

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Relación entre la innovación del marketing y la calidad de servicio en
pymes del sector gastronómico**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciados en Marketing y Negocios
Internacionales

Autores:

Eros Rengifo Valles
Jeniffer Nicole Saurín Bartra
Alisson Milagro Vigo Ríos

Asesor:

Mtra. Gabriela Acsa Aranda Saboya

Tarapoto, noviembre de 2025


DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Gabriela Acsa Aranda Saboya, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: “Relación entre la innovación del marketing y la calidad de servicio en pymes del sector gastronómico” de los autores Eros Rengifo Valles, Jeniffer Nicole Saurín Bartra y Alisson Milagro Vigo Ríos tiene un índice de similitud de 13% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Tarapoto a los 21 días del mes de noviembre del año 2025.



Gabriela Acsa Aranda Saboya



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En San Martín, Tarapoto, Morales, a los 21 día(s) del mes de noviembre del año 20 25 siendo las 11:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, bajo la dirección del (de la) presidente (a): Mtra. Uvencia De La Cruz Rojas, el (la) secretario(a): Dr. Jose Jaul Cruz Tarrillo y los demás miembros: Mtro. Robin Alexander Diaz Saavedra y el (la) asesor(a) Mtra. Gabriela Acosta Aranda Saboya con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: "Relación entre la innovación del marketing y la calidad de servicio en pymes del sector gastronómico?"

- a) Eros Rengifo Vallus
b) Alisson Milagro Vigo Rios
c) Jennifer Nicole Saurín Bartra

conducente a la obtención del título profesional de: Licenciado en Marketing y Negocios Internacionales

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Eros Rengifo Vallus

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: APROBADO, 16, B, BUENO, MUY BUENO

Bachiller (b): Alisson Milagro Vigo Rios

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: APROBADO, 16, B, BUENO, MUY BUENO

Bachiller (c): Jennifer Nicole Saurín Bartra

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: APROBADO, 16, B, BUENO, MUY BUENO

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Signature of Presidente/a

Signature of Secretario/a

Signature of Asesor/a

Signature of Miembro Bachiller (a)

Signature of Miembro Bachiller (c)

ÍNDICE GENERAL

Resumen	5
Abstract	6
Introducción	6
Marco teórico	8
Método utilizado	10
Resultados	12
Referencias	18

RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DEL MARKETING Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO

Relationship between marketing innovation and service quality in SMEs in the gastronomic sector

Eros Rengifo Valles

erosrengifo@upeu.edu.pe

Universidad Peruana Unión, Lima

<https://orcid.org/0000-0002-7526-4006>

Jeniffer Nicole Saurín Bartra

jennifersaurin@upeu.edu.pe

Universidad Peruana Unión, Lima

<https://orcid.org/0009-0009-6432-5799>

Alisson Milagro Vigo Ríos

alissonvigo@upeu.edu.pe

Universidad Peruana Unión, Lima

<https://orcid.org/0009-0001-9677-6860>

Gabriela Acsa Aranda Saboya

gabriela.aranda@upeu.edu.pe

Universidad Peruana Unión, Lima

<https://orcid.org/0009-0005-4221-1935>

Resumen

La innovación del marketing implica implementar estrategias creativas y tecnológicas para promover productos y servicios; la calidad de servicios es la percepción de los clientes sobre la experiencia recibida. Este estudio tuvo como objetivo evaluar la relación entre la innovación del marketing y la calidad de servicio en PYMES del sector gastronómico. Se empleó una metodología básica, cuantitativa, de diseño no experimental y descriptivo correlacional, fueron 300 los participantes. Los datos fueron analizados mediante el coeficiente Rho Spearman. Los resultados muestran correlaciones positivas y significativas ($p=0$) entre la innovación del marketing y la calidad de servicio con un $Rho=0.752$, seguido por la gerencia $Rho=0.732$, mezcla del marketing $Rho=0.729$, tecnología $Rho=0.640$ e investigación de mercados $Rho=0.452$. Todas las hipótesis fueron aceptadas y se concluyó que la innovación del marketing es un factor clave para mejorar la calidad de servicios en PYMES gastronómicas.

Palabras clave: Competencia; Creatividad; Excelencia; Pequeñas empresas; Promoción.