



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Layout y Seguridad del Servicio en el Mercado 15 de Junio,
Puente Piedra, Lima, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Jara Zorrilla, Jackelin Mishel (orcid.org/0000-0002-4350-1820)

ASESOR:

Dr. Carranza Estela, Teodoro (orcid.org/0000-0002-4752-6072)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Se lo dedico a mi madre Osvaldina Onecima Zorrilla Medina, por creer en mí y apoyarme desde un principio en esta etapa académica profesional, así como también a mi abuelo Gabriel Alejandro Zorrilla Príncipe que, aunque ya no esté físicamente en este mundo, se lo importante que era para el verme culminar mi carrera profesional.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la vida y permitirme llegar hasta este punto final de mi carrera profesional. A mi madre por ser mi ejemplo de lucha y esfuerzo por las cosas que queremos, por nunca rendirse y hacer que nunca nos falte nada. También agradecer a mi asesor Dr. Carranza Estela Teodoro, por sus enseñanzas, dedicación y apoyo en todo este proceso final del proyecto y desarrollo de la tesis.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2. Variables y operacionalización	15
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Métodos de análisis de datos	18
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN	26
VI. CONCLUSIONES.....	29
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS	37

Índice de tablas

Tabla 6. Descripción de la variable layout.....	19
Tabla 13.Prueba de normalidad de hipótesis	22
Tabla 14.Coeficiente de Correlación de Spearman.....	22
Tabla 15.Correlación de Spearman entre la variable layout y seguridad del servicio	23

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre layout y seguridad del servicio en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel correlacional y de diseño no experimental-transversal. La población estuvo conformada por 50 socios-trabajadores del Mercado 15 de Junio por lo cual, fue una muestra censal ya que se estudió a toda la población. El instrumento que se usó fue el cuestionario de tipo Likert y como técnica se aplicó la encuesta que estuvo conformada de 20 ítems. Los datos obtenidos de la encuesta fueron sometidos al SPSS resultando ser una medición no paramétrica realizada por la prueba de Kolmogorov-Smirnova, alcanzando un valor menor de $p=\text{sig}<0,05$ para ambas variables, por lo cual se eligió más adecuado trabajar para el estadístico inferencial con el Spearman que dio un resultado de 0.966, evidenciándose de este modo una correlación positiva muy alta entre ambas variables de estudio y en la prueba de hipótesis tanto general como específicas se obtuvo un nivel de significancia de 0,000.

En base a los resultados expuestos, se llegó a la conclusión que se acepta, finalmente, la hipótesis general, estableciéndose de esta manera que si existe una relación positiva de layout y seguridad del servicio en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

Palabras clave: Layout, seguridad y servicio

Abstract

The research aimed to determine the relationship between layout and service security in the Market June 15, Puente Piedra, Lima, 2019.

The methodology used was a quantitative approach, applied type, correlational level and design not experimental-transversal. The population was made up of 50 worker-members of the Market June 15, so it was a census sample since the entire population was studied. The instrument that was used was the Likert questionnaire and as a technique the survey was applied that consisted of 20 items. The data obtained from the survey were submitted to the SPSS, resulting in a non-parametric measurement performed by the Kolmogorov-Smirnova test, reaching a lower value of $p = \text{sig} < 0.05$ for both variables, so it was more appropriate to work for the inferential statistic with the Spearman that gave a result of 0.966, thus evidencing a very high positive correlation between both study variables and in the general and specific hypothesis test a significance level of 0.000 was obtained.

Based on the results presented, it was concluded that the general hypothesis is finally accepted, establishing in this way that if there is a positive relationship of layout and security of the service in the Market June 15, Puente Piedra, Lima, 2019.

Keywords: Layout, security and servic

I. INTRODUCCIÓN

Lo primero que vemos al ingresar a un supermercado, un minimarket o a un mercado, es la infraestructura, el diseño, los colores, la distribución de los sectores por productos y todo eso nos lleva a ver los productos y los servicios que este brinda. Por otro lado, al armar una buena distribución de las diversas áreas, se debería colocar ambientes seguros para cualquier situación de emergencia. Todos estos detalles harán que el cliente se lleve una experiencia positiva de la calidad del servicio. Muchas veces la empresa no tiene el correcto layout (diseño) y genera diversos problemas, ya que es difícil demostrar al 100% lo mejor del negocio, a la vez si la empresa no brinda seguridad en el momento que brinda el servicio, los clientes no podrán fidelizarse completamente.

A nivel global en Alemania, Maganha, Silva y Luis Miguel, D. F. F. (2019) realizaron una investigación referente a la literatura de diseño de layout en los sistemas de fabricación reconfigurables, inclinándose sobre los diseños reconfigurables, los cuales en estos últimos años han tomado mucha atención a nivel empresarial. En la investigación se pudo ver que el layout es un tema importante en el diseño de sistemas de fabricación. En los sistemas convencionales, el diseño rara vez cambia después del diseño inicial. Sin embargo, a medida que las demandas del mercado cambian con mayor frecuencia, las configuraciones de diseño deben ser capaces de reconfigurar la disposición de los recursos para adaptarse a los nuevos requisitos de producción, al tiempo que minimizan los costos de manipulación y reubicación de materiales y maximizan los ahorros en el flujo de materiales y los costos de inventario.

Además, después de realizar una revisión de la literatura referente al diseño de layout, se pudo identificar nuevas tendencias, trayectorias evolutivas y cuestiones claves que influyen en el crecimiento del aprendizaje en este ámbito de investigación. En los resultados mediante un análisis se encontró 4 hallazgos referentes al tema: Primero, que el diseño de layout una vez establecido si es posible realizar una reconfiguración. Segundo, las características de la reconfigurabilidad y el diseño de layout están unidas. Tercero, raras veces el

rendimiento operativo se asocia con el problema de diseño. Cuarto: Los enfoques de optimización han podido resolver el problema de diseño reconfigurable.

A nivel internacional, Céspedes y Martínez (2016), realizaron un análisis de la seguridad y salud en el trabajo por la propuesta del Municipio Bayano a diversas empresas, el objetivo fue los sistemas de gestión de los mencionados temas, donde se pudo encontrar deficiencias en las normas, interpretación y aplicación de ellas por parte de la empresa hace sus trabajadores. En consecuencia 360 colaboradores (72%) afirmaron que no tenían entendimiento del asunto; 140 (28%) colaboradores indicaron que sí tenían conocimiento. Estas respuestas nos muestran que, aunque tengan todas las cualidades para realizar la RSE (Responsabilidad Social Corporativa), aún el tema es considerado como nuevo ante la localidad, por ello se debe seguir haciendo hincapié a este tema a través de revistas o investigaciones, la prioridad de realizar la RSE en todas las organizaciones. Finalmente se concluye que a pesar del interés de dichos temas aún existen limitaciones para resolver los problemas y necesidades.

A nivel nacional, Sotomayor (2016), realizó un artículo científico sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Sede Central del Gobierno Regional de Moquegua, debido al incremento de la significación de dicho tema, ya que el tema de calidad del servicio se genera debido a las necesidad y circunstancia que se van desarrollando en el transcurso del tiempo. El Municipio tiene una percepción de los mismos clientes, en ser burocrática y con excesivos procesos administrativos, es por eso que, el objetivo fue relacionar la condición del servicio y la satisfacción del usuario en dicho lugar. La población fue más de 320 personas por los mismos se trabajó con una muestra de 102 personas. Los resultados del cuestionario realizado arrojaron que la mayoría de las personas tienen altas expectativas respecto al servicio ofrecido por el Municipio y respecto de la satisfacción del servicio indicaron que se sienten satisfechos.

A nivel local, el mercado 15 de junio ubicado en el distrito de Puente Piedra se encuentra con problemas de layout (diseño), debido a que no hay una correcta distribución y orden con los diversos puestos que hay, eso hace que los clientes al inicio suelen estar confundidos o desorientados en la búsqueda de la compra de su

producto. Por ende, al no existir una óptima distribución, también hay problemas de seguridad dentro del mercado, ya que no hay áreas señalizadas de seguridad, poniendo en riesgo a los clientes y trabajadores, lo cual no permite brindar calidad en el servicio.

Es por ello que, presento el siguiente trabajo de investigación, titulado “Layout y seguridad del servicio en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, 2019”. Mostrando así esta realidad problemática en dicho trabajo, se busca dar a conocer la importancia del layout (diseño) y seguridad del servicio en una empresa, para poder brindar un buen servicio y dar a conocer correctamente nuestros servicios y productos con una correcta distribución.

Problema General ¿De qué manera se relaciona layout y seguridad del servicio en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019? Específico: 1. ¿Cómo se relaciona layout y percepciones en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019? 2. ¿Cómo se relaciona layout y expectativas en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019? 3. ¿Cómo se relaciona layout y confianza en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019?

Esta investigación fue descriptiva – correlativa porque mediante teorías y conceptos básicos se buscó encontrar la relación de las variables layout y seguridad del servicio. De manera que pueda ayudar a solucionar futuras investigaciones referentes a los inconvenientes que surgen debido al mal diseño (layout) por la falta de información, lo cual causa un desorden a futuro y no se logra brindar un servicio óptimo. De la misma manera la seguridad que debe brindar un servicio, ofreciendo la calidad que cualquier entidad de servicio o producto tiene que contar y brindar. Así mismo el empleo de este estudio será importante para encontrar las causas de origen de las ya mencionadas variables en la investigación. Los resultados de la investigación se le informará al dirigente del mercado y tendrá la responsabilidad de tomar decisiones convenientes a fin de reorganizarse y capacitar a todos los negociantes del mercado, para una mejor atención, orden y seguridad del mercado. Para ello se ha utilizado el método científico, donde se aplicará instrumentos de medición tanto para la variable 1 layout y variable 2 seguridad del servicio. Para la población se trabajó con una muestra censal para aplicar el instrumento de recolección de datos, con el objetivo de encontrar y

mostrar los resultados, conclusiones y recomendaciones de dicho mercado. La investigación se ubicó en el diseño no experimental con corte transversal y de nivel correlacional.

Objetivos General: Determinar la relación entre layout y seguridad del servicio en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019. Específicos: 1. Determinar la relación entre layout y percepciones en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019. 2. Determinar relación entre layout y expectativas en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019. 3. Determinar la relación entre layout y confianza en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

Hipótesis General: Existe relación significativa entre layout y seguridad del servicio en el Mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019. Específicos: 1. Existe relación significativa entre layout y percepciones en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019. 2. Existe relación significativa entre layout y expectativas en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019. 3. Existe relación significativa entre layout y confianza en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentarán los antecedentes nacionales tanto como internacionales para profundizar dicha investigación.

Uriarte (2018), en la tesis propuso establecer un rediseño de layout con el fin de buscar una mejora de rendimiento del área de almacén en la dicha empresa, el estudio fue de tipo aplicada y enfoque cuantitativo, nivel de tipo explicativa con diseño cuasi-experimental. Finalmente, la deducción fue que el rediseño de layout si contribuye a la mejora de la productividad del almacén, ya que se evidencio que los primeros 3 meses de evaluación había una productividad de 66.56% y una vez realizado el rediseño de layout los siguientes 3 meses la productividad aumentó un 20.06% llegando en total 79.91%.

Salguero, De La Cruz y Gutiérrez (2017), en el artículo científico se buscó la relación entre la redistribución de planta y la satisfacción del usuario en la mencionada empresa. Los resultados fueron que la distribución adecuada según el rubro del negocio era distribución por proceso, el cual logró una disminución del costo unitario del transporte, ocasionando un 70.73 % de la satisfacción del usuario interno. Finalmente, se pudo concluir que al realizar mejoras en la distribución generará reducir costos y satisfacer al cliente interno.

Ruiz (2014), en el artículo científico tuvo como fin realizar una revisión de los pensamientos teóricos prioritarios para realizar una forma de salida a los inconvenientes de distribución de plantas. Finalmente se concluyó que a través de las bases teorías y conceptos ayudaron a encontrar soluciones a los inconvenientes de la distribución de la planta.

Castañeda y Echeverría (2018), en el artículo científico tuvieron como finalidad general establecer el dominio que tiene la calidad de servicio en la mejora de la satisfacción de los consumidores en dicho restaurante. Los resultados fueron que, respecto a los establecimientos, materiales y la vestimenta del personal, los consumidores están satisfechos a un 100 % a 78%, 58% y 61%, en el mismo orden, pero en cuanto a si el establecimiento cuenta con equipos de última tecnología afirmaron que no se encontraban satisfechos en un 65% de 100%. A pesar de ello, los clientes afirmaron que la falta de tecnología no les causaba molestia pero que

si consideran que es un punto importante a considerar. Es así que la conclusión fue que la calidad de servicio si tiene un dominio directamente en la optimización de la satisfacción en los consumidores.

Ulloa (2016), en la tesis tuvo como finalidad desarrollar un método integral de administración en los sectores para reducir gastos operativos e incrementar el rendimiento económico en el mercado de calidad, seguridad, salud ocupacional y medio ambiente, para aminorar costos operativos y aumentar el beneficio económico en el mercado. En los resultados se obtuvo algunos inconvenientes que intervienen de forma dañina en la utilidad: carencia de coordinación en las labores con un 30%, dificultad en la planificación de la producción 23%, deficiente manejo en los procesos 17%, atraso en la producción por carencia de la materia prima 16% y escasez de manejo de las herramientas de evaluación que dañan la cualidad del artículo con un 14%. Finalmente, la conclusión final fue que al no tener un diseño correcto en la producción de cierta forma influía en la rentabilidad negativa que se estaba generando en la empresa, es por ello que se realizará un análisis de resultados para poder corroborar dicha conclusión.

Córdova (2015), en la tesis tuvo como objetivo plantear un perfeccionamiento en la distribución, diseño de layout y coordinación de un depósito de carga aérea doméstica de un proveedor de servicios aeroportuarios, con el fin de disminuir el traslado de la carga, incrementar el uso de los materiales y brindar un servicio seguro. En consecuencia, se consiguió que la cuota de gozo del consumidor con el trabajo de carga era de 33%, lo cual genera la percepción en ellos, que el servicio brindado es lento y sin organización. Por ello, la propuesta planteada fue redistribuir las zonas de almacén, lo cual permitirá bajar la duración de transporte en un 53%, reducir los reclamos en un 58% y aumentar la percepción del consumidor sobre el trabajo en un 22%. La conclusión final, fue que la negativa percepción del cliente se derivó de un incorrecto diseño de distribución.

Talavera (2017), en la tesis tuvo como finalidad proponer incrementar el desarrollo de la producción para disminuir el periodo de entrega de los productos. Mediante los resultados se identificaron los siguientes problemas: período de traslado 57%, periodo de espera 14%, sin stock 12%, el exceso de producción 10% y la carencia en el diálogo 7% que se debe a la demora en la producción de los

productos lo cual genera un atraso. Finalmente, se concluyó que, al tener retrasos a partir de la elaboración hasta la repartición del artículo, genera una insatisfacción en las expectativas planteadas por los jefes de áreas. Para reducir la problemática detectada, se implementará el método de las 5S' en todas las áreas con la finalidad de bajar la cantidad de prestaciones realizadas fuera de tiempo a un 50%.

Leyva, Mauricio y Salas (2016), en el artículo científico tuvieron como objetivo examinar averiguaciones actuales en las carencias de distribución de planta dentro del tema industrial a manera de elegir y comparar el significado del problema a través de alternativas de solución, prohibiciones y el trabajo del objetivo empleado. La conclusión final fue que se muestra un resumen del tiempo de la metodología representando al layout, referente a la proposición de los autores, indicando el tipo de presentación y la codificación de la representación.

Pardo (2019), en la tesis la finalidad fue conocer la mejora del tiempo en la atención a las solicitudes que se genera a través de la modificación del diseño de procesos de las solicitudes de materiales (materia prima), dado que por la demora en la atención está perjudicando la confianza entre el cliente y proveedor. En los resultados se obtuvo que al realizar dicha mejora se presentó una disminución de días en la atención a las solicitudes, teniendo como promedio inicial de 6 días y pasar con la propuesta de mejora a 2 días promedio en la atención. Concluyendo que al realizar el rediseño se logró mejorar entregar los materiales en un menor tiempo y por ende mejorar respecto a la confianza de la Empresa.

Suárez (2016), en el artículo científico tuvo como finalidad establecer si el modelo SERVQUAL enseña el grado de calidad de la prestación del Centro de Idiomas de dicha entidad. Los resultados fueron que las dimensiones del nivel de calidad del modelo SERVQUAL muestran razones que intervienen en la adquisición de conocimiento en los alumnos. La conclusión fue que a través del modelo SERVQUAL se puede saber las expectativas y percepciones que tienen en este caso los alumnos de la calidad de servicio.

Pérez y Villalobos (2016), en el artículo científico buscó relacionar la calidad de servicio entre el gozo de los usuarios en la mencionada empresa. Los resultados fueron que referente al equipamiento tecnológico, el cumplimiento de promesas, los

clientes se encuentran insatisfechos en un 70,5% y 64,4% de un 100% en el mismo orden. La conclusión final fue que la empresa no brinda una correcta atención al cliente según las dimensiones del Modelo SERVQUAL, pero que si tiene la posibilidad de mejora.

Jiménez y Gómez (2014), en el artículo científico tuvieron como finalidad elaborar un ejemplo de representación para sugerir y estudiar avances de cualquier lugar donde reparten comida comestible. El resultado al ejecutar el modelo de simulación se obtuvo un 40% de aumento de rendimiento del sistema.

Castro y Galindo (2018), en la tesis obtuvo como finalidad apoyar la excelencia de la función operativa de la empresa Congelados Trust S.A.S., a través de la producción de un diseño de layout para la reciente fábrica de elaboración de artículos pre cocidos en la ciudad de Bogotá. Las conclusiones fueron que las alternativas que unen con el diseño encuentran distintas apreciaciones para ser analizado y formar una impecable distribución, puesto que con un plan flexible se podrá complacer y adecuarse a variaciones del servicio o en la llegada de nuevos productos, asegurando una mayor agilidad de materiales, y usuarios. Con la invitación de poner en planta para la ingeniosa infraestructura escogida, se detalla una disminución de 10.52% en la etapa de ciclo de proceso (min) en 62 correlación a la planta actual y una decaída de 21.63% en el espacio recorrido por las etapas de la fase de fabricación.

Salazar y Cabrera (2016), en el artículo científico la finalidad fue valorar la calidad de servicio en la evolución de matrícula en la mencionada Universidad. Los resultados mediante el cuestionario SERVQUAL resalta que la calidad del servicio es mediana de acuerdo a opiniones de usuarios. Al terminar el estudio tuvo como conclusión que los usuarios se sienten inconformes con el servicio recibido, pero que mediante el cuestionario de Modelo SERVQUAL se pudo distinguir cuales son los pedidos de los clientes a mejorar.

Jiménez y Gómez (2014), en el artículo científico tuvieron como finalidad brindar el nivel de servicio solicitado al más bajo costo posible. Los resultados fueron que se hicieron una serie de experimentos; ya sea repartición en fábrica del almacén, arreglos en los procesos de recepción y entregas, adquiriendo así una

configuración que incrementa la productividad del sistema en estudio equivalente a un 40%. La conclusión final fue que los niveles de servicio de recepción y servicio de despacho aumentaron en 60,4% respecto a la evaluación previa, mientras que el periodo de respuesta de recepción y el periodo de respuesta de entrega disminuyó en 3,7%.

Vega, Mejías, Cadena y Vásquez (2015), en el artículo científico tuvieron como finalidad decidir el nivel de calidad en los servicios académicos prestados en la Universidad. Para los resultados se trabajó con el Modelo SERVQUAL, donde se obtuvo un 81,24% en calidad del servicio, por el cual se considera muy bueno. Finalmente se concluyó que el servicio brindado es bueno pero que de todas formas se tiene que lograr la excelencia, por ello se sugiere realizar una idea de mejora.

Yakubu (2015), en la tesis tuvo como fin buscar la mejoría de la confiabilidad de la infraestructura ferroviaria tomando en cuenta las áreas de riesgo y de no conformidad. El método de investigación que se usó fue aplicado con el fin de obtener una categorización de mejora en las fallas más críticas de la infraestructura, la información se recolectó a través de estudios de literatura, consultas a ingenieros y visitas a depósitos de ferrocarriles. Las conclusiones fueron, que las vías no tienen una inspección de mantenimientos fijos en el tiempo, además que se toman decisiones de mantenimiento sin tener en cuenta la vida de diseño del riel, utilización y la degradación de las vías. Por ello, se evaluaron técnicas de mejora para encontrar el adecuado método para ayudar a la mejoría de las vías ferrocarriles.

Sortino (2001), en el artículo científico obtuvo como objetivo examinar datos vinculados con estudios de mercado, ventajas impositivas, suministros de materias primas, adquisición de mano de obra mejor capacitada, proveedores de partes y servicios y lo que comprende a funcionalidad de la entidad, obteniendo servicios, energías y traslados disponibles en oportunidad y costos. Los resultados fueron que se consiguió dentro del lugar de radiación, logros sorprendentes vinculados con impuestos y gastos de servicios. Como conclusión final la entidad consiguió reducir costos consiguiendo que lo expandido en tres plantas se centre en una sola, ahorrando circulación de componentes, optimización general de mano de obra,

logística por dentro y por fuera, disminución de trámites entre sectores, inspección de cantidad y calidad eficientes.

Wilson (2017). En la tesis el objetivo general de la investigación fue proponer directivas para innovar la calidad en el sector de la atención secundaria de salud acorde a la base de resultados del estudio empírico. La investigación trabajó con la metodología de modelo teórico basado en la literatura existente. El autor concluyó que, se pueden obtener modelos para la mejora de calidad en la atención médica por autónomo, puesto que los resultados del estudio de los modelos brindados fueron dispuestos como equivocados para hacerse juntos.

Para profundizar esta investigación y el estudio de las variables, se presentarán teorías de ambas variables, primero de layout y posteriormente respecto a la seguridad del Servicio, dimensión del Modelo SERVQUAL de Calidad del Servicio.

Muther (1968) presentó el planteamiento Sistemático Layout o SLP (de Systematic Layout Planning). Hecho que fue ejercido a producción de traslado, almacenamiento, servicios, funciones de despacho entre otros. La teoría del SLP fue originado como un orientador para el diseño de distribución de fábrica, aunque creado para ejercer en cualquier uso se ha centrado en el área industrial, dada la complejidad que se asume y que el SLP brinda es un camino destinado a ejecutar el proceso layout, en palabras de Muther (1968) “permite identificar, valorar y visualizar todos los componentes involucrados en la implantación y las relaciones existentes entre ellos” El trámite SLP empieza con la recopilación de datos y tareas y se plantea el diagrama de relación. Obteniendo el lugar solicitado y en el vacante se edifica el diagrama de relación de espacios. El progreso de las alternativas de distribución se logra con las contemplaciones y limitaciones prácticas. El SLP entiende tres áreas: Análisis, Búsqueda y Selección.

La topogénesis o teoría del lugar de Josep Muntañola (1996), equilibra tres tiempos esenciales para la arquitectura: cosmológico, psicológico e histórico social y se da como base principal de la concepción arquitectónica a partir de dos esquemas: problemática y necesidades con soluciones y criterios. En el primero, se deducen a nivel cosmológico todos aquellos aspectos físicos y tangibles del

lugar, el entorno y programa de necesidades de la propuesta. En el tiempo psicológico, o llamado mental, se disponen aspectos observados intangibles respecto a esquemas de trabajo y necesidades por uso. Para terminar, a nivel histórico social, como su nombre lo dice, se abordan tópicos vinculados al cliente, dinámicas y formas de vida.

Para tener el claro concepto de layout, se usarán definiciones de autores, mencionados a continuación. Según Gadelha, Bessa y Moura (2015, p. 160) es el arreglo físico, el diseño o la distribución física de los procesos y recursos que están de la mano a una entidad o fábrica. En pocas palabras, es la descripción de dónde ubicar las áreas, las máquinas, instalaciones. Querer realizar un rediseño significa que se tiene la necesidad de cambiar y eso se puede deber a distintos factores como: el uso del espacio, los costos, producción flexibilidad y la capacidad. Para Muther (como se citó en Ruiz, 2014, pág. 121) indica que la asignación o disponibilidad del conjunto (instalaciones, máquinas, etc.) e instalaciones de empleo, es una cuestión inevitable para todos los centros industriales y comerciales; es imposible evitarlo. El objetivo en la adjudicación de plantas (o en plantas) es hallar una organización entre los espacios de trabajo y del personal, con el fin de que sea menos costosa para laborar, al igual que la más fiable y agradable para los empleados.

De acuerdo a estos conceptos, se presentarán las siguientes dimensiones: distribución, capacidad y necesidad del cambio.

Distribución: Tompkins (como se citó en Ruiz, 2014, pág. 121) la distribución de planta se aplica a la selección de la resolución de las instalaciones físicas no solo en las plantas, sino además en oficinas, centros de salud, aeropuertos, centros comerciales y todo tipo de instalaciones. Otra designación más clara es la “distribución de las instalaciones”. En relación a Casals, Roca y Forcada, la distribución se evaluará por medio de los siguientes indicadores: orden, disposición y organización.

Capacidad: Huertas y Domínguez (2008 p. 174) la capacidad de servicio se genera según sea la unidad de producción durante una cierta fase de tiempo. La capacidad está considerablemente relacionada con la localización y la distribución

que tenga un negocio, ya que según sea la localización habrá demanda y depende de ello se verá la capacidad. En relación a Huertas y Domínguez, la capacidad se evaluará por medio de los siguientes indicadores: localización, demanda y condiciones.

Necesidad del cambio: De la Fuente, Parreño y Fernández, entre otros (2008 p. 117) la empresa se puede enfrentar en un determinado momento a la necesidad de realizar un rediseño de la distribución actual y replantearse realizar diversos cambios, tales como el volumen de producción, procesos y la tecnología que se utiliza. Todo esto con el previo análisis de las deficiencias que cuenta la distribución de la empresa. En relación a De la Fuente, Parreño y Fernández, la necesidad del cambio se medirá a través de los siguientes indicadores: rediseño, replanteamiento y deficiencias.

Seguidamente se van a mostrar las teorías que se encontró pertinentes para el estudio de seguridad del servicio.

El autor de la teoría de control de calidad fue el Doctor Armand V. Feigebaum (1991), quiso diseñar un formato con distintos pasos replicables que permitiera obtener la mejor condición en todo tipo de productos. Es así que desaparece el factor suerte durante el proceso para lograr la mejor satisfacción del consumidor. Sus principios básicos son los siguientes: 1) Actualmente, por la gran similitud de productos que hay en los establecimientos, el o la consumidora se centra en los detalles de las diferencias de cada producto. Por ello, la condición del artículo debe ser considerada muy importante para que cada consumidor lo pueda adquirir. 2) La calidad de los artículos es una de las claves del éxito y la mejora de una entidad. 3) La calidad viene de la dirección de la entidad: de este modo, si se entienden favorablemente con los dirigentes, los productos originados por la empresa tendrán la mejor condición posible.

El autor de la teoría de los 13 principios fue Jesús Alberto Viveros Pérez. Al ser empleadas las reglas, se lograba la mejor calidad en la elaboración de un producto o servicio, nombramos a continuación las 13 reglas: 1) Desde un inicio realizar bien las cosas. 2) Enfocarse en las prioridades que puedan tener los consumidores. 3) Ver soluciones ante las adversidades en lugar de justificarlas. 4)

No perder el ánimo. 5) Tener buen trato entre compañeros de trabajo. 6) Hacer la labor correctamente. 7) Ser puntual. 8) Sostener un ambiente cordial. 9) Hacer un mea culpa y mejorar para evitarlos. 10) Mantener la humildad para conocer más cosas de las personas. 11) Ser cuidadoso con el trabajo a realizar y organizado con los materiales a emplear. 12) Capaz de tomar el liderazgo en el grupo laboral. 13) Hacer las cosas con más agilidad.

Para entender el concepto de seguridad del servicio sobre el cual llega de una de las dimensiones del Modelo Servqual, que es una táctica para determinar la categoría del servicio. De esta manera, se embarcó viendo las descripciones de autores de calidad de servicio.

Modelo Servqual: Matsumoto (2014 p; 185) nos dice que es un método de estudio comercial que sirve para calcular la calidad de servicio, descubriendo las expectativas y apreciaciones de los usuarios. Este modelo brinda información detallada de las opiniones, comentarios y sugerencias de las personas. Además, recibe información de los trabajadores sobre las aspiraciones y puntos de vista de cada uno. El fin de este procedimiento es recoger información para resaltar en calidad de servicio Por otro lado, Zeithaml, Bitner y Gremler (como se citó en Matsumoto, 2009, pág. 187), ellos mencionan cinco dimensiones: Fiabilidad, sensibilidad, seguridad, simpatía, elementos tangibles. Dando la definición de seguridad como el conocimiento que debe tener una empresa para brindar atención a través de habilidades que generen confianza y credibilidad.

Para Zeithaml, Bitner y Gremler (como se citó en Salazar y Cabrera, 2016, pág. 14) indica que la seguridad del servicio pertenece a una de las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL, este modelo evalúa la calidad del servicio a través de la desemejanza entre las percepciones y las expectativas de los usuarios. Este mide la calidad del servicio a partir del punto de vista del consumidor. La dimensión seguridad se trata del entendimiento del trabajo dado y gentileza de los colaboradores, sumado a la capacidad de brindar confianza al usuario. Respecto a la Calidad del Servicio: Deming (como se citó en Vega, Mejías, Cadena y Vásquez, 2015, pág. 20) para hablar de la calidad se tienen que interpretar las necesidades próximas de los clientes en cualidades para que así el producto pueda ser trabajado

de acuerdo a lo que el cliente desea pagar por ello. Igualmente, Ishikawa (como se citó en Vega, Mejías, Cadena y Vásquez, 2015, pág. 20) los cuales dicen que la calidad se refleja a través del cumplimiento de la perspectiva que tiene el consumidor hacia un producto específico.

En base a estas definiciones, se procederá a presentar las siguientes dimensiones: percepciones, expectativas, confianza.

Percepciones: Dvoskin (2004 p. 192) señala que las percepciones de los usuarios son en base al servicio o producto ofrecido, estos son capaces de influenciar al momento de realizar una compra, donde se puede encontrar dos posibilidades a la hora de decidir: calidad o precios bajos. En relación a Dvoskin, las percepciones se medirán a través de los siguientes indicadores: experiencias, cualidades y atributos de un servicio.

Expectativas: Kotler (2002 p.21) indica que, para que el consumidor quede contento, o no, después de su adquisición dependerá del desempeño relacionado con las expectativas de la persona que va adquirir el producto. De acuerdo a esto si el rendimiento no convence al cliente, este no quedará contento, sin embargo, si cumple con los requisitos que pide el consumidor éste quedará satisfecho. Si el rendimiento sobrepasa sus gustos, el cliente quedará muy insatisfecho. En relación a Kotler, las expectativas se medirán a través de los siguientes indicadores: rendimiento, satisfacción y desempeño.

Confianza: Molinillo (2014 p.139) señala que el consumidor necesita tener confianza con la empresa, en otras palabras, saber que la empresa cumplirá con sus promesas y tener la certeza de que el producto que va a adquirir sea bueno y no tenga fallos a futuro. El consumidor necesita afianzarse tanto en la entidad como también con los que laboran en él, de lo contrario la entidad no podrá ejercer uso de sus recursos adecuadamente. En relación a Molinillo, la confianza se medirá a través de los siguientes indicadores: experiencias positivas, fidelidad y cumplimiento de promesas.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

En la indagación se utilizó el enfoque cuantitativo con un método hipotético deductivo. De acuerdo a Hernández, et al. (2014), describe que la orientación cuantitativa se trata de recoger información para después corroborar la probabilidad referente a la medición numérica y el estudio estadístico (p. 37).

El tipo de investigación es aplicada, según Rodríguez (2003 p. 23) señala que se necesita de definiciones y teorías. Se utiliza para problemas y características exactas. Es decir, va dirigido para utilizar la información en un caso determinado. Y de nivel correlacional, ya que, según Hernández, et al. (2014), el objetivo es saber la conexión que hay entre dos o más variables (p. 93).

El diseño de investigación es no experimental. Según Hernández, et al. (2014) manifiesta que en este diseño se ejecuta una investigación sin alterar las variables y solo se visualiza a los fenómenos en su hábitat natural para analizarlos (p. 152). Asimismo, el diseño es de corte transversal, según Hernández, et al. (2014) indica que este diseño se basa en recolectar los datos en un solo periodo, es decir por solo una vez en un tiempo determinado. Con la finalidad de explicar y estudiar la relación de las variables (p. 154).

3.2. Variables y operacionalización

En la indagación se trabajó con dos variables: Layout (variable 1) y seguridad del servicio (variable 2), donde se definió de manera conceptual, considerando las dimensiones e indicadores, además se detalló a que ítem pertenece cada indicador, el instrumento y escala de medición (ver Anexo 1).

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Hernández, et al. (2014), define que la población es un grupo total de los temas que concuerden con determinados temas (p. 174). En esta investigación la población total está compuesta por 50 negociantes, los mismos que son socios del Mercado 15 de junio, ubicado en Laderas de Chillón del Distrito de Puente Piedra.

Para Hernández, et al. (2014), menciona que la muestra es el subgrupo que representa a la población sobre la cual se adquirirá datos (p. 175). La muestra fue censal, porque se trabajó con el total de la población. Por lo mismo, Hernández, et al. (2014), expresa que el muestrario censal se desarrolla cuando comprende a toda la población (p. 177).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según Borda, Tuesta y Navarro (2009 p. 45) indica que los métodos de recopilación de datos abarcan el incremento de los conocimientos del que investiga acerca de las conductas del problema que se estudia. Tener pasos a seguir nos hace más fácil culminar el proceso, conseguir la información sistemática de nuestro objeto que estudiamos y en la condición en que se encuentra. Asimismo, según Zapata (2005 p. 187) señala que, en las tareas de indagación con metodología cuantitativa, las estrategias más usadas son la encuesta o sondeo.

Y es por ello que en esta investigación se trabajó con la técnica de la encuesta. Según Navas (2010 p. 153) emplear la metodología de encuestas es funcional cuando la función primordial de su uso es describir los rasgos de una población de un lugar y la similitud de dichos rasgos, ya que su capacidad principal es la de generar datos.

Hernández, et al. (2014), señala que el instrumento es el medio que usa el autor para guardar información o datos de las variables a investigar (p. 199). El instrumento que se utilizó fue el cuestionario tipo Likert, de 20 ítems compuesto por los 18 indicadores y 50 encuestados.

Hernández, et al. (2014), indica que el cuestionario es un grupo de dudas según a las variables que se vayan a medir y donde se podrá recolectar datos (p. 250).

Asimismo, Hernández, et al. (2014), expresa que la validez es el nivel donde el instrumento mide con certeza la variable que debe medir (p. 233).

Por ello, en relación a la validez de instrumento, fue revisado por expertos con grados académicos de Doctor y Magister, donde después de una minuciosa revisión y corroborar concordancia entre los ítems y los indicadores, dieron como

resultado que el cuestionario es aplicable en la investigación. Dicho registro se encuentra en la Tabla 1 (ver Anexo).

Hernández, et al. (2014) menciona que a través de la confiabilidad del instrumento se podrá medir el grado de validez de los resultados (p. 233).

Por esa razón, se buscó la fiabilidad del cuestionario a través del método de Alfa de Cronbach. El cuestionario fue de escala Likert (5 categorías), el cual se usó para medir las variables de layout y seguridad del servicio, por medio del SPSS 25.

Según detalla Huamanchumo y Rodríguez (2015) en la Tabla 2 (ver Anexo) el Baremo de confiabilidad del Alfa de Cronbach tiene 5 valores, donde el menor nivel (1) tiene un intervalo de 0.00 – 0.19 y es considerado como “despreciable”, por otro lado, el nivel más alto (5) tiene un intervalo de 0.80 – 1.00 considerándose como “muy alta”.

Posterior a dicha información, se procedió a trabajar con los resultados obtenidos del cuestionario a través del SPSS 25, donde se realizó la operación de correlación entre las variables layout y seguridad del servicio, obteniendo un resultado de fiabilidad 00,686 (ver Tablas 3 y 4 en Anexo), este resultado se encuentra en un nivel 4, con un valor asignado de “marcada”, afirmando así que el instrumento tiene una confiabilidad alta.

3.5. Procedimientos

La presente indagación se elaboró en tres etapas: En la primera etapa se realizó la selección de teorías con el fin de describir las variables, dimensiones e indicadores, por consiguiente, se inició con el desarrollo de la tesis presentada. La segunda etapa se elaboró la recopilación de datos empleando las técnicas de investigación que dieron paso a la obtención de datos, por lo que fueron utilizados en los procesos estadísticos de análisis e interpretación de los resultados alcanzados en el estudio. Finalmente, la tercera etapa estuvo conformada por la incorporación de los resultados obtenidos, siendo una parte esencial de la investigación y a través de la discusión se logró verificar y aceptar la relación de las variables, para luego realizar la conclusión y brindar las correspondientes recomendaciones.

3.6. Métodos de análisis de datos

Para el análisis de datos se utilizó el programa estadístico de SPSS 25. Según Padroza y Dicoovsky (2006 p. 33) es un software estadístico con enormes propiedades gráficas que el mismo software tiene, este simplifica tanto el análisis de la información, como su diseño gráfico.

También se utilizó el Alfa de Cronbach. Según Molina (2008 p. 73) este coeficiente examina exactamente la solidez interna de la escala como una extensión de su fiabilidad a través de los resultados de su correlación entre los ítems de dicha escala.

3.7. Aspectos éticos

En la investigación no se realizaron manipulaciones a los resultados, es por ello que, se reafirma la veracidad de estos, además, se respetó y se utilizó con responsabilidad la propiedad intelectual. Por esas razones este trabajo se basa en los siguientes valores: Respeto, Veracidad, Honestidad y Responsabilidad.

IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo de resultados.

A continuación, se muestran los resultados adquiridos de las 50 personas encuestadas, dicha información será analizada teniendo en cuenta la Tabla 5 (ver Anexo) de calificación en la escala de Likert, donde se clasifica en 5 niveles: Nunca es Muy Bajo (MB), Casi Nunca es Bajo (B), A veces es Medio (M), Casi Siempre es Alto (A) y Siempre es Muy Alto (MA) para la correspondiente descripción de los resultados.

Tabla 6.

Descripción de la variable layout

		Variable layout (agrupado)			
		Frecuencia (F)	% (P)	% válido (PV)	% acumulado (PA)
Válido	MB	1	2,0	2,0	2,0
	B	15	30,0	30,0	32,0
	B	20	40,0	40,0	72,0
	A	11	22,0	22,0	94,0
	MA	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS V.25.

Interpretación: En la Tabla 6 se muestran los resultados del estudio, donde el 40% indicaron que la variable layout se encuentra en un nivel M; el 30% señalaron que se ubica en un nivel B y el 22% en un nivel A; por otro lado, el 6% expresaron que se sitúa en un nivel MA y el 2% indicaron que se localiza en un nivel MB.

Descripción de la dimensión distribución

En la Tabla 7 (ver Anexo) se trabajó con la información recaudada del cuestionario correspondiente a la dimensión distribución, a través de la SPSS V. 25 se obtuvo la F, P, PV y PA clasificado en 5 niveles.

A través de los resultados del estudio, se interpretó lo siguiente: El 34% indicaron que la dimensión distribución se encuentra en un nivel M; el 26% mencionaron que se encuentra en un nivel MA; por otro lado, el 22% señalaron que se encuentra en un nivel MB y el 18% señalaron que se encuentra en un nivel A.

Descripción de la dimensión capacidad

En la Tabla 8 (ver Anexo) se trabajó con la información recaudada del cuestionario correspondiente a la dimensión capacidad, a través de la SPSS V. 25 se obtuvo la F, P, PV y PA clasificado en 5 niveles.

A través de los resultados del estudio, se interpretó lo siguiente: El 48% respondieron que la dimensión capacidad se ubica en un nivel B; el 26% afirmaron que se ubica en un nivel M y el 18% en un nivel MA; sin embargo, el 6% señalaron que se ubica en un nivel MB y el 2% expresaron que se encuentra en un nivel A.

Descripción de la dimensión necesidad del cambio

En la Tabla 9 (ver Anexo) se trabajó con la información recaudada del cuestionario correspondiente a la dimensión necesidad del cambio, a través de la SPSS V. 25 se obtuvo la F, P, PV y PA clasificado en 5 niveles.

A través de los resultados del estudio, se interpretó lo siguiente: El 36% respondieron que la dimensión necesidad del cambio se ubica en un nivel MA; el 30% indicaron que se encuentra en un nivel MB; mientras que, el 28% señalaron que se encuentra en un nivel M y el 6% expresaron que se encuentra en un nivel A.

Descripción de la dimensión percepciones

En la Tabla 10 (ver Anexo) se trabajó con la información recaudada del cuestionario correspondiente a la dimensión percepciones, a través de la SPSS V. 25 se obtuvo la F, P, PV y PA clasificado en 5 niveles.

A través de los resultados del estudio, se interpretó lo siguiente: El 38% respondieron que la dimensión percepciones se ubica en un nivel M; el 26% indicaron que se encuentra en un nivel MA y el 22% en un nivel MB; mientras que, el 10% señalaron que se encuentra en un nivel B y el 4% expresaron que se encuentra en un nivel A.

Descripción de la dimensión expectativas

En la Tabla 11 (ver Anexo) se trabajó con la información recaudada del cuestionario correspondiente a la dimensión expectativas, a través de la SPSS V. 25 se obtuvo la F, P, PV y PA clasificado en 5 niveles.

A través de los resultados del estudio, se interpretó lo siguiente: El 50% respondieron que la dimensión expectativas se ubica en un nivel B; el 26% indicaron que se encuentra en un nivel MB; mientras que, el 20% señalaron que se encuentra en un nivel MA y el 4% que se encuentra en un nivel M.

Descripción de la dimensión confianza

En la Tabla 12 (ver Anexo) se trabajó con la información recaudada del cuestionario correspondiente a la dimensión confianza, a través de la SPSS V. 25 se obtuvo la F, P, PV y PA clasificado en 5 niveles.

A través de los resultados del estudio, se interpretó lo siguiente: El 42% respondieron que la dimensión confianza se ubica en un nivel MA; el 30% indicaron que se encuentra en un nivel MB; mientras que, el 28% indican que se establece en un nivel A.

Análisis estadístico inferencial.

Tabla 13.

Prueba de normalidad de hipótesis

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Layout	,236	50	,000	,917	50	,002
Seguridad de servicio	,160	50	,003	,946	50	,024

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS V.25.

Interpretación: En base a la muestra que fue de 50 elementos, se usó el estadístico de Kolmogórov-Smirnov, ambas variables muestran un resultado de $p = \text{sig.} < 0,05$; por lo cual, se procedió a aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, asimismo, se observa que los datos muestran una distribución no normal y se constata que es una prueba no paramétrica, por ello, se usó Spearman. Según Hernández, et al. (2010), indica que “Es una forma de correlación hacia variables con un nivel de medición ordinal; los sujetos o unidades de la muestra pueden agruparse según categorías” (p. 355).

Tabla 14.

Coefficiente de Correlación de Spearman

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja

0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández Sampieri et al. (2005, p. 355)

Prueba de hipótesis.

Prueba de hipótesis general.

Hipótesis Nula (Ho): No existe relación significativa entre layout y seguridad del servicio en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

Hipótesis Alterna (H1): Existe relación significativa entre layout y seguridad del servicio en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

Tabla 15.

Correlación de Spearman entre la variable layout y seguridad del servicio

		Layout	Seguridad del servicio
Rho de Spearman	Layout	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	50
	Seguridad del servicio	Coeficiente de correlación	,966**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: SPSS V.25.

Interpretación: En la Tabla 15 se puede visualizar que entre las variables layout y seguridad del servicio hay un valor positivo de 0.966; de acuerdo al Coeficiente de Correlación de Spearman (Tabla 14) se afirma que existe una correlación positiva muy alta entre layout y seguridad del servicio. Por otro lado, se observa que después de ejecutar la prueba estadística se alcanzó un p valor de 0,000, entonces

indica que el coeficiente de correlación es menor a la significancia ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Finalmente, queda determinado que layout y seguridad del servicio si existe una relación significativa.

Prueba de hipótesis específicas.

Hipótesis específica 1.

Ho: No existe relación significativa entre layout y percepciones en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

H1: Existe relación significativa entre layout y percepciones en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

Correlación de Spearman entre la variable layout y la dimensión percepciones

En la Tabla 16 (ver Anexo) se buscó saber la correlación existente entre la variable layout y la dimensión percepciones a través de la SPSS V. 25. Donde se obtuvo el coeficiente de correlación con significancia bilateral

A través de los resultados del estudio se puede observar que entre la variable layout y la dimensión percepciones hay un valor positivo de 0.605; de acuerdo al Coeficiente de Correlación de Spearman (Tabla 14) se afirma que existe una correlación positiva moderada entre layout y percepciones. Por otro lado, se observa que después de ejecutar la prueba estadística se alcanzó un p valor de 0,000, entonces indica que el coeficiente de correlación es menor a la significancia ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Finalmente, queda determinado que layout y percepciones si existe una relación significativa.

Hipótesis específica 2.

Ho: No existe relación significativa entre layout y expectativas en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

H1: Existe relación significativa entre layout y expectativas en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

Correlación de Spearman entre la variable layout y la dimensión expectativas

En la Tabla 17 (ver Anexo) se buscó saber la correlación existente entre la variable layout y la dimensión expectativas a través de la SPSS V. 25. Donde se obtuvo el coeficiente de correlación con significancia bilateral

A través de los resultados del estudio se puede observar que entre la variable layout y la dimensión expectativas hay un valor positivo de 0.600; de acuerdo al Coeficiente de Correlación de Spearman (Tabla 14) se afirma que existe una correlación positiva moderada entre layout y expectativas. Por otro lado, se observa que luego de aplicar la prueba estadística se obtuvo un p valor de 0,000, entonces indica que el coeficiente de correlación es menor a la significancia ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Finalmente, queda determinado que layout y expectativas si existe una relación significativa.

Hipótesis específica 3.

Ho: No existe relación significativa entre layout y confianza en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

H1: Existe relación significativa entre layout y confianza en el Mercado 15 de Junio, Puente Piedra, Lima, 2019.

Correlación de Spearman entre la variable layout y la dimensión confianza

En la Tabla 18 (ver Anexo) se buscó saber la correlación existente entre la variable layout y la dimensión confianza a través de la SPSS V. 25. Donde se obtuvo el coeficiente de correlación con significancia bilateral

A través de los resultados del estudio se puede observar que entre la variable layout y la dimensión confianza hay un valor positivo de 0,491; de acuerdo al Coeficiente de Correlación de Spearman (Tabla 14) se afirma que existe una correlación positiva moderada entre la layout y confianza. Por otro lado, se observa que luego de aplicar la prueba estadística se obtuvo un p valor de 0,000, entonces indica que el coeficiente de correlación es menor a la significancia ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Finalmente, queda determinado que layout y confianza si existe una relación significativa.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo al objetivo general (OG) del estudio, que fue determinar la relación entre layout y seguridad del servicio en el Mercado 15 de Junio, los resultados alcanzados a través del estudio realizado pudieron demostrar que si existe una relación positiva.

De los trabajos previos, se utilizará el estudio de Salguero, De La Cruz y Gutiérrez (2017), busco la relación entre la redistribución de planta y la satisfacción del usuario en la mencionada empresa. Los resultados fueron que la distribución adecuada según el rubro del negocio era distribución por proceso, el cual logro una disminución del costo unitario del transporte, logrando así la satisfacción del cliente interno. El cual de la misma manera los resultados obtenido en esta investigación y por Salguero, De La Cruz y Gutiérrez se logró alcanzar el OG, en cual fue que si existe una relación entre la distribución de plata y la satisfacción interna del cliente. Donde se puede apreciar en el estudio que el cliente al ver mejoras en la distribución les genera satisfacción, por otro lado, en esta investigación se puede concluir que en el Mercado 15 de Junio consideran igualmente que el layout y seguridad del servicio van de la mano.

Según a la discusión por metodología, la tesis en base al OG mencionado anteriormente se trabajó a través del método cuantitativo, dado que el procedimiento para la obtención de datos fue por medio del cuestionario y el análisis de ello se realizaron en el software estadístico SPSS, para así contrastar los resultados con las hipótesis; fue de tipo aplicado, debido a que se utilizó una variedad de teorías relacionados al layout y seguridad del servicio con la finalidad de sustentación; fue de nivel correlacional, porque la finalidad de la tesis fue hallar una relación entre layout y seguridad del servicio, el planteamiento de este nació a partir de observaciones y la muestra obtenida fue en determinado tiempo. Para el análisis de la población, se practicó una muestra censal, es decir, la encuesta se realizó a la totalidad de trabajadores. El estudio que tiene más relación con la investigación realizada es de Uriarte (2018), el estudio fue de tipo aplicada y enfoque cuantitativo, nivel de tipo explicativa con diseño cuasi-experimental. Llegando a la conclusión que el rediseño de layout si contribuye a la mejora de la productividad del almacén. Como se pudo apreciar en la investigación de Uriarte

(2018), se tiene cierta similitud en la metodología, a excepción del nivel y diseño el autor trabajo en base del nivel explicativa con diseño cuasi-experimental, por lo que tuvo que poner a prueba la investigación realizada.

En base a la discusión por resultados, se mostró por medio de la prueba estadística del SPSS que existe una correlación positiva entre layout y seguridad del servicio, ya que el resultado estadístico de significancia fue 0,000, se logró afirmar que ambas variables se relacionan entre sí (Tabla 16). Estos resultados fueron similares a la investigación realizada por Ulloa (2016), esta tuvo como finalidad desarrollar un sistema integral de gestión en las áreas para reducir costos operativos y mejorar la rentabilidad económica. En los resultados se obtuvo algunos problemas que están influenciando negativamente en la rentabilidad: falta de coordinación en las labores con un 30%, dificultad en la planificación de la producción 23%, deficiente manejo en los procesos 17%, atraso en la producción por carencia de la materia prima 16% y escasez de manejo de los instrumentos de medición que dañan la calidad del producto con un 14%. Finalmente, la conclusión fue que al no tener un diseño correcto en la producción de cierta forma influía en la rentabilidad negativa que se estaba generando en la empresa, es por ello que se realizara un análisis de resultados para poder corroborar dicha conclusión.

Respecto a la hipótesis específica (HE) 1, se logró demostrar que existe una relación significativa entre layout y percepciones en el Mercado 15 de Junio, en consecuencia, al resultado estadístico de significancia 0,000, mostrando una relación moderada (Tabla 17). Los resultados mantienen semejanza con Córdova (2015), el estudio tuvo como objetivo plantear un avance en la entrega, diseño de Layout y coordinación de un almacén de carga aérea doméstica de un proveedor de servicios aeroportuarios, con el fin de disminuir el traslado de la carga, incrementar el uso de los materiales y brindar un servicio seguro. En los resultados se obtuvo que el nivel de gozo del consumidor con el trabajo de carga era de 33%, lo cual genera la percepción en ellos, que el servicio brindado es lento y sin organización. Por ello, la propuesta planteada fue redistribuir las zonas de almacén, lo cual permitirá bajar la duración de transporte en un 53%, reducir los reclamos en un 58% y aumentar la percepción del consumidor sobre el trabajo en un 22%. La

conclusión final, fue que la negativa percepción del cliente derivaba de un incorrecto diseño de distribución.

Respecto a la HE 2, se logró demostrar que existe una relación significativa entre layout y expectativas en el Mercado 15 de Junio, en consecuencia, al resultado estadístico de significancia 0,000, mostrando una relación moderada (Tabla 18). Los resultados mantienen semejanza con el trabajo de Talavera (2017), el cual tuvo como finalidad proponer incrementar el desarrollo de la producción para disminuir el periodo de entrega de los productos. Mediante los resultados se identificaron los siguientes problemas: período de traslado 57%, período de espera 14%, sin stock 12%, el exceso de producción 10% y la carencia en el diálogo 7%. Finalmente, se concluyó que, al tener retrasos desde la producción hasta la entrega del producto, genera una insatisfacción en las expectativas planteadas por los jefes de áreas. Para reducir la problemática detectada, se implementará el método de las 5S' en todas las áreas con la finalidad de bajar la cantidad de prestaciones realizadas fuera de tiempo a un 50%.

Respecto a la HE 3, se logró demostrar que existe una relación significativa entre layout y confianza en el Mercado 15 de Junio, en consecuencia, al resultado estadístico de significancia 0,000, mostrando una relación moderada (Tabla 19). Los resultados mantienen semejanza con el trabajo de Pardo (2019) donde la finalidad fue conocer la mejora del tiempo en la atención a las solicitudes que se genera a través de la modificación del diseño de procesos de las solicitudes de materiales (materia prima), dado que por la demora en la atención está perjudicando la confianza entre el cliente y proveedor. En los resultados se obtuvo que al realizar dicha mejora se presentó una disminución de días en la atención a las solicitudes, teniendo como promedio inicial de 6 días y pasar con la propuesta de mejora a 2 días promedio en la atención. Concluyendo que al realizar el rediseño se logró mejorar entregar los materiales en un menor tiempo y por ende mejorar respecto a la confianza de la Empresa.

VI. CONCLUSIONES

Tras el estudio realizado, se finalizó cumpliendo con el OG, ya que se mostró en la investigación una alta correlación y significancia estadística (Tabla 16), afirmando la hipótesis general y determinando una relación entre layout y seguridad del servicio en el mercado 15 de junio.

Respecto al objetivo específico (OE) 1, se determinó que existe una relación entre layout y percepciones, gracias a los resultados estadísticos se afirma una alta correlación y significancia estadística (Tabla 17) por ende, se finalizó que la HE 1 es verdadera, estableciendo que si hay una relación significativa entre layout y percepciones en el mercado 15 de junio.

En relación al OE 2, se determinó que existe relación entre layout y expectativas, gracias a los resultados estadísticos se afirma una alta correlación y significancia estadística (Tabla 18) por ende, se finalizó que la HE 2 es verdadera, estableciendo que si hay una relación significativa entre layout y expectativas en el mercado 15 de junio.

Por último, en el OE 3, se determinó que existe relación entre layout y confianza, gracias a los resultados estadísticos se afirma una alta correlación y significancia estadística (Tabla 19) por ende, se finalizó que la HE 3 es verdadera, estableciendo que si hay una relación significativa entre layout y confianza en el mercado 15 de junio.

VII. RECOMENDACIONES

Según el análisis elaborado del conjunto de resultados alcanzados a través del presente, se planteó al Dirigente del Mercado 15 de Junio lo siguiente:

Primera: Se recomienda realizar mejoras respecto a la distribución de las áreas, el cual vaya acorde con las necesidades del consumidor, asimismo implementar zonas de seguridad en caso de un algún desastre natural.

Segunda: Se recomienda implementar carritos para realizar las compras, tachos de basura y alarma en caso de incendio, extintores, botiquines, así como también colocar letreros con los nombres de cada sección y una revisión anual del mantenimiento del establecimiento, lo cual generará un orden y guía para los consumidores; como también una percepción de un ambiente cómodo y seguro para los consumidores y trabajadores.

Tercera: Se recomienda realizar capacitaciones a los trabajadores respecto a los temas de atención al cliente y seguridad ante cualquier emergencia o peligro. Así los trabajadores tendrán mayores condiciones al atender al público, lo cual generara que los clientes salgan satisfechos del mercado y en el caso que se presente algún accidente o fenómeno natural, los trabajadores sabrán cómo actuar y guiar al público. Lo cual conlleva a cumplir con las expectativas que tiene el público.

Cuarta: Se recomienda realizar e implementar un plan de seguridad y salud en el trabajo; y un plan de objetivos y metas, el cual le servirá a que dentro del mercado haya un orden y cumplimiento de las cosas pactadas.

Quinta: Finalmente, realizando estas recomendaciones poco a poco se comenzará a ver los cambios de manera positiva, ayudando a que el mercado 15 de junio mejore y de una buena imagen ante sus clientes.

REFERENCIAS

- Bernal T., C. (2010). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (2.a ed.). México: Pearson Educación.
- Borda, M., Tuesca, R. y Navarro, E. (2009). *Métodos Cuantitativos Herramientas para la Investigación en Salud*. (2.a ed.). Barranquilla, Colombia: Uninorte
- Castañeda, Y. F., y Echeverría, J. F. (2018). Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en el Restaurante “El Cantaro” Lambayeque 2017. *Horizonte Empresarial*, 5(2). Recuperado de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/963>
- Céspedes, G. M., y Martínez, J. M. (2016). Un análisis de la seguridad y salud en el trabajo en el sistema empresarial cubano. *Revista latinoamericana de derecho social*, (22) Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702016000100001&lng=es&tlng=es.
- Córdova, M. (2015). *Análisis y mejora del diseño y organización de un almacén de carga aérea doméstica de un proveedor de servicios aeroportuarios* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6402>
- De la Fuente, D. et al. (2008). *Ingeniería de organización en la empresa*. Asturias, España: Universidad de Oviedo.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing*. Buenos Aires, Argentina: Granica S.A.
- Feigenbaum, A. (1991). *Total Quality Control*. EE. UU: Mc Graw Hill. [Traducción Libre].
- Gadelha, F. et al. (2015). Alteração de um layout funcional para layout celular motivado pelos fundamentos da manufatura enxuta: estudo de caso em Indústria de Transformadores. *Holos, natal*, 33(6) [Traducción Libre]. Recuperado de

<https://search.proquest.com/docview/1755489927/fulltextPDF/79F11984DD3D47D0PQ/1?accountid=37408>

- Hernandez, P. y Bajac, H. (2003). *La gestión del marketing de servicios*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=I6-SO2u0FEYC&pg=PA69&dq=experiencia+de+un+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj94YiM1d3iAhUJuVkkHd5vBK8Q6AEIMjAC#v=onepage&q=experiencia%20de%20un%20servicio&f=false>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014b). *Metodología de la Investigación*. (6.a ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Huertas, R. y Domínguez, R. (2008). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Barcelona, España: Universitat de Barcelona.
- Jiménez B., M., & Gómez A., E. (2014). Improved distribution center by discrete event simulation. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 17(2). [Traducción Libre]. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/12059>
- Jiménez, M. y Gómez, E. (2014). Mejoras en un centro de distribución mediante la simulación de eventos discretos. *Facultad de Ingeniería Industrial*, 17(2), 143-148. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe>
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Leyva, D., Mauricio, D. y Salas, J. (2016). Una taxonomía del problema de distribución de planta por procesos y sus métodos de solución. *Facultad de Ingeniería Industrial*, 16(2), 132-143. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe>
- Maganha, I., Silva, C., & Luis Miguel, D. F. F. (2019). The layout design in reconfigurable manufacturing systems: A literature review. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 105(1-4), 1-18. [Traducción Libre]. Recuperado de

<https://search.proquest.com/docview/2272481463/F6BD9C53DC984B45PQ/2?accountid=37408>

- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *PERSPECTIVAS*, (34), 181-209. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Molina M., X. (2008). *La estructura y naturaleza del capital social en las aglomeraciones territoriales de empresas*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=EfaiWXptOxEC&pg=PA73&dq=que+e+s+el+Coeficiente+Alfa+de+Cronbach&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjcuTE1O_iAhWhIbkGHSMgDoMQ6AEIJzAA#v=onepage&q=que%20es%20el%20Coeficiente%20Alfa%20de%20Cronbach&f=false
- Molinillo J., S. (2014). *Distribución comercial aplicada*. (2.a ed.). Madrid, España: ESIC.
- Muther, R (1968) *Planificación y proyección de la empresa industrial (Método SLP)*. Barcelona, España: Técnicos y asociados S.A.
- Navas A., J. (2010). *Métodos, diseños y técnicas de investigación psicológica*. Madrid, España: UNED.
- Pardo, L. (2019). *Rediseño del proceso de requerimiento de materiales de construcción para reducir los tiempos de dispensa de materiales en obra de la Gerencia Subregional de Huaytará 2018 (Tesis de pregrado)*. Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/1753>
- Pedroza, H. y Dicovskyi, L. (2007). *Sistema de análisis estadístico con SPSS*. Managua, Nicaragua: IICA, INTA.
- Peinado, J.; Graeml, A. R. (2007). *Administração da Produção: Operações Industriais e de Serviços*. Curitiba, Brasil: UnicenP. [Traducción Libre].
- Pérez, E. M., y Villalobos, A. (2016). *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Chifa-Pollería Mi Triunfo Chiclayo*.

Horizonte Empresarial, 3(2). Recuperado de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/379/367>

Rocha, J. (2018). *Propuesta de diseño y distribución en planta para una nueva infraestructura de la empresa Congelados Trust S.A. a través de técnicas de ingeniería* (Tesis de licenciatura). Recuperado de http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/28427/47122112_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ruiz, E. C. (2014). Multi-objective optimization to the problem of distributing plant using genetic algorithms: Preliminary issues for a proposed solution. [Traducción Libre]. *Investigación UNMSM*, 17(2). Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/12057>

Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnosis of the quality of service, in customer service, at the National University of Chimborazo- Ecuador. [Traducción Libre]. *Industrial Data*, 19(2), 13-20. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/12811/11501>

Salguero Burgos, C. L., De La Cruz Luis, J. A., & Gutiérrez Ascón, J. E. (2017). Redistribución de planta y satisfacción del cliente interno en la empresa Electromecánica Nolazco E.I.R.L., Chancay 2014. *INGENIERÍA: CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN*, 4(2). Recuperado de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/ING/article/view/719>

Sortino, Roberto A. (2001). Radicación y distribución de planta (Layout) como gestión empresarial. *Invenio*, 4(6), 125-139. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87740609>

Sotomayor, A. R. (2016). La calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la Sede Central del Gobierno Regional de Moquegua, 2014. *Ciencia y Tecnología*, 2(3). Recuperado de <https://revistas.ujcm.edu.pe/index.php/rctd/article/view/41>

Suárez Bazalar, R. (2016). Nivel de calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao.

Facultad de Ingeniería Industrial UNMSM, 19(1), 7-16. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/12532/11236>

Talavera, J. (2017). *Propuesta de Mejora del Proceso de Producción para la Reducción de Tiempos de Entrega en una Empresa Metal Mecánica – Arequipa 2016* (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/6351>

Torres, E., Steve, R., Fuentes, R. y Martin, M. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Barcelona, España: UOC.

Ulloa, S. (2016). *Diseño y propuesta de implementación de un sistema integrado de gestión, en las áreas de calidad, seguridad y salud ocupacional y medio ambiente; para reducir costos operativos en una metalmecánica* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/12100>

Uriarte, A. (2018). *Rediseño de Layout para mejorar la productividad en el área de almacén de la empresa Tai loy S.A-Cajamarquilla* (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/22888>

Vega, A., Mejías, A., Cadena, M., & Vásquez, J. (2015). Quality Analysis of Academic Services: Case study of Industrial and Systems Engineering Campus Caborca, University of Sonora, Mexico. [Traducción Libre]. *Facultad de Ingeniería Industrial UNMSM*, 18(2), 20-26. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/12092/10819>

Wilson, W. (2017). *El desarrollo y prueba de un modelo contextual para la mejora de la calidad de la atención médica utilizando Lean y el Modelo para entender el éxito en la calidad (MUSIQ)* (Tesis de maestría). [Traducción Libre]. Recuperado de <https://mro.massey.ac.nz/handle/10179/12506>

Yakubu, J. (2015). *Mejora de la fiabilidad del ferrocarril infraestructura* (Tesis de maestría). [Traducción Libre]. Recuperado de <http://scholar.sun.ac.za/handle/10019.1/97047>

Zapata, O. (2005). *La aventura del pensamiento crítico*. México D.F., México: Pax México.

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
LAYOUT	Para Gadelha, Bessa y Moura (2015, p. 160) es el arreglo físico, el diseño o la distribución física de los procesos y recursos que están relacionados a una empresa o fabrica. Es decir, es la descripción de donde ubicar las áreas, las maquinas, instalaciones, entre otras cosas. Querer realizar un rediseño significa que se tiene la necesidad de cambiar y eso se puede deber a diversos factores como: la utilización del espacio, los costos, producción flexibilidad y la capacidad.	Distribución	Orden	1	Cuestionario Escala de Likert	Ordinal
			Disposición	2		
			Organización	3		
		Capacidad	Localización	4		
			Demanda	5		
			Condiciones	6		
		Necesidad del cambio	Rediseño	7		
			Replanteamiento	8		
			Deficiencias	9		
SEGURIDAD DEL SERVICIO	Para Zeithaml, Bitner y Gremler (como se citó en Salazar y Cabrera, 2016, pág. 14) indica que la seguridad del servicio pertenece a una de las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL, este modelo evalúa la calidad del servicio a través de la desemejanza entre las percepciones y las expectativas de los usuarios. Este mide la calidad del servicio a partir de la perspectiva del usuario. La dimensión seguridad se trata del entendimiento del trabajo dado y gentileza de los colaboradores, sumado a la capacidad de brindar confianza al usuario.	Percepciones	Experiencias	10	Cuestionario Escala de Likert	Ordinal
			Cualidades	11, 12		
			Atributos de un servicio	13, 14		
		Expectativas	Rendimiento	15		
			Satisfacción	16		
			Desempeño	17		
		Confianza	Experiencias positivas	18		
			Fidelidad	19		
			Cumplimiento de promesas	20		

ANEXO 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Anexo 1: LAYOUT Y SEGURIDAD DEL SERVICIO EN EL MERCADO 15 DE JUNIO, PUENTE PIEDRA, LIMA, 2019.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS Y VARIABLES	VARIABLES E INDICADORES			
<p>Problema general: ¿De qué manera se relaciona layout y seguridad del servicio en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>A. ¿Cómo se relaciona layout y percepciones en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019?</p> <p>B. ¿Cómo se relaciona layout y expectativas en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019?</p> <p>C. ¿Cómo se relaciona layout y confianza en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre layout y seguridad del servicio en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>A. Determinar la relación entre layout y percepciones en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019.</p> <p>B. Determinar la relación entre layout y expectativas en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019.</p> <p>C. Determinar la relación entre layout y confianza en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019.</p>	<p>Hipótesis General: Existe relación significativa entre layout y seguridad del servicio en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019.</p> <p>Hipótesis Específicas:</p> <p>H₁. Existe relación significativa entre layout y percepciones en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019.</p> <p>H₂. Existe relación significativa entre layout y expectativas en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019.</p> <p>H₃. Existe relación significativa entre layout y confianza en el mercado 15 de junio, Puente Piedra, Lima, 2019.</p> <p>1-VARIABLE 1 LAYOUT Para Gadella, Bessa y Morra (2015, p. 160) es el arreglo físico, el diseño o la distribución física de los procesos y recursos que está relacionado a una empresa o fábrica. Es decir, es la descripción de donde ubicar las áreas, las máquinas, instalaciones, entre otras cosas. Querer realizar un rediseño significa que se tiene la necesidad de cambiar y eso se puede deber a diversos factores como: la utilización del espacio, los costos, producción, flexibilidad y la capacidad.</p> <p>2-VARIABLE 2 SEGURIDAD DEL SERVICIO Para Zeithaml, Bitner y Gremler (como se citó en Salazar y Cabrera, 2016, pág. 14) indica que la seguridad del servicio pertenece a una de las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL, este modelo evalúa la calidad del servicio a través de la diferencia entre las percepciones y las expectativas de los usuarios. Se mide la calidad del servicio a partir de la perspectiva del usuario. La dimensión seguridad se trata del entendimiento del servicio prestado y gentileza de los colaboradores, sumado a la habilidad de transmitir confianza al usuario.</p>	VARIABLE: (1): LAYOUT			
			DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
I. Distribución	a) Orden b) Disposición c) Organización	Los sectores del mercado están debidamente ordenados Encuentras con facilidad las cosas que necesitas Las áreas del mercado tienen una organización correcta	Escala Likert			
II. Capacidad	a) Localización b) Demanda c) Condiciones	El mercado está ubicado en un lugar céntrico El mercado está apto para atender a toda la población				
III. Necesidad del cambio	a) Rediseño b) Repartimiento c) Diferencias	El diseño del mercado tiene las condiciones para atender a cualquier público Te gustaría que el mercado realice mejoras de diseño				
		Te gustaría que el mercado cambie el orden de sus sectores por productos				
		Estás de acuerdo que el mercado necesita mejorar en el orden				
VARIABLE: (2): SEGURIDAD DEL SERVICIO						
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS		ESCALA		
IV. Percepciones	a) Esperanzas b) Cualidades c) Ambientes de un servicio	El mercado cuenta con instalaciones cómodas para brindar una experiencia positiva Tienes las cualidades para prestar un buen servicio		Escala Likert		
		La infraestructura del mercado es segura				
		El mercado cuenta con recipientes para la limpieza				
V. Expectativas	a) Rendimiento b) Satisfacción c) Desempeño	El mercado cuenta con los implementos de seguridad necesarios Siempre tienes la voluntad de brindar un buen servicio a tus clientes				
		El mercado satisface los requerimientos de los clientes				
		El mercado brinda capacitaciones de seguridad				
VI. Confianza	a) Esperanzas positivas b) Fidelidad c) Cumplimiento de promesas	En caso de un fenómeno natural, crees que tu experiencia sería segura Tus clientes están fidelizados				
		El mercado ha cumplido con todo lo ofrecido				

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION	POBLACION Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADISTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL
<p>TIPO</p> <p>Aplicada</p> <p>DISEÑO</p> <p>No experimental - corte transversal</p>	<p>POBLACION</p> <p>50 socios–trabajadores</p> <p>TIPO DE MUESTRA</p> <p>Censal</p> <p>TAMAÑO MUESTRA</p> <p>50</p>	<p>Variable 1: <i>LAYOUT</i></p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario Autor: Jackelin Jara Zorrilla Año: 2019 Monitoreo: Teodoro Carranza Estela</p> <p>Ámbito de aplicación Forma de Administración:</p> <p>Variable 2: <i>SEGURIDAD DEL SERVICIO</i></p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario Autor: Jackelin Jara Zorrilla Año: 2019</p> <p>Monitoreo: Teodoro Carranza Estela Ámbito de aplicación Forma de Administración:</p>	<p>DESCRIPTIVA</p> <p>INFERENCIAL</p> <p>DE PRUEBA: Alfa cronbach</p>

ANEXO 3

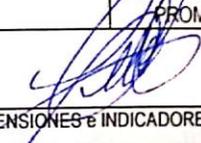
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LAYOUT Y SEGURIDAD DEL SERVICIO EN EL MERCADO 15 DE JUNIO, PUENTE PIEDRA, LIMA, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Jara Zorrilla Jackelin Mishel							
Apellidos y nombres del experto: <u>Cardenas Sgavedra Abraham</u>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
LAYOUT	DISTRIBUCION	ORDEN	Los sectores del mercado están debidamente ordenados	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca	/		
		DISPOSICION	Encuentras con facilidad las cosas que necesitas		/		
		ORGANIZACION	Las áreas del mercado tienen una organización correcta		/		
	CAPACIDAD	LOCALIZACION	El mercado está ubicado en un lugar céntrico		/		
		DEMANDA	El mercado está apto para atender a toda la población		/		
		CONDICIONES	El diseño del mercado tiene las condiciones para atender a cualquier público		/		
	NECESIDAD DEL CAMBIO	REDISEÑO	Te gustaría que el mercado realice mejoras de diseño		/		
		REPLANTAMIENTO	Te gustaría que el mercado cambie el orden de sus sectores por productos		/		
		DEFICIENCIAS	Estás de acuerdo que el mercado necesita mejorar en el orden		/		
SEGURIDAD DEL SERVICIO	PERCEPCIONES	EXPERIENCIAS	El mercado cuenta con instalaciones cómodas para brindar una experiencia positiva	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca	/		
		CUALIDADES	Tienes las cualidades para prestar un buen servicio La infraestructura del mercado es segura		/		
		ATRIBUTOS DE UN SERVICIO	El mercado cuenta con recipientes para la limpieza El mercado cuenta con los implementos de seguridad necesarios		/		
	EXPECTATIVAS	RENDIMIENTO	Siempre tienes la voluntad de brindar un buen servicio a tus clientes		/		
		SATISFACCIÓN	El mercado satisface los requerimientos de los clientes		/		
		DESEMPEÑO	El mercado brinda capacitaciones de seguridad		/		
	CONFIANZA	EXPERIENCIAS POSITIVAS	En caso de un fenómeno natural, crees que tu experiencia sería segura		/		
		FIDELIDAD	Tus clientes están fidelizados		/		
		CUMPLIMIENTO DE PROMESAS	El mercado ha cumplido con todo lo ofrecido		/		
Firma del experto: 			Fecha: <u>11.06.19</u>				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LAYOUT Y SEGURIDAD DEL SERVICIO EN EL MERCADO 15 DE JUNIO, PUENTE PIEDRA, LIMA, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Jara Zorrilla Jackelin Mishel							
Apellidos y nombres del experto: <u>Casma Zárate Carlos Antonio</u>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
LAYOUT	DISTRIBUCION	ORDEN	Los sectores del mercado están debidamente ordenados	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca	✓		
		DISPOSICION	Encuentras con facilidad las cosas que necesitas				
		ORGANIZACION	Las áreas del mercado tienen una organización correcta				
	CAPACIDAD	LOCALIZACION	El mercado está ubicado en un lugar céntrico		✓		
		DEMANDA	El mercado está apto para atender a toda la población		✓		
		CONDICIONES	El diseño del mercado tiene las condiciones para atender a cualquier público		✓		
	NECESIDAD DEL CAMBIO	REDISEÑO	Te gustaría que el mercado realice mejoras de diseño		✓		
		REPLANTAMIENTO	Te gustaría que el mercado cambie el orden de sus sectores por productos		✓		
	DEFICIENCIAS	Estás de acuerdo que el mercado necesita mejorar en el orden	✓				
SEGURIDAD DEL SERVICIO	PERCEPCIONES	EXPERIENCIAS	El mercado cuenta con instalaciones cómodas para brindar una experiencia positiva		✓		
		CUALIDADES	Tienes las cualidades para prestar un buen servicio	✓			
			La infraestructura del mercado es segura	✓			
	ATRIBUTOS DE UN SERVICIO	El mercado cuenta con recipientes para la limpieza	✓				
		El mercado cuenta con los implementos de seguridad necesarios	✓				
				✓			
	EXPECTATIVAS	RENDIMIENTO	Siempre tienes la voluntad de brindar un buen servicio a tus clientes	✓			
		SATISFACCIÓN	El mercado satisface los requerimientos de los clientes	✓			
		DESEMPEÑO	El mercado brinda capacitaciones de seguridad	✓			
	CONFIANZA	EXPERIENCIAS POSITIVAS	En caso de un fenómeno natural, crees que tu experiencia sería segura	✓			
FIDELIDAD		Tus clientes están fidelizados	✓				
CUMPLIMIENTO DE PROMESAS		El mercado ha cumplido con todo lo ofrecido	✓				
Firma del experto: 			Fecha <u>11 6 19</u>				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LAYOUT Y SEGURIDAD DEL SERVICIO EN EL MERCADO 15 DE JUNIO, PUENTE PIEDRA, LIMA, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Jara Zorrilla Jackelin Mishel							
Apellidos y nombres del experto: <u>Alva Arce Rocel Cesar</u>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
LAYOUT	DISTRIBUCION	ORDEN	Los sectores del mercado están debidamente ordenados	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca	✓		
		DISPOSICION	Encuentras con facilidad las cosas que necesitas		✓		
		ORGANIZACION	Las áreas del mercado tienen una organización correcta		✓		
	CAPACIDAD	LOCALIZACION	El mercado está ubicado en un lugar céntrico		✓		
		DEMANDA	El mercado está apto para atender a toda la población		✓		
		CONDICIONES	El diseño del mercado tiene las condiciones para atender a cualquier público		✓		
	NECESIDAD DEL CAMBIO	REDISEÑO	Te gustaría que el mercado realice mejoras de diseño		✓		
		REPLANTAMIENTO	Te gustaría que el mercado cambie el orden de sus sectores por productos		✓		
SEGURIDAD DEL SERVICIO	PERCEPCIONES	DEFICIENCIAS	Estás de acuerdo que el mercado necesita mejorar en el orden	✓			
		EXPERIENCIAS	El mercado cuenta con instalaciones cómodas para brindar una experiencia positiva	✓			
		CUALIDADES	Tienes las cualidades para prestar un buen servicio La infraestructura del mercado es segura	✓			
	EXPECTATIVAS	ATRIBUTOS DE UN SERVICIO	El mercado cuenta con recipientes para la limpieza El mercado cuenta con los implementos de seguridad necesarios	✓			
		RENDIMIENTO	Siempre tienes la voluntad de brindar un buen servicio a tus clientes	✓			
		SATISFACCIÓN	El mercado satisface los requerimientos de los clientes	✓			
	CONFIANZA	DESEMPEÑO	El mercado brinda capacitaciones de seguridad	✓			
		EXPERIENCIAS POSITIVAS	En caso de un fenómeno natural, crees que tu experiencia sería segura	✓			
		FIDELIDAD	Tus clientes están fidelizados	✓			
		CUMPLIMIENTO DE PROMESAS	El mercado ha cumplido con todo lo ofrecido	✓			
Firma del experto: 			Fecha <u>11 / 06 / 19</u>				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LAYOUT Y SEGURIDAD DEL SERVICIO EN EL MERCADO 15 DE JUNIO, PUENTE PIEDRA, LIMA, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Jara Zorrilla Jackelin Mishel							
Apellidos y nombres del experto: Carranza Estela Teodoro							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
LAYOUT	DISTRIBUCION	ORDEN	Los sectores del mercado están debidamente ordenados	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca	✓		
		DISPOSICION	Encuentras con facilidad las cosas que necesitas		✓		
		ORGANIZACION	Las áreas del mercado tienen una organización correcta		✓		
	CAPACIDAD	LOCALIZACION	El mercado está ubicado en un lugar céntrico		✓		
		DEMANDA	El mercado está apto para atender a toda la población		✓		
		CONDICIONES	El diseño del mercado tiene las condiciones para atender a cualquier público		✓		
	NECESIDAD DEL CAMBIO	REDISEÑO	Te gustaría que el mercado realice mejoras de diseño		✓		
		REPLANTAMIENTO	Te gustaría que el mercado cambie el orden de sus sectores por productos		✓		
SEGURIDAD DEL SERVICIO	PERCEPCIONES	DEFICIENCIAS	Estás de acuerdo que el mercado necesita mejorar en el orden	✓			
		EXPERIENCIAS	El mercado cuenta con instalaciones cómodas para brindar una experiencia positiva	✓			
		CUALIDADES	Tienes las cualidades para prestar un buen servicio La infraestructura del mercado es segura	✓			
	EXPECTATIVAS	ATRIBUTOS DE UN SERVICIO	El mercado cuenta con recipientes para la limpieza El mercado cuenta con los implementos de seguridad necesarios	✓			
		RENDIMIENTO	Siempre tienes la voluntad de brindar un buen servicio a tus clientes	✓			
		SATISFACCIÓN	El mercado satisface los requerimientos de los clientes	✓			
	CONFIANZA	DESEMPEÑO	El mercado brinda capacitaciones de seguridad	✓			
		EXPERIENCIAS POSITIVAS	En caso de un fenómeno natural, crees que tu experiencia sería segura	✓			
		FIDELIDAD	Tus clientes están fidelizados	✓			
		CUMPLIMIENTO DE PROMESAS	El mercado ha cumplido con todo lo ofrecido	✓			
Firma del experto: 			Fecha ___/___/___				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LAYOUT Y SEGURIDAD DEL SERVICIO EN EL MERCADO 15 DE JUNIO, PUENTE PIEDRA, LIMA, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Jara Zorrilla Jackelin Mishel							
Apellidos y nombres del experto: Carranza Estela Teodoro							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
LAYOUT	DISTRIBUCION	ORDEN	Los sectores del mercado están debidamente ordenados	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca	✓		
		DISPOSICION	Encuentras con facilidad las cosas que necesitas		✓		
		ORGANIZACION	Las áreas del mercado tienen una organización correcta		✓		
	CAPACIDAD	LOCALIZACION	El mercado está ubicado en un lugar céntrico		✓		
		DEMANDA	El mercado está apto para atender a toda la población		✓		
		CONDICIONES	El diseño del mercado tiene las condiciones para atender a cualquier público		✓		
	NECESIDAD DEL CAMBIO	REDISEÑO	Te gustaría que el mercado realice mejoras de diseño		✓		
		REPLANTAMIENTO	Te gustaría que el mercado cambie el orden de sus sectores por productos		✓		
SEGURIDAD DEL SERVICIO	PERCEPCIONES	DEFICIENCIAS	Estás de acuerdo que el mercado necesita mejorar en el orden	✓			
		EXPERIENCIAS	El mercado cuenta con instalaciones cómodas para brindar una experiencia positiva	✓			
		CUALIDADES	Tienes las cualidades para prestar un buen servicio	✓			
			La infraestructura del mercado es segura	✓			
	ATRIBUTOS DE UN SERVICIO	El mercado cuenta con recipientes para la limpieza	✓				
		El mercado cuenta con los implementos de seguridad necesarios	✓				
	EXPECTATIVAS	RENDIMIENTO	Siempre tienes la voluntad de brindar un buen servicio a tus clientes	✓			
		SATISFACCIÓN	El mercado satisface los requerimientos de los clientes	✓			
		DESEMPEÑO	El mercado brinda capacitaciones de seguridad	✓			
	CONFIANZA	EXPERIENCIAS POSITIVAS	En caso de un fenómeno natural, crees que tu experiencia sería segura	✓			
FIDELIDAD		Tus clientes están fidelizados	✓				
CUMPLIMIENTO DE PROMESAS		El mercado ha cumplido con todo lo ofrecido	✓				
Firma del experto: 			Fecha <u> </u> / <u> </u> / <u> </u>				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

Tabla 1.

Validación de instrumento

VALIDADOR	GRADO	RESULTADO
Alva Arce, Rosel Cesar	Doctor	Aplicable
Cardenas Saavedra, Abraham	Doctor	Aplicable
Casma Zarate, Carlos Antonio	Magister	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2.

Baremos de confiabilidad del Alfa de Cronbach

Niveles	Intervalos	Valor asignado
5	0.80 – 1.00	Muy alta
4	0.60 – 0.79	Marcada
3	0.40 – 0.69	Moderada
2	0.20 – 0.39	Baja o ligera
1	0.00 – 0.19	Despreciable

Fuente: Huamanchumo y Rodríguez (2015). *Metodología de la Investigación en las Organizaciones*. Lima: Editorial Summit.

Tabla 3.

Resumen de procesamiento de datos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	10	100,0

	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

Tabla 4.

Estadística de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,686	20

Tabla 5.

Calificación en base a la escala de Likert

RESULTADO	CALIFICACION
Nunca	Muy bajo
Casi nunca	Bajo
A veces	Medio
Casi siempre	Alto
Siempre	Muy alto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7.

Descripción de la dimensión distribución

Dimensión distribución				
	Frecuencia (F)	% (P)	% válido (PV)	% acumulado (PA)
Válido	Muy bajo	11	22,0	22,0
	Medio	17	34,0	56,0
	Alto	9	18,0	74,0
	Muy alto	13	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Fuente: SPSS V.25.

Tabla 8.**Descripción de la dimensión capacidad**

		Dimensión capacidad			
		Frecuencia (F)	% (P)	% válido (PV)	% acumulado (PA)
Válido	Muy bajo	3	6,0	6,0	6,0
	Bajo	24	48,0	48,0	54,0
	Medio	13	26,0	26,0	80,0
	Alto	1	2,0	2,0	82,0
	Muy alto	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS V.25.

Tabla 9.**Descripción de la dimensión necesidad del cambio**

		Dimensión necesidad del cambio			
		Frecuencia (F)	% (P)	% válido (PV)	% acumulado (PA)
Válido	Muy bajo	15	30,0	30,0	30,0
	Medio	14	28,0	28,0	58,0
	Alto	3	6,0	6,0	64,0
	Muy alto	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS V.25.

Tabla 10.**Descripción de la dimensión percepciones**

		Dimensión percepciones			
		Frecuencia (F)	% (P)	% válido (PV)	% acumulado (PA)
Válido	Muy bajo	11	22,0	22,0	22,0
	Bajo	5	10,0	10,0	32,0
	Medio	19	38,0	38,0	70,0
	Alto	2	4,0	4,0	74,0
	Muy alto	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS V.25.

Tabla 11.**Descripción de la dimensión expectativas**

		Dimensión expectativas			
		Frecuencia (F)	% (P)	% válido (PV)	% acumulado (PA)
Válido	Muy bajo	13	26,0	26,0	26,0
	Bajo	25	50,0	50,0	76,0
	Medio	2	4,0	4,0	80,0
	Muy alto	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS V.25.

Tabla 12.**Descripción de la dimensión confianza**

		Dimensión confianza			
		Frecuencia (F)	% (P)	% válido (PV)	% acumulado (PA)
Válido	Muy bajo	15	30,0	30,0	30,0
	Alto	14	28,0	28,0	58,0
	Muy alto	21	42,0	42,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS V.25.

Tabla 16.**Correlación de Spearman entre la variable layout y la dimensión percepciones**

			Layout	Percepciones
Rho de Spearman	Layout	Coefficiente de correlación	1,000	,605**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Percepciones	Coefficiente de correlación	,605**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: SPSS V.25.

Tabla 17.**Correlación de Spearman entre la variable layout y la dimensión expectativas**

		Layout	Expectativas	
Rho de Spearman	Layout	Coefficiente de correlación	1,000	,600**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Expectativas	Coefficiente de correlación	,600**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: SPSS V.25.

Tabla 18.**Correlación de Spearman entre la variable layout y la dimensión confianza**

		Layout	Confianza	
Rho de Spearman	Layout	Coefficiente de correlación	1,000	,491**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Confianza	Coefficiente de correlación	,491**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: SPSS V.25.



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 25-02-2019
Página : 1 de 1

Yo, Teodoro Carranza Estela, docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Filial LIMA NORTE, revisor de la tesis titulada

" *Layout y Seguridad del Servicio en el Mercado 15 de*
Junio, Puente Piedra, Lima, 2019

....."
del (de la) estudiante: *Jackelin Mishel Jora Zamilla*

....., constato que la investigación tiene un índice de similitud

de *25* % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 09 de diciembre del 2019

Dr. Teodoro Carranza Estela

DNI: 08074405

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------