

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Factores influyentes en la decisión de compra en
supermercado Mia Market S.R.L., Juliaca, 2025**

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

Autor:

Harol Aaron Cruz Abarca

Asesor:

Mtro. German Alex Vizcarra Ugarte

Juliaca, agosto de 2026

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Mtro. German Alex Vizcarra Ugarte, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración de la Universidad Peruana Unión, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“FACTORES INFLUYENTES EN LA DECISIÓN DE COMPRA EN SUPERMERCADO MIA MARKET S.R.L., JULIACA, 2025”** del autor **Harol Aaron Cruz Abarca** tiene un índice de similitud de 17% 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 Juliaca, a los 05 días del mes de octubre del año 2026.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'German Alex Vizcarra Ugarte', with a stylized flourish at the end.

Mtro. German Alex Vizcarra Ugarte

Asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



En Puno, Juliaca, Villa Chullunquiani, a los 19 día(s) del mes de agosto del año 2026
 siendo las 9:30 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Filial Juliaca, bajo la
 dirección del (de la) presidente (a): MSc. Giovanny Elizabeth Estela Delgado, el (la)
 secretario(a): Mtra. Ruth Chambi Zapana y los demás miembros:
Mtra. Rina Marina Quispe Flores De Ramirez y el (la) asesor(a) Mtro. German
Alex Vizcarra Ugarte
 titulado Factores influyentes en la decisión de compra en
supermercado Mia Market S.R.L. y Juliaca, 2025

a) Harol Aaron Cruz Abarca del(los) bachiller(es):
 b) _____
 c) _____

conducente a la obtención del título profesional de: Licenciado en
Administración y Negocios Internacionales
(Denominación del Título Profesional)

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): Harol Aaron Cruz Abarca

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	16	B	Bueno	Muy Bueno

Bachiller (b): _____

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

Bachiller (c): _____

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) 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.

Estela
 Presidente/a
German
 Asesor/a
Harol
 Bachiller (a)

[Firma]
 Miembro

 Bachiller (b)

[Firma]
 Secretario/a

 Miembro

 Bachiller (c)

Factores influyentes en la decisión de compra en supermercado Mia Market S.R.L., Juliaca, 2025

Factors influencing the purchasing decision at Mia Market S.R.L. supermarket, Juliaca, 2025

Resumen

La decisión de compra en supermercados es un fenómeno multifacético y complejo de factores sociales, psicológicos, demográficos, de marketing y ambientales. En la investigación se estudia la decisión de compra relacionada a factores como el precio, ubicación de productos y variedad de productos, así como el ambiente y el servicio al cliente. Se usa un enfoque cuantitativo, de nivel explicativo, en el cual se hace una regresión de factores en la decisión de compra, tomando como muestra no probabilística por conveniencia a 73 clientes del supermercado, se tiene un 0,770 de Alfa de Cronbach de la encuesta, siendo los datos de confiabilidad aceptable. Se ha obtenido un R-cuadrado de 80,08% lo que indica que el modelo explica de forma buena la variabilidad total del modelo. Para el modelo realizado sobre la decisión de compra, la variedad presentó el mayor coeficiente positivo ($B = 0,3922$), seguida del precio ($B = 0,3569$) y la ubicación de productos ($B = 0,1474$). Los factores estadísticamente significativos son el precio, la variedad y la ubicación de productos y los que complementan son el ambiente y el servicio al cliente.

Palabras clave: factores influyentes; decisión de compra; supermercado; precio; variedad; ubicación; ambiente; servicio al cliente.