



**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

---

---

**PERCEPCIÓN DE LA INNOVACIÓN EN USUARIOS DE LA  
CADENA DE SUPERMERCADOS ORIÓN ó CUSCO - 2017**

---

---

Presentado por:

**Bach. KIARA FERNANDA CHACÓN ARÁOZ**

**Bach. LENIN JUNIOR ESCOBEDO MIRANDA**

**Tesis para optar al Título Profesional de  
Licenciados en Administración**

Asesora:

**Lic. HAYDEE LEÓN NÚÑEZ**

**CUSCO - PERÚ**

**2018**



## RESÚMEN

El presente trabajo de investigación "Percepción de la Innovación en Usuarios de la Cadena de Supermercados Orión ó Cusco2017", se planteó como objetivo general conocer la percepción de Innovación de los usuarios del servicio que brinda la Cadena de Supermercados Orión ó 2017, para lo cual se analizaron específicamente, la Innovación Sostenible y la Innovación Disruptiva, habiéndose desarrollado metodológicamente como: Investigación básica, Diseño no experimental, Alcance descriptivo; Enfoque cuantitativo aplicado mediante una encuesta que permitió la medición de las opiniones de usuarios del servicio que se encontraron saliendo década uno los 7 establecimientos de la Cadena de Supermercado Orión, luego de una compra, cuyos resultados analizados mediante diversas herramientas estadísticas tales como Tablas de Baremación, Alpha de Cronbach y otras, muestran un promedio estadístico de 2.59 para la innovación sostenible que demuestra que el usuario percibe una mínima o poca innovación sostenible; así mismo y con un promedio estadístico de 2.58, la innovación disruptiva es percibida como mínima o poca; por lo tanto de acuerdo a los resultados del estudio realizado la innovación en los Supermercados bajo la percepción del usuario es poca, con un promedio de 2.59.

**PALABRAS CLAVE:** Innovación Sostenible- Innovación Disruptiva

**ABSTRACT**

The present research work "Perception of Innovation in Users of the Chain of Supermarkets Orión - Cusco 2017", was raised as a general objective to know the perception of Innovation of Users of the service provided by the Chain of Supermarkets Orión - 2017, for which specifically analyzed, Sustainable Innovation and Disruptive Innovation, having developed methodologically as: Basic Research, Non-experimental Design, Descriptive Scope; Quantitative Approach applied through a survey that allowed the measurement of the opinions of users of the service that were found out of each of the 7 establishments of the Orion Supermarket Chain, after a purchase, whose results analyzed by various statistical tools such as Tables of Baremación, Alpha de Cronbach and others, show a statistical average of 2.59 for Sustainable Innovation that shows that the user perceives a minimum or little sustainable innovation; likewise and with a statistical average of 2.58, disruptive innovation is perceived as minimal or small; therefore, according to the results of the study, the innovation in the Supermarkets under the perception of the user is small, with an average of 2.59

**KEYWORDS:** Sustainable Innovation - Disruptive Innovation