más personas visiten sus hospedajes, aplica estrategias de publicidad en internet y radio hacia sus potenciales clientes.

Salazar (2017) en su tesis titulada *Caracterización de la gestión de calidad bajo el método keizen en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hotel de dos estrellas del distrito de Huaraz 2015*. Cuyo objetivo general fue describir las características de la gestión de calidad bajo el método keizen en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hotel de dos estrellas del distrito de Huaraz 2015, la metodología de investigación fue de diseño no experimental (transaccional o transversal), tipo nivel cuantitativo descriptivo, para el recojo de la información se identificó dos poblaciones de 11 gerentes y 28 colaboradores, para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta e instrumento fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado de 15 preguntas. Se logró obtener los siguientes resultados, el 36.4% indican tener la edad entre 41 a 50 años, el 54.5% son del género femenino, el 45.45% esta medianamente de acuerdo respecto al lavado, el 81.8% está fuertemente de acuerdo respecto a la apariencia limpia del empleado, el 54.5% está ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a los anaqueles para que dejen sus cosas los empleados, el 63.64% están ni de acuerdo, ni desacuerdo respecto a la suciedad que se identifica con colores claros, el 45.45% está medianamente de acuerdo respecto a que deben contar con uniformes laborales, el 90.9% está fuertemente de acuerdo que deben contar con botiquín de primeros auxilios, el 90.91% indica estar fuertemente de acuerdo que las habitaciones deben estar listas para ser ocupadas a la llegada del huésped, el 72.73% está medianamente de acuerdo que se debe realizar un examen periódico donde se evalúa los conocimientos del personal y limpieza dentro de la organización, el 100% manifiesta que está fuertemente de acuerdo con la secuencia ordenada para la recepción del cliente, el 100% está fuertemente de

acuerdo que la limpieza del hotel es constante, el 54.4% está fuertemente de acuerdo que existan señalizaciones de algún tipo y que es importante para el buen desempeño de la organización, el 100% está fuertemente de acuerdo que existan habitaciones con guardarropa, camas simples y camas dobles a la comodidad del huésped, el 40.12% siempre la empresa identifica las mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio. Finalmente, se concluye que la gestión de calidad es esencial para esta investigación como el método kaizen aplicado a las 5 “S” en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hotel de dos estrellas del distrito de Huaraz, en respuesta a este objetivo los gerentes y colaboradores tienen diferente percepción de la realidad donde hay un alto grado de deficiencia respecto a la gestión de calidad porque no aplican las 5 “S” en su totalidad, no hay un interés sincero por una mejora continua en los distintos aspectos evaluados. Se identificó las características de gestión de calidad bajo el método kaizen son: clasificación, orden, limpieza, aseo personal, disciplina las cuales se incumplen, los resultados del estudio nos muestran que la clasificación del lavado en su mayoría es importante, así como su apariencia limpia del empleado puesto que se usan un adecuado uso de colores y distribución de espacios. También se observa deficiencia en cuanto a la recepción, al igual que poco interés para solucionar reclamos y mucho menos una muestra de sincera preocupación por brindar un servicio con la mínima cantidad de errores.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas son analizadas como un elemento económico en nuestro país así lo indica el estado mediante el decreto, también afirma que es la unidad económica que está constituida por una persona natural o jurídica y que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio. También estas cumplen un rol importante, adquiriendo y vendiendo, pero añadiendo un valor agregado durante la actividad económica, las micro y pequeñas empresas es un generador de la fuente de empleo, pero carecen de una buena capacitación y demanda de informalidad (Iriarte, 2013).

Características

De acuerdo a la ley N° 30056, las micro y pequeñas empresas en función de sus niveles de ventas anuales: micro empresa, ventas anuales es hasta el monto máximo de 150 UIT; las pequeñas empresas son superiores a 150 UIT y hasta la cantidad máximo de 1700 UIT (Iriarte, 2013).

Importancia

Las micro y pequeñas empresas en el Perú, son de vital importancia para una mejor economía de nuestro país, en la actualidad representan un 95.9% y se incrementa a un 97.9% respecto a las pequeñas empresas, según el Ministerio de Trabajo, como también brindan un empleo a más del 80% de la población económica activa (PEA) y que generan un 45% del bruto interno (PBI) (Pymes peruanas, 2013).

Según Tello (2014) la importancia de las micro y pequeñas empresas en los distintos ángulos.

En primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo; es interesante pues como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos en segundo lugar, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella de producción (p. 204).

Las micro y pequeñas empresas, son las unidades económicas que dan oportunidad a las personas que no tengan empleo y puedan contribuir con la producción de cada organización.

La gestión de calidad

Son conjuntos de características de los productos o servicios que hay en el mercado, para cumplir la satisfacción de lo que un cliente quiere, por otra parte son acciones encaminadas a planificar, organizar las funciones de una organización, porque es el encargado en definir políticas de la empresa en relación con los principios empresariales y en función a su naturaleza, también se encargan de establecer objetivos de acuerdo a las políticas de cada organización, finalmente realizar la planificación en base de objetivos trazados anteriormente para establecer estrategias (Cuatrecasas & González, 2017).

Calidad

La calidad se mide a través de la satisfacción del cliente y por medio de lo que está dispuesto a pagar, si bien es cierto también se mide a través de la función de parámetros que son las siguientes: la seguridad de un producto o un servicio que se han ofrecido a los clientes, finalmente, la persona que distribuye responderá en caso el producto este mal o el servicio es pésimo (Marcelino & Ramírez, 2014).

Características

La gestión de calidad cuenta con las siguientes características: La cobertura; es la cantidad de artículos disponibles y clientes que demanda una necesidad que espera ser satisfecha. La eficacia; es la capacidad de producir un bien con los estándares de calidad. La valoración de ventas; permite medir la calidad de un producto o servicio. La satisfacción del cliente; se mide a través del grado de satisfacción del servicio que recibió el cliente. Competividad; son aquellas capacidades y cualidades que tiene una organización que se diferencia a la competencia (Arbós, 2011).

El Ciclo de Deming

Son conjuntos que pueden alcanzarse el ciclo PHVA y son las siguientes: Planificar; es el primer proceso, acá se establecen los objetivos y recursos necesarios para obtener resultados de acuerdo al requisito del cliente y la política de la organización. Hacer; en este proceso se implementa lo planificado. Verificar; se realiza el seguimiento de los procesos establecidos e informar sobre

los resultados obtenidos. Actuar; tomar las medidas y acciones para mejorar el desempeño cuando sea necesario y en un tiempo determinado (ISO 9001, 2015).

Benchmarking

El benchmarking son herramientas estratégicas, permite diferenciarse en los diferentes ámbitos de la organización, lo principal busca superarse y ser diferentes a sus demás competidores, también permite estudiar a las empresas líderes del sector para que vean que es lo que le diferencia (Llorca, 2017).

El benchmarking son procesos sistémicos que va permitir comparar aquellos productos, servicios que se ofrece en el mercado, es importante implementar las mejores prácticas de la competencia líder en las organizaciones, ya que el mundo es cambiante por ende es importante conocer a la competencia, para poder aplicar lo aprendido y alcanzar las metas establecidas (Carballo, 2014).

El objetivo del benchmarking

Los principales objetivos del benchmarking son encontrar y analizar el método que podrían ayudar en el crecimiento de la organización así puedan alcanzar el éxito, también trazar una meta para alcanzar el objetivo de la empresa, finalmente ayudar a cada organización lograr las metas establecidas del negocio (Economía y empresa , 2016).

Categorías del benchmarking

Benchmarking interno; se realiza las comparaciones internas de las organizaciones del mismo rubro ya sea nacional e internacional, previo a

investigación externas que permite descubrir diferencias y temas críticos. Benchmarking competitivo; se realiza entre competidores directos, como también se debe mostrar las ventajas y desventajas comparativas existentes entre los competidores directos. Benchmarking funcional; consiste en la realización de estos estudios a competidores funcionales, es decir, líderes en el sector, este tipo de análisis es productivo. El benchmarking genérico; consiste en comparar funciones y procesos similares que se realizan en empresas, como también permite descubrir aquellas prácticas y métodos para que puedan saber que mejores prácticas realizar otras organizaciones para que se diferencie a esta, es lo más difícil de implementarlo, pero no imposible y menos aceptación por la complejidad que implica su realización (Sánchez, 2017).

Proceso del benchmarking

Es importante saber cuáles son los procesos del benchmarking, porque es un método importante para que una organización logre cumplir la meta establecidas, sus objetivos, etc. Según Sánchez, (2017) da a conocer los siguientes procesos:

Fase de planeación; consiste en planificar aquellas actividades que se realizarán para llevar a cabo la investigación de benchmarking, quién los realizara, cuándo y cómo. Fase de análisis; implica el análisis e interpretación de la información copilada en la fase anterior (p. 97).

Fase de integración; consiste en aplicar los resultados obtenidos en el benchmarking, los pasos a seguir en dicha integración es comunicar los resultados obtenidos y definir metas funcionales con respecto a los resultados y convertirlas en principios de operación orientadas a eliminar la

brecha existente en el desempeño. Fase de acción; consiste en definir las acciones específicas, elaborar planes de acción, desarrollar acciones específicas y supervisarlas. Fase de madurez; esta etapa es cuando se consigue incorporar las mejores prácticas a todos los procesos de la empresa contribuyendo al aumento de la calidad y la competitividad de la empresa (p. 98).

Si la organización logra cumplir todos estos métodos, podrá alcanzar todo sus objetivos y metas trazadas, así llegar ser un líder no solo nacional, sino internacional.

2.3. Marco conceptual

Benchmarking: es una herramienta estratégica de la gestión de calidad, que permite tomar las mejores prácticas de otras organizaciones, muchos autores también lo definen como una estrategia que fomentan el trabajo en equipo.

Gestión de calidad: el objetivo de esta línea de investigación es satisfacer las necesidades del consumidor teniendo en cuenta la calidad del servicio o producto que se ofrece.

Calidad: se dice que es de calidad cuando el producto o servicio cuente con todos los requerimientos y que el cliente esté satisfecho.

Investigación: es aquel conjunto de métodos que se aplican dentro de un trabajo de investigación, con el fin de llegar al objetivo trazado.

MYPES: el significado es micro y pequeñas empresas, los cuales son empresas que están dirigidos por personas jurídicas y naturales.

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación Benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017, no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

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

Fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a la variable benchmarking como herramienta de gestión de calidad es decir solo se observó los fenómenos tal y como se presentó en el contexto conforme a la realidad sin realizar ningún tipo de modificaciones.

Fue transversal, porque el presente trabajo de investigación Benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017. Se llevó a cabo en un tiempo determinado teniendo un inicio y un fin, específicamente en el año 2017.

Fue descriptivo, porque en el presente trabajo de investigación Benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017, solo se describió las principales características de los representantes, características de las micro y pequeñas empresas y características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad, hasta el año 2017.

4.2. Población y muestra

Población

La población estuvo conformada por 95 micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017. La información se obtuvo a través de la municipalidad provincial de Huaraz. (Ver anexo 3)

Muestra

Se utilizó una muestra de 95 micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas.	Son las personas encargadas de dirigir, gestionar, o administrar una organización.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una serie de característica: edad, género, grado de instrucción, cargo que desempeña y tiempo que desempeña en el cargo.	Edad	- 18 a 30 años - 31 a 50 años - 51 a más años	Ordinal
			Género	- Masculino - Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	- Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior universitario - Superior no universitaria	Nominal
			Cargo que desempeña	- Dueño - Administrador	Nominal
			Tiempo que desempeña en el cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Ordinal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Es una unidad económica, constituida por persona natural o jurídica.	Unidad económica que tienen las siguientes características: tiempo de permanencia de la empresa en el rubro, número de trabajadores, las personas que trabajan en su empresa, objetivo de creación, el nivel de ingresos promedio mensual de la empresa, tipo de empresa de acuerdo a su constitución.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
			Número de trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Razón
			Las personas que trabajan en su empresa	- Familiares - Personas no familiares	Nominal
			Objetivo de creación	- Generar ganancia - Subsistencia	Nominal
			El nivel de ingresos promedio mensual de la empresa	- De s/1,000 hasta s/ 51,875 - De s/ 57,875 hasta s/ 587,917 - De s/ 587,917 a más	Nominal
			Tipo de empresa de acuerdo a su constitución	- Persona natural - EIRL - SRL - SAC - SAA	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Benchmarking como herramienta de gestión de calidad	El benchmarking se habla de cómo seleccionar aquellas mejores prácticas de otras empresas e implantarlas en la sociedad en nuestro beneficio. La gestión de calidad es la herramienta que ayuda a establecer en la organización una metodología de trabajo encaminada en la mejora.	La gestión de calidad utiliza técnicas modernas para excluir aquellas falencias que tiene el gerente, para medir estos resultados se analiza a través de los procesos de planificación, hacer, verificar o comprobar y actuar. Dentro de una de las técnicas a utilizar es el benchmarking, se habla de cómo seleccionar aquellas mejores prácticas de otras empresas e implantarlas en la sociedad en nuestro beneficio, para medir esta herramienta se tiene que identificar los estándares del desarrollo interno de una organización, busca proporcionar los productos, servicio, y procesos de la organización en el mercado, identificación de productos, servicios, y procesos de trabajo que organizaciones.	La organización planifica sus actividades anualmente.	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre	Liker
			Planifica para que los objetivos de la empresa sean cumplidos eficientemente.	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre	Liker
			Se efectúa una adecuada supervisión de la ejecución de las actividades.	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre	Liker
			Considera que los empleados sean capacitados para que puedan cumplir con las actividades.	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre	Liker
			Revisa y analiza los resultados obtenidos de los objetivos trazados que desarrolla en su empresa.	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre	Liker
			Realiza control interno en su empresa para verificar el cumplimiento de los objetivos.	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre	Liker
			Su empresa cuenta con todos sus documentos de manera adecuada y reglamentada.	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre	Liker
			Cree que es necesario emprender nuevas técnicas para mejorar la calidad de servicio.	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre	Liker
			Es apropiado que compartan una buena práctica entre diferentes áreas de su organización.	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre	Liker
			La empresa se encuentra ubicada en una zona geográfica de fácil accesibilidad para sus clientes.	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre	Liker

		La empresa se preocupa por dar a conocer su historia.	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre 	Liker
		La empresa está dirigida por personas de una misma familia.	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre 	Liker
		Su empresa identifica las mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio.	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre 	Liker
		La empresa frente a los demás competidores, cuenta con páginas Web.	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre 	Liker
		Usted cree que los clientes son fieles a esta organización.	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre 	Liker
		La empresa frente a los demás competidores, garantiza un buen servicio en atención a sus clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre 	Liker
		La empresa ofrece servicio de mejor calidad frente a los demás competidores.	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre 	Liker
		La empresa cuenta con procesos de atención eficiente y eficaz frente a los competidores.	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre 	Liker
		La empresa ofrece servicios que generan valor agregado para sus clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre 	Liker
		Esta organización es valorada por el servicio que ofrece a sus clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre 	Liker
		Los procesos que realiza su organización tienen una estructura formal.	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Muy pocas veces - Algunas veces - Casi siempre - Siempre 	Liker

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

La técnica que se utilizó fue la encuesta para la recolección de información a base de la población adquirida según el rubro hoteles de la ciudad de Huaraz 2017. El Instrumento que se utilizó en la investigación fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado de 32 preguntas, las cuales estuvieron distribuidas en 3 partes: las 5 primeras preguntas están relacionado a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, las siguientes 6 preguntas se refiere a las características de las micro y pequeñas empresas, finalmente las últimas 21 preguntas respecto a las características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad. (Ver anexo 6)

4.5. Plan de análisis

Antes de aplicar el cuestionario se utilizó el programa de SPSS versión 25 para ver la confiabilidad de las preguntas estructuradas mediante el alfa de Cronbach de 0.744% con una muestra de 10% de la población (Ver anexo 7), por ende no fue validado por los expertos de investigación, después se aplicó el cuestionario a través de la técnica de la encuesta, para el procesamientos de datos de la información y la elaboración de las tablas se utilizó el Excel, también se manejó el programa Microsoft Word para la recolección del trabajo de investigación, además se utilizó el programa PDF para la entrega final de la presente investigación, también el programa anti plagio turnitin para medir el porcentaje de similitud con otros estudios de investigación, finalmente el programa a utilizar fue el Power Point para la elaboración de la ponencia y sustentación de la investigación.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e instrumentos
¿Cuáles son las principales características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017?	<p>Objetivo general</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar las principales características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017. <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar las principales características de los representantes de la micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017. Describir las principales características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017. 	Benchmarking como herramienta de gestión de calidad	<p>Población: La población estuvo conformada por 95 micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017. La información se obtuvo a través de la municipalidad provincial de Huaraz.</p> <p>Muestra: Se utilizó una muestra de 95 micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017.</p>	<p>Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental -transversal - descriptivo.</p> <p>Fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a la variable benchmarking como herramienta de gestión de calidad es decir solo se observó los fenómenos tal y como se presentó en el contexto conforme a la realidad sin realizar ningún tipo de modificaciones.</p> <p>Fue transversal, porque el presente trabajo de investigación Benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017. Se llevó a cabo en un tiempo determinado teniendo un inicio y un fin, específicamente en el año 2017.</p> <p>Fue descriptivo, porque en el presente trabajo de investigación Benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017, solo se describió las principales características de los representantes, características de las micro y pequeñas empresas y características del benchmarking como herramienta de gestión de calidad, hasta el año 2017.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.7. Principios éticos

En el presente trabajo de investigación los principios éticos que se consideraron fueron:

El cuidado del medio ambiente y biodiversidad, al momento que se realizó la investigación, para aplicar las encuestas se utilizó hojas reciclables, posteriormente éstos papel utilizados en la investigación se llevó al depósito de reciclaje de la universidad.

Libre participación y derecho a estar informado, al momento de solicitar la información a los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles, primero se le informo sobre la investigación que se iba realizar, así mismo se les presentó el consentimiento informado y posteriormente ser encuestados. Pero no todos querían llenar el consentimiento informado, por ende, no se los obligó y solo colaboraron con las encuestas, por eso en ésta investigación se adjuntó la declaración jurada para declarar que la información recolectada fue real. (Ver anexo 4) y (Ver anexo 5)

Beneficencia no maleficencia, la información solicitada a los representantes se realizó de forma ordenada, clara y concisa, como también se respetó la privacidad de los representantes.

Justicia, la información solicitada y adquirida por parte de los representantes del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz, se plasmó en el trabajo sin ninguna modificación alguna y respetando la información que se recogió.

Integridad científica, en la investigación se realizó una correcta búsqueda de información con mucha transparencia, honestamente y responsable lo cual se ve reflejado en el trabajo realizado.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017

Datos generales	N	%
Edad		
18 a 30 años	3	3.16
31 a 50 años	38	40.00
51 a más años	54	56.84
Total	95	100.00
Género		
Masculino	43	45.26
Femenino	52	54.74
Total	95	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	2	2.11
Secundaria	43	45.26
Superior universitario	16	16.84
Superior no universitaria	34	35.79
Total	95	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	63	66.32
Administrador	32	33.68
Total	95	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	0	0.00
4 a 6 años	17	17.89
7 a más años	78	82.11
Total	95	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, 2017

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017

Características de las micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de permanencia de la microempresa		
0 a 3 años	0	0.00
4 a 6 años	13	13.68
7 a más años	82	86.32
Total	95	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	80	84.21
6 a 10 trabajadores	14	14.74
11 a más trabajadores	1	1.05
Total	95	100.00
Las personas que trabajan en su empresa		
Familiares	63	66.32
Personas no familiares	32	33.68
Total	95	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	60	63.16
Subsistencia	35	36.84
Total	95	100.00
Nivel de ingreso promedio mensual		
De S/1,000 hasta S/. 51,875	45	47.37
De S/ 51,875 hasta S/ 587,917	43	45.26
De S/ 587,917 a más	7	7.37
Total	95	100.00
Tipo de empresa de acuerdo a su constitución		
Persona natural	55	57.89
EIRL	22	23.16
SRL	9	9.47
SAC	9	9.47
SAA	0	0.00
Total	95	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz, 2017

Tabla 3

Características del benchmarking como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017

Benchmarking como herramienta de la gestión de calidad	N	%
La organización planifica sus actividades anualmente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	10	10.53
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	58	61.05
Siempre	27	28.42
Total	95	100.00
Planifica los objetivos de la empresa y sean cumplidos eficientemente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	10	10.53
Algunas veces	19	20.00
Casi siempre	28	29.47
Siempre	38	40.00
Total	95	100.00
Se efectúa una adecuada supervisión de la ejecución de las actividades		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	28	29.47
Casi siempre	47	49.47
Siempre	20	21.05
Total	95	100.00
Considera que es importante que sus empleados sean capacitados		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	66	69.47
Siempre	29	30.53
Total	95	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características del benchmarking como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017

Benchmarking como herramienta de la gestión de calidad	N	%
Revisa y analiza los resultados obtenidos de los objetivos		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	39	41.05
Casi siempre	56	58.95
Siempre	0	0.00
Total	95	100.00
Realiza control interno en su empresa para verificar el cumplimiento de los objetivos.		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	20	21.05
Algunas veces	66	69.47
Casi siempre	9	9.47
Siempre	0	0.00
Total	95	100.00
La empresa cuenta con todos sus documentos de manera adecuada y reglamentada		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	30	31.58
Siempre	65	68.42
Total	95	100.00
Realiza nuevas técnicas para mejorar la calidad de servicio		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	18	18.95
Casi siempre	67	70.53
Siempre	10	10.53
Total	95	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características del benchmarking como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017

Benchmarking como herramienta de la gestión de calidad	N	%
Es apropiado que compartan una buena práctica entre diferentes áreas de su organización		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	28	29.47
Siempre	67	70.53
Total	95	100.00
La empresa se encuentra ubicada en una zona geográfica de fácil accesibilidad para sus clientes		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	56	58.95
Siempre	39	41.05
Total	95	100.00
La empresa se preocupa por dar a conocer su historia		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	38	40.00
Algunas veces	10	10.53
Casi siempre	37	38.95
Siempre	10	10.53
Total	95	100.00
La empresa está dirigida por personas de una misma familia		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	10	10.53
Casi siempre	46	48.42
Siempre	39	41.05
Total	95	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características del benchmarking como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017

Benchmarking como herramienta de la gestión de calidad	N	%
La empresa identifica mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	19	20.00
Casi siempre	48	50.53
Siempre	28	29.47
Total	95	100.00
La empresa frente a los demás competidores, cuenta con páginas Web donde ofrece servicio de mejor calidad		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	38	40.00
Siempre	57	60.00
Total	95	100.00
Usted cree que los clientes son fieles a esta organización		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	10	10.53
Casi siempre	57	60.00
Siempre	28	29.47
Total	95	100.00
La empresa frente a los demás competidores, garantiza un buen servicio en atención a sus clientes		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	9	9.47
Casi siempre	57	60.00
Siempre	29	30.53
Total	95	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características del benchmarking como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017

Benchmarking como herramienta de la gestión de calidad	N	%
La empresa ofrece servicio de mejor calidad frente a los demás competidores		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	66	69.47
Siempre	29	30.53
Total	95	100.00
La empresa cuenta con procesos de atención eficiente y eficaz frente a los demás competidores		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	38	40.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	57	60.00
Total	95	100.00
La empresa ofrece servicios que generan valor para sus clientes		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	38	40.00
Casi siempre	57	60.00
Siempre	0	0.00
Total	95	100.00

Continua...

Tabla 3

Características del benchmarking como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017

	Concluye...	
Benchmarking como herramienta de la gestión de calidad	N	%
Esta organización es valorada por el servicio que ofrece a sus clientes		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	47	49.47
Casi siempre	48	50.53
Siempre	0	0.00
Total	95	100.00
Los procesos que realiza su organización tienen una estructura formal		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	28	29.47
Casi siempre	29	30.53
Siempre	38	40.00
Total	95	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz, 2017

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1. Características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017

Edad: el 56.84% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 51 años a más (Tabla 1). El resultado coincide con la investigación de Salazar (2017) el 34.4% indican tener la edad entre 41 a 51 años de edad; contrasta con la investigación de Roman (2018) donde afirma el 41.03% manifiestan tener de 40 a 45 años, también contrasta con la investigación de Saenz (2018) el 28.57% tiene la edad de 38 a 58 años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles están dirigidas por personas adultas, estas cuentan con mucha experiencia y tiene las mejores condiciones de administrar la organización.

Género: el 54.74% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son del género femenino (Tabla 1). Este resultado coincide con Salazar (2017) el 54% son del sexo femenino y con la investigación de Roman (2018) el 50.82% son de género masculino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles son de sexo femenino, estas son personas responsables que quieren surgir en el mundo del negocio y tiene la capacidad de emprender, así sacar adelante y dar trabajo a su familia.

Grado de instrucción: el 45.26% son personas que tiene grado de instrucción la secundaria (Tabla 1). Este resultado coincide con la investigación de Saenz (2018) el 35.71% tienen el grado de instrucción nivel secundario, pero contrasta con la investigación de Roman (2018) el 64.95% tienen el grado de instrucción superior

universitaria. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles, tienen grado de instrucción secundario, estos tienen la capacidad de poder surgir en el mundo del negocio ya sea por años de experiencias, etc.

Cargo que desempeñan: el 66.32% son los dueños. Este resultado coincide con la investigación de García (2018) que el 48.8% son los mismos dueños. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles son los mismos dueños, tiene más experiencia y por seguridad de su negocio ellos mismos los administran.

Tiempo que desempeña en el cargo: el 82.11% tiene de 7 a más años (Tabla 1). Este resultado coincide con la investigación de García (2018) el 48.6% tienen de 7 a más años de permanencia en la empresa. Se demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles tienen de 7 años a más de permanencia en el cargo, esto ya sean por los años de experiencia en el rubro y que se mantienen intactas frente a los demás competidores.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, 2017

Tiempo de permanencia de la micro empresa: el 86.32% tienen de 7 a más años (Tabla 2). Este resultado coincide con la investigación de García (2018) el 48.6% tienen de 7 a más años, contrasta con la investigación de Saenz (2018) el 57.14% el local tiene entre 5 a 9 años. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles tienen de 7 a más años con respecto al tiempo

de permanecía de la empresa en el rubro, ésta organización afronta diferentes cambios y sigue ahí frente a los demás competidores.

Número de trabajadores: el 84.21% tienen de 1 a 5 trabajadores (Tabla 2). Este resultado coincide con la investigación de Saenz (2018) el 100% tiene de 1 a 5 trabajadores. Esto demuestra la micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz cuenta como un máximo de 5 trabajadores que le ayuden atender a sus clientes y haya una buena atención, también por ser pequeños negocios cuentan con pocas personas que trabajan en el negocio.

Las personas que trabajan en la empresa: el 66.32% son familiares, el 33.68% son personas no familiares (Tabla 2). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles, las personas que trabajan son familiares, eso quiere decir que entre ellos mismos se apoyan para trabajar en el negocio sin la necesidad de contratar personas fuera.

Objetivo de creación: el 63.16% son para generar ganancia (Tabla 2). Este resultado coincide con la investigación de García (2018) el 52% fueron para generar ganancia. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles, el objetivo de creación fue para generar ganancias, porque si la organización está en un buen nivel de desempeño frente a los demás competidores, éste va poder obtener un mejor resultado y generar mayores ganancias.

El nivel de ingreso promedio mensual de la empresa el 47.41% es de s/1,000 hasta s/ 51,875 (Tabla 2). Este resultado contrasta con la investigación de Saenz (2018) el 85.71% atribuye que sus ventas mensuales son menos de s/. 311,250.00. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, cada vez más tiene un crecimiento favorable.

Tipo de empresa de acuerdo a su constitución: el 57.89% son personas naturales, el 23.16% son EIRL, el 9.47% son SRL, el 9.47% son SAC y finalmente el 0% son SAA (Tabla 2). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas son personas naturales, estos deberían de tener en cuenta sobre todas las obligaciones como son los pagos u obligaciones que tiene la empresa.

Tabla 3. Referente a las principales características del benchmarking como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017

El 61.05% casi siempre la organización planifica sus actividades anualmente (Tabla 3). Este resultado coincide con la investigación de Arellano (2012) que el 61.10% casi siempre planifican sus actividades anualmente. Esto demuestra que siempre deberían de planificar sus actividades anualmente, también organizar de forma secuencial los propósitos que tiene planeados, crear metas para poder cumplirlo de forma satisfactoria.

El 40% siempre planifica para que los objetivos de la empresa sean cumplidos eficientemente (Tabla 3). Este resultado coincide con la investigación de García (2018) el 57.10% siempre logran cumplir con los objetivos propuestos. Se debería

de planificar los objetivos y si los llegan a cumplir eficientemente esta organización va surgir en el mundo del negocio y sobre salir como los demás competidores.

El 49.47% casi siempre considera que se efectúa una adecuada supervisión en la ejecución de las actividades (Tabla 3). Este resultado coincide con la investigación de García (2018) que el 47.1% indican que siempre cumplen con los procedimientos establecidos para la ejecución de las actividades. Una organización debe de tener en cuenta una adecuada supervisión de las actividades, siempre deberían de cumplir con los procedimientos establecidos para la ejecución de las actividades de la organización.

El 69.47% casi siempre, el 30.53% y el 0% nunca, muy pocas veces y algunas veces consideran que es importante que sus empleados sean capacitados para que puedan cumplir con las actividades encomendadas de manera correcta (Tabla 3). El gerente de cada empresa hotelera debería capacitar a los empleados para que haya mejores resultados por parte de sus trabajadores y para la empresa.

El 58.95% casi siempre revisa y analiza los resultados obtenidos de los objetivos trazados que desarrolla en su empresa (Tabla 3). Este resultado contrasta con la investigación de García (2018) que el 68.60% siempre revisar, analizar e implementan estrategias para mejorar los resultados de los objetivos de la organización. Es muy importante tomar un modelo de una organización, porque es una estrategia que le permite cumplir los objetivos y así la organización tendría resultados eficientes.

El 69.47% algunas veces, el 21.05% muy pocas veces, el 9.47% casi siempre y un 0% siempre y casi nunca realiza control interno en su empresa para verificar el cumplimiento de los objetivos, (Tabla 3). Es muy importante realizar el control interno de una organización para verificar el cumplimiento de los objetivos, estos tendrían buenos resultados y así evitar pérdidas por fraude o negligencia, como también detectar las desviaciones que tienen las empresas.

El 68.42% siempre la empresa cuenta con todos sus documentos de manera adecuada y reglamentada (Tabla 3). Este resultado coincide con la investigación de Arellano (2012) que el 60% siempre la organización cuenta con los documentos al día. Una organización siempre tiene que tener sus documentos al día, así no ser una empresa informal y al momento que lo verifiquen no tengan problemas con las municipalidades o el cierre del negocio.

El 70.53% casi siempre creen que es necesario realizar nuevas técnicas para mejorar la calidad de servicio (Tabla 3). Este resultado coincide con la investigación de García (2018) que el 68.60% siempre implementan estrategias para mejorar la calidad de servicio. Es importante aplicar las mejores técnicas y estrategias para mejorar la calidad de servicio, es decir si un cliente recibe un buen servicio o atención es muy probable que vuelva adquirir los servicios prestados incluso recomendaría a demás personas.

El 70.53% siempre consideran que es apropiado que compartan una buena práctica entre diferentes áreas de su organización (Tabla 3). Este resultado coincide con la investigación de Llontop & Rimarachín (2016) que el 68% están de acuerdo que compartan buenas prácticas entre diferentes áreas de su organización. Dentro de

la organización es importante que compartan buenas prácticas así aprenda uno del otro, mejor dicho, haya un buen trabajo en equipo y así obtengas buenos resultados.

El 58.95% casi siempre la empresa se encuentra ubicada en una zona geográfica de fácil accesibilidad para sus clientes (Tabla 3). Este resultado contrasta con la investigación de Llontop & Rimarachín (2016) que el 100% de personas están de acuerdo que la empresa esté ubicada en una zona geográfica de fácil accesibilidad. Es importante tener en cuenta el lugar donde se encuentra la organización porque le permitirá atender a sus clientes de manera segura y por la ubicación este tendrá más clientes.

El 40% muy pocas veces la empresa se preocupa por dar a conocer su historia (Tabla 3). Este resultado contrasta con la investigación de Llontop & Rimarachín (2016) que el 60% están totalmente de acuerdo que la empresa de a conocer su historia. Es importante saber el inicio la empresa, cuál es su planeamiento estratégico, etc así las personas que trabajan tengan en cuenta cuáles son sus propósitos, metas a que quiere llegar la organización.

El 48.42% casi siempre la empresa está dirigida por personas de una misma familia (Tabla 3). Este resultado coincide con la investigación que realizo Llontop & Rimarachín (2016) que el 100% están totalmente de acuerdo que la empresa esté dirigida por persona de una misma familia. Esto quiere decir la gran parte de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas son familiares y que entre ellos mismo se apoyan en darse trabajo, y se queden con más confianza en el negocio.

El 50.53% casi siempre la empresa identifica las mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio (Tabla 3). Este resultado contrasta con la investigación de Salazar (2017) que el 40.12% siempre la empresa identifica las mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio. Para las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles, es un arma secreta muy poderosa, en identificar las mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio y aplicarlas de manera adecuada para así estar al igual o mejor que sus competencias directas.

El 60% siempre la empresa frente a los demás competidores, cuenta con páginas web donde ofrece servicio de mejor calidad (Tabla 3). Este resultado coincide con la investigación de Llontop & Rimarachín (2016) el 61% están totalmente de acuerdo que la empresa cuente con una página web donde pueda actualizar sus datos. En estas épocas es importante contar con páginas WEB, porque uno ve que servicios ofrece y hacer publicidad para adquirir clientes, como también para la organización es valiosa porque mediante sus redes sabrá si les gusto el servicio que le ofreció al cliente y ver las sugerencias que los hacen así mejorar en lo que falta.

El 60% casi siempre, el 29.47% siempre, el 10.53% algunas veces, el 0% nunca y muy pocas veces, cree que los clientes son fieles a esta organización (Tabla 3). Si la empresa brinda un mejor servicio a sus clientes estos van regresar siempre, por decir si uno quiere calcular el retorno del cliente se debe estimar la frecuencia que presenta las necesidades del promedio de los clientes.

El 60% casi siempre la empresa frente a los demás competidores, garantiza un buen servicio en atención a sus clientes (Tabla 3). Este resultado coincide con la investigación de Llontop & Rimarachín (2016) que el 40% casi siempre la empresa ofrece servicios de mejor calidad frente a los demás competidores. Siempre deberían de tener en cuenta que es lo que el cliente quiere, ver que hace la competencia para que sea mejor que ellos y aplicarlos en su negocio.

El 69.47% casi siempre la empresa ofrece servicio de mejor calidad frente a los demás competidores (Tabla 3). Este resultado contrasta con la investigación de Llontop & Rimarachín (2016) el 40% pocas veces la empresa ofrece servicios de mejor calidad frente a los demás competidores. Esto quiere decir que siempre deberían de ofrecer un servicio de mejor calidad frente a los demás competidores y deben de conocer de qué manera se está posicionando, porque es fundamental garantizar la supervivencia de la empresa.

El 60% siempre la empresa cuenta con procesos de atención eficiente y eficaz frente a los demás competidores (Tabla 3). Este resultado contrasta con la investigación de Llontop & Rimarachín (2016) que el 40% es indiferente que la empresa cuenta con procesos de atención eficiente y eficaz frente a los demás competidores. Es importante contar con procesos de atención eficiente frente a sus demás competidores, donde la organización debería de planificar con más claridad lo que desea lograr y utilizar las estrategias para disminuir la inseguridad.

El 60% casi siempre, 40% algunas veces, el 0% nunca, muy pocas veces y siempre la empresa ofrece servicios que generan valor agregado para sus clientes (Tabla 3). El valor agregado es una de las características poco habitual en las organizaciones, este le permite aumentar los precios, toda la vez que le entrega a los clientes un servicio que no hallará en la competencia.

El 50.53% casi siempre, el 49.47% algunas veces, el 0% nunca, muy pocas veces, siempre, la organización es valorada por el servicio que ofrece a sus clientes (Tabla 3). Las organizaciones que poseen un servicio de atención al cliente, consisten en crear una experiencia satisfactoria al servicio de una empresa, será exitoso, cuando los procesos, el liderazgo, la comunicación y el desarrollo estén para apoyar el servicio anhelado.

El 40% siempre, el 30.53% casi siempre, 29.47% algunas veces, el 0% nunca y muy pocas veces tienen una estructura formal aquellos procesos que realiza la organización (Tabla 3). Las organizaciones siempre deberían de tener en cuenta sobre la estructura formal porque este le indicará en relación a cada uno de los miembros de la organización, el plan estratégico, etc.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, tienen de 51 años a más, son de género femenino, y desempeñan el cargo de dueño en un tiempo de 7 años a más. La minoría tienen el grado de instrucción secundaria. Cada representante de las micro y pequeñas empresas, son las personas responsables de planear y dirigir el trabajo de sus colaboradores, éstas tienen la capacidad de poder surgir en el mundo del negocio ya sea por años de experiencias en el rubro.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles en la ciudad de Huaraz, está creada para generar ganancias, tienen de 7 a más años respecto al tiempo de permanencia de la empresa en el rubro, cuenta de 1 a 5 trabajadores, son familiares y personas naturales. La minoría tienen el nivel de ingreso promedio mensual de s/1,000 hasta s/ 51,875. Las micro y pequeñas empresas rubro hoteles, es importante porque crean fuentes de empleo que proporcionan puestos de trabajo, reducción de pobreza, mejora la retribución de ingresos, etc.

La mayoría afirman que casi siempre la organización planifica sus actividades anualmente, casi siempre considera que es importante que sus empleados sean capacitados, casi siempre revisa y analiza los resultados obtenidos de los objetivos, algunas veces realiza control interno en su empresa para verificar el cumplimiento de los objetivos, siempre la empresa cuenta con todos sus documentos de manera adecuada y reglamentada, casi siempre realiza nuevas técnicas para mejorar la calidad de servicio, siempre es apropiado que compartan una buena práctica entre diferentes áreas de su organización, casi siempre la

empresa se encuentra ubicada en una zona geográfica de fácil accesibilidad para sus clientes, casi siempre la empresa identifica mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio, siempre la empresa frente a los demás competidores, siempre cuenta con páginas Web donde ofrece servicio de mejor calidad, casi siempre cree que los clientes son fieles a esta organización, casi siempre la empresa frente a los demás competidores, garantiza un buen servicio en atención a sus clientes, casi siempre la empresa ofrece servicio de mejor calidad frente a los demás competidores, siempre la empresa cuenta con procesos de atención eficiente y eficaz frente a los demás competidores, casi siempre la empresa ofrece servicios que generan valor para sus clientes, casi siempre esta organización es valorada por el servicio que ofrece a sus clientes. La minoría siempre planifica los objetivos de la empresa y sean cumplidos eficientemente, casi siempre efectúa una adecuada supervisión de la ejecución de las actividades, muy pocas veces la empresa se preocupa por dar a conocer su historia, casi siempre la empresa está dirigida por personas de una misma familia, siempre tienen una estructura formal y procesos que realiza su organización. Como aporte personal, lo primero que se debe de realizar dentro de cada organización es planificar con más detalle sus actividades anualmente, por ejemplo, tomando un modelo de una organización, porque es una estrategia que le permitirá cumplir los objetivos y realizar el control interno para que tengan buenos resultados y así evitar pérdidas por fraude o negligencia, también implementar el benchmarking, porque es una herramienta estratégica que va permitir tomar como referencia a sus competencias directos, finalmente deberían de tener en cuenta sobre la estructura formal para que no haya problemas más adelante con el cierre del local.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Tener que aplicar el benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz, porque les permitirá el crecimiento y el desarrollo de la organización, así puedan lograr los objetivos de acuerdo a su plan estratégico, también así obtener el desarrollo en rubro hoteles, y haya más ingresos en este sector.

Afrontar con mayor responsabilidad en cualquier circunstancia que esté pasando la empresa, por decir, deberían de capacitarse más en estos temas, así pueda mejorar en todo aspecto estas organizaciones del rubro hoteles, también ver lo que ofrecen los servicios en el norte del país e implementarlos por esta zona, ya que hoy en día los turistas optan por ir más al norte y se debería de aprovechar a lo máximo los recursos naturales que hay en Huaraz.

Realizar objetivos claros y concisos para saber a lo que se pretende llegar, analizar el entorno competitivo del mercado, por eso es importante que desde un inicio se debería de tener en claro lo que es el planeamiento estratégico, y también hacer que los trabajadores tengan en cuenta y sean partícipes del plan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arbós, L. (2011). *Gestión de la calidad total*. Ediciones Díaz de Santo.

Recuperado de

<https://www.tagusbooks.com/leer?isbn=9788499693538&li=1&idsource=3001>

Arellano, M. (2012). *Benchmarking para la empresa Barrerautos del Antón*

Antonio Ante. Tesis de grado para la obtención del título en ingeniero de

empresas y administración de negocios. Universidad Reguinal Autónoma

de los Andes. Ecuador. Recuperado de

<http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/3263/1/TUIADM002-2013.pdf>

Ayra, N. (2016). *Benchmarking y la calidad de servicio de servicio de los*

restaurantes en la ciudad de Huánuco – 2016. Tesis para optar el título

profesional de licenciada en administración de empresas. Universidad de

Huánuco. Huánuco. Recuperado de

http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/139/TO47_47481829T.PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Betancourt, B. (2017). Estudio de benchmarking competitivo. *Libre Empresa*.

Recuperado de [file:///C:/Users/Asus/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/Asus/Downloads/Dialnet-EstudioDeBenchmarkingCompetitivoAplicadoACuatroEmp-6586872%20(2).pdf)

[EstudioDeBenchmarkingCompetitivoAplicadoACuatroEmp-](file:///C:/Users/Asus/Downloads/Dialnet-EstudioDeBenchmarkingCompetitivoAplicadoACuatroEmp-6586872%20(2).pdf)

[6586872%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/Dialnet-EstudioDeBenchmarkingCompetitivoAplicadoACuatroEmp-6586872%20(2).pdf)

Carballo, R. (2014). *En la espiral de la innovación: modelo Benchmarking y experiencias de empresas innovadoras en España*. Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/53061>

Chávez, D. (2017). *Benchmarking para mejorar la gestión de EMP SERGE Raraz S.A.C. Lima 2017*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración y Negocios Internacionales. Universidad privada Norbert Wiener. Lima. Recuperado de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/559/TITULO%20-%20CHAVEZ%20ZELAYA%20DEYSI%20JANET.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cuatrecasas, L., & González, J. (2017). *Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación*. 5ta Edición: Profit Editorial. Recuperado de https://www.amazon.es/Gesti%C3%B3n-integral-calidad-Jesus-Gonz%C3%A1lez/dp/8416904782/ref=sr_1_3?keywords=GESTION+D+E+LA+CALIDAD&qid=1569623822&s=books&sr=1-3

Economía y Empresa. (2016). *El benchmarking: La importancia de analizar el mercado*. LEPETITLITTERAIRE. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=LWPyCwAAQBAJ&pg=PT8&dq=benchmarking&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwui1tqtme7sAhX1LLkGHfRFDgMQ6AEwAHoECAyQA#v=onepage&q=benchmarking&f=false>

García, E. (2018). *Gestión de la calidad con el uso del ciclo de Deming en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro agencias de turismo en el distrito de Huaraz, 2017*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Huaraz. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4565/GESTION_DE_CALIDAD_CICLO_DEMING_GARCIA_DOLORES_ELIZABETH_MARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Inversor Latam. (16 de diciembre de 2014). Perú: El 88% de mypes de hoteles, restaurantes y catering prevé crecer en 2017. *Empresa*. Recuperado de <https://inversorlatam.com/peru-el-88-de-mypes-de-hoteles-restaurantes-y-catering-preve-crecer-en-2017/>

Iriarte, E. (2 de julio de 2013). *Alerta Laboral: Ley N° 30056 que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, el desarrollo productivo y el crecimiento*. Recuperado de <http://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/65715/61747/F-448044587/PER65715.pdf>

ISO 9001. (2015). *Sistemas de gestión de la calidad - Requisitos*. Quinta edición. Recuperado de <https://www.natclar.com.pe/wp-content/uploads/2018/02/ISO90012015.pdf>

Lizano, S. (2017). *La administración por procesos y su incidencia en la gestión de calidad bajo la norma ISO 9001 -2015 en la fuerza aérea ecuatoriana durante el periodo 2014 – 2015*. Trabajo de Investigación previo a la obtención del Grado de Magister en Gestión de Proyectos Socio Productivos. Universidad Tecnológica Indoamerica. Ecuador. Recuperado de <http://201.159.222.95/bitstream/123456789/651/1/TESIS%20MAESTRIA%20SILVIA%20LIZANO.pdf>

Llontop, L., & Rimarachín, R. (2016). *Benchmarking y su relación con las ventas en la estación de servicio Santa Angela S.A.C. José Leonardo Ortiz*. Tesis para optar título profesional de administración. Universidad Señor de Sipan. Chiclayo. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2287/Tesis%20de%20Llontop%20Salazar%20y%20Rimarach%20C3%ADn%20Rivera.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Llorca, J. (2017). Benchmarking Turístico y Revenue Management en establecimientos hoteleros. *Revista digital INESEM*. Recuperado de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/benchmarking-turistico/>

Marcelino, M., & Ramírez, D. (2014). *Administración de la calidad: nuevas perspectivas*. Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3227569&ppg=101>

- Marciniak, R. (2017). El benchmarking como herramienta de mejora de la calidad de la educación universitaria virtual. *Educar*, vol. 53/1(171-207), 171-172. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/educar/educar_a2017v53n1/educar_a2017v53n1p171.pdf
- Mares, C. (2013). *El régimen jurídico de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú*. Pelestra. Recuperado de http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/4768/Mares_Carla.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Pymes peruanas. (2013). *Importancia de las Mypes en el Perú*. Recuperado de <http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Roman, C. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5419/GESTION_DE_CALIDAD_HOTELQUAL_ROMAN_ALEJOS_CELENY_MARISOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Saenz, C. (2018). *Gestión de calidad con el uso del marketing mix en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro alojamientos – distrito de Huaraz, 2017*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Huaraz. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5845/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_MIX_SAENZ_TARAZONA_CANDY_YESSICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sainz, R., & Vallejo, L. (2015). *Adaptación del benchmarking a la mejora continua en el diseño temático de un hotel*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. México. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/316490758_Adaptacion_del_benchmarking_a_la_mejora_continua_en_el_diseno_tematico_de_un_hotel
- Salazar, G. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el método kaizen en las Micro y Pequeña Empresa del sector servicios - rubro hotel de dos estrellas del distrito de Huaraz, 2015*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Huaraz. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4222/MYPES_GESTION_DE_CALIDAD_SALAZAR_RODRIGUEZ_GEYSI%20_GARIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez, S. (2017). *Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en comercio*. Editorial Elearning, S.L. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=izZWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=benchmarking+libro+2017&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiTwtHJm-7sAhWUH7kGHdguCSc4ChDoATAAegQIABAC#v=onepage&q=benchmarking%20libro%202017&f=false>

Tello, S. (2014). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. Recuperado de <file:///C:/Users/Ellita%20Y%20Pinito/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLaMicroPequeñasYMedianasEmpresasEnElD-5157875.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2017				Año 2018				Año 2018				Año 2020			
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X	X	X													
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco Teórico y Metodológico					X	X	X		X							
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos								X								
7	Elaboración del consentimiento informado.									X							
8	Recolección de datos									X							
9	Presentación de resultados										X						
10	Análisis e Interpretación de los Resultados											X					
11	Redacción del informe preliminar												X				
12	Revisión del informe final de la tesis por el jurado de investigación												X				
13	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación													X	X		
14	Presentación de ponencia en jornada de investigación															X	
15	Redacción de Artículo científico															X	

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (estudiante)			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Suministros			S/328.00
Impresiones	20.00	4	S/80.00
Fotocopias	10.00	4	S/40.00
Empastados	120.00	1	S/120.00
Papel bond A-4 (400 hojas)	20.00	4	S/80.00
Lapicero	4.00	2	S/8.00
Servicio			S/630.00
Uso del turnitin	50.00	3	S/150.00
Internet	120.00	4	S/480.00
Gastos de viaje			S/60.00
Pasaje para recolectar información	60.00	1	S/60.00
Total de presupuesto desembolsable			S/1,018.00
Presupuesto no Desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Servicio			S/280.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	S/70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	S/160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	S/50.00
Recursos humanos			S/252.00
Asesoría personalizada	63.00	4	S/252.00
Total de presupuesto no desembolsable			S/532.00
Total (S/.)			S/1,550.00

Elaboración propia

Anexo 3. Directorio

Micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz, 2017

Relación de hoteles, hostales, hospedajes y alojamiento con licencia municipal de funcionamiento.		
N°	Nombres y apellidos / Razón social	Actividades
01	Inmobiliaria santa Adela S.A	Hotel
02	Hotel Valencia E.I.R.L.	Hotel
03	Hotel La Joya S.A.C.	Hotel
04	Inversiones américas S.A.C.	Hotel
05	Sociedad peruana americana S.R.L.	Hotelería
06	Mina azul servicios generales S.R.L.	Hotel
07	Barrios Ruiz Eduardo Martin	Hotel
08	Empresa hotelera valencia II E.I.R.L.	Hotel
09	Servicios generales Jhyre E.I.R.L.	Hotel
10	López Padilla Bertha	Hotelera
11	Mendoza Ramos Alejandro	Hotelera
12	Cooperativa de servicios múltiples del centro LTDA.	Restaurante/ Hotel
13	Hotel cuna de oro S.A.C.	Hotel
14	Recreo tropical la colina S.R.L.	Hotel
15	Alejo Raúl Lorenzo	Hotel
16	Las Tejas hotel Perú E.I.R.L.	Hotel
17	Inversiones turísticas “la brasa red E.I.R.L.”	Restaurante/ Hotel
18	Víctor Lucio Correa Vargas	Hotel/Restaurante/salón de eventos
19	Hotel chavín señorial	Hotel
20	Empresa de transportes turísticos Suiza Peruana S.R.L.	Hotel
21	Wu Yuhua	Hotel/ chifa
22	Prudencio Barreto Noemi Felicitas	Hospedaje

Continúa...

23	Hurtado Díaz Javier Adolfo	Hospedaje
24	Servicios Múltiples Gómez E.I.R.L	Hospedaje
25	Mallqui Guzmán Luz Antonia	Hospedaje
26	Tinoca Montes Marcos Antonio	Hospedaje
27	López Valenzuela Vidal	Hospedaje
28	Soto Trujillo Uldarico	Hospedaje
29	Valenzuela Aguirre Lorenza Mariana	Hospedaje
30	Mendoza Bravo Daría Crisantina	Hospedaje
31	Pajuelo Saavedra Félix Fernando	Hospedaje
32	Guerra Gutiérrez Rebeca	Hospedaje
33	Huayllacayan Alcántara Pamela Mercedes	Hospedaje
34	Guzmán De La Cruz Flormida Hortensia	Hospedajes
35	Córdova Barreto Ezequiel Elías	Hospedaje
36	ALPA-K E.I.R.L.	Hospedaje
37	Beteta Vela María Antonieta	Hospedaje
38	Rosas Torres Hilda Daria	Hospedaje
39	Evaristo Bartolo Mario Felisión	Hospedaje
40	Cacha Flores Benjamín Balbino	Hospedaje
41	Transporte Henostroza EIRL	Hospedaje
42	Guzmán De La Cruz Flormida Hortencia	Hospedaje
43	Hospedaje Barcelona S.R.L	Hospedaje
44	Multiservicios KYM & JR S.A.C.	Hospedaje
45	Rímac Melgarejo Olinda Martha	Hospedaje
46	Rosario De La Cruz Venceslao Vitaliano	Hospedaje
47	Cabello Durand Leoncio N° 1020 – Huarupampa	Hospedaje
48	Monkeywasi hospedaje E.I.R.L.	Hospedaje
49	Romero Ramírez Guadalupe Teófila	Hospedaje
50	Diverinver E.I.R.L.	Hospedaje

Continúa...

51	Paucar Bernuy Elias Isaías	Hospedaje
52	Ross Galy E.I.R.L.	Hospedaje
53	Gonzales Ramírez Amelia Esmeralda	Hospedaje
54	Córdova Barreto Ezequiel Elias	Hospedaje
55	Grupo Jamro'S S.A.C	Hospedaje
56	inversiones hotelera y turismo S.A.C	Hospedaje
57	servicios múltiples Gómez E.I.R.L	Hospedaje
58	López Lázaro Isabel	Hospedaje
59	Kaqui Gómez Dany Nelvin	Hospedaje
60	Gamarra Salazar Hugo Raúl	Hospedaje
61	Hotel El Rubí S.A.C	Hospedaje
62	Valentín Aparicio Teodoro Lucas	Hostal
63	Camones Melgarejo Yolanda Dina	Hostal
64	Prudencio Barreto Noemi Felicitas	Hostal
65	Hostal Paraíso Azul S.A.C	Hostal
66	Corporación El rápido E.I.R.L	Hostal
67	Poma Robles Dante Alejandro	Hostal
68	Empresa Hotelera Golden E.I.R.L	Hostal
69	Barreto Cuisano Ana María	Hostal
70	Hostal Sumaq E.I.R.L	Hostal
71	Hostal CESAR'S S.R.L	Hostal
72	Corporación Jaimar S.R.L.	Hostal / Restaurante
73	Verde Sánchez Edith	Hostal
74	Paucar Pérez Gerado benjamín	Hostal
75	Verde Sánchez Elizabeth	Hostal
76	Irato De Morales María Alejandrina	Hostal
77	Figueroa Yauri Yenny Tania	Alojamiento
78	Empresa de transportes y servicios múltiples BLAS E.I.R.L	Alojamiento

Continúa...

Concluye...

79	Hilario García Juan De Sahagún	Alojamiento
80	Moran Paucar Nelyda Linda	Alojamiento
81	La casa de azárela E.I.R.L	Alojamiento
82	Monkeywasi hospedaje E.I.R.L	Hospedaje de alojamiento
83	Cruz Lázaro Jorge Patricio	Alojamiento
84	Tarazona Cadillo Henry Rolando	Alojamiento
85	Lino Castillo Cesar Leonel	Alojamiento
86	Negocios Golper E.I.R.L	Alojamiento
87	Hinostroza Milla Humberto Raymundo	Actividades de alojamiento a corto plazo
88	Mendoza De Díaz Nelly Alejandrina	Casa alojamiento
89	Rodríguez Flores Mirla Milady	Alojamiento
90	Ortiz Gabino Antonio Agustín	Alojamiento
91	Gonzales De paz Mireya Yeny	Alojamiento
92	Barón De Mesa Baudilia	Alojamiento
93	Transporte y turismo el valle E.I.R.L	Alojamiento
94	Figueroa Morales María Elena	Casa de alojamiento
95	Verde Sánchez Elizabeth	Actividades de alojamiento a corto plazo - hostel

Fuente: municipalidad provincial de Huaraz_ Noviembre del 2017

Evidencias de la población

INFORME DE LA COMISIÓN DE VERIFICACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA OPERA

ALTERNATIVAS DE CALIDAD

OPERA

OPERA	DESCRIPCIÓN	INDICADOR	UNIDAD	PROBLEMA	CAUSAS	EVIDENCIA	FECHA	OTROS	COMENTARIOS
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30

INFORME DE LA COMISIÓN DE VERIFICACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA OPERA

ALTERNATIVAS DE CALIDAD

OPERA

OPERA	DESCRIPCIÓN	INDICADOR	UNIDAD	PROBLEMA	CAUSAS	EVIDENCIA	FECHA	OTROS	COMENTARIOS
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60

CONDICIONES	MODALIDAD	FORMA DE EJERCICIO	TIPO	REQUISITO	ESTADO	FECHA DE PUBLICACIÓN	VALOR	OTROS	URL
1-1	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-2	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-3	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-4	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-5	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-6	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-7	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-8	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-9	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-10	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-11	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-12	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-13	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-14	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-15	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-16	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-17	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-18	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-19	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		
1-20	Investigación	Maestría	Académico	Investigación	Abierta	2022-01-10	2000		

Anexo 4. Consentimiento informado



CONSENTIMIENTO INFORMADO

BENCHMARKING COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN DE CALIDAD
EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO HOTELES DE LA
CIUDAD DE HUARAZ; 2017

Yo,, identificado con DNI N° acepto participar voluntariamente en el presente estudio, porque se me explico y comprendo el propósito de la investigación. Mi participación consiste en responder con veracidad y llenar de forma escrita las preguntas planteadas en el cuestionario.

El (a) investigador (a) se compromete guardar la confidencialidad y anonimato de mis datos, los resultados se informarán de modo general, guardando en reserva la identidad de las personas encuestadas.

Por lo cual autorizo mi participación voluntaria y firmo este documento con señal de conformidad.

FIRMA

.....



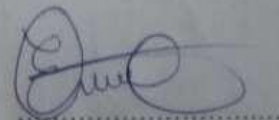
CONSENTIMIENTO INFORMADO

BENCHMARKING COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOTELES EN LA CIUDAD DE
HUARAZ, 2018.

Yo, Elena Castillo, identificado con DNI N° 32641480, acepto participar voluntariamente en el presente estudio, porque se me explico y comprendo el propósito de la investigación. Mi participación consiste en responder con veracidad y llenar de forma escrita las preguntas planteadas en el cuestionario.

El (a) investigador (a) se compromete guardar la confidencialidad y anonimato de mis datos, los resultados se informaran de modo general, guardando en reserva la identidad de las personas encuestadas.

Por lo cual autorizo mi participación voluntaria y firmo este documento con señal de conformidad.


.....
FIRMA



CONSENTIMIENTO INFORMADO

BENCHMARKING COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOTELES EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2018.

Yo, Liliana Cocha....., identificado con DNI N° 71081170..... acepto participar voluntariamente en el presente estudio, porque se me explico y comprendo el propósito de la investigación. Mi participación consiste en responder con veracidad y llenar de forma escrita las preguntas planteadas en el cuestionario.

El (a) investigador (a) se compromete guardar la confidencialidad y anonimato de mis datos; los resultados se informaran de modo general, guardando en reserva la identidad de las personas encuestadas.

Por lo cual autorizo mi participación voluntaria y firmo este documento con señal de conformidad.

FIRMA

Anexo 5. Declaración jurada

DECLARACIÓN JURADA

Yo **Avendaño Dextre Emely Kent**, identificado (a) con DNI N° **71089145** y código de estudiante **1211151069** de la Escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados del trabajo de investigación son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de los representantes de las micro y pequeñas empresas quienes participaron en la encuesta en forma voluntaria pero no quisieron firmar el Consentimiento Informado proporcionando la información requerida para el desarrollo de la investigación titulada: *Benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017.*

Trabajo de Investigación para optar el grado académico de Bachiller en Ciencias Administrativas.

Por lo expuesto, mediante la presente declaración jurada asumo frente a la universidad cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación. En consecuencia, me hago responsable frente a la universidad Católica los Ángeles de Chimbote y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar tanto a la universidad como a terceros, por el incumplimiento de lo declarado. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para la universidad en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de Investigación.

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

Huaraz 14 de abril 2018



Emely Kent Avendaño Dextre

71089145

Anexo 6. Cuestionario



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DEPARTAMENTO
ACADÉMICO DE METODOLOGÍA_MIMI CUESTIONARIO
APLICADO A LOS GERENTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS RUBRO HOTELES DE LA CIUDAD DE
HUARAZ, 2017.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las MYPES del rubro, la misma que podrá servir para desarrollar el trabajo de investigación denominado benchmarking como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017.

La información que usted proporcione será utilizada para fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

INSTRUCCIONES: Marque con un **X** indicando su grado de muy en desacuerdo (1) o muy de acuerdo (5), en la siguiente escala.

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------------	----------------------	---------------------	----------------

I. DATOS GENERALES

1.1. Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

1. Edad

- a. 18 – 30 años
- b. 31 – 50 años
- c. 51 a más años

2. Género

- a. Masculino
- b. Femenino

3. Grado de instrucción

- a. Sin instrucción
- b. Primaria
- c. Secundaria
- d. Superior no universitaria
- e. Superior universitario

4. Cargo que desempeña
 - a. Dueño
 - b. Administrador
5. Tiempo que desempeña en el cargo
 - a. 0 a 3 años
 - b. 4 a 6 años
 - c. 7 a más años

1.2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro
 - a. 0 a 3 años
 - b. 4 a 6 años
 - c. 7 a más años
7. Número de trabajadores
 - a. 1 a 5 trabajadores
 - b. 6 a 10 trabajadores
 - c. 11 a más trabajadores
8. Las personas que trabajan en su empresa son:
 - a. Familiares
 - b. Personas no familiares
9. Objetivo de creación
 - a. Generar ganancia
 - b. Subsistencia
10. El nivel de ingresos promedio mensual de la empresa es:
 - a. De s/1,000 hasta s/ 51,875
 - b. De s/ 57,875 hasta s/ 587,917
 - c. De s/ 587,917 a más
11. Tipo de empresa de acuerdo a su constitución
 - a. Persona natural
 - b. EIRL
 - c. SRL
 - d. SAC
 - e. SAA

1.3. Referente al benchmarking como herramienta de gestión de calidad.

12. Usted, en su organización planifica sus actividades anualmente.
- a. Nunca
 - b. Muy pocas veces
 - c. Algunas veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre
13. Usted planifica para que los objetivos de la empresa sean cumplidos eficientemente.
- a. Nunca
 - b. Muy pocas veces
 - c. Algunas veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre
14. Usted considera que se efectúa una adecuada supervisión de la ejecución de las actividades.
- a. Nunca
 - b. Muy pocas veces
 - c. Algunas veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

15. Considera que es importante que sus empleados sean capacitados para que puedan cumplir con las actividades encomendadas de manera correcta.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

16. Usted revisa y analiza los resultados obtenidos de los objetivos trazados que desarrolla en su empresa.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

17. Realiza control interno en su empresa para verificar el cumplimiento de los objetivos.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

18. Su empresa cuenta con todos sus documentos de manera adecuada y reglamentada.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

19. Cree que es necesario emprender nuevas técnicas para mejorar la calidad de servicio

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

20. Usted, considera que es apropiado que compartan una buena práctica entre diferentes áreas de su organización.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

21. La empresa se encuentra ubicada en una zona geográfica de fácil accesibilidad para sus clientes.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

22. La empresa se preocupa por dar a conocer su historia.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

23. La empresa está dirigida por personas de una misma familia.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

24. Su empresa identifica las mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

25. La empresa frente a los demás competidores, cuenta con páginas Web donde ofrece servicio de mejor calidad.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

26. Usted cree que los clientes son fieles a esta organización.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

27. La empresa frente a los demás competidores, garantiza un buen servicio en atención a sus clientes.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

28. La empresa ofrece servicio de mejor calidad frente a los demás competidores.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

29. La empresa cuenta con procesos de atención eficiente y eficaz frente a los demás competidores.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

30. La empresa ofrece servicios que generan valor agregado para sus clientes.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

31. Esta organización es valorada por el servicio que ofrece a sus clientes.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

32. Los procesos que realiza su organización tienen una estructura formal.

- a. Nunca
- b. Muy pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Casi siempre
- e. Siempre

Anexo 7. Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	62,5
	Excluido ^a	6	37,5
	Total	16	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,744	,790	32

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Edad	64,7000	64,900	,231	.	,738
Género	65,3000	65,567	,218	.	,739
Grado de instrucción	62,9000	66,544	,033	.	,750
Cargo que desempeña dentro de la micro y pequeña empresa	65,5000	64,722	,321	.	,735
Tiempo que desempeña en el cargo	64,3000	64,900	,299	.	,736
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	64,0000	65,111	,479	.	,735
Tiempo de permanencia en el rubro	65,5000	63,833	,431	.	,731
Las personas que trabajan en su empresa son:	65,6000	64,711	,349	.	,735
El objetivo de creación de la empresa	65,6000	72,044	-,564	.	,765
El nivel de ingreso promedio mensual de la empresa es:	65,1000	62,544	,360	.	,731

El tipo de empresa de acuerdo a su constitución	64,3000	60,456	,319	.	,733
Usted, en su organización planifica sus actividades anualmente.	64,3000	59,344	,204	.	,755
Usted planifica para que los objetivos de la empresa sean cumplidos eficientemente.	65,1000	57,656	,413	.	,725
Usted considera que se efectúa una adecuada supervisión de la ejecución de las actividades.	65,2000	62,400	,450	.	,728
Considera que es importante que sus empleados sean capacitados para que puedan cumplir con las actividades encomendadas de manera correcta.	64,7000	66,900	,034	.	,747
Usted revisa y analiza los resultados obtenidos de los objetivos trazados que desarrolla en su empresa.	64,8000	61,067	,360	.	,730
Realiza control interno en su empresa para verificar el cumplimiento de los objetivos.	64,6000	68,489	-,111	.	,758
Su empresa cuenta con todos sus documentos de manera adecuada y reglamentada.	65,1000	58,322	,524	.	,717
Cree que es necesario emprender nuevas técnicas para mejorar la calidad de servicio	64,6000	64,489	,378	.	,734
Usted, considera que es apropiado que compartan una buena práctica entre diferentes áreas de su organización.	65,7000	63,567	,582	.	,729
La empresa se encuentra ubicada en una zona geográfica de fácil accesibilidad para sus clientes.	64,1000	64,322	,467	.	,732
La empresa se preocupa por dar a conocer su historia	65,2000	69,067	-,205	.	,754
La empresa está dirigida por personas de una misma familia	64,6000	63,600	,496	.	,730

Su empresa identifica las mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio.	64,6000	69,600	-,180	.	,766
La empresa frente a los demás competidores, cuenta con páginas Web donde ofrece servicio de mejor calidad.	65,2000	63,289	,364	.	,732
Usted cree que los clientes son fieles a esta organización.	64,6000	68,489	-,111	.	,758
La empresa frente a los demás competidores, garantiza un buen servicio en atención a sus clientes.	65,0000	56,222	,700	.	,704
La empresa ofrece servicio de mejor calidad frente a los demás competidores	64,6000	64,489	,378	.	,734
La empresa cuenta con procesos de atención eficiente y eficaz frente a los demás competidores	65,7000	63,567	,582	.	,729
La empresa ofrece servicios que generan valor agregado para sus clientes.	64,1000	64,322	,467	.	,732
Esta organización es valorada por el servicio que ofrece a sus clientes.	64,6000	64,489	,378	.	,734
Los procesos que realiza su organización tienen una estructura formal.	64,7000	59,567	,440	.	,724

Anexo 8. Hoja de tabulación

Características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Edad	18 a 30 años	III	3	3.16
	31 a 50 años	IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIII- IIIII- III	38	40.00
	51 a más años	IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- III	54	56.84
	Total	IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIII- IIIII- IIIII- IIIII	95	100.00
Género	Masculino	IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIII- IIIII- IIIII- III	43	45.26
	Femenino	IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- II	52	54.74
	Total	IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIIII- IIII- IIIII- IIIII- IIIII	95	100.00

Continua...

La empresa cuenta con procesos de atención eficiente y eficaz frente a los demás competidores.	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III	38	40.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	57	60.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII	95	100.00
La empresa ofrece servicios que generan valor para sus clientes.	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III	38	40.00
	Casi siempre	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	57	60.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII	95	100.00
Esta organización es valorada por el servicio que ofrece a sus clientes.	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	47	49.47
	Casi siempre	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III	48	50.53
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII	95	100.00

Continua...

Concluye...

Los procesos que realiza su organización tienen una estructura formal.	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III	28	29.47
	Casi siempre	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III	29	30.53
	Siempre	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III	38	40.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-III	95	100.00

Anexo 9.

Figuras

Características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz, 2017.

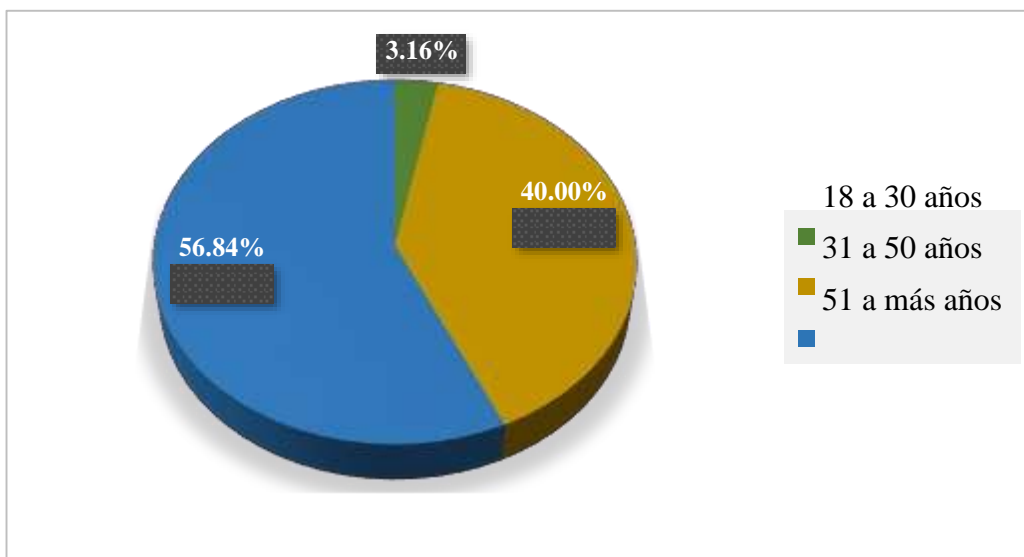


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

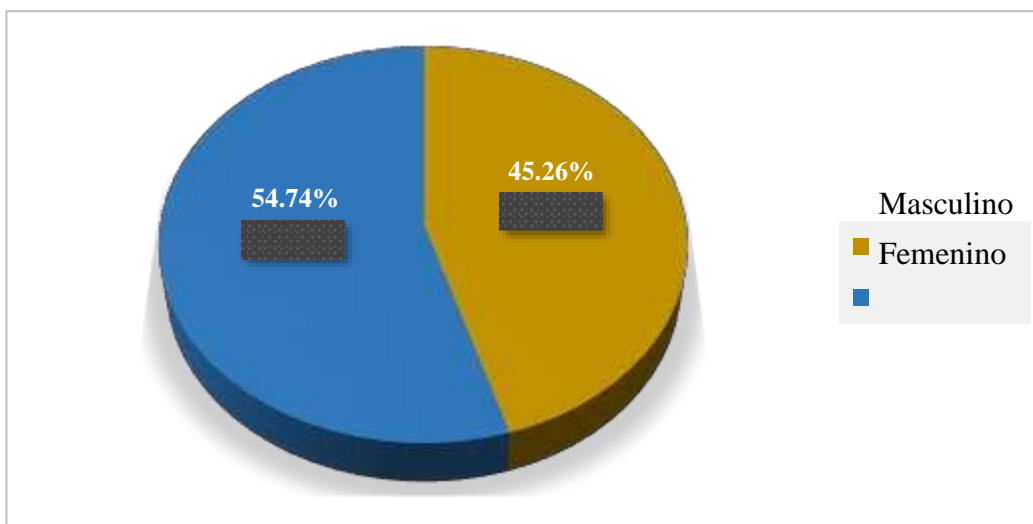


Figura 2. Género

Fuente. Tabla 1

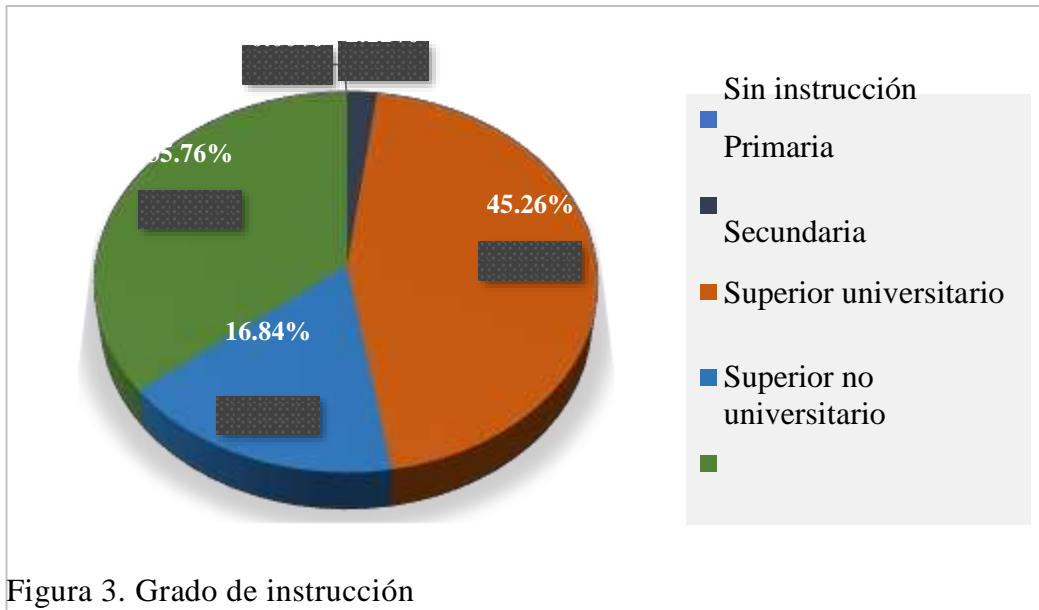


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

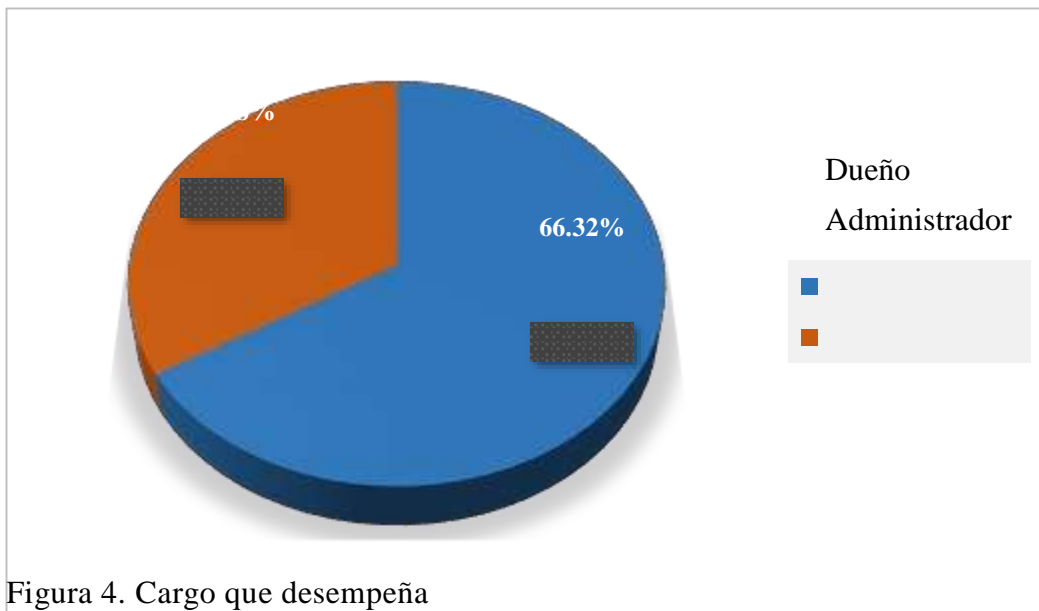


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

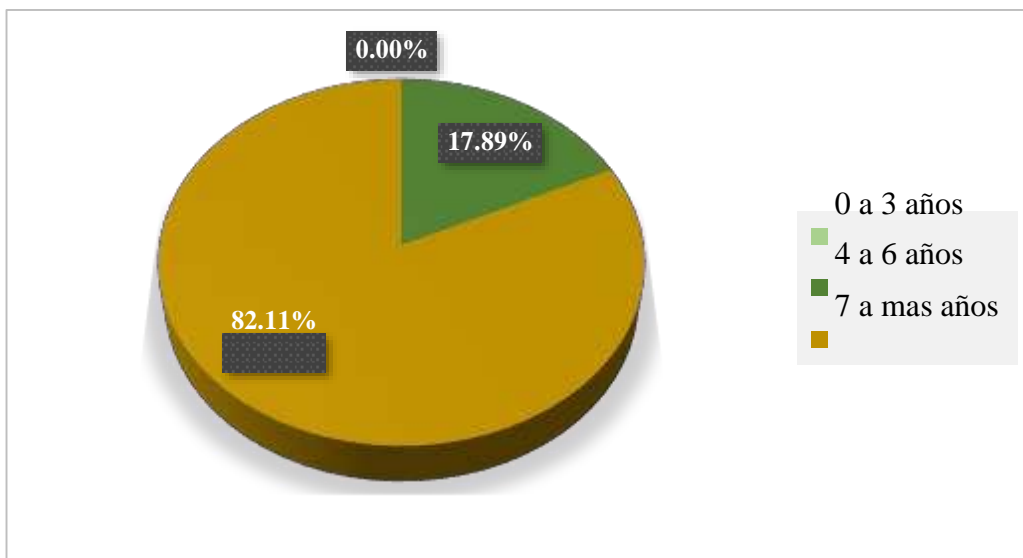


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz, 2017.

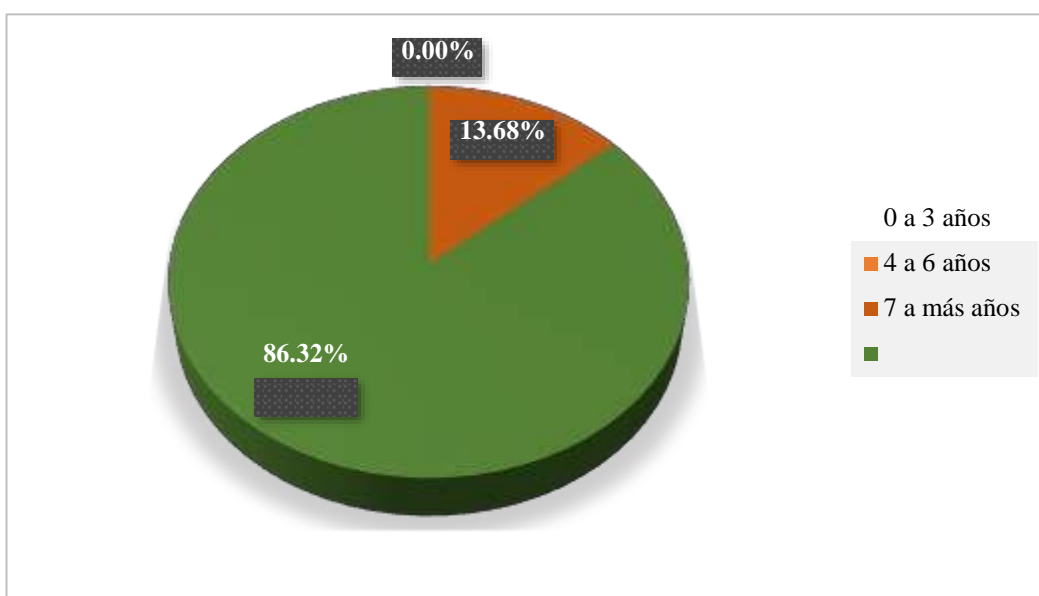


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.

Fuente. Tabla 2

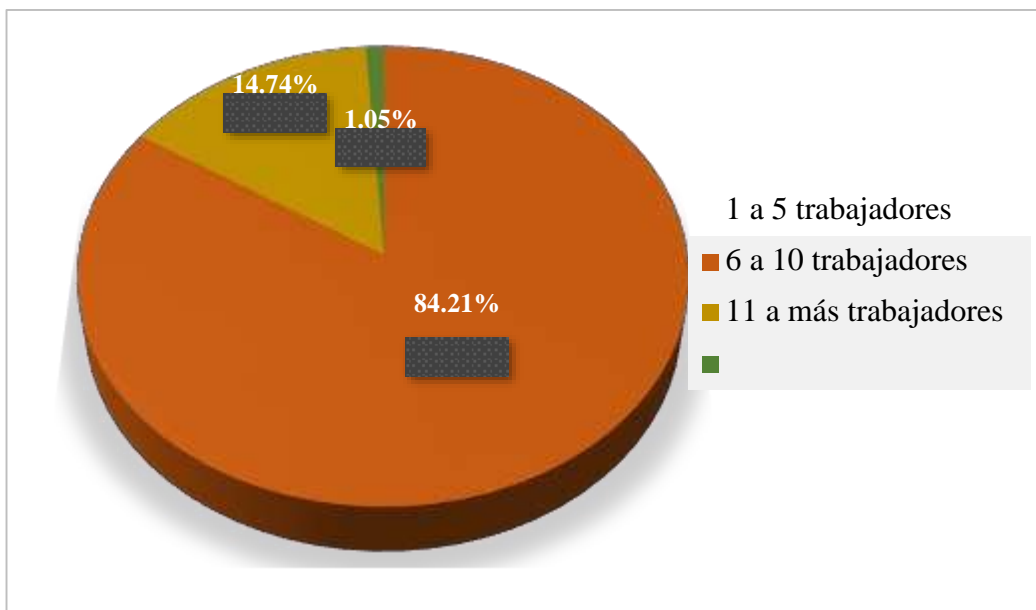


Figura 7. Número de trabajadores
Fuente. Tabla 2

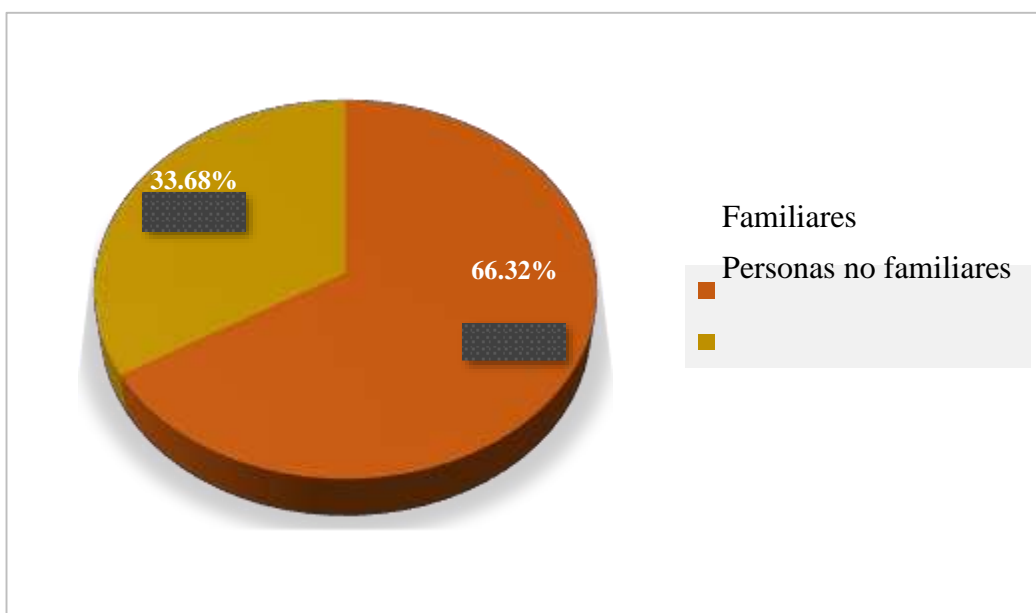


Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son:
Fuente. Tabla 2

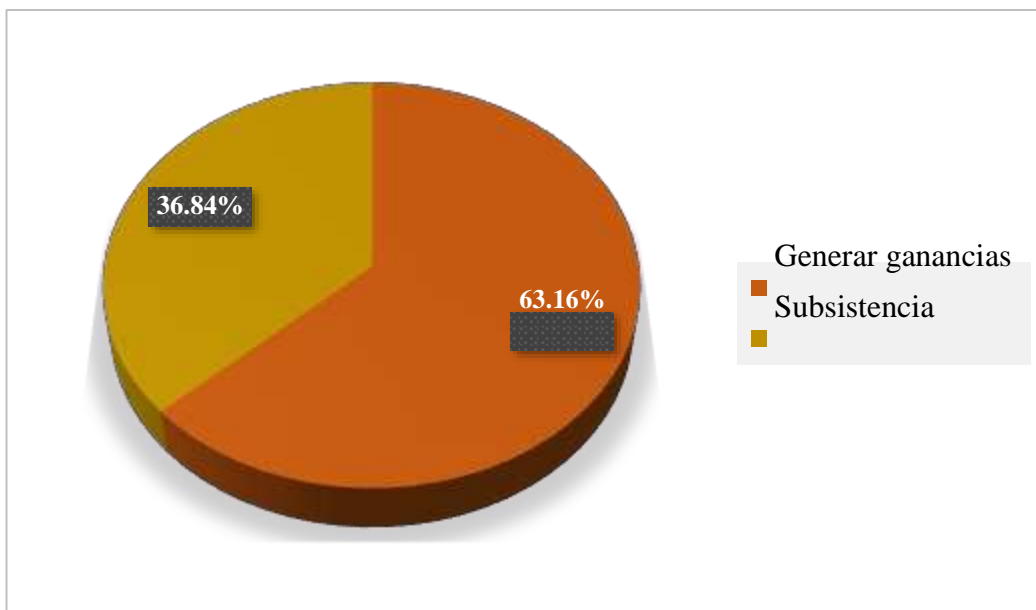


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2

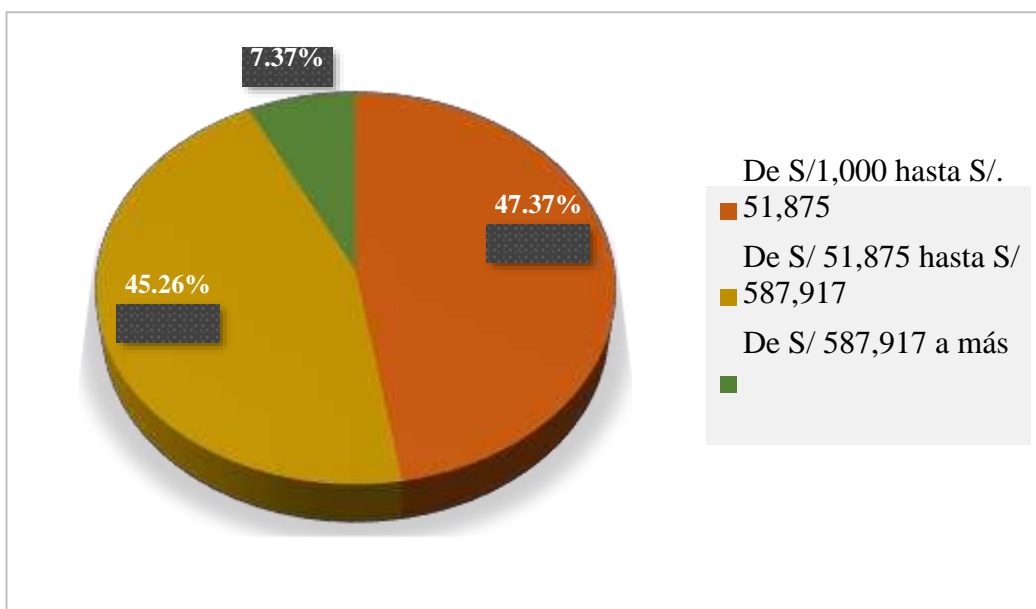


Figura 10. El nivel de ingreso promedio mensual de la empresa

Fuente. Tabla 2

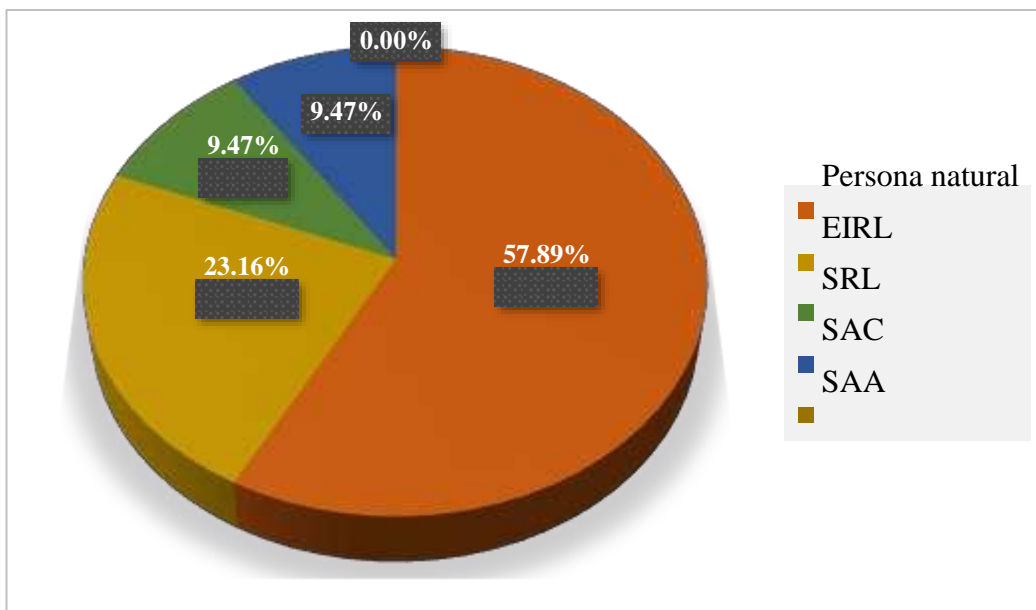


Figura 11. Tipo de empresa de acuerdo a su constitución

Fuente. Tabla 2

Características del benchmarking como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de la ciudad de Huaraz; 2017.

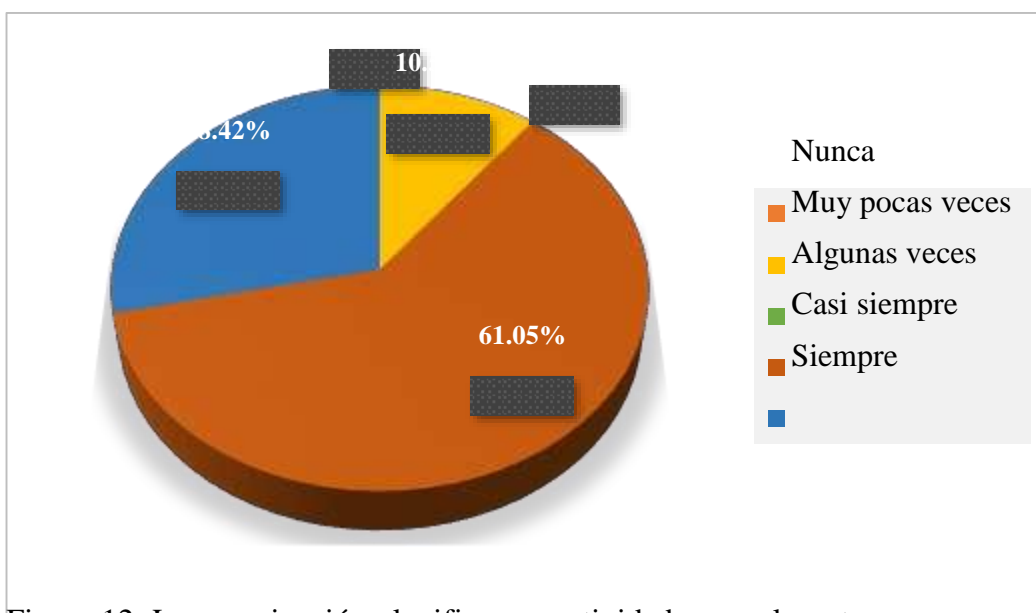


Figura 12. La organización planifica sus actividades anualmente.

Fuente. Tabla 3

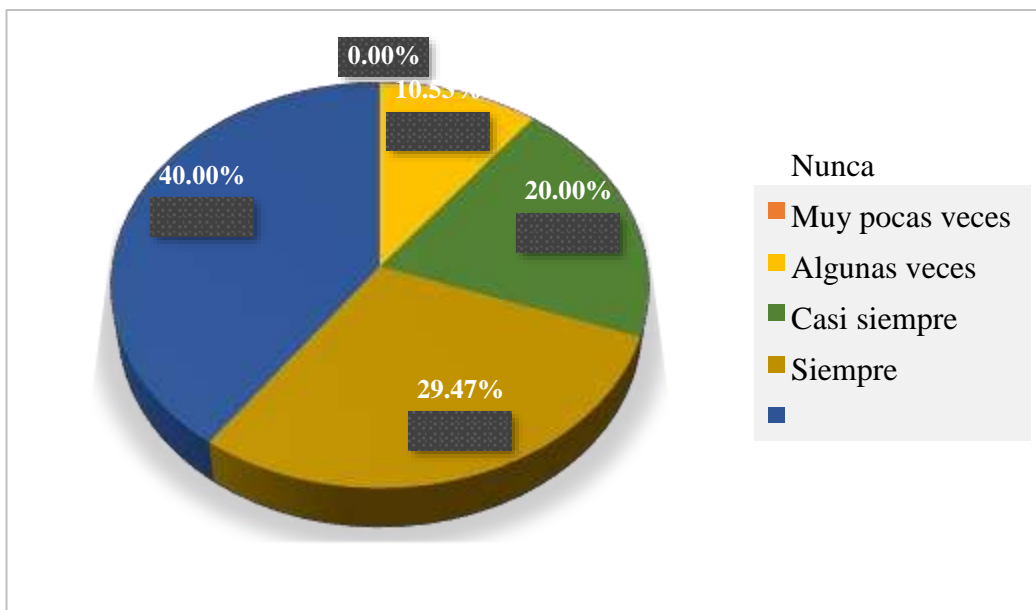


Figura 13. Planifica para que los objetivos de la empresa y sean cumplidos eficientemente.

Fuente. Tabla 3

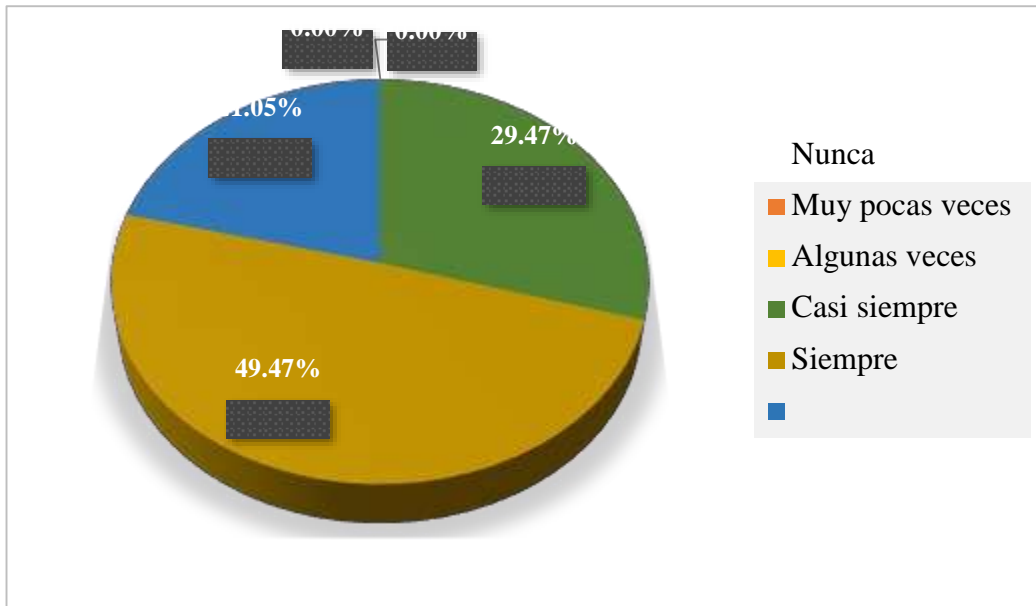


Figura 14. Se efectúa una adecuada supervisión de la ejecución de las actividades.

Fuente. Tabla 3

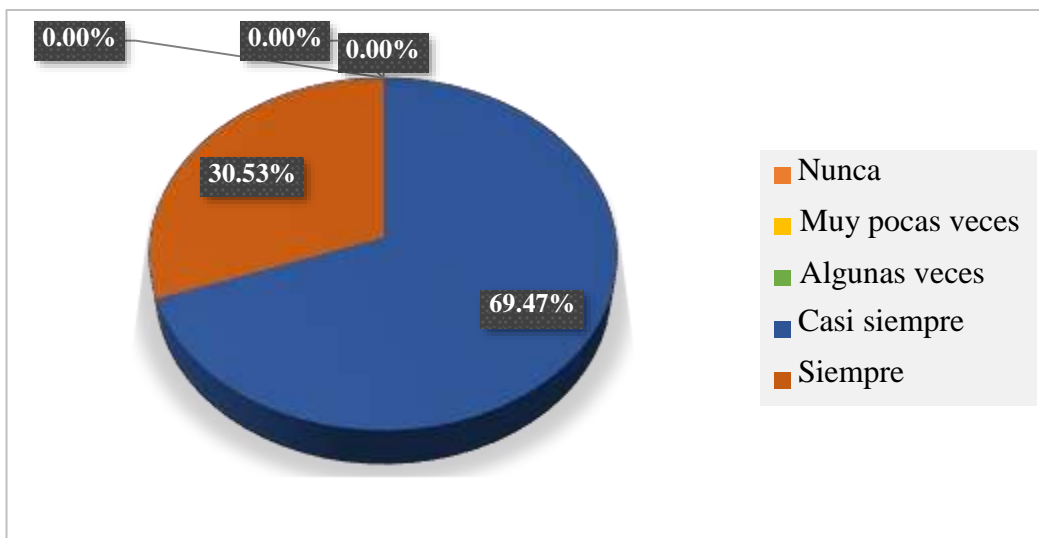


Figura 15. Considera que los empleados sean capacitados para que puedan cumplir con las actividades encomendadas de manera correcta.

Fuente. Tabla 3

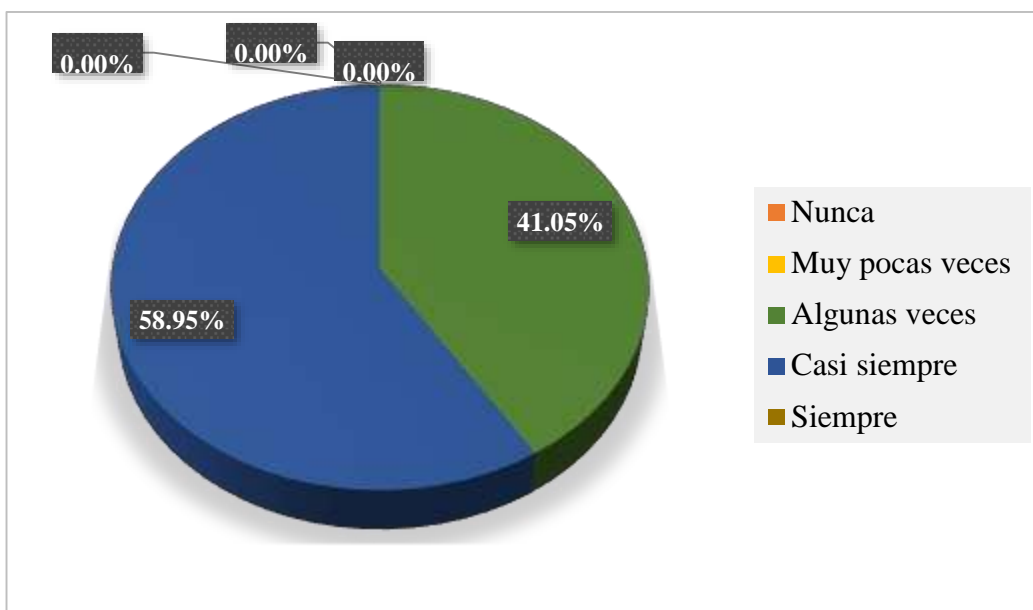


Figura 16. Revisa y analiza los resultados obtenidos de los objetivos trazados que desarrolla en su empresa.

Fuente. Tabla 3

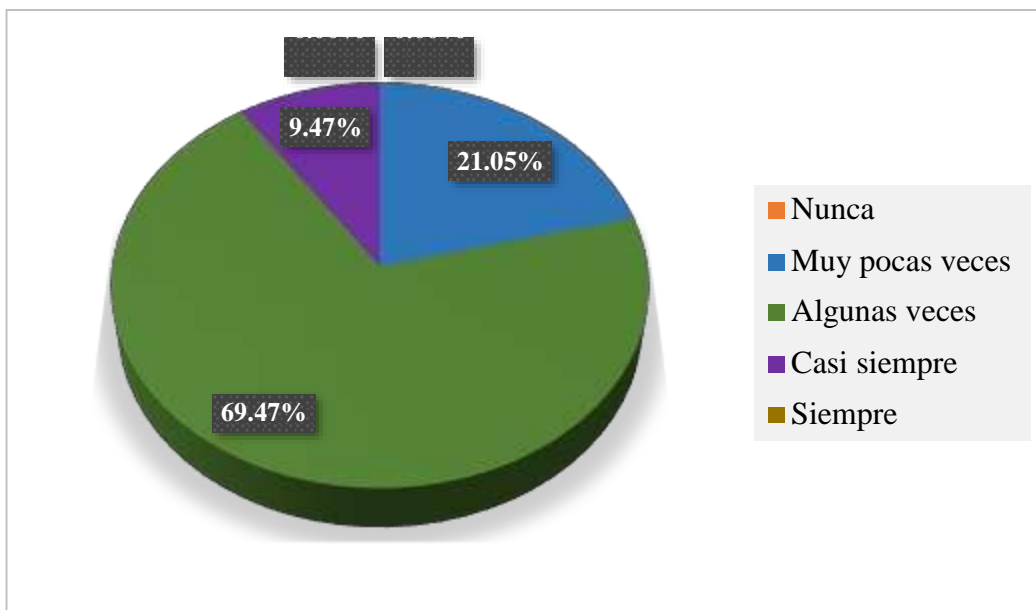


Figura 17. Realiza control interno en su empresa para verificar el cumplimiento de los objetivos.

Fuente. Tabla 3

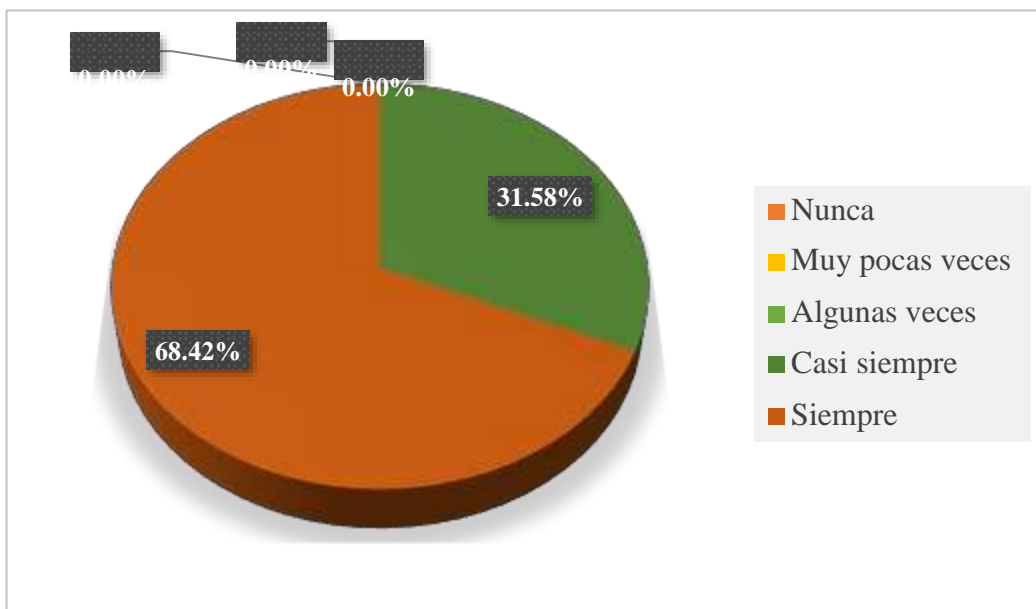


Figura 18. Su empresa cuenta con todos sus documentos de manera adecuada y reglamentada.

Fuente. Tabla 3

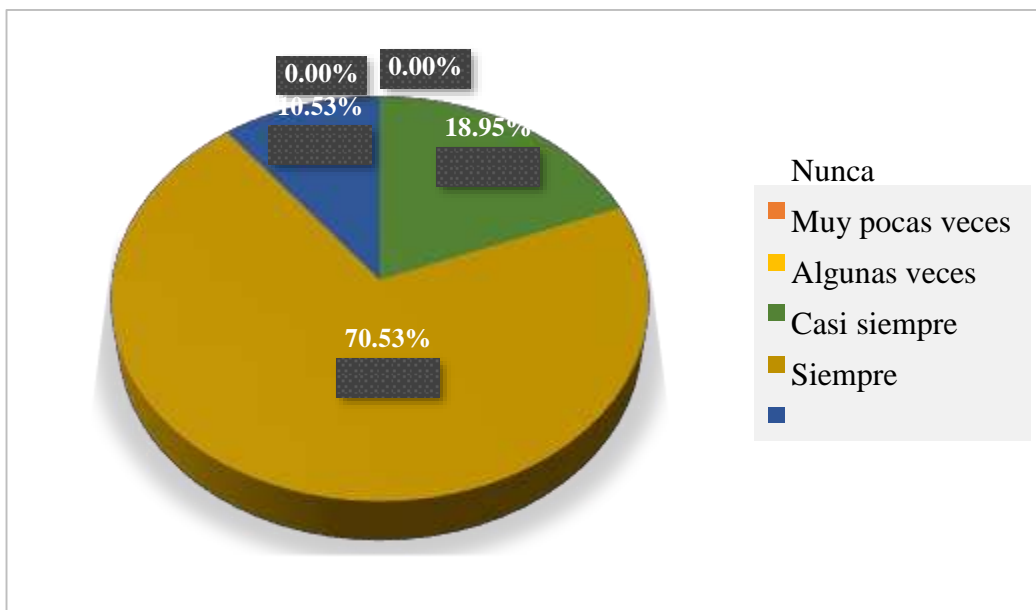


Figura 19. Realiza nuevas técnicas para mejorar la calidad de servicio.

Fuente. Tabla 3

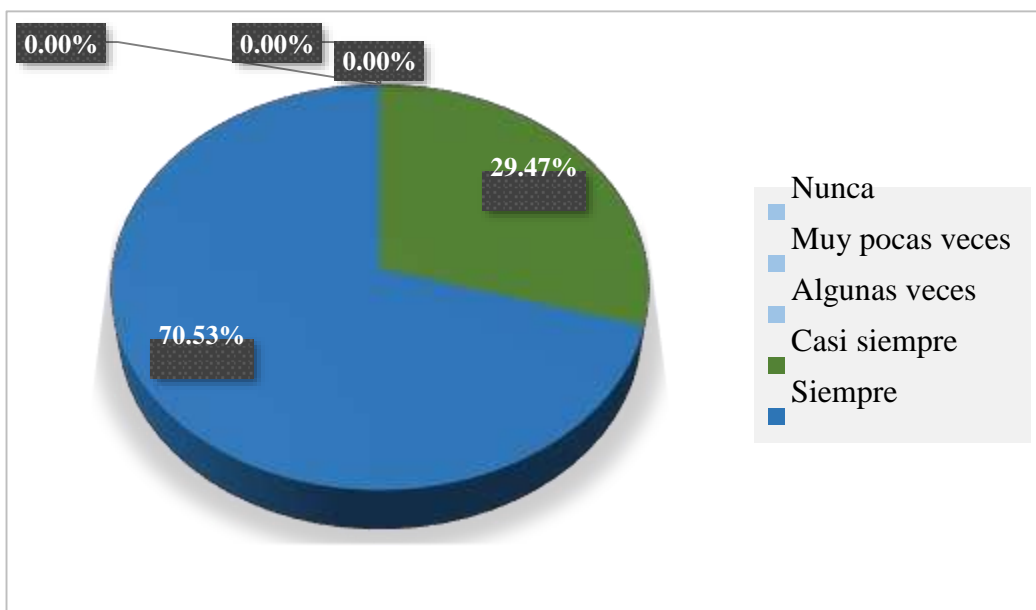


Figura 20. Es apropiado que compartan una buena práctica entre diferentes áreas de su organización.

Fuente. Tabla 3

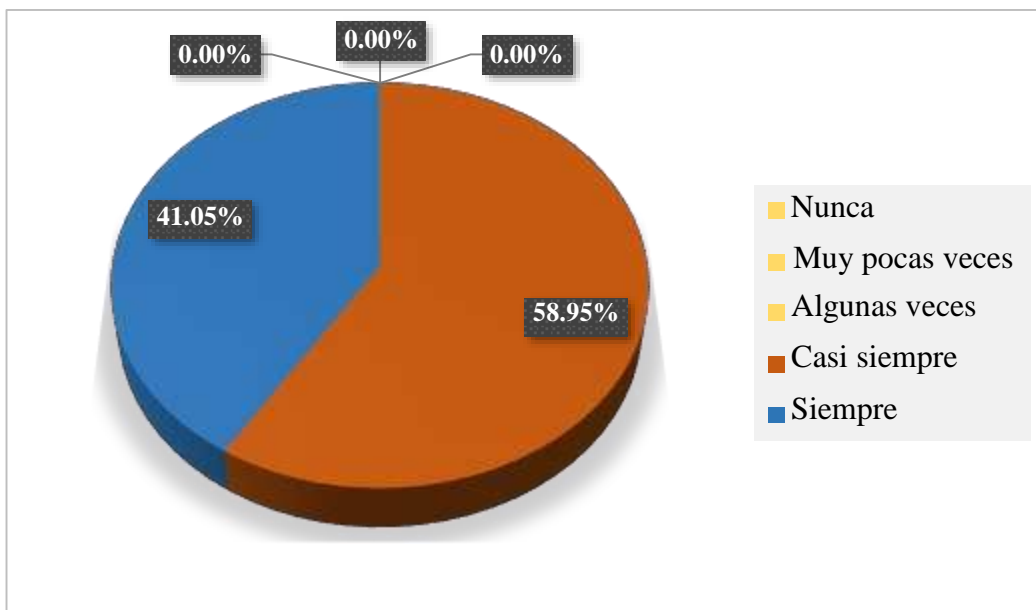


Figura 21. La empresa se encuentra ubicada en una zona geográfica de fácil accesibilidad para sus clientes.

Fuente. Tabla 3

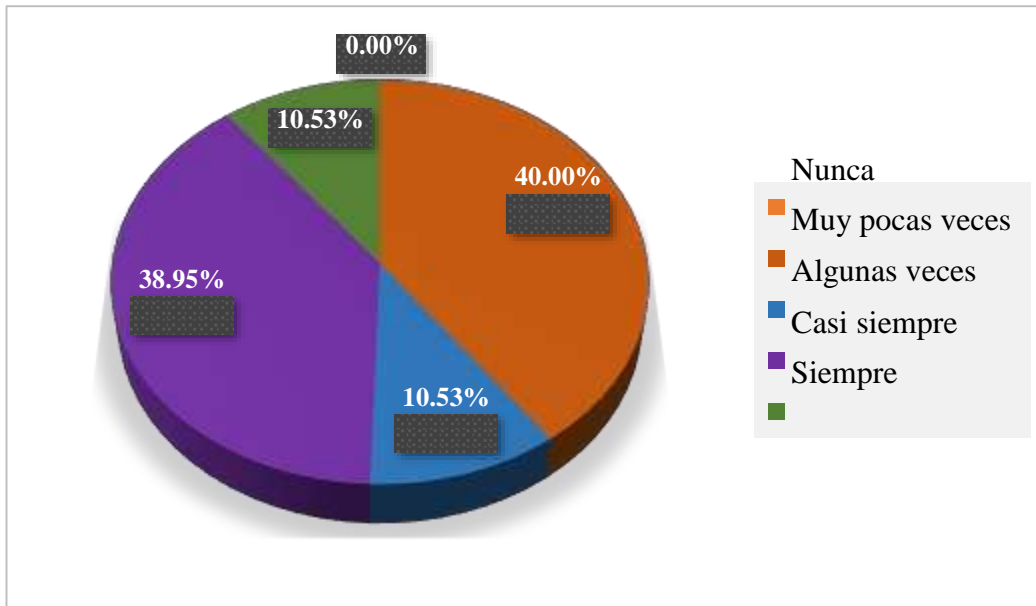


Figura 22. La empresa se preocupa por dar a conocer su historia.

Fuente. Tabla 3

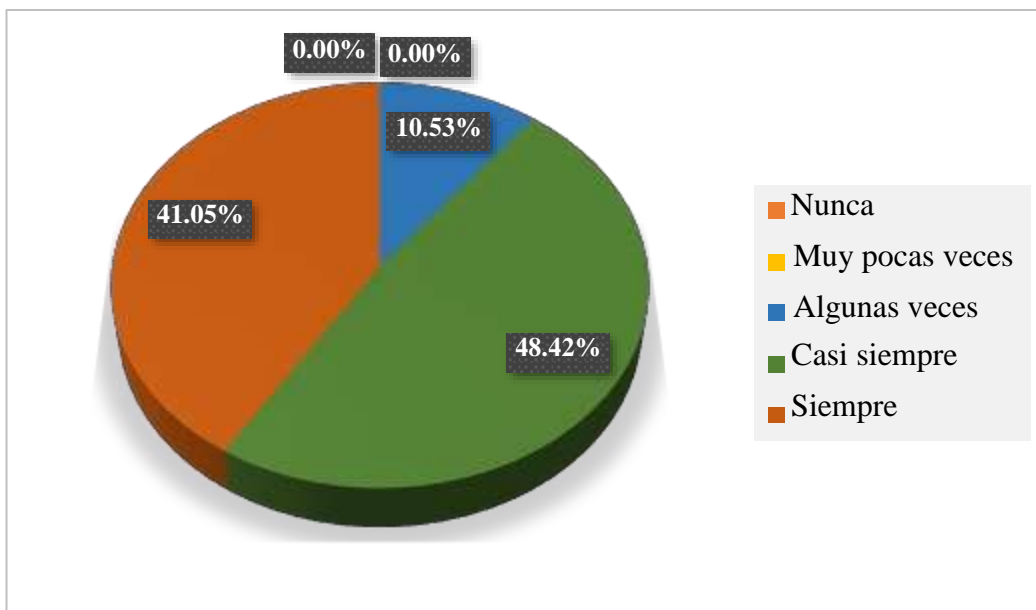


Figura 23. La empresa está dirigida por personas de una misma familia.

Fuente. Tabla 3

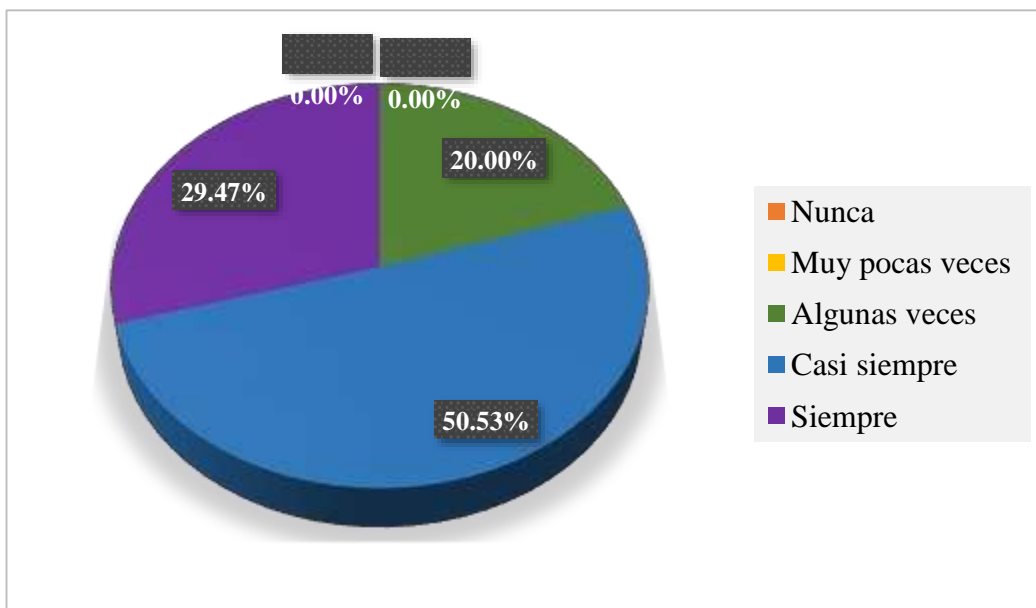


Figura 24. Su empresa identifica las mejores prácticas de otras empresas que brindan el mismo servicio.

Fuente. Tabla 3

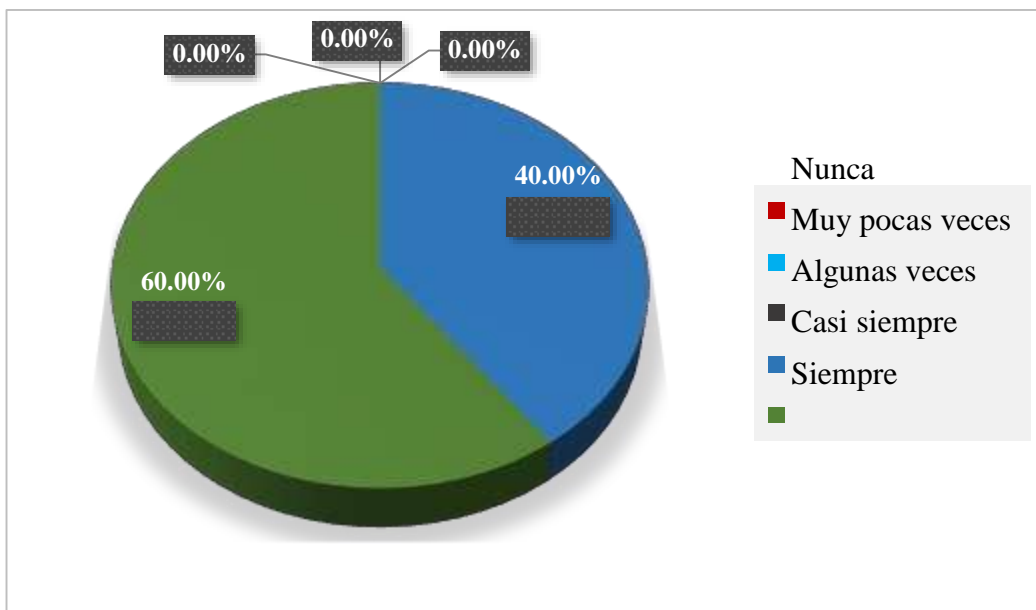


Figura 25. La empresa frente a los demás competidores, cuenta con páginas web.

Fuente. Tabla 3

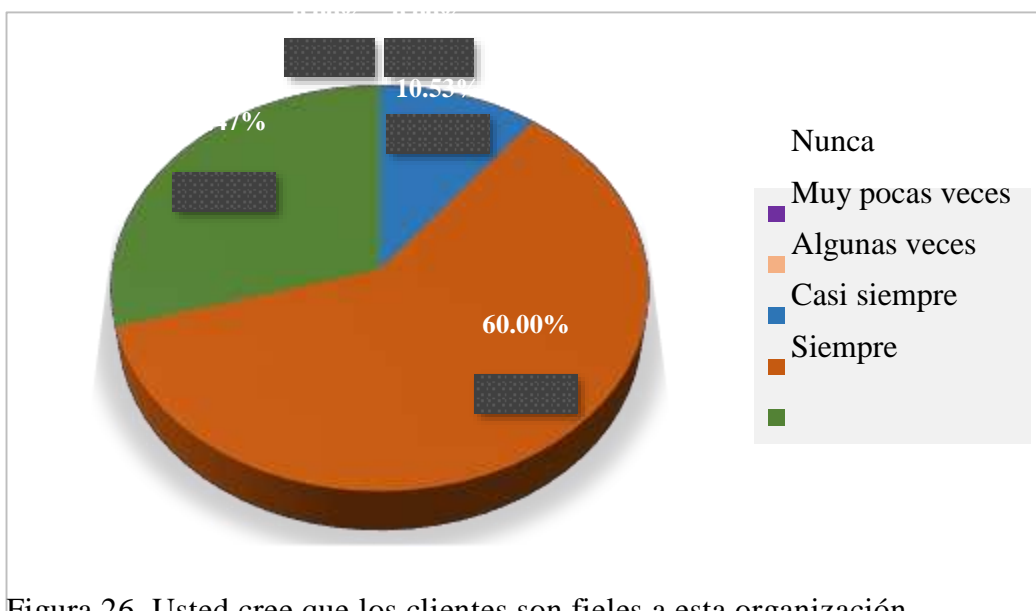


Figura 26. Usted cree que los clientes son fieles a esta organización.

Fuente. Tabla 3

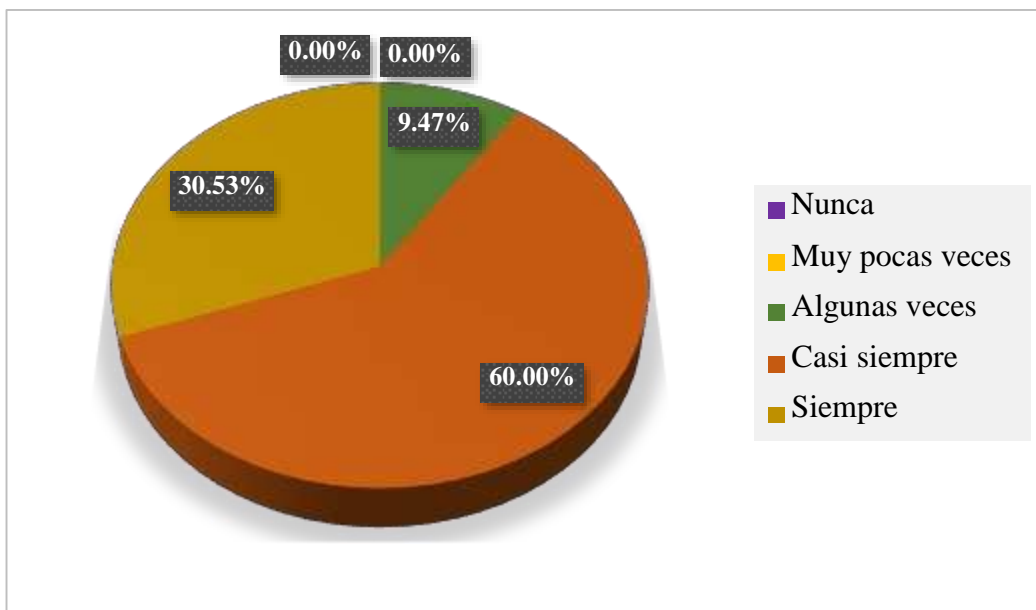


Figura 27. La empresa frente a los demás competidores, garantiza un buen servicio en atención a sus clientes.

Fuente. Tabla 3

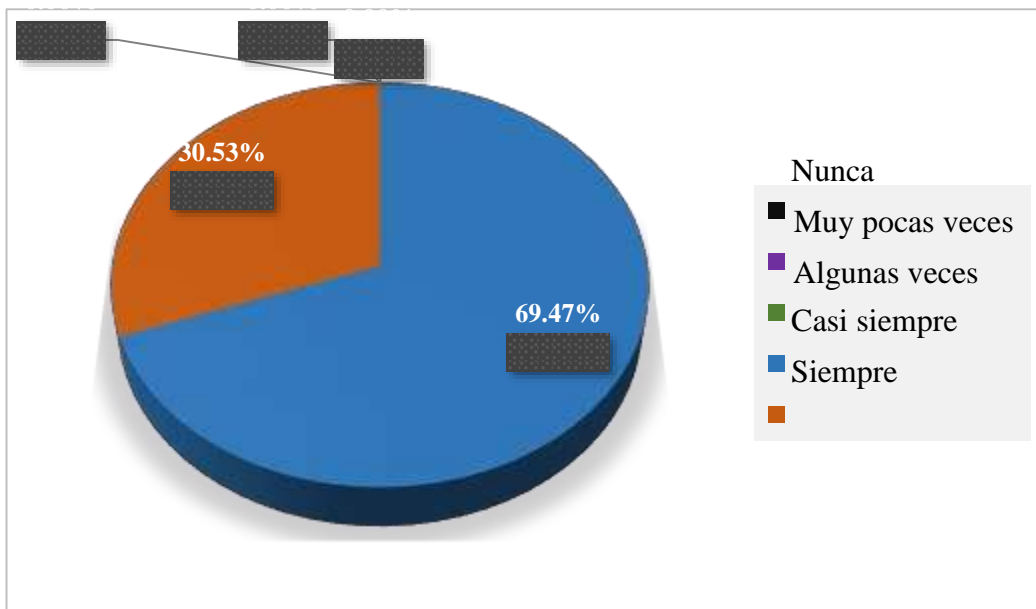


Figura 28. La empresa ofrece servicio de mejor calidad frente a los demás competidores.

Fuente. Tabla 3

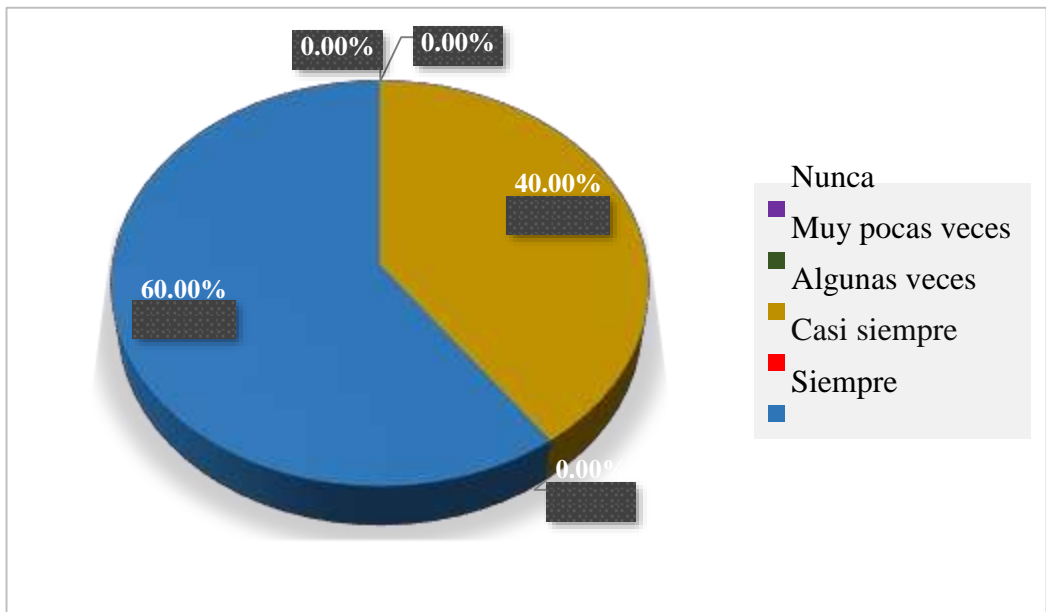


Figura 29. La empresa cuenta con procesos de atención eficiente y eficaz frente a los demás competidores.

Fuente. Tabla 3

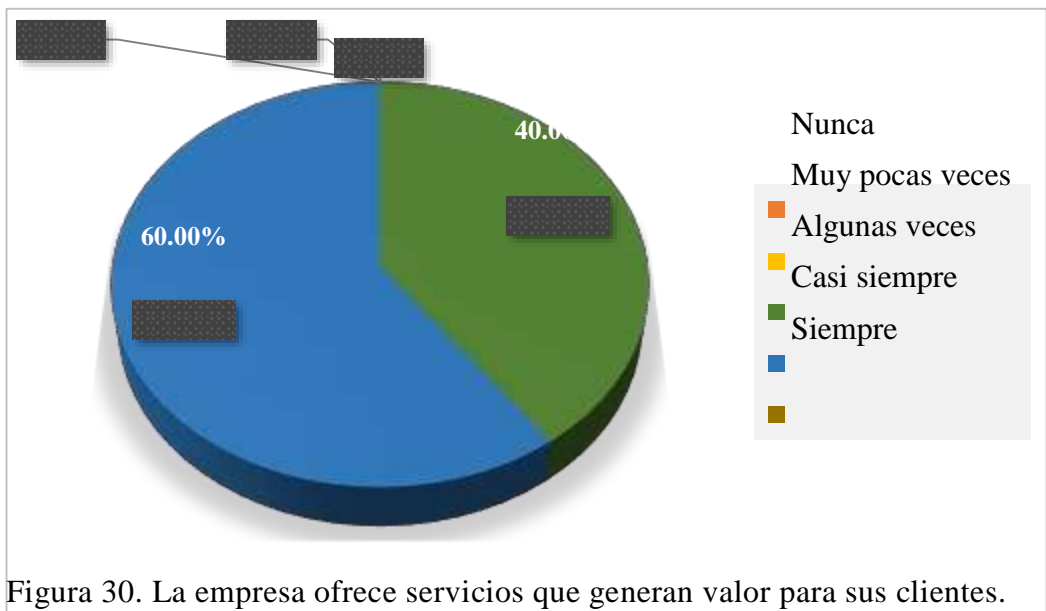


Figura 30. La empresa ofrece servicios que generan valor para sus clientes.

Fuente. Tabla 3

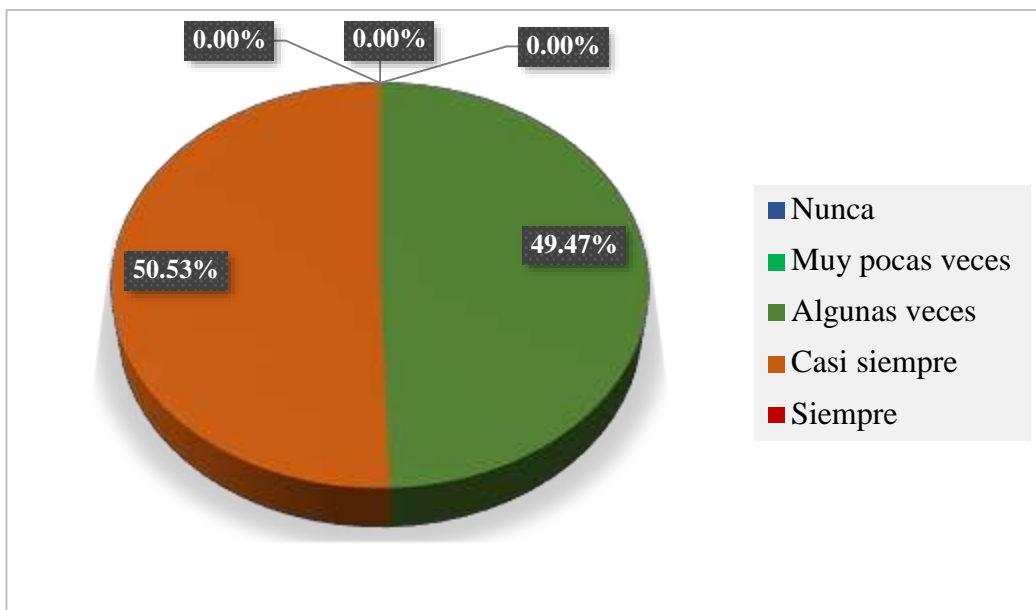


Figura 31. Esta organización es valorada por el servicio que ofrece a sus clientes.

Fuente. Tabla 3

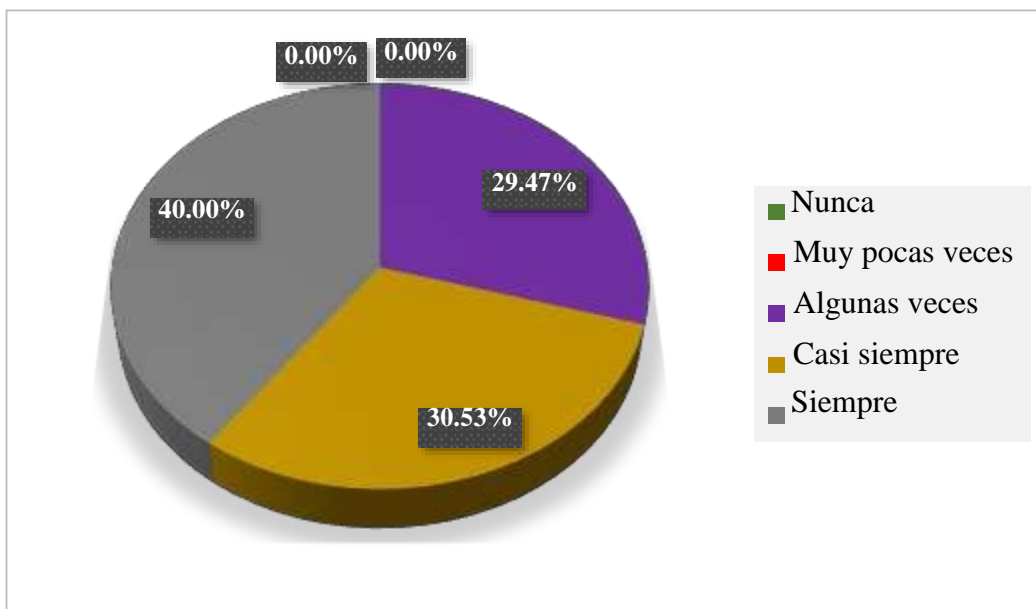


Figura 32. Los procesos que realiza su organización tienen una estructura formal.

Fuente. Tabla 3