

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Percepción de calidad e imagen corporativa desde la
perspectiva de los consumidores de un supermercado en
Miraflores, Lima, Perú**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración y
Negocios Internacionales

Autor:

Dipfna Andrea Ramos Chura
Alisson Marian Rodas Piña

Asesor:

Maestra Danny Lita Alomia Lozano

Lima, 06 octubre de 2025

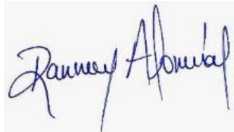
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Danny Lita Alomia Lozano, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Percepción de calidad e imagen corporativa desde la perspectiva de los consumidores de un supermercado en Miraflores, Lima, Perú”** los autores Dipfna Andrea Ramos Chura y Alisson Marian Rodas Piña, tiene un índice de similitud de 14% 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 21 a los 10 días del mes de octubre del año 2025.



Mtra. Danny Lita Alomia Lozano

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



En Lima, Naña, Villa Unión, a 06 día(s) del mes de octubre del año 2025 siendo las 15:00 horas, se

reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Sede Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a):

Mg. Alcides Alberto Flores Saiz, el (la) secretario(a): Mg. David Junior Elías

Aguilar Panduro y los demás miembros: Dra. Karina Elizabeth

Paredes Abanto y el (la) asesor(a) Mtra. Danny Lita

Alomía Lozano

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: "Percepción de calidad e imagen corporativa desde la perspectiva de los consumidores de un supermercado en Miraflores, Lima, Perú"

del(los) bachiller/es:

a) Alisson Marian Rodas Pina

b) Dipfna Andrea Ramos Chura

c)

conducente a la obtención del título profesional de: Licenciado en Administración 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): Alisson Marian Rodas Pina

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>16</u>	<u>B</u>	<u>con nominación de bueno</u>	<u>Muy bueno</u>

Bachiller (b):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

Bachiller (c): Dipfna Andrea Ramos Chura

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>16</u>	<u>B</u>	<u>con nominación de bueno</u>	<u>Muy bueno</u>

(*) 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.

Presidente/a

[Signature]
Secretario/a

Asesor/a

Miembro

Miembro

Percepción de calidad e imagen corporativa desde la perspectiva de los consumidores de un supermercado en Miraflores, Lima, Perú.

SUGERENCIA:

Percepción de los consumidores sobre la calidad e imagen corporativa de un supermercado de Miraflores, Lima, Perú.

Perception of quality and corporate image from the perspective of consumers at a supermarket in Miraflores, Lima, Peru.

Resumen

Se ha demostrado que la imagen corporativa es una preocupación en todas las tiendas mayoristas de Lima en general y de Miraflores en particular, siendo fundamental conocer la percepción de calidad de los clientes para obtener resultados favorables. El propósito de este estudio fue establecer la relación entre la percepción de calidad y la imagen corporativa y corroborar el comportamiento predictivo de las variables de estudio, de acuerdo con el propósito los resultados demostraron una correlación positiva, destacando las dimensiones del producto, la imagen estratégica y los elementos tangibles, siendo que los clientes percibieron ambos aspectos en un nivel medio (52.2% y 54.1% respectivamente, en tanto, la imagen social obtuvo mayoritariamente un nivel bajo (84.0%) y ayudarán a realizar futuras mejoras en la experiencia del cliente. Se aplicó el diseño no experimental transversal y el tipo de estudio fue correlacional y explicativo en 410 clientes del supermercado Plaza Vea -Miraflores, habiendo administrado los instrumentos de Servaqual de Berry (1988) y el cuestionario de Weiss (1999) y Keller & Aaker (1992) para medir la imagen corporativa. Se aplicaron estadísticos descriptivos e inferenciales. Se realizó el análisis identificando qué dimensiones de calidad predicen significativamente la imagen corporativa desde la perspectiva del cliente.

Palabras clave

Percepción de calidad, imagen corporativa, comercial, cliente, supermercado.
