

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



**Imagen Corporativa y su relación en la Satisfacción del Cliente en los  
Supermercados de Tarapoto, 2022**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración  
con mención en Gestión Empresarial

**Autores:**

Milena Euliza Acuña Velasquez  
Jhonatan Tapia Gutierrez

**Asesor:**

Dr. Mario Manuel Siles Nates

**Tarapoto, marzo de 2023**

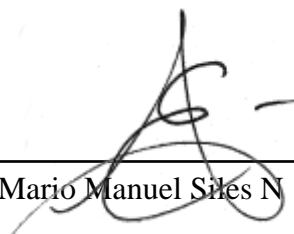
## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Yo, Dr. Mario Manuel Siles Nates, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

### DECLARO:

Que la presente investigación titulada: “**IMAGEN CORPORATIVA Y SU RELACIÓN EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS SUPERMERCADOS DE TARAPOTO, 2022**” constituye la memoria que presentan los Bachilleres **Milena Euliza Acuña Velasquez y Jhonatan Tapia Gutierrez** tiene un índice de similitud de **12 %** verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección. Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del o los autores, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Tarapoto, a los **10** días del mes de **marzo** del año 2023



---

Dr. Mario Manuel Siles Nates

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En san Martín, Tarapoto, Morales, a los 03 día(s) del mes de marzo del año 2023 siendo las 09:00 horas se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión campus Tarapoto, bajo la dirección del (de la) Presidente(a): Mtro. David Troya Palomino, el (la) secretario(a): Mtro. Elvis Flores Calderón los demás miembros, Dr. Jose Joel Cruz Tarrillo; Mtro. Robin Alexander Diaz Saavedra, y el asesor(a): Dr. Mario Manuel Siles Nates, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado:

"Imagen Corporativa y su relación en la Satisfacción del Cliente en los Supermercados de Tarapoto, 2022"

de los (las) bachiller (es): a) Milena Euliza Acuña Velásquez b) Jhonatan Tapia Gutierrez c) ..... Conducente a la obtención del título profesional de:

Licenciado en Administración – Mención Gestión Empresarial

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 y la emisión del dictamen del jurado.

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

Bachiller (a): Milena Euliza Acuña Velá

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	15	B-	BUENO	MUY BUENO

Bachiller (b): Jhonatan Tapia Gutierrez


CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	15	B-	BUENO	MUY BUENO

Bachiller (c): .....

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

Finalmente, el Presidente del jurado invito al (a la) / (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

  
.....  
Secretario/a

.....  
Asesor

.....  
Miembro

.....  
Miembro

.....  
Bachiller (a)

.....  
Bachiller (b)

.....  
Bachiller (c)

## **Resumen**

El artículo se desarrolló con el propósito de determinar la relación entre la imagen corporativa y la satisfacción del cliente en los supermercados de Tarapoto, 2022. A través de una investigación cuantitativa, no experimental y correlacional, considerando a 383 residentes pertenecientes al distrito de Tarapoto, como parte de la muestra, misma que fue obtenida a partir de un muestreo no probabilístico por cuotas. Asimismo, se aplicó un cuestionario a la muestra seleccionada. Como principales resultados, se destaca que los niveles de las variables imagen corporativa y la satisfacción del cliente fueron altos, ello al obtener un porcentaje del 57.4% y 71.8% respectivamente, lo que significa que, la mayoría de clientes tienen una buena percepción de las empresas en evaluación, conllevando a que se sientan satisfechos con el servicio recibido. Asimismo, se encontró una relación moderada y positiva, debido a que el coeficiente de correlación de Spearman fue igual a 0.470 y una significancia con valor  $p=0.000$ .

**Palabras clave:** Imagen Corporativa, satisfacción del Cliente y supermercados.

## **Abstract**

The article was developed with the purpose of determining the relationship between corporate image and customer satisfaction in supermarkets in Tarapoto, 2022. Through a quantitative, non-experimental and correlational research, considering 383 residents belonging to the district of Tarapoto, as part of the sample, which was obtained from a non-probabilistic sampling by quotas. A questionnaire was also applied to the selected sample. The main results showed that the levels of the corporate image and customer satisfaction variables were high, with 57.4% and 71.8%, respectively. Therefore, in conclusion, it was found that this relationship is moderate and positive, since the correlation coefficient is equal to 0.470.

**Keywords:** Corporate image, customer satisfaction and supermarkets.