



FACULTAD D DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION

TESIS

RELACION ENTRE EL BENCHMARKING Y LA
COMPETITIVIDAD DEL RESTAURANTE LAS
GAVIOTAS – CHICLAYO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Autores:

Bach. Alfaro Peralta Mónica

Bach. Díaz Cabrera Yanina

Pimentel, 18 de diciembre del 2015

RESUMEN

El restaurante las gaviotas se enfrenta día a día a la competencia, para ganar más clientes en ese afán es necesario que conozca el mercado y las empresas que ofertan el mismo producto o servicio y porque no identificar a la empresa más exitosas para compararse con ella y mejorar, de esa manera logre una ventaja en relación a la competencia

El objetivo de la investigación fue: Determinar la relación entre el benchmarking y la competitividad en el restaurante las Gaviotas, La metodología fue tipo cuantitativa, con enfoque racional – deductivo, con un diseño no experimental. El estudio se efectuó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Conformada por una muestra de 45 clientes. Se utilizó como instrumento 1 encuesta elaborada en base a los indicadores, con un total de 24 ítems.

Entre los resultados encontrados tenemos: el 60% de los clientes manifiesta estar de acuerdo en la aplicación del benchmarking competitivo, el 19% es indiferente (I), el 11% está en desacuerdo (D) el 7% está en total acuerdo (TA) y un 3% en total desacuerdo (TD), en lo que respecta a la calidad del producto el 57% afirma que si ofrece productos de calidad en el restaurante las gaviotas, y un 21% está indiferente. El 51% afirma que el servicio es de calidad y el 53% está de acuerdo con los precios. Se concluye que si hay relación entre el benchmarking y la competitividad en el restaurante las Gaviotas. Al determinar una relación significativa.

Palabras clave: Benchmarking, competitividad, benchmarking competitivo, ventaja competitiva, restaurante.

ABSTRACT

The restaurant daily gulls faces competition, to win more customers in that effort you need to know the market and the companies offering the same product or service and why not identify the most successful company to be compared to it and improve, thereby achieving an advantage over the competition

The aim of the research was: To determine the relationship between benchmarking and competitiveness in the Gaviotas restaurant, The methodology was quantitative type, with rational approach - deductive, with a non-experimental design. The study was conducted by a non probabilistic convenience sample. Composed of a sample of 45 customers. It was used as one survey instrument developed based on indicators, with a total of 24 items. Among the results are: 60% of customers are agreeing to the application of competitive benchmarking, 19% are indifferent (I), 11% disagreed (D) 7% is in total agreement (TA) and 3% disagree (TD), with regard to product quality 57% say that if you offer quality products at the restaurant gulls, and 21% are indifferent. 51% say that the service quality and 53% agree with the prices. We conclude that if the relationship between benchmarking and competitiveness in the Gaviotas restaurant. In determining an sigficativa relationship.

Keywords: Benchmarking, competitiveness, competitive benchmarking, competitive advantage, restaurant.