



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**BENCHMARKING Y SU RELACIÓN CON EL POSICIONAMIENTO DE LA
EMPRESA MULTICINES CINE STAR, DISTRITO DEL RÍMAC, AÑO 2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

SANTIAGO GARCIA, HENRY JAIME

ASESORES:

DR. RODRÍGUEZ FIGUEROA, JORGE

LIC. VILLANUEVA BENAVIDES, CARLOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA – PERÚ

2013

Página del Jurado.

Dr. Jorge Rodríguez Figueroa
Presidente

Mg. Alfredo Alonso López
Secretario

Mg. Ricardo Hardy Andrade Caldas
Vocal

Dedico esta tesis:

A mis padres, quienes me brindaron su apoyo a lo largo de mi carrera, de forma económica, emocional, afectiva y moral, quienes me dieron una formación integral e inculcaron valores y que apostaron por mi educación superior.

Agradezco:

A Dios, quien me guío y permitió que pueda concluir mi profesión.

A mis profesores, quienes aportaron en mi formación académica.

A la UCV, por brindarme una carrera y demás servicios extracurriculares que me ayudaron mucho (servicio de Tutoría, actividades de esparcimiento Y talleres psicopedagógicos).

Y a mis amigos, quienes permitieron que lleve mis estudios de una forma más amena.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.

Yo Henry Jaime Santiago Garcia con DNI N° 47650380, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, Diciembre del 2013.

Henry Jaime Santiago Garcia.

PRESENTACIÓN.

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Benchmarking y su relación con el posicionamiento de la empresa Multicines Cine Star, Distrito del Rímac, año 2013”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Henry Jaime Santiago Garcia.

ÍNDICE.

CARÁTULA

PÁGINAS PRELIMINARES

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii

RESUMEN.....	xj
--------------	----

ABSTRACT.....	xji
---------------	-----

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1.1. Realidad problemática.....	15
1.1.1.1. A nivel Internacional.....	15
1.1.1.2. A nivel Nacional.....	15
1.1.1.3. A nivel Local.....	16
1.1.1.4. A nivel de la Empresa.....	17
1.1.2. Formulación del problema	
1.1.2.1 Problema General.....	18
1.1.2.2 Problemas Específicos.....	18
1.1.2.2.1 Primer Problema específico.....	18
1.1.2.2.2 Segundo Problema específico.....	19

1.1.3. Justificación	
1.1.3.1 Social.....	19
1.1.3.2 Económico.....	19
1.1.3.3 Teórica.....	20
1.1.4. Objetivos	
1.1.5.1. General.....	21
1.1.5.2. Especifico.....	21
1.1.5.2.1. Primer Objetivo Específico.....	21
1.1.5.2.2. Segundo Objetivo Específico.....	21

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. MARCO REFERENCIAL

2.1.1. Marco teórico.....	23
2.1.1.1. Antecedentes de las investigaciones.....	23
2.1.1.1.1. Variable Independiente.....	23
2.1.1.1.2. Variable Dependiente.....	24
2.1.1.2. Definiciones de las Variables.....	25
2.1.1.2.1. Variable Independiente.....	25
2.1.1.2.2. Variable Dependiente.....	26
2.1.1.3. Bases Teóricas.....	28
2.1.1.3.1. Variable Independiente.....	28
2.1.1.3.1. Variable Dependiente.....	31
2.1.2.2. Fundamentos o principios teóricos.....	36
2.1.3. Marco Conceptual.....	37

CAPÍTULO III

3. Metodología de la Investigación	
3.1. Hipótesis.....	41
3.1.1. Hipótesis General.....	41
3.1.2. Hipótesis Específicas.....	41
3.1.3. Hipótesis Nula.....	41
3.2. Variables	
3.2.1. Variable Independiente.....	41
3.2.2. Variable Dependiente.....	42
3.3. Definición Operacional.....	42
3.4. Matriz de operacionalización.....	43
3.5. Metodología	
3.5.1. Tipos de Estudio.....	44
3.5.2. Diseño.....	44
3.6. Población y Muestra.....	44
3.7. Métodos de Investigación.....	46
3.7.1. Método General.....	46
3.7.2. Métodos Específicos.....	46
3.8. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	46
3.9. Métodos de Análisis de Datos.....	46

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS.....	48
5. DISCUSIÓN.....	68
6. CONCLUSIONES.....	69
7. RECOMENDACIONES.....	70
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	75
ENCUESTAS.....	76
PLAN DE MEJORA.....	78

RESUMEN.

La presente investigación se desarrolló con la finalidad de determinar la relación que existe entre el Benchmarking y el Posicionamiento de Multicines Cine Star, distrito del Rímac, año 2013. Ante las dificultades que se presentan en los aspectos que involucra las variables indicadas y la inquietud por plantear la relación existente.

El estudio considera a dos variables: Variable 1: Benchmarking, el mismo que involucra a dos dimensiones: procesos internos, satisfacción del cliente y mejores prácticas; y la variable 2: Posicionamiento, que involucra a la dimensión lealtad de marca.

El tamaño de la muestra fue de 384 clientes y la selección de la muestra se hizo de forma probabilística.

El tipo de investigación es no experimental, el método es cuantitativo. La técnica empleada fue la encuesta, aplicada a la muestra de clientes.

La investigación concluye afirmando que el Benchmarking se relaciona significativamente con el Posicionamiento de la empresa Multicines Cine Star.

ABSTRACT

This research was conducted in order to determine the relationship between benchmarking and positioning Multiplex Star Cinema, district of Rimac, 2013. Given the difficulties that arise in aspects involving the variables indicated and raise concerns about the relationship.

The study considers two variables: Variable 1: Benchmarking, the same that involves two dimensions: internal processes, customer satisfaction and best practices, and variable 2: Positioning, involving brand loyalty dimension.

The sample size was 384 customers and the selection of the sample was probabilistically.

The research is not experimental, the method is quantitative. The survey technique was applied to the sample site.

The research concludes that benchmarking is significantly related to the positioning of the company Multiplex Star Cinema.