

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



GESTIÓN DE CALIDAD Y ENDOMARKETING EN LAS MYPES
RESTAURANTES CEVICHERIAS DEL AA. HH LA PRIMAVERA -
CASTILLA - PIURA

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

Br. Doris Adalinda Aguilar Aguilar

ASESOR (A)

Dra. Miluska Zulema Pino Vásquez

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de Desarrollo Organizacional y Talento Humano

TRUJILLO – PERÚ

2023

Declaratoria de originalidad

Señor(a) Decano(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas:

Yo, Dra. Pino Vásquez Miluska Zulema con DNI N° 43849064, como asesor (a) del trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad y endomarketing en las Mypes restaurantes cevicherías del AA.HH la primavera - Castilla - Piura”, desarrollada por la egresada Aguilar Aguilar Doris Adalinda con DNI 76609983 del Programa de Administración; considero que dicho trabajo reúne las condiciones tanto técnicas como científicos, 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. Pino Vásquez Miluska Zulema
Asesora

Autoridades universitarias

Mons. Dr. 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 (e) de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI
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

Dedicada a Dios porque gracias a su voluntad he logrado culminar mi carrera de manera satisfactoria, por su amor y su bondad que no tienen limites, por bendecir mi día a día, dándome fuerzas para no rendirme, asimismo a mis padres y hermanos por estar presente a lo largo de mi trayectoria.

La Autora.

Agradecimiento

En primer lugar, a Dios por haberte otorgado el logro alcanzado, por brindarme esas ganas de superación y darme las fuerzas necesarias para salir adelante en cualquier obstáculo presentado en el camino.

Asimismo, a mis hermanos por ser un ejemplo a seguir y ser mis aspiradores para seguir logrando mis objetivos establecidos, no obstante, a mis padres Octavio y Ricarda por el inmenso apoyo y amor que me demuestran y motivan a conseguir logrando lo propuesto.

A toda mi familia en general por estar motivándome a seguir adelante, por estar en los buenos y malos momentos y recibir su apoyo en cada circunstancia, asimismo a mi docente tutor la Dra. Miluska Pino por tener ese apoyo y tolerancia única, por su profesionalismo que demuestra ante los demás.

La Autora.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Aguilar Aguilar Doris Adalinda con DNI 76609983, 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: “GESTIÓN DE CALIDAD Y ENDOMARKETING EN LAS MYPES RESTAURANTES CEVICHERIAS DEL AA. HH LA PRIMAVERA - CASTILLA - PIURA”, el cual consta de un total de 101 páginas, en las que se incluye 21 tablas y 20 figuras, más un total de 30 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 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 mi entera responsabilidad.

La autora



Aguilar Aguilar Doris Adalinda
DNI 76609983

Índice

Declaratoria de originalidad	ii
Autoridades universitarias	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaratoria de autenticidad	vi
Índice	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
II. METODOLOGÍA	31
2.1. Enfoque, tipo	31
2.2. Diseño de investigación	31
2.3. Población, muestra y muestreo	32
2.4. Técnicas e instrumentos de recojo de datos	33
2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de la información	34
2.6. Aspectos éticos en investigación	34
III. RESULTADOS	35
3.1. Resultados descriptivos	35
IV. DISCUSIÓN	55
V. CONCLUSIONES	62
VI. RECOMENDACIONES	63
VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
ANEXOS	71

Índice de tablas

Tabla 1	35
Tabla 2	35
Tabla 3	35
Tabla 4	35
Tabla 5	35
Tabla 6	35
Tabla 7	35
Tabla 8	40
Tabla 9	35
Tabla 10	42
Tabla 11	43
Tabla 12	44
Tabla 13	45
Tabla 14	46
Tabla 15	47
Tabla 16	48
Tabla 17	49
Tabla 18	50
Tabla 19	51
Tabla 20	52
Tabla 21	53

Índice de figuras

Figura 1	34
Figura 2	35
Figura 3	36
Figura 4	37
Figura 5	38
Figura 6	39
Figura 7	40
Figura 8	41
Figura 9	42
Figura 10	43
Figura 11	44
Figura 12	45
Figura 13	46
Figura 14	47
Figura 15	48
Figura 16	49
Figura 17	50
Figura 18	51
Figura 19	52
Figura 20	53

RESUMEN

Esta investigación denominada “Gestión de calidad y endomarketing en las Mypes restaurantes cevicherías del AA. HH la primavera - Castilla - Piura” como objetivo general se planeó: Determinar de qué forma la gestión de calidad se relaciona con el endomarketing en las Mypes restaurantes cevicherías del AA. HH La Primavera de castilla - Piura.

La metodología tiene enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional simple, de corte transversal y diseño no experimental, se aplicó el instrumento cuestionario con la técnica de la encuesta que se aplicó a los propietarios y trabajadores de las Mypes en estudio. Las unidades económicas materia de investigación son 3 restaurantes, con una población de 5 propietarios (n=5) denominada como población finita para la variable gestión de calidad. Por otro lado, para la variable endomarketing se aplicó una población de 25 (n=25) trabajadores, denominada como una población finita siendo esta aplicada a los trabajadores de las Mypes. Llegando a la conclusión que la mayoría de los propietarios elaboran estrategias para generar confianza al consumidor, como también realizan innovación constante, pero por otro lado no elaboran planes para mejorar la satisfacción del cliente. Por otro lado, se concluye que los beneficios del endomarketing en las Mypes, no logran los beneficios, ya que no cuentan con personal motivado, es decir, no les brindan incentivos laborales, a causa de esto tienen una alta rotación de personal.

Palabras clave: Calidad, gestión, endomarketing, Mypes, cliente.

ABSTRACT

This research called "Quality management and endomarketing in the Mypes cevichería restaurants of AA. HH la Primavera - Castilla - Piura" as a general objective was planned: Determine how quality management is related to endomarketing in the Mypes cevichería restaurants of the AA. HH The Spring of Castilla - Piura.

The methodology has a quantitative approach, simple correlational descriptive level, cross-sectional and non-experimental design, the questionnaire instrument was applied with the survey technique that was applied to the owners and workers of the Mypes under study. The economic units under investigation are 3 restaurants, with a population of 5 owners (n=5) called the finite population for the quality management variable. On the other hand, for the endomarketing variable, a population of 25 (n=25) workers was applied, called a finite population, this being applied to the workers of the Mypes. Reaching the conclusion that the majority of owners develop strategies to generate consumer trust, as well as carry out constant innovation, but on the other hand they do not develop plans to improve customer satisfaction. On the other hand, it is concluded that the benefits of endomarketing in Mypes do not achieve the benefits, since they do not have motivated personnel, that is, they do not provide them with work incentives, because of this they have a high staff turnover.

Keywords: Quality, management, endomarketing, Mypes, client.