

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



CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
NEUROMARKETING EN LAS MYPE DEL RUBRO BODEGAS EN
LA URBANIZACIÓN IGNACIO MERINO II ETAPA DISTRITO
PIURA, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA ADMINISTRACIÓN

AUTORA

Br. Córdova Jiménez, Dercy Yolanda

ASESORA

Dra. Pino Vásquez, Miluska Zulema

ORCID: 0000-0002-2808-6921

<https://orcid.org/0000-0002-2808-6921>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing y ventas

TRUJILLO - PERÚ

2022

CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y NEUROMARKETING EN LAS MYPE DEL RUBRO BODEGAS EN LA URBANIZACIÓN IGNACIO MERINO, 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	12%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	1%
5	repositorio.ufpso.edu.co Fuente de Internet	1%
6	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	1%
7	docplayer.es Fuente de Internet	<1%
8	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Mons. Dr. Héctor Miguel Cabrejos Vedarte, OFM

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

Dr. Luis Orlando Miranda Díaz

Rector de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

Dra. Mariana Geraldine Silva Balarezo

Vicerrectora Académica

Dr. Ena Cecilia Obando Peralta

Vicerrector de Investigación

Dr. Jaime Roberto Ramírez García

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Mg. Teresa Sofía Reátegui Marín

Secretario General

VISTO DEL JURADO



Mg. Vega Polo Silvia Ana Victoria
Presidente



Mg. Camacho Gayoso Arturo Francisco
Secretario



Dra. Pino Vásquez Miluska Zulema
Vocal-Asesor

APROBACIÓN DEL ASESOR

Yo Dra. PINO VASQUEZ MILUSKA ZULEMA con DNI N° 43849064 como asesora del trabajo de investigación “CARACTERISTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y NEUROMARKETING EN LAS MYPE DEL RUBRO BODEGAS EN LA URBANIZACIÓN IGNACIO MERINO II ETAPA DISTRITO PIURA, 2022” desarrollada por la bachiller CÓRDOVA JIMÉNEZ, DERCY YOLANDA con DNI N° 76876838, egresada del programa de estudios de ADMINISTRACIÓN considero que dicho trabajo de titulación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponden con 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 titulación 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 la comisión de la clasificación designado por el Decano de la Facultad Dr. Jaime Roberto Ramírez García.



Dra. Pino Vásquez Miluska Zulema
Asesora

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo , Dercy Yolanda Córdova Jiménez con DNI N° 76876838, egresada del Programa de Estudios de Administración de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, damos fe que hemos seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos emanados por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, para la elaboración y sustentación del trabajo de investigación titulado: “Gestión de Calidad y Neuromarketing en las MYPE, rubro bodegas en la Urbanización Ignacio Merino II etapa Piura 2022”, el cual consta de un total de 119 páginas, en las que se incluye 35 tablas y 35 figuras, más un total de 22 páginas en apéndices y/o 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 nuestra autoría respecto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizo 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 nuestra entera responsabilidad.

Se declara también que el porcentaje de similitud o coincidencia es de 20%, el cual es aceptado por la Universidad Católica de Trujillo.

El autor



DNI N°: 76876838

Acta de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis para obtener la Titulación Profesional

En la ciudad de Trujillo, a los 21 días del mes de setiembre del 2023, siendo las 16:00 horas se reunieron los miembros del Jurado designado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para evaluar la tesis de Titulación Profesional en

ADMINISTRACIÓN

(Indicar el Programa de Estudios)

Especialidad: _____
(De ser el caso)

mediante la Modalidad de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis de(l) (la)

Bachiller: CORDOVA JIMENEZ DERCY YOLANDA
(Apellidos y Nombres)

quien desarrolló la Tesis Titulada:
CARACTERISTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y NEUROMARKETING EN LAS MYPE DEL RUBRO BODEGAS EN LA URBANIZACIÓN IGNACIO MERINO II ETAPA DISTRITO PIURA, 2022.

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) mencionado(a) Bachiller fue

APROBADO

(Aprobado o desaprobado (**))

por

UNANIMIDAD

(En caso de ser aprobado: Unanimidad o mayoría o grado de excelencia (**))

emitiéndose el calificativo final de DIECISIETE 17
(Letras) (Números)

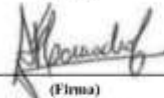
Siendo las 17:00 horas concluyó la sesión, firmando los miembros del Jurado.

Presidente: Mg. Vega Polo Silvia Ana Victoria
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres) (DNI: 44993552)



(Firma)

Secretario: Mg. Camacho Gayoso Arturo Francisco
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres) (DNI: 19099510)



(Firma)

Vocal: Dra. Pino Vásquez Miluska Zulema
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres) (DNI: 43849064)



(Firma)

(*) Desaprobado: 0-13; Aprobado: 14-20

(**) **Mayoría:** Dos miembros del jurado aprueban; **Unanimidad:** todos los miembros del jurado aprueban; **Grado de excelencia:** promedio 19 a 20

**FORMULARIO DE CESIÓN DE DERECHOS PARA LA PUBLICACIÓN
DIGITAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Moche, 28 de setiembre del 2023

A: Dr. Jaime Roberto Ramírez García

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Nombres y apellidos de cada investigador (a):

Yo Nosotros (as)

Dercy Yolanda Córdova Jiménez

Autora de la investigación titulada:

CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y NEUROMARKETING EN LAS MYPE DEL RUBRO BODEGAS EN LA URBANIZACIÓN IGNACIO MERINO II ETAPA DISTRITO PIURA, 2022.

Sustentada y aprobada el 21 de setiembre del 2023 para optar el Título Profesional de:

Licenciada en Administración

CEDO LOS DERECHOS a la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI para publicar por plazo indefinido la versión digital de esta tesis en el repositorio institucional y otros, con los cuales la universidad firme convenio, consintiendo que cualquier tercero podrá acceder a dicha obra de manera gratuita pudiendo visualizarlas, revisarlas, imprimirlas y/o grabarlas siempre y cuando se respeten los derechos de autor y sea citada correctamente. En virtud de esta autorización, la universidad podrá reproducir mi tesis en cualquier tipo de soporte, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la tesis o trabajo de investigación es una creación de mi autoría, y me encuentro facultada a conceder la presente autorización y además declaro bajo juramento que dicha tesis no infringe los derechos de autor de terceras personas.

Asimismo, declaro que el CD-ROM que estoy entregando a la UCT, con el archivo en formato PDF y WORD (.docx), como parte del proceso de obtención del Título Profesional, es la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado.

Por ello, el tipo de acceso que autorizo es el siguiente:

Categoría de acceso	Descripción del Acceso	Marcar con X
ABIERTO	Es público y será posible consultar el texto completo. Se podrá visualizar, grabar e imprimir.	
RESTRINGIDO	Solo se publicará el abstract y registro del metadato con información básica.	X

OPCIONAL – LICENCIA CREATIVE COMMONS.

Una licencia **Creative Commons** es un complemento a los derechos de autor que tiene como fin proteger una obra en la web. Si usted concede dicha licencia mantiene la titularidad y permite que otras personas puedan hacer uso de su obra, bajo las condiciones que usted determine.

No, deseo otorgar una licencia Creative Commons (X)

Si, deseo otorgar una licencia Creative Commons. ()

Si opta por otorgar la licencia Creative Commons, seleccione una opción de los siguientes permisos:

CC-BY: Utilice la obra como desee, pero reconozca la autoría original. Permite el uso comercial.	
CC-BY-SA: Utilice la obra como desee, reconociendo la autoría. Permite el uso comercial del original y la obra derivada (traducción, adaptación, etc.), su distribución es bajo el mismo tipo de licencia.	
CC-BY-ND: Utilice la obra sin realizar cambios, otorgando el reconocimiento de autoría. Permite el uso comercial o no comercial.	
CC-BY-NC: Utilice la obra como desee, reconociendo la autoría y puede generar obra derivada sin la misma licencia del original. No permite el uso comercial.	
CC-BY-NC-SA: Utilice la obra reconociendo la autoría. No permite el uso comercial de la obra original y derivada, pero la distribución de la nueva creación debe ser bajo el mismo tipo de licencia.	
CC-BY-NC-ND: Utilice y comparte la obra reconociendo la autoría. No permite cambiarla de forma alguna ni usarlas comercialmente.	

Datos de la investigadora

Nombres y Apellidos: Dercy Yolanda Córdova Jiménez

DNI: 76876838

Teléfono celular: +51 969 674 462

Email: dercyolanda0312@gmail.com

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Dercy Yolanda Córdova Jiménez', written in a cursive style.

Firma

DEDICATORIA

A mi familia, por todo su apoyo que con mucho esfuerzo me han brindado.

A mi asesora, y demás docentes que me han apoyado y guiado para que esta investigación sea culminada de la mejor manera.

AGRADECIMIENTO

A mi Dios

Por el mejor regalo que me da: la vida, por el apoyo de mi familia, amigos sobre todo por haber puesto en mi camino a todos los docentes que me apoyaron y enseñaron en el proceso de este trabajo enseñándome y compartiéndome diversas enseñanzas de mejora continua.

A las MYPE.

Por el apoyo y la paciencia brindada en cada una de las etapas de esta investigación, y por haber participado libremente.

ÍNDICE DE CONTENIDO

REPORTE DE ÍNDICE DE SIMILITUD.....	2
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS.....	3
VISTO DEL JURADO.....	4
APROBACIÓN DEL ASESOR.....	5
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	6
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	7
FORMULARIO DE CESIÓN DE DERECHOS PARA LA PUBLICACIÓN DIGITAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	8
DEDICATORIA.....	11
AGRADECIMIENTO.....	13
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	13
ÍNDICE DE TABLAS.....	15
ÍNDICE DE FIGURAS.....	17
RESUMEN.....	19
ABSTRACT.....	20
Capítulo I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	21
1.1.Planteamiento del problema de investigación.....	21
1.2. Formulación del problema.....	22
1.2.1. Problema general.....	22
1.2.2. Problemas específicos.....	22
1.3.Formulación de objetivos.....	22
1.3.1. Objetivo general.....	22
1.3.2. Objetivos específicos.....	22
1.4.Justificación.....	23
Capítulo II: MARCO TEÓRICO.....	24
2.1. Antecedentes de la investigación.....	24
2.2. Bases teórico científicas.....	26
2.2.1 Gestión de Calidad.....	26
2.2.2 Neuromarketing.....	30
2.3. Definición de términos básicos.....	31
2.4.Formulación de hipótesis.....	32

2.4.1 Hipótesis general	32
2.4.2 Hipótesis específicas.....	32
2.5.Operacionalización de variables.....	34
Capítulo III: METODOLOGÍA.....	36
3.1. Tipo de investigación	36
3.2. Método de investigación.....	36
3.3. Diseño de investigación.....	36
3.4. Población, muestra y muestreo.....	36
3.5. Técnicas e instrumentos de recojo de datos.....	39
3.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	39
3.7. Aspectos éticos en investigación	40
Capítulo IV: RESULTADOS	42
4.1 Presentación y análisis de resultados.....	42
4.2. Discusión de resultados	79
Capítulo V: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	92
5.1. Conclusiones.....	92
5.2. Sugerencias.....	93
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
ANEXOS.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características generales del propietario	42
Tabla 2: Características generales del trabajador	44
Tabla 3: Inspección de los productos a ofrecer	46
Tabla 4: Retroalimentación	47
Tabla 5: Control estadístico del proceso	48
Tabla 6: La observación en la fabricación.....	49
Tabla 7: Acciones innovadoras de aseguramiento en el mercado	50
Tabla 8: La calidad como estrategia empresarial	51
Tabla 9: Innovación del producto.....	52
Tabla 10: Sistema de gestión medioambiental	53
Tabla 11: Seguridad laboral.....	54
Tabla 12: Estrategias para el logro de objetivos.....	55
Tabla 13: Procesos y métodos orientados a la calidad	56
Tabla 14: Estrategias de innovación.....	57
Tabla 15: Necesidades de los clientes	58
Tabla 16: Análisis de la situación actual de la empresa	59
Tabla 17: Caducidad del producto.....	60
Tabla 18: Gestión de calidad	61
Tabla 19: Liderazgo para el éxito de las organizaciones.....	62
Tabla 20: Objetivos de la empresa	63
Tabla 21: Decisiones que toma la empresa	64
Tabla 22: Manual de procesos	65
Tabla 23: Sistema de calidad	66
Tabla 24: Mejora continua.....	67

Tabla 25: Decisiones basadas en una adecuada información	68
Tabla 26: Buena relación del personal	69
Tabla 27: Trabajo en equipo.....	70
Tabla 28: Información pertinente a la organización	71
Tabla 29: Neuromarketing visual	72
Tabla 30: La música llama la atención del público	73
Tabla 31: Buena exhibición de producto genera apetito de degustación	74
Tabla 32: La percepción a la hora de adquirir un producto.....	75
Tabla 33: Las emociones	76
Tabla 34: Anuncios de oferta.....	77
Tabla 35: Publicidad.....	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Características generales del propietario	43
Figura 2: Características generales del trabajador.....	45
Figura 3: Inspección de los productos a ofrecer.....	46
Figura 4: Retroalimentación.....	47
Figura 5: Control estadístico del proceso	48
Figura 6: La observación en la fabricación	49
Figura 7: Acciones innovadoras de aseguramiento en el mercado.....	50
Figura 8: La calidad como estrategia empresarial.....	51
Figura 9: Innovación del producto.....	52
Figura 10: Sistema de gestión medioambiental.....	53
Figura 11: Seguridad laboral	54
Figura 12: Estrategias para el logro de objetivos	55
Figura 13: Procesos y métodos orientados a la calidad.....	56
Figura 14: Estrategias de innovación	57
Figura 15: Necesidades de los clientes	58
Figura 16: Análisis de la situación actual de la empresa.....	59
Figura 17: Caducidad del producto	60
Figura 18: Gestión de calidad.....	61
Figura 19: Liderazgo para el éxito de las organizaciones	62
Figura 20: Objetivos de la empresa	63
Figura 21: Decisiones que toma la empresa.....	64
Figura 22: Manual de procesos.....	65
Figura 23: Sistema de calidad.....	66
Figura 24: Mejora continua	67

Figura 25: Decisiones basadas en una adecuada información.....	68
Figura 26: Buena relación del personal	69
Figura 27: Trabajo en equipo	70
Figura 28: Información pertinente a la organización.....	71
Figura 29: Neuromarketing visual.....	72
Figura 30: La música llama la atención del público.....	73
Figura 31: Buena exhibición de producto genera apetito de degustación	74
Figura 32: La percepción a la hora de adquirir un producto	75
Figura 33: Las emociones.....	76
Figura 34: Anuncios de oferta	77
Figura 35: Publicidad	78

RESUMEN

Esta investigación presenta como objetivo general “Identificar las características de Gestión de calidad y Neuromarketing en las MYPE, rubro bodegas en la urbanización Ignacio Merino II etapa, distrito Piura 2022”. Se empleó una investigación tipo cuantitativa, con un nivel descriptivo, de diseño no experimental y de corte transversal, se utilizó como técnicas de recolección de datos la encuesta y su instrumento un cuestionario con preguntas de escala dicotómica para ambas variables. La muestra estuvo constituida por 3 dueños y 6 trabajadores. De acuerdo a los datos se obtuvo como principales conclusiones sobre la gestión de calidad: fue que la mayoría de propietarios usan la inspección y en su mayoría la retroalimentación. Además, el 100% de los dueños buscan la mejora continua y poder expandirse en diferentes lugares, siempre con una innovación constante que las diferencie del resto y les permitirá satisfacer las necesidades de los clientes de la mejor manera. Por lo tanto, los dueños manifiestan que como son empresas pequeñas, entre 1 o 2 colaboradores, sienten que ellos si están comprometidos con los objetivos de la organización, manifiestan tener una buena comunicación y relación con ellos. Con respecto al Neuromarketing se identifica que en su mayoría de los clientes encuestados manifiestan que, tanto las emociones, la atención y la memoria, son elementos esenciales que contribuyen e influyen a la hora de ver o adquirir un producto, por ello, toman precauciones y medidas necesarias para no dejarse llevar mucho por sus emociones, para poder elegir lo que realmente necesitan.

PALABRAS CLAVE: Bodegas, Gestión de calidad, Neuromarketing, MYPE.

ABSTRACT

The general objective of this research was “To know the main characteristics of Quality Management and Neuromarketing in MYPEs, wineries in the Ignacio Merino II stage urbanization. Piura 2022”. A quantitative research type, descriptive level, non-experimental design, cross-sectional, was used as techniques for data collection the survey and its instrument, a questionnaire with dichotomous scale questions for both variables. The sample consisted of 3 owners and 6 workers. According to the data, the main conclusions about quality management were obtained: it was that the majority of owners use inspection and mostly feedback; In addition, they seek to ensure quality as an organizational strategy always with constant innovation that will allow them to satisfy the needs of customers. Therefore, the owners state that as they are small companies, between 1 or 2 collaborators, they feel that if they are committed to the objectives of the organization, they claim to have good communication and relationship with them. Regarding Neuromarketing, it is identified that most of the clients surveyed state that emotions, attention and memory are essential elements that contribute and influence when viewing or purchasing a product, therefore, they take precautions and necessary measures not to get too carried away by their emotions, to be able to choose what they really need.

KEY WORDS: grocery, quality management, Neuromarketing, MYPE.