

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO
“BENEDICTO XVI”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN



EL MARKETING Y LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL RESTAURANT
POLLERÍA DON JAVIER E.I.R.L. – SULLANA, PIURA

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL EN LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

Br. Aguirre Zapata, Treysi Lilibeth

<https://orcid.org/0000-0002-1354-5494>

ASESOR (A)

Dra. Mosqueira Rodríguez, Guisella Balbina

<https://orcid.org/0000-0001-6170-5838>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing y Ventas

TRUJILLO - PERÚ

2024

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas:

Yo, Guisella Balbina Mosqueira Rodríguez con DNI N° 18095897, como asesora del trabajo de investigación titulado “EL MARKETING Y LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL RESTAURANT POLLERÍA DON JAVIER E.I.R.L. – SULLANA, PIURA”, desarrollado por la egresada Treysi Lilibeth Aguirre Zapata con DNI 76147064: del Programa de Administración; considero que dicho trabajo reúne las condiciones tanto técnicas como científicas, las cuales están alineadas a las normas establecidas en el reglamento de titulación de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de graduación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por los jurados designados por la mencionada facultad.



Dra. Guisella Balbina Mosqueira Rodríguez
DNI: 18129065

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

EXCMO. MONS. HÉCTOR MIGUEL CABREJOS VIDARTE, OFM

Arzobispo Metropolitano de Trujillo
Fundador y Gran Canciller de la
Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

DRA. MARIANA GERALDINE SILVA BALAREZO

Rectora de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

DRA. ROMY ANGELICA DÍAZ FERNÁNDEZ

Vicerrectora Académica

DRA. ENA CECILIA OBANDO PERALTA

Vicerrectora de Investigación

DR. JAIME ROBERTO RAMÍREZ GARCÍA

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

DRA. TERESA SOFÍA REÁTEGUI MARÍN

Secretaria General

DEDICATORIA

A Dios, por darme la vida y proveerme de fuerzas lo que me permite seguir adelante hacia la consecución de mis objetivos. A mis progenitores por ser apoyo incondicional y guiarme en base al amor y valores.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por brindarme sabiduría. A mis padres por la motivación constante hacia el cumplimiento de mis metas. A los micro y pequeños empresarios del rubro pollerías por la información brindada que me posibilita llevar a cabo el presente informe.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo; Aguirre Zapata Treysi Lilibeth con DNI N° 76147064, egresada del programa de Estudios de Administración de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, doy fe que he seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos emanados por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para la elaboración y sustentación del informe de tesis titulado: “EL MARKETING Y LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL RESTAURANT POLLERÍA DON JAVIER E.I.R.L. – SULLANA, PIURA”, el cual consta de un total de 102 páginas, en las que se incluyen 9 tablas y 4 figuras, más un total de 43 páginas en anexos.

Dejo constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaro bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento corresponde a mi autoría respecto a la redacción, organización, metodología y diagramación. Así mismo, garantizamos que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de cita de autores, lo cual es de mi entera responsabilidad.

La autora



Treysi Lilibeth Aguirre Zapata

DNI 76147064

ÍNDICE

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD.....	ii
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
II. METODOLOGÍA	34
2.1. Enfoque, tipo.....	34
2.2. Diseño de investigación	35
2.3. Población, muestra y muestreo	35
2.4. Técnicas e instrumentos de recojo de datos	36
2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de la información	37
2.6. Aspectos éticos en investigación	37
III. RESULTADOS	39
3.1. Resultados descriptivos.....	39
3.2. Resultados inferenciales	45
IV. DISCUSIÓN	49
V. CONCLUSIONES	52
VI. RECOMENDACIONES.....	54
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
ANEXOS	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	39
Tabla 2	40
Tabla 3	42
Tabla 4	43
Tabla 5	45
Tabla 6	46
Tabla 7	47
Tabla 8	47
Tabla 9	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	39
Figura 2.....	41
Figura 3.....	42
Figura 4.....	44

RESUMEN

Este estudio denominado “El marketing y la gestión de calidad en el restaurant pollería Don Javier E.I.R.L. – Sullana, Piura”, tuvo como fin principal el determinar la relación que existe entre el marketing y la gestión de calidad. Para su desarrollo se utilizó el enfoque fue cuantitativo, de diseño no experimental, transversal, correlacional, seleccionándose a 206 clientes como muestra. En la recopilación de datos el cuestionario tuvo un enfoque de ayuda como instrumento dentro de la técnica de encuesta, cuya escala fue la ordinal de tipo Likert; además, se determinó el coeficiente de correlación de Rho Spearman, encontrándose de esa forma el nivel de relación entre las variables y dimensiones. De acuerdo a los hallazgos se concluyó determinándose una correlación positiva moderada (Rho Spearman 0,518), esto da a entender; si el marketing mejora, la gestión de calidad también obtendrá un mejoramiento en igual proporción, además, esto obtuvo una relación significativamente alta (p-valor < 0.01) entre ambas variables, aceptándose la hipótesis alterna de la investigación.

Palabras clave: Gestión de calidad, marketing, marketing mix.

ABSTRACT

This study called “Marketing and quality management in the Don Javier E.I.R.L. chicken restaurant.” – Sullana, Piura”, had as its main purpose to determine the relationship that exists between marketing and quality management. For its development, a quantitative approach was used, with a non-experimental, transversal, correlational design, selecting 206 clients as a sample. In data collection, the questionnaire was used as an instrument within the survey technique, whose scale was the Likert-type ordinal; In addition, the Rho Spearman correlation coefficient was determined, thus finding the level of relationship between the variables and dimensions. According to the findings, a moderate positive correlation was concluded (Rho Spearman 0.518), this means; If marketing improves, quality management must also improve in equal proportion. In addition, a significantly high relationship ($p\text{-value} < 0.01$) was obtained between both variables, accepting the alternative hypothesis of the research.

Keywords: Quality management, marketing, marketing mix.

ANEXO 13: REPORTE DE TURNITIN

EL MARKETING Y LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL RESTAURANT POLLERÍA DON JAVIER E.I.R.L. – SULLANA, PIURA

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	Submitted to Mountain Lakes High School Trabajo del estudiante	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 1%