



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento
empresarial en un mercado, San Juan de Miraflores, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Núñez Delgado, Amanda Valeria (ORCID: 0000-0002-8480-5580)

ASESORA:

Mg. Gonzales Moncada, Teresa Marianella (ORCID: 0000-0002-8516-2193)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organización

CALLAO - PERÚ

2020

Dedicatoria

La presente tesis está dedicada a mi padre que me enseñó a luchar por lo que deseo con ética y valor, y espero que desde su descanso eterno se sienta orgulloso de mí, porque esto es fruto de todas sus enseñanzas. A mi madre que sin su apoyo constante y paciencia.

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios por guiarme y no dejarme perder la fe ante las dificultades que se presentaron; a la Universidad Cesar Vallejo, así como a todos los profesionales que contribuyeron a que esto tenga un propósito e hicieron posible que se realice, a mi maestra Teresa a quien respeto y admiro, por sus enseñanzas y brindarme las herramientas necesarias para la elaboración de la presente investigación.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del Jurado.....	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	¡Error! Marcador no definido.
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2. Variables y operacionalización.....	15
3.3. Población, muestra y muestreo.....	16
3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	19
3.5. Procedimiento.....	23
3.6. Métodos de análisis de datos.....	23
3.7. Aspectos Éticos.....	23
IV. RESULTADOS.....	24
V.DISCUSIÓN.....	63
VI. CONCLUSIONES.....	67
VII. RECOMEDACIONES.....	68
REFERENCIAS.....	69
ANEXOS.....	73

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: . MATRIZ OPERACIONAL DE LAS VARIABLES: GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL	18
TABLA 2: PUNTUACIONES DE ÍTEMS EN LA ESCALA DE LIKERT	20
TABLA 3: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO QUE RECOLECTAN LOS DATOS POR UN JUICIO DE EXPERTOS.....	21
TABLA 4: INTERPRETACIÓN DE COEFICIENCIA DE CONFIABILIDAD	21
TABLA 5: RESUMEN DE PROCESAMIENTO DE CASOS	22
TABLA 6: DEMOSTRACIÓN DE CONFIABILIDAD DE LA VARIABLE GESTIÓN DE PROCESOS.....	22
TABLA 7: DEMOSTRACIÓN DE CONFIABILIDAD DE LA VARIABLE CRECIMIENTO EMPRESARIAL.	22
TABLA 8: COEFICIENTES DE CORRELACIÓN.....	24
TABLA 9: CORRELACIÓN: GESTIÓN DE PROCESOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL.	25
TABLA 10: CORRELACIÓN: GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y FACTORES INTERNOS.....	26
TABLA 11: CORRELACIÓN: LA GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y FACTORES EXTERNOS. 26	
TABLA 12: VARIABLE GESTIÓN DE PROCESOS.....	27
TABLA 13: DIMENSIÓN INCORPORACIÓN DE LA GESTIÓN DE PROCESOS	28
TABLA 14: DIMENSIÓN MODELAMIENTO VISUAL PARTICIPATIVA.....	29
TABLA 15: DIMENSIÓN DIRECCIÓN DE PROCESOS.....	30
TABLA 16: VARIABLE CRECIMIENTO EMPRESARIAL	31
TABLA 17: DIMENSIÓN FACTORES INTERNOS	32
TABLA 18: DIMENSIÓN FACTORES EXTERNOS.....	33
TABLA 19: 1. EXISTE PREDISPOSICIÓN DE LOS COMERCIANTES PARA CONTRIBUIR CON LA GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD.	34
TABLA 20: 2. SE REALIZA ANUNCIOS PERIÓDICAMENTE SOBRE LOS PLANES A SEGUIR PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE SEGURIDAD.....	35
TABLA 21: 3. SE CUENTA CON GRUPO DE SEGURIDAD QUE ESTE CONSTANTEMENTE VERIFICANDO QUE SE CUMPLEN LAS NORMAS DENTRO DEL MERCADO	36
TABLA 22: 4. EL PERSONAL DE SEGURIDAD ESTÁ CAPACITADO SOBRE LOS CAMBIOS ACTUALES EN LA GESTIÓN SEGÚN LAS NORMATIVAS QUE BRINDA EL GOBIERNO (MASCARILLAS, HIGIENE, DISTANCIAMIENTO, AFORO, ETC.).....	37
TABLA 23: 5. EXISTE UN PROTOCOLO DE SEGURIDAD ESTABLECIDO TANTO DE PREVENCIÓN Y ACCIÓN PARA CUALQUIER CASO QUE SE PRESENTE DENTRO O ALREDEDORES DEL MERCADO.	38
TABLA 24: 6. EXISTE UN MAPA DE PROCESOS O FLUJOS DE GESTIÓN DE PREVENCIÓN O ACCIÓN DE SEGURIDAD A LA VISTA DE TODOS.....	39
TABLA 25: 7. SE MODIFICA LOS PROCEDIMIENTOS DE SEGURIDAD PARA PERFECCIONARLOS SEGÚN LOS CASOS NUEVOS QUE SE VAN PRESENTANDO EN EL MERCADO.	40
TABLA 26: 8. LOS VIGILANTES TIENEN ACCESO AL MANUAL OPERATIVO DE FUNCIONES PARA SU REVISIÓN CONSTANTE EN CUALQUIER MOMENTO.	41
TABLA 27: 9. SE INFORMA AL PÚBLICO EN GENERAL DENTRO DEL MERCADO A TRAVÉS DE PARLANTES U OTRO MEDIO SOBRE CAMBIOS EN LOS PROCEDIMIENTO O MODIFICACIONES DEL REGLAMENTO DE VIGILANCIA.	42
TABLA 28: 10. EL JEFE DE SEGURIDAD PRIORIZA LAS ACCIONES A TOMAR SEGÚN LAS NECESIDADES DEL MERCADO.....	43
TABLA 29: 11. SE EVALÚA EL DESARROLLO DE LAS ACCIONES DE VIGILANCIA PARA BENEFICIO DEL MERCADO.	44
TABLA 30: 12. SE HAN IMPLEMENTADO HERRAMIENTAS DE MEJORA EN EL ÁREA DE SEGURIDAD (CÁMARAS DE VIGILANCIA, RADIOS DE COMUNICACIÓN, VESTIMENTA DE SEGURIDAD, ETC.).	45
TABLA 31: 13. EXISTE UN COMITÉ FORMADO POR COMERCIANTES QUE CONTROLE QUE LOS VIGILANTES ESTÉN HACIENDO SU TRABAJO CORRECTAMENTE.	46

TABLA 32: 14. EL MERCADO CUENTA CON UN PRESUPUESTO PARA IMPLEMENTAR CON MEJORAS AL ÁREA DE SEGURIDAD.	47
TABLA 33: 15. LA ANTIGÜEDAD DE LOS COMERCIANTES EN EL MERCADO HA PERMITIDO SU CRECIMIENTO EMPRESARIAL	48
TABLA 34: 16. EL MERCADO CUENTA CON EL ÁREA SUFICIENTE PARA EL COMERCIO SEGURO QUE GARANTIZA EL INCREMENTO DE CLIENTES Y VENTAS.	49
TABLA 35: 17. LOS COMERCIANTES INCREMENTAN SUS VENTAS Y DECIDEN INCORPORAR NUEVOS NEGOCIOS EN EL MERCADO.....	50
TABLA 36: 18. LAS OFERTAS DE LOS COMERCIANTES MOTIVAN A LOS CLIENTES PARA EL INCREMENTO DE SUS VENTAS.....	51
TABLA 37: 19. LOS COMERCIANTES ESTÁN BIEN CAPACITADOS PARA GESTIONAR DE FORMA ADECUADA SUS NEGOCIOS.	52
TABLA 38: 20. LOS VENDEDORES IMPLEMENTAN ESTRATEGIAS EXITOSAS PARA EL INCREMENTO DE SUS VENTAS.	53
TABLA 39: 21. EL COMERCIO INFORMAL DE LOS ALREDEDORES DEL MERCADO DISMINUYE LA VENTA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO AL OFERTAR PRECIOS MÁS BAJOS.	54
TABLA 40: 22. LOS CLIENTES ASIDUOS AL MERCADO, FIDELIZADOS, RECIBEN DE LOS COMERCIANTES DESCUENTOS POR LOS GRANDES VOLÚMENES DE COMPRAS.	55
TABLA 41: 23. LOS PROVEEDORES DE MERCADERÍA PORTAN SU CHALECO O PRENDA QUE LO IDENTIFICA COMO TAL Y ENTREGAN MERCADERÍA A TIEMPO.	56
TABLA 42: 24. LOS COMERCIANTES VENDEN PRODUCTOS DE DIVERSIDAD DE PRECIOS POR LA BUENA GAMA DE PROVEEDORES.	57
TABLA 43: 25. LOS COMERCIANTES VENDEN PRODUCTOS VARIADOS QUE SATISFACEN LA NECESIDAD DE LOS CLIENTES DE DIFERENTES EDADES, GÉNERO Y CULTURA.	58
TABLA 44: 26. TRABAJAN LOS COMERCIANTES CON PRÉSTAMOS BANCARIOS PARA SURTIR SU NEGOCIO DURANTE EL AÑO Y ESPECIALMENTE EN TEMPORADA ALTA.	59
TABLA 45: 27. LOS COMERCIANTES TIENEN AL DÍA SUS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS PARA PODER GESTIONAR PRESTAMOS ORIENTADOS HACIA LA MEJORA DE SUS NEGOCIOS.	60
TABLA 46: 28. CUENTAN LOS COMERCIANTES CON MEDIOS ELECTRÓNICOS DE PAGO CON TARJETA, COMO IZI PAY O YAPE PARA REALIZAR PAGOS A LOS PROVEEDORES Y COBROS DE LOS CLIENTES.....	61

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ILUSTRACIÓN 1: GESTIÓN DE PROCESOS	28
ILUSTRACIÓN 2: INCORPORACIÓN DE LA GESTIÓN DE PROCESOS	29
ILUSTRACIÓN 3: MODELAMIENTO VISUAL PARTICIPATIVA	30
ILUSTRACIÓN 4: DIRECCIÓN DE PROCESOS	31
ILUSTRACIÓN 5: CRECIMIENTO EMPRESARIAL	32
ILUSTRACIÓN 6: FACTOR INTERNO	33
ILUSTRACIÓN 7: FACTOR EXTERNOS	34
ILUSTRACIÓN 8: PREGUNTA 1	35
ILUSTRACIÓN 9: PREGUNTA 2	36
ILUSTRACIÓN 10: PREGUNTA 3	37
ILUSTRACIÓN 11: PREGUNTA 4	38
ILUSTRACIÓN 12: PREGUNTA 5	39
ILUSTRACIÓN 13: PREGUNTA 6	40
ILUSTRACIÓN 14: PREGUNTA 7	41
ILUSTRACIÓN 15: PREGUNTA 8	42
ILUSTRACIÓN 16: PREGUNTA 9	43
ILUSTRACIÓN 17: PREGUNTA 10	44
ILUSTRACIÓN 18: PREGUNTA 11	45
ILUSTRACIÓN 19: PREGUNTA 12	46
ILUSTRACIÓN 20: PREGUNTA 13	47
ILUSTRACIÓN 21: PREGUNTA 14	48
ILUSTRACIÓN 22: PREGUNTA 15	49
ILUSTRACIÓN 23: PREGUNTA 16	50
ILUSTRACIÓN 24: PREGUNTA 17	51
ILUSTRACIÓN 25: PREGUNTA 18	52
ILUSTRACIÓN 26: PREGUNTA 19	53
ILUSTRACIÓN 27: PREGUNTA 20	54
ILUSTRACIÓN 28: PREGUNTA 21	55
ILUSTRACIÓN 29: PREGUNTA 22	56
ILUSTRACIÓN 30: PREGUNTA 23	57
ILUSTRACIÓN 31: PREGUNTA 24	58
ILUSTRACIÓN 32: PREGUNTA 25	59
ILUSTRACIÓN 33: PREGUNTA 26	60
ILUSTRACIÓN 34: PREGUNTA 27	61
ILUSTRACIÓN 35: PREGUNTA 28	62

RESUMEN

En el presente informe de investigación se consideró como objetivo general determinar la relación entre gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial. Se utilizó como referencia los enfoques conceptuales del autor Bravo C. (2015) para la gestión de procesos siendo la incorporación de gestión modelamiento participativa y dirección de procesos base de la gestión y para el crecimiento empresarial el autor Bernal (2018) siendo sus principales fundamentos los factores internos y externos.

Para el marco metodológico utilizado a la investigación es hipotético deductivo y desarrollo el enfoque cuantitativo, tipo aplicada, diseño no experimental de corte transversal y de nivel descriptivo correlacional, se aplicó la técnica de encuesta con un cuestionario dirigido a 109 personas que van al mercado a comprar para luego procesar los resultados a través del programa del SPSS versión 25

Finalmente se consiguió determinar que la relación entre gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial en un mercado de San Juan de Miraflores 2020, estableció que existe correlación positiva media de acorde con los resultados de Rho Spearman de 0.581 con un nivel de significancia=0.00, de manera que se admite la hipótesis de la presente investigación, demostrando que la presencia de ambas variables se beneficia si ambas crecen en paralelo.

Palabras clave: Gestión de procesos, modelamiento participativo, crecimiento empresarial, factores internos y factores externos.

ABSTRACT

In this research report, the general objective was to determine the relationship between process management in the security area and business growth. The conceptual approaches of the author Bravo C. (2015) were used as a reference for the management of processes, being the incorporation of participatory modeling management and direction of base processes of management and for business growth the author Bernal (2018) being its main foundations internal and external factors.

For the methodological framework used for the research, it is hypothetical deductive and I develop the quantitative approach, applied type, non-experimental design of cross-section and correlational descriptive level, the survey technique was applied with a questionnaire directed to 109 people who go to the market at buy and then process the results through the SPSS version 25 program

Finally, it was possible to determine that the relationship between management of processes in the security area and business growth in a market in San Juan de Miraflores 2020, established that there is a mean positive correlation according to the Rho Spearman results of 0.581 with a level of significance = 0.00, so that the hypothesis of the present investigation is admitted, showing that the presence of both variables benefits if both grow in parallel.

Keywords: Process management, participatory modeling, business growth, internal and external factors.

I. INTRODUCCIÓN

A mediados del siglo XVIII el consumo personal era cada vez mayor, cambios tecnológicos, la producción en serie, la aparición de nuevas industrias, entre otros. El capitalismo se había acentuado, por lo que Smith notaría que la producción en masa requería una nueva forma de organización y nuevos métodos de trabajo, como lo menciona en su obra fundamental, La riqueza de Naciones 1776, luego Taylor en 1911, introdujo métodos y mediciones científicas a los procesos de fabricación, destacó que las empresas deben eliminar gastos innecesarios de producción y reforzar la división de trabajo. Después 1950 Bertalanffy introdujo el TGS (teoría general de los sistemas) consiste que todo es un sistema integrado y están divididos en subsistemas. En la actualidad la gestión de proceso es un arma poderosa de competencia de los negocios, que da un valor diferenciado a sus clientes.

También la revolución industrial, dio paso a nuevas actividades económicas llamadas empresas industriales, impulsaron el trabajo mecánico en vez de los manuales, lo que dio la aparición de sociedades comerciales monopólicas y oligopólicas, aquí es donde se logra una sociedad entre dueño y financista, deviniendo el crédito bancario, luego las acciones vendidas en la bolsa de valores y holdings empresariales. Por ello Lawrence y Lorsch en 1980, propone que la organización es un sistema abierto, que tiene relación con los factores externos que la rodean, así como lo tecnológico y de mercado. En actualidad existe foros internacionales para reforzar la integración económica entre los pueblos que lo conforman, haciendo del crecimiento empresarial un pilar importante para el desarrollo de los países, ya no es solo un área de producción masivo de una fábrica de un determinado grupo de elite, este es el principal motor de todos los países en busca de desarrollo y prosperidad.

El Perú entiende que la gestión de procesos y crecimiento empresarial son dos componentes que contribuyen en el desarrollo de las naciones, como lo menciona en el plan de bicentenario enfocado al 2021, debe realizar mayores aportes teóricos

sobre este tipo de tema, ya que es un mercado mayormente informal y poblado de pequeñas empresas, por eso la gestión de procesos permite entender de qué forma beneficia al empresariado local teniendo como finalidad incrementar la productividad de los negocios, logrando que por medio del uso eficiente de los recursos tangibles e intangibles, se pueda llegar a los objetivos pensados, logrando alcanzar la optimización, agregar valor a la relación cliente-empresario. Además, el crecimiento empresarial, enfocado a satisfacer al consumo interno sin dejar de vigilar su expansión y el mercado internacional, sobresaliendo su competitividad y desarrollo, logrando sobrevivir un mercado cada vez más cambiante, donde la tecnología, sistemas nuevos de información y comunicación son vitales para fortalecer sus organizaciones.

Esta investigación se desarrolló en un mercado de San Juan de Miraflores, abierto al público desde 2010, realizando operaciones de comercialización de productos de primera necesidad, tiene como misión asegurar el abastecimiento de producto de calidad a la ciudadanía dentro de un marco de salubridad, comercio justo, derecho del consumidor y la satisfacción de los mismos, la visión es llegar ser uno de los principales centros de abastos modelo del distrito, con procesos de seguridad eficiente, tratamiento de residuos, infraestructura innovadora y segura para los visitantes, usando protocolos que estén en armonía con el medio ambiente y velando de la responsabilidad social con la población.

Ahora bien, se identificó que dicho centro tiene varias debilidades entre ellas es que no han implementado cambio de mejora, además de no contar un plan anual para el mercado, su mapa de proceso como la representación, redacción e implantación son muy rudimentarios, teniendo que gastar más recursos para su funcionamiento. También su control de procesos es básico y poco tecnológico, haciendo que los competidores informales tengan más cuota de mercado, de otro lado no hacen inversiones en mejoras o ampliaciones, ya que carecen de conocimiento de gestión de financiamiento.

Por ello es relevante tomar la gestión de procesos y el crecimiento empresarial, como estudio ya que contribuiría a menguar las dificultades que se presentan en el

mercado, atacando la causa raíz de problema, consiguiendo el desarrollo de todas las partes involucradas.

Continuando con el estudio, Baptista (2014), resalta que formular preguntas generales y específicas al problema que se estudia, reduce la distorsión de las respuestas que se busca encontrar, según el objetivo de la investigación. (p. 38)

Es así como la presente investigación abordó la problemática orientada al problema general y se realiza la pregunta de ¿qué relación existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y el crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020? y como problemas específicos las preguntas fueron: ¿qué relación existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y los factores internos de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020? y ¿qué relación existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y los factores externos de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020?

También, Hernández (2014), refiere que la justificación de un a investigación debe basarse en razonamientos lógicos, de por qué o para qué, incluyendo los beneficios que esta con llevará. Por ello la justificación de este proyecto de investigación es de relevancia teórica es cuando el objetivo del estudio es crear reflexión y discusión estudiantil sobre el conocimiento que existe, comparar una teoría, confrontar resultados o aportar nuevo conocimiento. En la práctica se argumenta que dicha justificación se manifiesta cuando su interés contribuye a solucionar un inconveniente o al menos ofrece opciones que al aplicarse ayudan a resolver las dificultades. En cuando a la implicancia metodológica, ya que estudia las variables, sigue un marco de procedimientos pasando de la recopilación de trabajos anteriores, siguiendo la validez, confiabilidad y regajo de datos para su análisis. También en la justificación económica, a través del estudio de gestión de procesos y el crecimiento empresarial puede contribuir en el desarrollo económico del país, mediante la gestión de los mercados de abastos, consiguiendo la aplicación adecuada del modelo de gestión de procesos y crecimiento empresarial. (p. 40)

Así mismo, se establece la necesidad de plantear objetivos, pues esto sirve para fijar que es lo que se pretende estudiar, aportando teorías de solución a la problemática observada. (Hernández, 2014, p. 38).

Ahora bien, la investigación se abordó como objetivo general orientada a determinar la relación que existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020. De igual manera se planteó para los objetivos específicos a) Determinar la relación que existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y los factores internos de un mercado, San Juan de Miraflores 2020, b) Determinar la relación que existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y los factores externos de un mercado, San Juan de Miraflores 2020.

Adicional, las hipótesis son relevantes en la investigación, como menciona Hernández (2014) estas sirven de guía para el estudio, indican aquello que se quiere dar como cierto, pronostica ciertas explicaciones tentativas de los hechos en investigación. (p. 104).

Por ello, la investigación propuso como hipótesis si existe relación entre la gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020, así mismo se obtuvieron como hipótesis específicas a) existe relación entre la gestión de procesos del área de seguridad y los factores internos de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020, b) existe relación entre la gestión de procesos del área de seguridad y los factores externos de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

En el desarrollo de la investigación se realizó la búsqueda tanto a nivel nacional como internacional de tesis y artículos científicos con el fin de conocer otras investigaciones relacionadas a gestión de procesos y crecimiento empresarial, con el objetivo de lograr presentarlas como antecedentes, estas se detallan a continuación.

Gonza y Quiroz (2016) en su tesis: *Propuesta de un modelo de gestión por procesos para el minimarket "Sandrita" en la ciudad de Eten, Chiclayo*. Tuvo como objetivos elaborar una propuesta de un modelo de gestión por procesos para el minimarket, basada en la implementación de la metodología de Gestión por procesos, así mismo fue de metodología aplicada, descriptiva y usando como instrumento la encuesta, para esto se contabilizo una población de 1500 clientes, pero solo se consideró para la investigación a 279, logrando se concluir que existe fortalezas suficientes para lograr los objetivos planeados haciendo uso de las oportunidades del entorno y que existía deficiencias relacionadas a la gestión de los procesos por el lado de la gerencia y amenazas relacionadas a la competencia actual y los competidores potenciales. Por otro lado, el aporte del investigador fue identificar cuáles son los procesos claves para mejorar de eficiencia del negocio.

Por otra parte, Prialé (2019) en su tesis: *Gestión de procesos y comunicación interna en la Subgerencia de Abastecimiento de una entidad del Estado, Jesús María, Lima*. El propósito fue determinar la relación entre gestión de procesos y comunicación interna de la institución pública, el tipo de metodología fue aplicada, con nivel descriptivo correlacional teniendo como población universal a 40 colaboradores a los cuales se aplicó una encuesta con 30 items. Se concluyó que existe relación positiva entre la relación entre la gestión de procesos y la comunicación interna, pero también se denota debilidades en la incorporación de la gestión de procesos, el modelamiento visual y la excelencia operacional las cuales inciden en la comunicación interna. Así también las definiciones de las dimensiones son mucho más moderadas llegando a una mejor comprensión.

En un contexto similar, Arzola (2017) en su tesis: *Factores que intervienen en el Crecimiento Empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco, Lima*. Tuvo como propósito principal fue identificar los elementos que influyen en el crecimiento del negocio de Mypes, la metodología aplica fue no experimental, transversal y descriptivo. la técnica que se uso fue la encuesta con su respectivo instrumento el cuestionario, compuesto de 13 preguntas, para esto se tuvo la participación de 245 empresarios como muestra. Se concluyó que los factores que intervienen en el crecimiento de la empresa en forma de negativa son el conocimiento, financiamiento externo, la motivación del dueño, y por el contrario en manera positiva es el tamaño de la empresa. En adición es fundamental conocer los elementos que influyen tanto a favor como en contra para el empresario.

Además, Huanso (2018) en la tesis: *Factores de éxito y su relación con el crecimiento empresarial, primera y segunda cuadra del mercado pocitos en San Martin de Porras, Lima*. Tuvo como eje de indagación determinar la relación de los factores de éxito con el crecimiento empresarial, la investigación fue de tipo aplicado, de nivel correlacional- descriptivo de diseño no experimental, la muestra estuvo compuesta por 50 empresarios entre hombre y mujeres, la técnica fue la encuesta conteniendo 20 preguntas en total. Se determinó, que existe una relación significativa validando la hipótesis general, siendo el financiamiento y la innovación los que presentan mayor relación con los factores del éxito. Por otro lado, se valoró el poder identificar los elementos que suman a las organizaciones.

En relación a los antecedentes internacionales, el autor Khafajy y Alzoubi (2015) en el artículo científico, *The impact of business process management on business performance superiority*, publicado por Centro europeo de formación y desarrollo en investigación, Reino Unido. Tuvo como propósito medir el impacto de la gestión de proceso de la empresa sobre la superioridad del desempeño empresarial del negocio, la investigación aplico métodos descriptivos y estadísticos, el instrumento que se utilizo fue la encuesta, el cual fue distribuido a total de 89 participantes entre gerente ejecutivo, vice gerente ejecutivo, gerente de departamento. Se determinó que la motivación de los gerentes en los componentes

del ciclo de administración de procesos de negocios es moderada lo que indica una simetría integrada en la reforma de los procesos, en identificación y diseño de procesos, seguimiento y control de procesos y modelado y documentar los procesos. Esto sirvió a detectar las posibles mejoras en los sub procesos.

Además, Garzova, Papulova y Papula (2015) en el artículo, *The application of concepts and methods based on process approach to increase business process efficiency, publicado por Elsevier B.V, Eslovaquia*. Tuvo como objetivo principal investigar los procesos a implementar en los negocios, para identificar las principales limitaciones y medir el uso de herramientas y métodos de proceso, para mejorar la calidad, producción y eficiencia, se aplicó un enfoque cuantitativo de nivel correlacional, se utilizó la encuesta para la recolección de datos, se direcciono a gerentes de diferentes sectores para lograr visión más abierta, un total de 178. Se concluyó que existe una carencia de expertos y la poca habilidad de gestión de proceso, lo cual indica que hay una baja disposición hacia las capacitaciones para el desarrollo de empleados y gerentes, generando límites para la innovación. Es sustancial conocer que la cultura corporativa juega un papel importante en el control del rendimiento para la mejora de procesos.

En otro contexto similar el autor Tuček (2015) en su artículo, *The Main Reasons for Implementing BPM in Czech Companies publicado por Journal of Competitiveness, La República Checa*. Tuvo como objetivo principal fue simplificar los objetivos y procedimientos valioso para las empresas checas en función al uso de componentes del BMP, logrando identificar los beneficios que se asocia con su implementación, la metodología fue cuantitativa, haciendo uso del cuestionario como instrumento, con una población de 200 empresas y una muestra de 144. Se determinó que implementar un modelo de proceso está estrechamente vinculado con las normas de calidad y esto a su vez mejora el desempeño de los diversos procesos. Se valora que existen obstáculos en la inserción de dichos procesos.

Además, Bernal (2018) en el artículo: *Factores internos y externos decrecimiento empresarial en micro empresas, publicado por la revista Ciencias Administrativas Teoría y Praxis, México*. Tuvo como objetivo analizar si existe

relación entre el crecimiento de ventas y factores internos y externos, la investigación se hizo con aplicando la correlación, con muestra probabilística estratificada, con 118 participantes que eran dueños de negocios micro, el instrumento fue el cuestionario compuesto de 20 preguntas. Se determinó que existe relación entre el crecimiento empresarial medido por el aumento de las ventas con factores tanto interno como externo. Es importante ya que clarifica de forma sencilla las acciones operativas que impulsan el aumento de ventas.

Por otro lado, Iliev y Debarliev (2015) en su artículo: *Factors affecting growth of small business: the case of a developing country having experienced transition, publicado por European Scientific Journal, Republica de Macedonia*. Tuvo como propósito investigar el impacto de factores relacionados con características estratégicas valorables, que inciden en el crecimiento de la pequeña empresa, puntualmente dentro de un contexto económico y cultural, se aplicó una regresión lineal múltiple que verifico la relaciona existente y la dependencia entre ella, como muestra se consideró a 280 personas, a lo cuales se le brindo una encuesta para la recolección de datos. Se concluyó, que existe un apoyo empírico al modelo propuesto de factores de crecimiento asociados con la pequeña empresa. Las implicaciones teóricas y prácticas de esta investigación se direccionan a identificar y resaltar factores cruciales que pueden promover el crecimiento.

Además, García, Gálvez y Maldonado-Guzmán (2016) en su artículo: Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico, publicado por la revista Estudios Gerenciales, España. Tuvo como propósito principal verificar empíricamente la relación existente entre el grado de innovación de la Mipyme y su crecimiento y desenvolvimiento dentro de los países que forman la Alianza del Pacífico. Se aplicó la metodología de regresiones lineales múltiples para analizar las relaciones observadas. Así mismo se consideró una muestra de 389 empresas pequeñas a los cuales se les aplico un cuestionario. En conclusión, la acción innovadora de la Mipyme genera una influencia positiva sobre su crecimiento y rendimiento, con excepción de la innovación en gestión, ya que se aprecia un impacto negativo en el crecimiento del

empleo. Es relevante marcar que la muestra es poca para obtener resultados concluyentes sobre estrategia innovadora.

Ahora bien, las teorías tienen un papel importante dentro de la investigación científica, ya que se entiende como un proceso sistemático y de construcción de conocimiento en el tiempo, por ello su relevancia de vincularlo en el estudio. Para de gestión de procesos, la teoría de la administración cuenta con la teoría científica, propuesta por Frederick Taylor (1903) citado por Chiavenato (2014), que hace énfasis en las tareas y el enfoque organizacional, destacando el aumento de la eficiencia del negocio es a través del incremento de la producción. Así mismo, la teoría de los sistemas enfoque de Bertalanffy (1951) citado por Peralta (2016), refiere que la Teoría general de los sistemas nombrado también como TGS, “Tiene una perspectiva integradora, y define a la organización como un sistema abierto o cerrado”. (p. 127), se deduce que no ve la realidad como un globo seccionado sino más bien que todo está conectado entre sí de modo holístico revelando con ello los modelos de sistemas y estructuras complejas.

Continuado con el proyecto de investigación, en cuanto a la definición conceptual de gestión de procesos el autor Gras (2014), define como un modelo que relaciona a la tecnología y la gestión empresarial, propone una metodología llamada ciclo de BMP la cual involucra cuatro fases que se reproduce de forma constante con el fin de reajustar o moldear el proceso según las necesidades de la empresa, siendo sus etapas análisis y modelamiento, implementación y prueba, ejecución y monitoreo y ajustes.

Asimismo, Hitpass (2017), refiere que es tener el control y gestión de un proceso en específico del negocio, saber cuál es la situación en tiempo real de los procesos estancados, se logra ubicar el problema, esta información es pertinente para los supervisores ya que consigue determinar la causa antes que afecte los resultados de la organización. (p. 21).

También los autores Evans y Lindsay (2015), define que la gestión de procesos incluye la planeación y administración de las actividades básicas para

conseguir un buen desempeño de los procesos estratégicos de la organización y detecta ventajas para perfeccionar la calidad y el desarrollo operativo. dicho proceso consiste en tres actividades primordiales como el diseñar, controlar y mejorar. (p. 208).

Además, el autor John (2014), lo define como una mejora sustancial en los procesos del negocio, el cual no involucra necesariamente herramientas tecnológicas, sin embargo, en situaciones específicas y cuando sea útil, no se podría llegar a procesos eficaces sin las herramientas como la de modelado de procesos y la inclusión de la tecnología. (p. 4)

En otro concepto, Bravo (2015) define que es una instrucción de gestión que coopera con la dirección de la empresa mediante la identificación, modelación, diseño, control y mejora y hacer más beneficios los procesos de la organización para conseguir la confianza del cliente. (p. 29).

Revisando los conceptos propuestos por los diferentes autores se toma como guía para la investigación la concepción de Bravo, por ser el más cercano en definición y segmenta claramente en tres bloques para su práctica, siendo la incorporación de la gestión de procesos en la organización, modelación y la dirección de procesos. (p. 25).

Incorporación, Bravo (2015), menciona que “en la organización comienza por querer contar con esta disciplina, por ello es que comenzamos con la práctica Exponer la contribución. Una vez tomada la decisión es necesario planear su incorporación, luego crear la estructura correspondiente y definir cómo se gestionará el cambio”. (p. 45).

Por lo tanto, lo describe como un ciclo que comprende desde la exposición de la contribución, ya sea con un aporte profesional o dinerario para seguir con la planeación, el cual realizara con detalle de las estrategias, personas, procesos, estructura y tecnología que es parte del proceso, después llevar a la estructura donde se crea un área de procesos y se adquiere nuevas funciones, como el que comanda el proceso y los que ayudan en las áreas. y finalmente termina

con la gestión del cambio que estable el proceso y lo acerca a la usabilidad de toda la organización.

Modelación, Bravo (2015), define que “logrando que los mismos participantes de un proceso sean los que realicen la representación visual, lo perfeccionen y luego elaboren y usen los procedimientos”. (p. 93).

Por consiguiente, se concibe en cinco practicas donde se empieza por la elaboración del proceso, que permite reconocer todos los procesos inmersos en el negocio, prosigue con la representación que a través de flujogramas de información y con una serie de tares y contingencias da comienzo a la gestión de procesos, consiguiendo capitalizar el conocimiento en la empresa. Además, mediante una lista de cambios logra perfeccionar el proceso, luego la elaboración del procedimiento tiene el objeto de precisar el nivel de profundidad y sus elementos, esto puede variar según la etapa de madurez de la empresa y también el grado de avance en la explicación del proceso.

Dirección de procesos, Bravo (2015), expone que “se aplica diversas prácticas como “priorizar, evaluar, rediseñar y controlar, mejorar”. (p. 177).

En consiguiente se define como una serie de procesos direccionados, en el que priorizar consigna una lista de ranking de los procesos acorde con la estrategia de la empresa. Luego la evaluación, donde mide el escenario actual con el deseado para elegir la decisión más óptima. Después se rediseña para curar brechas críticas en los procesos, también controla para mantener los estándares mínimos de cumplimiento en el rendimiento del proceso. Y termina con la mejora que está dirigido por el dueño del proceso y en coordinación con el área de mejora continua.

También, para crecimiento empresarial está la teoría de contingencia, representada por Lawrence y Lorsch en 1980, citado por Chiavenato (2014), refiere que para enfrentar con eficacia los diferentes cambios, debe existir una relación estrecha entre el entorno llamada ambiente y las técnicas administrativas. Subraya que el funcionamiento de la empresa tiene dependencia con las características del entorno que la rodea, tanto el ambiente, la tecnología, la estructura y el comportamiento.

Dentro de la definición de crecimiento empresarial, el autor Pérez (2017), lo define como el crecimiento del volumen del negocio, es un objetivo de mucho valor para las empresas, pues aporta una serie de ventajas como tener mayor plaza en los mercados, también produce economías de escala y curvas de experiencia. (p. 21)

También Rico y Sacristán (2017), demarca como una ramificación que cuenta varias opciones: puede elegir un crecimiento interno, por uno externo o por un método que comparta las ventajas de ambos, a esto se le conoce como alianzas empresariales o cooperación empresarial, toda empresa en la mayoría de los casos suele utilizarlo en el largo de la vida, sin dejar de lado las ventajas y desventajas que esto conlleva.. (p. 108).

Así mismo Morecroft (2015), precisa que la acción de crecer de las empresas es a través de la expansión del marketing, la fuerza de ventas, canales de distribución, etc., esto lleva a que se incremente la demanda y esto a su vez genera una expansión mayor del negocio. (p. 202).

Por otro lado, Kotler y Kotler (2015), define como una combinación de metas con objetivos claros, donde todos los grupos de interés persigan el mismo fin de forma constante, no solo es necesario la constancia en tiempos de bonanza sino también en tiempos críticos, esto debe ser garantizado para que se llegue al crecimiento.

Por otro lado, Bernal (2018), expone que la evolución de un negocio es comenzar como un competidor local para luego sobresalir en el ámbito internacional, siempre haciendo que la competencia sea sostenible en todo tiempo. Así mismo esta facultad se conjuga con otros atributos como la capacidad financiera, los activos productivos ya sea a través de ajustes como compras de herramientas nuevas, adaptándolas a la organización en las mejoras que realiza. (p. 94)

Revisando las nociones planteadas por los diversos autores se considera a Bernal en su conceptualización puesto que, se adecua mejor a la perspectiva del

mercado, siendo más adaptable al objetivo del estudio y lo define en dos factores principales como son los internos y externos. (p. 94).

Factores internos, Bernal (2018), define como “las partes que se acoplan entre si y que tiene como punto de referencia el lograr incrementar la potencialidad interna de los procesos”. (p. 94).

En concordancia con este factor, los elementos que la constituyen inciden íntimamente con el interior de la empresa, que a través de una evaluación del tamaño, edad del negocio, la motivación, el perfil de la propiedad y la gestión del conocimiento

Factores externos, Bernal (2018), resalta que se enfoca en el nivel de mando de la empresa, que tiene como fin tomar decisiones que dirigen al negocio, teniendo en cuenta el ámbito que lo rodea. (p. 94).

Se entiende que este factor, se enfoca en las estrategias que toma la dirección con referente al camino que seguirá la empresa, dando atención a los aspectos sectoriales como los competidores, clientes y proveedores, demanda, tecnología, financiamiento.

III. METODOLOGÍA

Para esta investigación se consideró el método hipotético deductivo, puesto que Baena (2017), refiere que es partir de ideas generales hasta llegar a los casos particulares, por ello una vez aprobados los enunciados, teorías, principios y demás casos se puede lograr la certidumbre y precisión. (p 34).

Además, se aplicó el método de investigación documental, como menciona Baena (2017), es la acumulación de diversas materias como libros, expedientes, informes de laboratorio, publicaciones, artículos, noticias, trabajos de campo publicados en relacionado al tema de estudio desde otros enfoques. (p. 69)

También, se utilizó el método estadístico, pues como refiere los autores Zumarán et al. (2017) esto consto de una serie de pasos que hicieron posible el manejo adecuado de los datos cuantitativos, comenzando desde la planificación del estudio, recolección de la información, presentación y organización de la información, para proseguir con el análisis y llegar hasta la interpretación. (p. 74).

3.1. Tipo y diseño de investigación

En esta investigación la metodología fue de tipo aplicada ya que según, Baena (2017), este tipo de metodología tiene como fin realizar el estudio de un problema llevando a la acción, también puede aportar datos nuevos que pueden ser estimables y utilizables para la teoría (p. 18)

Se puede resaltar que el diseño fue no experimental, ya que según el autor Hernández, (2014) son los estudios que se realizan sin ejercer ningún tipo de manipulación sobre las variables y solo se enfoca en observar los eventos en su ambiente natural para luego ser analizados y de corte transversal ya que solo se realizara la recolección de datos en un solo momento (p. 152).

Además, el nivel de investigación fue correlacional, pues Hernández (2014), lo define como una relación que existe entre ambas variables, sin generar

dependencia entre ellas, con el objetivo de conocer el grado de relación que existe en ambas. (p. 157).

3.2. Variables y operacionalización

Continuando con la investigación, para conseguir medir las variables de estudio se estructuro una matriz de operacionalización, como resalta los autores Zumarán et al. (2017), es un proceso de descomponer las variables en partes más específicas llamadas dimensiones o sub variables, estas a su vez se seccionaron en indicadores que permitió ser objeto de observación directa y apto de medición (p. 71).

Entre las definiciones, esta Bravo (2015), afirma que la gestión de procesos se dividió en tres dimensiones para su práctica como son la incorporación de la gestión de procesos en la organización, modelación y la dirección de procesos, el cual utilizo para el análisis de sus elementos el cuestionario, así se viabilizo como instrumento la encuesta con respuesta en base a la escala de Likert.

De igual manera, Bernal (2018), resalta que el crecimiento empresarial se divide en dos factores claves para su comprensión, en factor internos y externos, para analizar los atributos que la componen se aplicó como instrumento el cuestionario basado en preguntas cerradas en escala Likert.

En consiguiente tuvo un enfoque cuantitativo, ya que, según Hernández, (2014) señala que este enfoque uso la recopilación de datos que consigue probar la hipótesis, tuvo medición numérica a través del análisis estadístico, se midió las variables, se utilizó herramientas estadísticas las cuales determinaron diversas conclusiones, siendo probatorio y secuencial, estableciendo resultados más claros para la investigación. (p. 4).

3.3. Población, muestra y muestreo

Población.

Según Salas (2018), expone que es el conjunto de elementos que tienen características bien establecidas y que tienen un valor específico, una cualidad o categoría, de los cuales solo algunos o todos pueden ser representantes del universo. (p. 4). En consecuencia, la investigación se llevó a cabo en un mercado de San Juan de Miraflores, estuvo conformado por un número de 150 clientes que acuden al centro de abasto, en este universo están comprendidos los compradores minoristas o mayoristas. Así también se consideró como criterio de inclusión a los clientes que compren mínimo una vez en dicho mercado, y a ambos sexos hombre y mujer, con edades de 20 a 60 años y que asistieron día de la encuesta programada en el rango de hora de 8 am a 8 pm. Además, como criterio de exclusión, no se consideraron a los comerciantes que laboraban dentro o a las afueras del mercado y tampoco a las personas que laboraban en el mercado indistintamente la función que tengan.

Muestra.

También, Hernández (2014), menciona que la muestra es un grupo representativo de la población que se definió y delimitó, del cual se recolectaron datos y sirvió como representación estadística para de la población. (p.173). Por esa razón el estudio se conformó por 109 clientes elegidos de forma aleatoria. Esta cantidad garantizó el 100% de certeza y eficacia del resultado obtenido en la investigación.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q} = 109$$

$$n = \frac{150 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2(150 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 109$$

Muestreo

En adición, el muestreo fue probabilístico - aleatorio simple. Según resalta Baena (2017), que es un muestreo al azar, pues el investigador no genera ningún tipo de tendencia o preferencia y que todos tuvieron las mismas posibilidades de ser seleccionados en la muestra.

Unidad de análisis

-La unidad de análisis estuvo integrado por los clientes de un mercado.

Tabla 1: . Matriz operacional de las variables: Gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial en un mercado de San Juan de Miraflores, 2020

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM S	NIVELES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de procesos	Bravo (2015) es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, modelar, diseñar, controlar, mejorar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente. (p. 29).	La gestión de procesos tiene tres bloques de prácticas: incorporación de la gestión de procesos en la organización, modelación, dirección, y sus indicadores para el cual se aplicó el cuestionario para su medición.	Incorporación de la gestión de procesos	Exposición de la contribución	1	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Siempre (4) Casi siempre (5)	Escala Ordinal
				Planeación de la contribución	2		
				Realización de la estructura	3		
				Gestión del cambio	4		
			Modelamiento o visual participativa	Elaboración del mapa de procesos	5		
				Representación del proceso	6		
				Perfeccionamiento del proceso	7		
				Redacción del procedimiento	8		
			Dirección de procesos	implementación del procedimiento	9		
				Priorización	10		
				Evaluación	11		
				Rediseño del proceso	12		
				Control del proceso	13		
				Mejora continua	14		
Crecimiento empresarial	Bernal (2018), es la manera en que evoluciona una empresa de ser un competidor local a uno a escala mundial con la finalidad de obtener competitividad sostenible en el tiempo. (p.94)	El crecimiento empresarial se divide en factores internos y externos con sus indicadores, se aplicó el cuestionario como medición.	Factores internos	Antigüedad	15	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Siempre (4) Casi siempre (5)	Escala Ordinal
				Tamaño	16		
				Perfil del propietario	17		
				Motivación	18		
				La gestión del conocimiento	19		
				Estrategias de crecimiento	20		
			Factores externos	Competidores	21		
				Clientes	22		
				Proveedores	23-24		
				Demanda	25		
				Fuentes de financiamiento	26-27		
				Innovación tecnológica	28		

3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Se utilizan variadas técnicas para recolectar datos en el proceso de una investigación. Según Hernández (2014) resalta que es elección del decisor elegir cual es la técnica que desea aplicar, dichas elección se basa en las características de su estudio. También indicó que todo instrumento debe ser respaldado con una validez y confiabilidad lo que hace del instrumento apto para su aplicación. En adelante se detallan los conceptos.

Técnica de recolección de datos

Para este estudio se aplicó la técnica de la encuesta, el cual consistió en una serie de preguntas enfocadas en los indicadores de 2 variables, esto permitió recoger información clara de los encuestados.

Instrumento de recolección de datos

De acuerdo con Hernández (2014), señala que se tiene diversos tipos de instrumentos para medir las variables y que en algunos casos se mezclan varias técnicas de recolección de datos. (p.217)

En esta investigación se utilizó como instrumento, el cuestionario que agrupo 28 de preguntas, también tuvo como opciones una escala de nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre, cada pregunta fue respondida por la persona según su propio criterio. se creó un total de 14 ítems, para la variable gestión de procesos (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12, 13, 14) y crecimiento empresarial (15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27 Y 28).

Tabla 2: Estructura dimensional de las variables de estudio

Variable	Dimensión	Ítems
Gestión de procesos	Incorporación de la gestión de procesos	1 a 4
	Modelamiento visual participativa	5 a 9
	Dirección de procesos	10 a 14
Crecimiento empresarial	Factor interno	15 a 20
	Factor externo	21 a 28

Fuente: elaboración propia

También se elaboró una escala para la mejor comprensión, como se detalla a continuación:

Tabla 2: Puntuaciones de Ítems en la escala de Likert

Puntuación	Denominación	Inicial
1	Nunca	N
2	Casi nunca	CN
3	A veces	AV
4	Casi Siempre	CS
5	Siempre	S

Fuente: buscar al autor Bermudez (2004, p.258)

Validez

Según Hernández (2014), inicia con el nivel en que las mediciones de los conceptos obtenidos a través del instrumento se relacionan de forma clara con las mediciones de otros conceptos o variables relacionado ya sea por la teoría, hipótesis o antecedentes previos. (p.203).

Continuando con el proceso de validez del instrumento de recolección de datos del estudio se utilizó la técnica llamada juicio de expertos, que implicó agrupar a tres expertos, ya sea titulados en Administración, con especialización, maestría o doctorado en la línea de investigación de gestión de organización, reconocido por Sunedu, quienes se encargaron de validar el cuestionario, la cual se segmentó en diez criterios: Objetividad, Actualidad, Organización, Suficiencia, Intencionalidad, Coherencia, metodología, Claridad, Consistencia y Pertinencia. Se valió de una escala de valoración en porcentajes de 1 a 100 para cada criterio y por cada uno de los expertos. finalizada la evaluación el instrumento por los expertos, se siguió a contar la puntuación totalizada en cada tabla y luego, se agrupó las 3 validaciones con el fin de conocer la medida por cada experto y para designar el promedio de validación del instrumento.

Tabla 3: Validación del instrumento que recolectan los datos por un juicio de expertos

Expertos	Calificación	
	Gestión de procesos	Crecimiento empresarial
Mg. Gonzales Moncada Teresa Marianella	aplicable	aplicable
Mg. Trujillo Hinojoza Cesar	aplicable	aplicable
Mg. Larroche Cueto Benito Armando	aplicable	aplicable

Fuente: Base de Datos de Docentes de la Escuela de Administración como expertos por línea de investigación.

Confiabilidad

Según Zumarán et al. (2017) indica que la confiabilidad es la falta de error aleatorio, dicho de otra manera, que estas mediciones están sin desviación originados por errores causales y garantiza que la aplicación repetido a objeto o sujeto de iguales condiciones proporciona resulta iguales. (p. 76).

En tal sentido para concluir si el instrumento es válido se sometió a la confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach; que es un coeficiente que usa para calibrar la fiabilidad de un instrumento, es aplicado cuando se tiene alternativas policotómicas siendo la escala de Likert que contiene atributos de 1 a 5. Para poder calibrar dicha fiabilidad se aplicó una prueba piloto de 15 de clientes de un mercado, luego se continuo con el análisis de las respuestas. Finalmente, dio como porcentaje de resultado de fiabilidad que fue de moderado a alto para que sea confiable, partiendo de la referencia un puntaje mínimo de 0.4 hasta 1 para ser aceptable.

Tabla 4: Interpretación de Coeficiencia de Confiabilidad

RANGOS	MAGNITUD
0.81 a 1	Muy alto
0.61 a 0.80	Alto
0.41 a 0.60	Moderado
0.21 a 0.40	Baja
0 a 0.20	Muy baja

Fuente: Ruiz, 2001, p.45.

Tabla 5: Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válidos	15	100,0
	Excluidos	0	0,0
	Total	15	100,0

Tabla 6: Demostración de confiabilidad de la variable Gestión de procesos.

<i>Estadísticos de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,964	14

Fuente: Elaboración en base al análisis de la Prueba piloto en el software estadístico SPSS versión 25.

Se aplicó la herramienta de Alfa de Cronbach, la cual probó la confiabilidad de la variable de Gestión de Procesos, que fue aplicada a 15 compradores de un mercado de San Juan de Miraflores consiguiendo el valor de 0.964 logrando verificar la confiabilidad en nivel de muy alto.

Tabla 7: Demostración de confiabilidad de la variable Crecimiento empresarial.

<i>Estadísticos de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,911	14

Fuente: Elaboración en base al análisis de la Prueba piloto en el software estadístico SPSS versión 25.

Se utilizó el Alfa de Cronbach, donde se puso a prueba el nivel de la confiabilidad de la variable de Crecimiento Empresarial, aplicado a 15 clientes de un mercado de San Juan de Miraflores consiguiendo el valor de 0.911 el cual se verificar la confiabilidad en nivel de muy alto.

3.5. Procedimiento

A consecuencia de la emergencia sanitaria y a las medidas implementadas en las actividades presenciales a nivel nacional, a su vez las restricciones de horarios de tránsito en las calles, el procedimiento de ejecución de la encuesta se realizó de forma electrónica aplicando el formulario de Google sin costo, esta aplicación permitió recolectar información elemental para elaborar los resultados requeridos, del mismo modo se realizó la encuesta a las afuera del establecimiento, siguiendo los lineamientos requeridos por el Ministerio de Salud y el estado peruano.

3.6. Métodos de análisis de datos

Para la investigación se usó el método descriptiva e inferencial, primero se estableció la estadística descriptiva para las variables siendo presentado con tablas, gráficos, cada uno con sus análisis correspondientes, después la estadística inferencial, que permitió probar la hipótesis y proponer parámetros y termino con el procesamiento y análisis haciendo uso del software estadístico Statistical Package for the Social Sciences 25 o comúnmente llamado SPSS 25, este sistema permitió determinar la relación entre las variables en base al coeficiente de relación.

3.7. Aspectos Éticos

Basándose en la Resolución del consejo universitario 2017 en su artículo 16, se refiere a los derechos de origen que sustenta el autor, sobre el trabajo de investigación siendo de carácter moral y patrimonial, según lo menciona el código de ética de la UCV. También detalla las diferentes pautas que de marcar el trabajo que satisfaga las buenas prácticas de la investigación, siendo sus pilares los principios éticos garantizando el cuidado de los datos de los participantes como su anonimato, adicional la honestidad y responsabilidad para el tratamiento de la información como la elaboración de los resultados finales.

IV. RESULTADOS

Prueba de Hipótesis

Hernández (2014), resalta que la hipótesis trata de probar posibles razones que se investigan entre 2 o más variables de estudio, a través de la realización de un recuento de datos. (p. 107).

Tabla 8: Coeficientes *de correlación*

-1.00 = Correlación negativa perfecta (“A mayor X, menor Y”, de manera proporcional. Es decir, cada vez que X aumenta una unidad, Y disminuye siempre una cantidad constante). Esto también se aplica “a menor X, mayor Y”.

-0.90 = Correlación negativa muy fuerte.

-0.75 = Correlación negativa considerable.

-0.50 = Correlación negativa media.

-0.25 = Correlación negativa débil.

-0.10 = Correlación negativa muy débil.

0.00 = No existe correlación alguna entre las variables.

0.10 = Correlación positiva muy débil.

0.25 = Correlación positiva débil.

0.50 = Correlación positiva media.

0.75 = Correlación positiva considerable.

0.90 = Correlación positiva muy fuerte.

1.00 = Correlación positiva perfecta (“A mayor X, mayor Y” o “a menor X, menor Y”, de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante, igual cuando X disminuye).

Fuente: Hernández, 2018, p. 346

Prueba de hipótesis general

H 0: No existe relación entre gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial en un mercado de San Juan de Miraflores, 2020.

H 1: Existe relación significativa entre gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial en un mercado de San Juan de Miraflores, 2020.

Regla de decisión.

Si valor $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Si valor $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula (Ho), y se acepta H1

Tabla 9: Correlación: gestión de procesos y crecimiento empresarial.

Correlaciones		Gestión de procesos	Crecimiento empresarial
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,581**
		N	,000
	V2	Coeficiente de correlación	.
		Sig. (bilateral)	109
		N	109

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

Interpretación: Se aprecia que la gestión de procesos del área de seguridad y el crecimiento empresarial existe correlación positiva media según resultado de Rho de Spearman de 0,581 y con un nivel de significancia = 0,000 siendo mucho menor a 0.05. En consecuencia, se admite la hipótesis de la presente investigación.

Hipótesis Específico 1:

H 0: No existe relación gestión de procesos del área de seguridad y factores internos en un mercado de San Juan de Miraflores, 2020.

H 1: Existe relación significativa entre gestión de procesos del área de seguridad y factores internos en un mercado de San Juan de Miraflores, 2020.

Regla de decisión.

Si valor $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis Nula (H_0)

Si valor $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula (H_0), y se acepta H_1

Tabla 10: Correlación: gestión de procesos del área de seguridad y factores internos

Correlaciones			Gestión de procesos	Factores internos
Rho de Spearman	Gestión de procesos	Coeficiente de correlación	1,000	,598**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	109	109
	Factores internos	Coeficiente de correlación	,598**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	109	109

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

Interpretación: Se aprecia que la gestión de procesos del área de seguridad y factores internos existe correlación positiva media según resultado de Rho de Spearman de 0,598 y con un nivel de significancia = 0,000 siendo mucho menor a 0.05. En consecuencia, se admite la hipótesis específica 1 de la presente investigación.

Hipótesis Específico 2

H_0 : No existe relación entre la gestión de procesos del área de seguridad y factores externos en un mercado de San Juan de Miraflores, 2020.

H_1 : Existe relación significativa entre la gestión de procesos del área de seguridad y factores externos en un mercado de San Juan de Miraflores, 2020.

Regla de decisión.

Si valor $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis Nula (H_0)

Si valor $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula (H_0), y se acepta H_1

Tabla 11: Correlación: la gestión de procesos del área de seguridad y factores externos

Correlaciones		Gestión de procesos	Factores externos
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	,465**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	109	109
	Coefficiente de correlación	,465**	1,000
Factores externos	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	109	109

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

Interpretación: Se aprecia que la gestión de procesos del área de seguridad y factores externos existe correlación positiva débil según resultado de Rho de Spearman de 0,465 y con un nivel de significancia = 0,000 siendo mucho menor a 0.05. En consecuencia, se admite la hipótesis específica 2 de la presente investigación.

Tabla y gráficos por variable y dimensiones

Descripción de la variable gestión de procesos

Tabla 12: Variable gestión de procesos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala	52	47,7	47,7
	Regular	41	37,6	85,3
	Buena	16	14,7	100,0
	Total	109	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

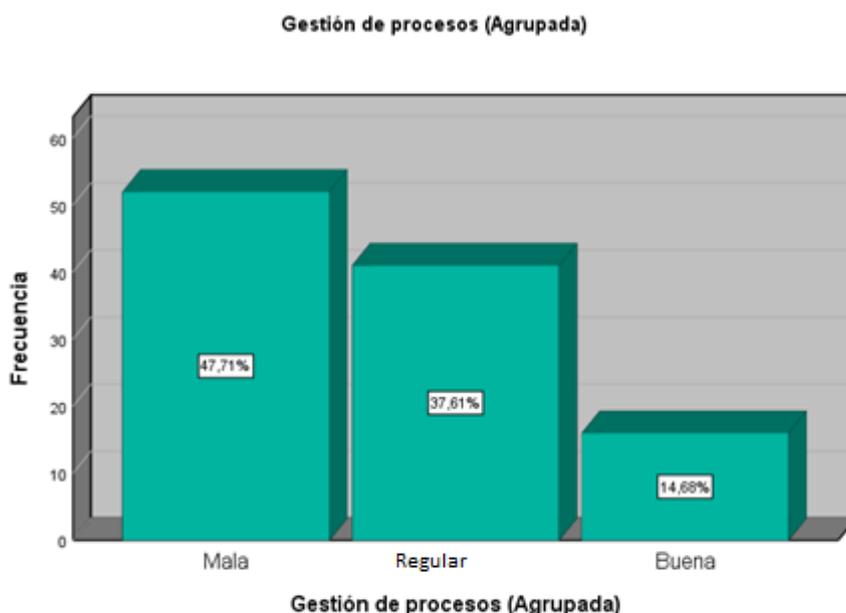


Ilustración 1: Gestión de procesos

Interpretación: Se aprecia en la figura 01 según las respuestas de los encuestados concerniente a la gestión de procesos, por lo que el 14.68% respondió buena, el 37.61% regular y el 47.71% mala. indicando que la gestión de procesos tiene una presencia débil en el mercado en el área de seguridad, de modo que los encuestados sostienen que no se le brinda la relevancia necesaria.

Descripción de la dimensión incorporación de la gestión de proceso

Tabla 13: Dimensión incorporación de la gestión de procesos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Mala	55	50,5	50,5
	Regular	38	34,9	85,3
	Buena	16	14,7	100,0
	Total	109	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS 25

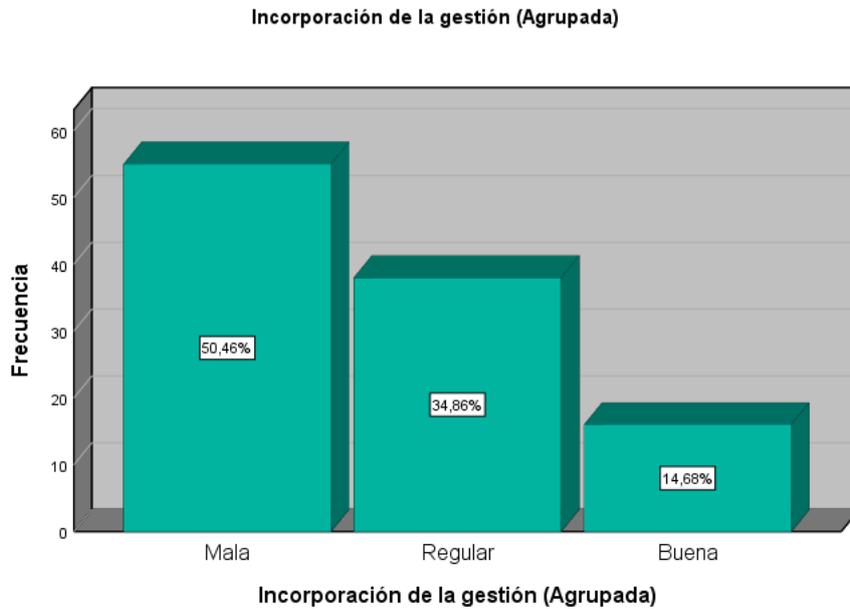


Ilustración 2: incorporación de la gestión de procesos

Interpretación: Se revela en la figura 02 en la incorporación de la gestión de procesos, la respuesta de los encuestados fue que el 14.68% respondió Buena, el 34.86% regular y el 50.46% mala. Demostrando que es muy limitada la predisposición para contribuir a la gestión y la realización de estructura del área de seguridad en el mercado.

Descripción de la Dimensión modelamiento visual participativa

Tabla 14: Dimensión modelamiento visual participativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Mala	43	39,4	39,4	39,4
Regular	52	47,7	47,7	87,2
Buena	14	12,8	12,8	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

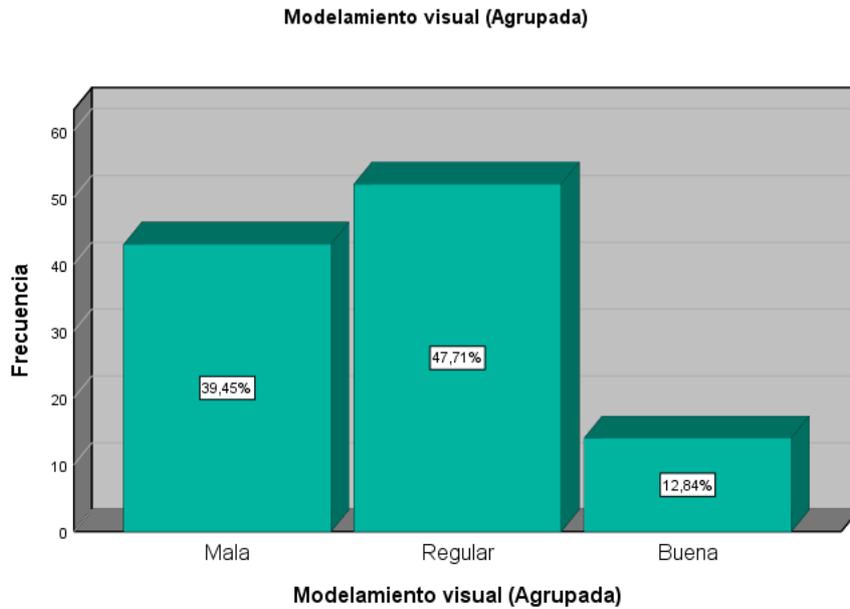


Ilustración 3: Modelamiento visual participativa

Interpretación: Se muestra en la figura 03 según las respuestas de los encuestados acerca de la modelación visual participativa, por lo que el 12,84% respondió buena, 47.71% regular y el 39.45% mala. Demostrando que los flujos o procedimientos de gestión existente de forma visual, no están siendo actualizados de forma oportuna ante los cambios presentados, generando el perfeccionamiento de los procesos.

Descripción de la dimensión dirección de procesos

Tabla 15: Dimensión dirección de procesos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala	43	39,4	39,4	39,4
	Regular	52	47,7	47,7	87,2
	Buena	14	12,8	12,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

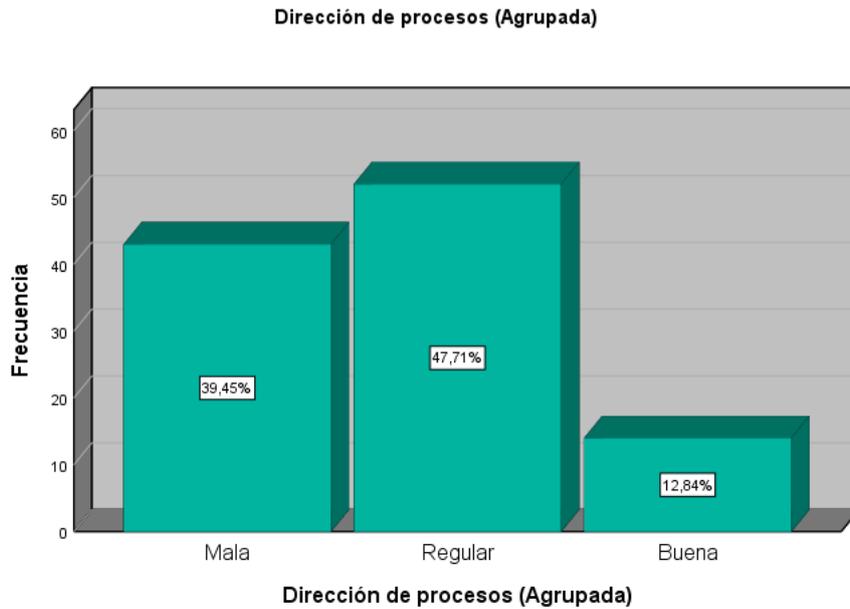


Ilustración 4: Dirección de procesos

Interpretación: Se muestra en la figura 04 que los encuestados según sus opiniones sobre la dirección de procesos, por lo que el 12.84% respondió buena, 47.71% regular y el 39.45% mala. evidenciando la debilidad de priorizar los programas para la mejora continua y control de procesos del área.

Descripción de la Variable crecimiento empresarial

Tabla 16: Variable crecimiento empresarial

		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala	53	48,6	48,6	48,6
	Regular	52	47,7	47,7	96,3
	Buena	4	3,7	3,7	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

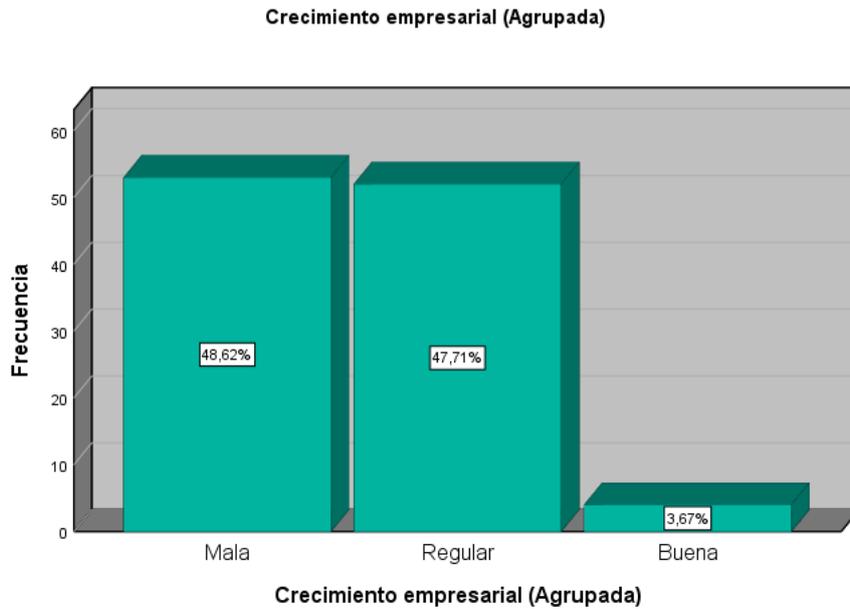


Ilustración 5: Crecimiento empresarial

Interpretación: Se releja en la figura 05 que los encuestados refieren sobre el crecimiento empresarial, que el 3.67% respondió buena, el 47.71% regular y el 48.62% mala. Mostrando que el crecimiento empresarial tiene una presencia inestable en el mercado, de modo que los clientes sostienen que no se ha logrado el desarrollo necesario.

Descripción de la dimensión Factores internos

Tabla 17: Dimensión Factores internos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Mala	41	37,6	37,6	37,6
Regular	48	44,0	44,0	81,7
Buena	20	18,3	18,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

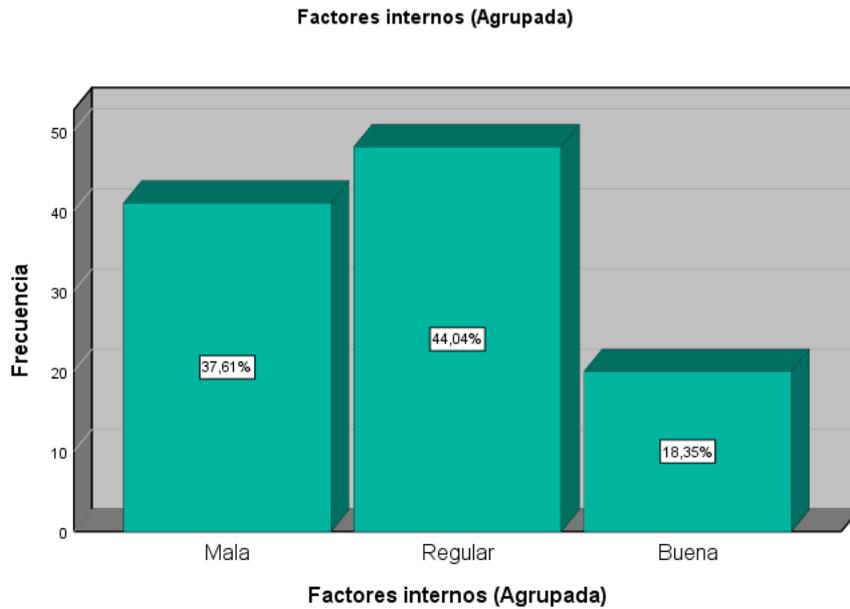


Ilustración 6: Factor interno

Interpretación: Se evidencia en la figura 02 la opinión de los encuestados con referente a los factores internos, por lo que el 18.35% respondió siempre, el 44.04% regular y el 37.61 % mala. Reflejándose que el tamaño del lugar es un condicionante del negocio y el conocimiento adecuado y oportuno son débiles y nada constante en los comerciantes del mercado.

Descripción de la Dimensión factores externos

Tabla 18: Dimensión factores externos

		Frecuenci	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Mala	27	24,8	24,8	24,8
	Regular	57	52,3	52,3	77,1
	Buena	25	22,9	22,9	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

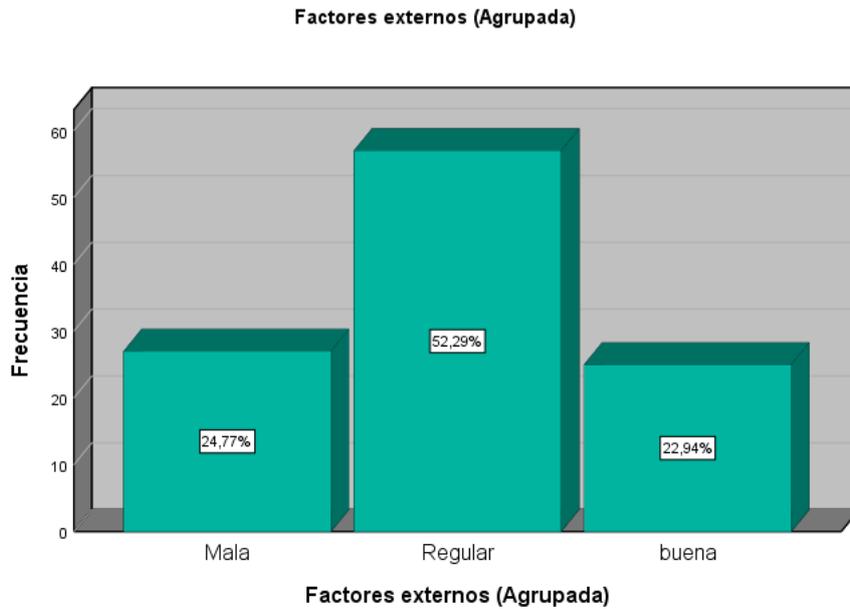


Ilustración 7: Factor externos

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión de los encuestados acerca de los factores externos son que el 22.94% respondió buena, 52.29% regular y el 24.77% mala. Mostrando que el incremento de ambulantes, la falta de manejo de la fidelización para impulsar su negocio sumado a la selección de sus proveedores irregulares no está llevando a la expansión de la empresa y sus integrantes.

Análisis descriptivo de los ítems del instrumento Gestión de procesos del área de seguridad

Tabla 19: 1. Existe predisposición de los comerciantes para contribuir con la gestión de procesos del área de seguridad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	19	17,4	17,4	17,4
Casi nunca	45	41,3	41,3	58,7
A veces	32	29,4	29,4	88,1
Casi siempre	11	10,1	10,1	98,2
Siempre	2	1,83	1,83	100
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

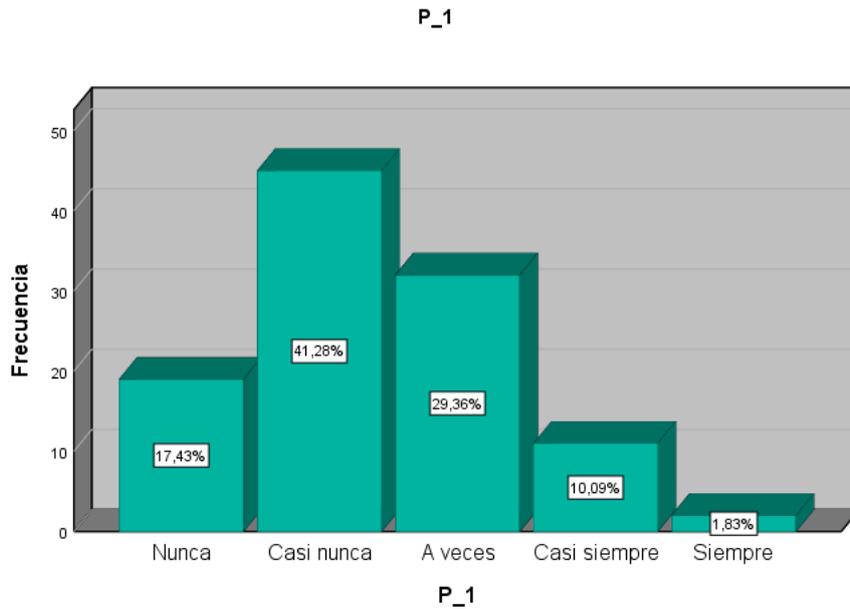


Ilustración 8: Pregunta 1

Interpretación: Se muestra en la figura 03 la opinión el 1.83% de los clientes respondió siempre, 10.09% casi siempre, 29.36% a veces, 41.28% casi nunca y el 17.43% nunca. Evidenciando que la carencia de predisposición de los comerciantes con el mercado.

Tabla 20: 2. Se realiza anuncios periódicamente sobre los planes a seguir para mejorar la gestión de seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	16	14,7	14,7	14,7
Casi nunca	42	38,5	38,5	53,2
A veces	32	29,4	29,4	82,6
Casi siempre	14	12,8	12,8	95,4
Siempre	5	4,6	4,6	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

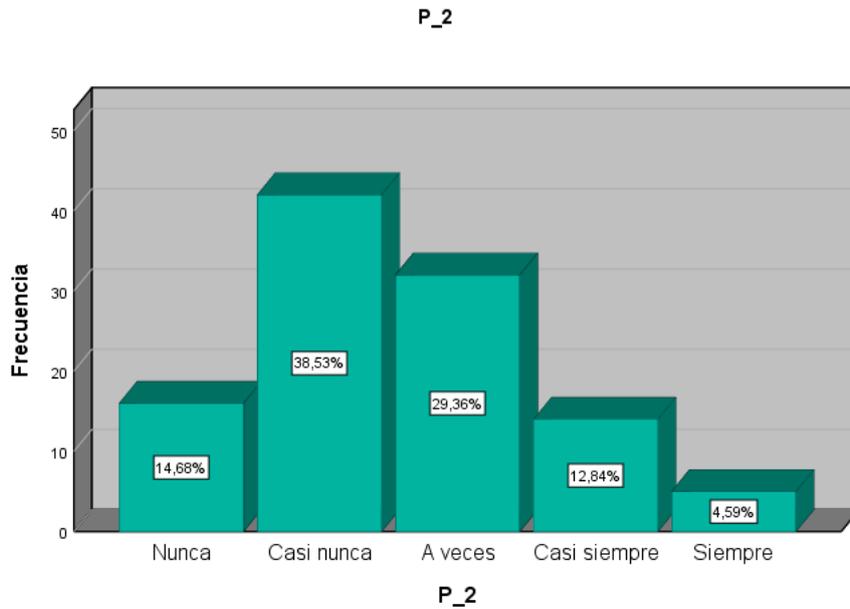


Ilustración 9: Pregunta 2

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 4.59% de los clientes respondió siempre, 12.84% casi siempre, 29.36% a veces, 38.53% casi nunca y el 14.68% nunca. Mostrando que la falta de anuncios de mejora en la gestión en el centro de abasto.

Tabla 21: 3. Se cuenta con grupo de seguridad que este constantemente verificando que se cumplen las normas dentro del mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	9,2	9,2	9,2
	Casi Nunca	51	46,8	46,8	56,0
	A Veces	17	15,6	15,6	71,6
	Casi Siempre	18	16,5	16,5	88,1
	Siempre	13	11,9	11,9	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

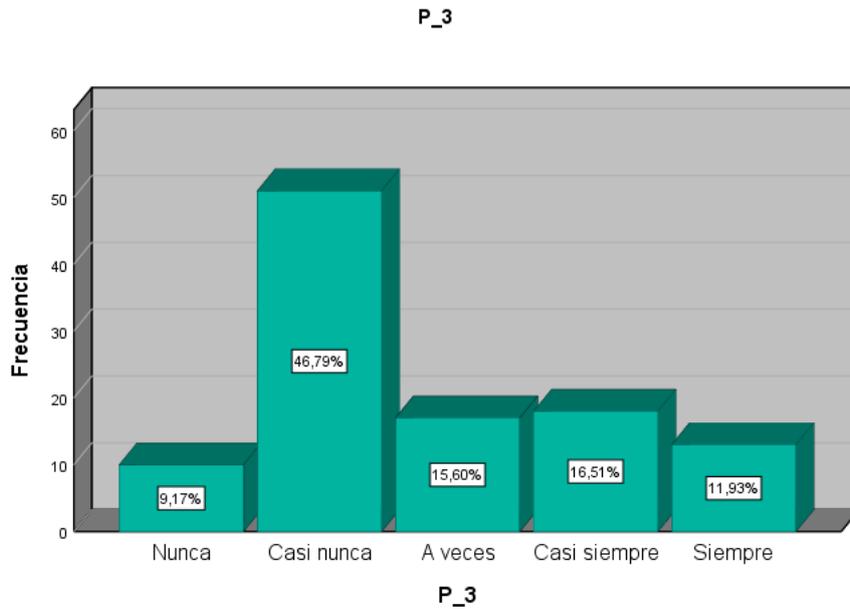


Ilustración 10: Pregunta 3

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 11.93% de los clientes respondió siempre, 16.51% casi siempre, 15.60% a veces, 46.79% casi nunca y el 9.17% nunca. Mostrando que no se está prestando debida atención al cumplimiento de las normas

Tabla 22: 4. El personal de seguridad está capacitado sobre los cambios actuales en la gestión según las normativas que brinda el gobierno (mascarillas, higiene, distanciamiento, aforo, etc.)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	11,9	11,9	11,9
	Casi Nunca	37	33,9	33,9	45,9
	A Veces	31	28,4	28,4	74,3
	Casi Siempre	19	17,4	17,4	91,7
	Siempre	9	8,3	8,3	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

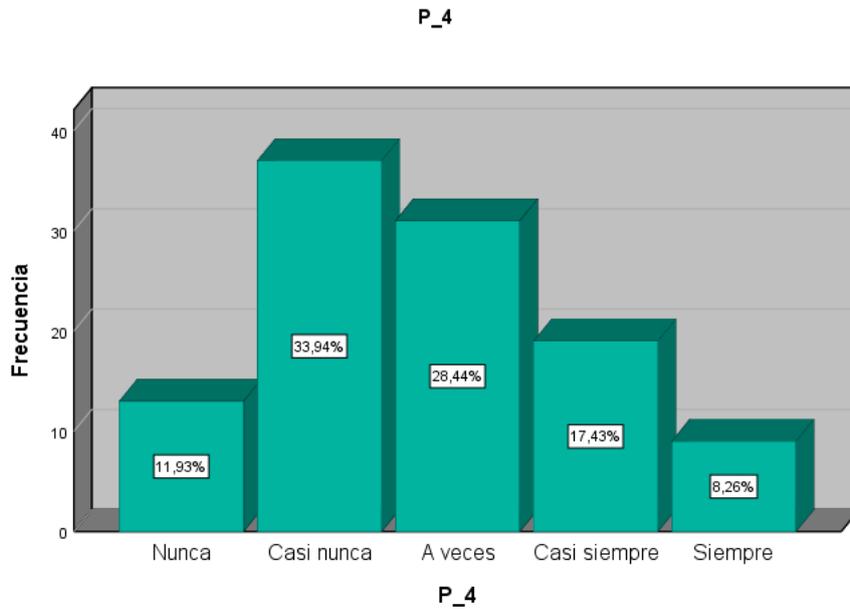


Ilustración 11: Pregunta 4

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 8.26% de los clientes respondió siempre, 17.43% casi siempre, 28.44% a veces, 33.94% casi nunca y el 11.93% nunca. Mostrando que la frágil capacitación que tiene los agentes de seguridad sobre los lineamientos normados por la crisis sanitaria.

Tabla 23: 5. Existe un protocolo de seguridad establecido tanto de prevención y acción para cualquier caso que se presente dentro o alrededores del mercado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	9	8,3	8,3	8,3
Casi Nunca	41	37,6	37,6	45,9
A Veces	28	25,7	25,7	71,6
Casi Siempre	15	13,8	13,8	85,3
Siempre	16	14,7	14,7	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

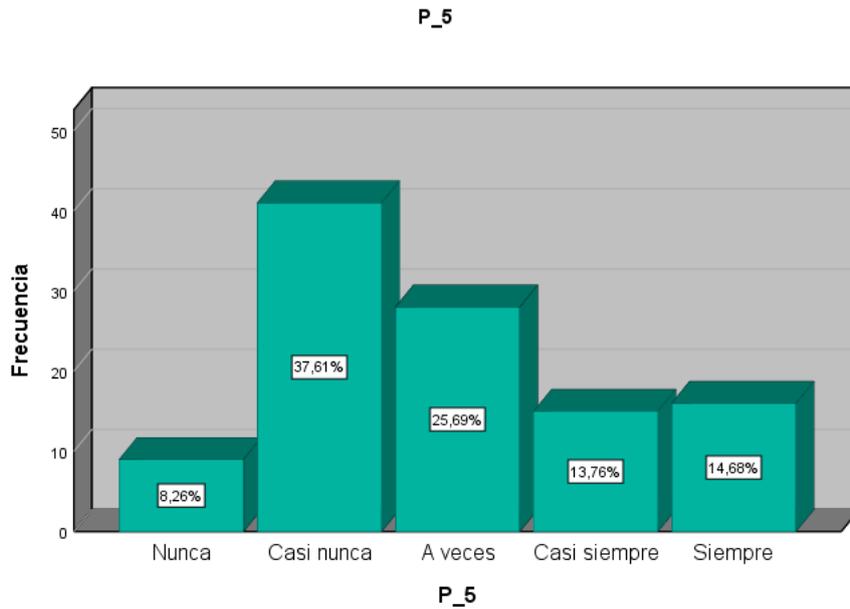


Ilustración 12: Pregunta 5

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 14.68% de los clientes respondió siempre, 13.76% casi siempre, 25.69% a veces, 37.61% casi nunca y el 8.26% nunca. Mostrando que no se tiene claros los protocolos o procedimientos de acción en eventos en el mercado.

Tabla 24: 6. Existe un mapa de procesos o flujos de gestión de prevención o acción de seguridad a la vista de todos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	23	21,1	21,1	21,1
Casi Nunca	43	39,4	39,4	60,6
A Veces	27	24,8	24,8	85,3
Casi Siempre	8	7,3	7,3	92,7
Siempre	8	7,3	7,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

P_6

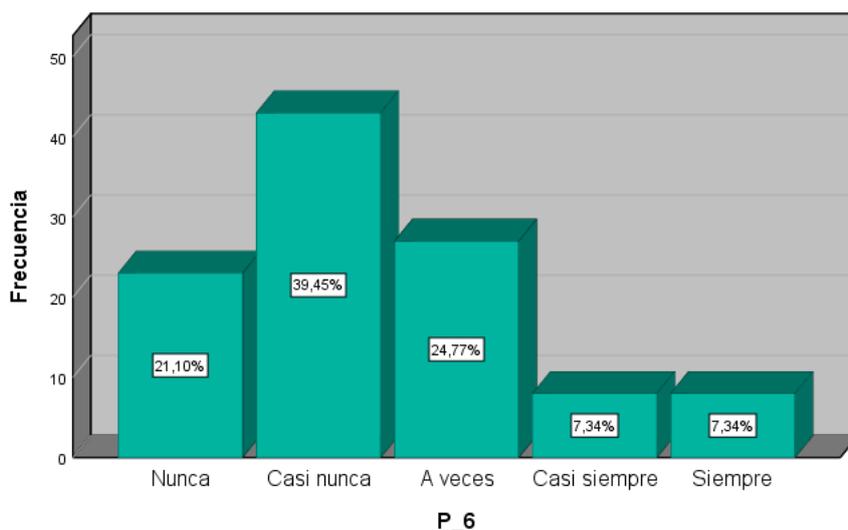


Ilustración 13: Pregunta 6

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 7.34% de los clientes respondió siempre, 7.34% casi siempre, 24.77% a veces, 39.45% casi nunca y el 21.10% nunca. Muestra que carecen de un mapa de procesos o flujo de actividades en el área de seguridad.

Tabla 25: 7. Se modifica los procedimientos de seguridad para perfeccionarlos según los casos nuevos que se van presentando en el mercado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	12,8	12,8	12,8
	Casi Nunca	41	37,6	37,6	50,5
	A Veces	36	33,0	33,0	83,5
	Casi Siempre	15	13,8	13,8	97,2
	Siempre	3	2,8	2,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

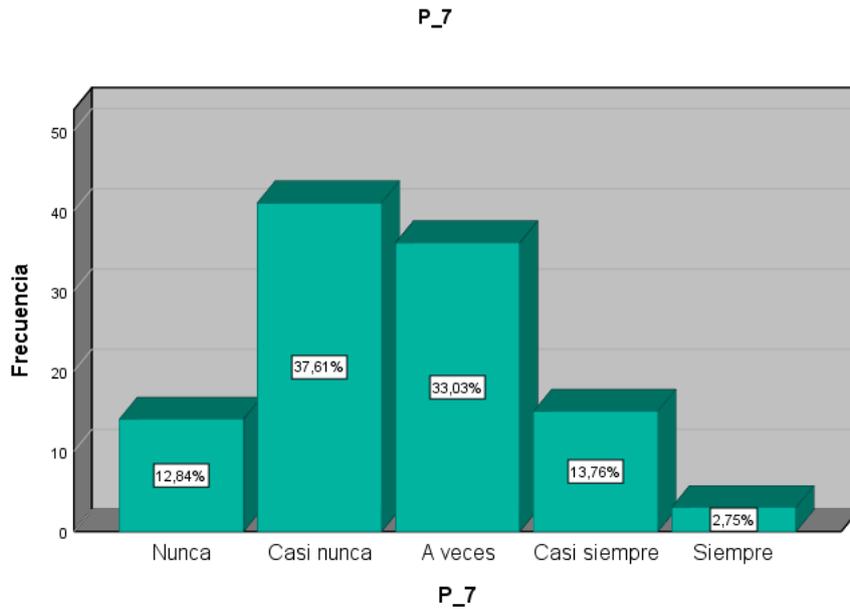


Ilustración 14: Pregunta 7

Interpretación: Se observa en la figura 03 la opinión el 2.75% de los clientes respondió siempre, 13.76% casi siempre, 33.03% a veces, 37.61% casi nunca y el 12.84% nunca. Esto permite conocer que no hay una actualización de los procesos de seguridad según las necesidades del área.

Tabla 26: 8. Los vigilantes tienen acceso al manual operativo de funciones para su revisión constante en cualquier momento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	12,8	12,8	12,8
	Casi Nunca	36	33,0	33,0	45,9
	A Veces	34	31,2	31,2	77,1
	Casi Siempre	15	13,8	13,8	90,8
	Siempre	10	9,2	9,2	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

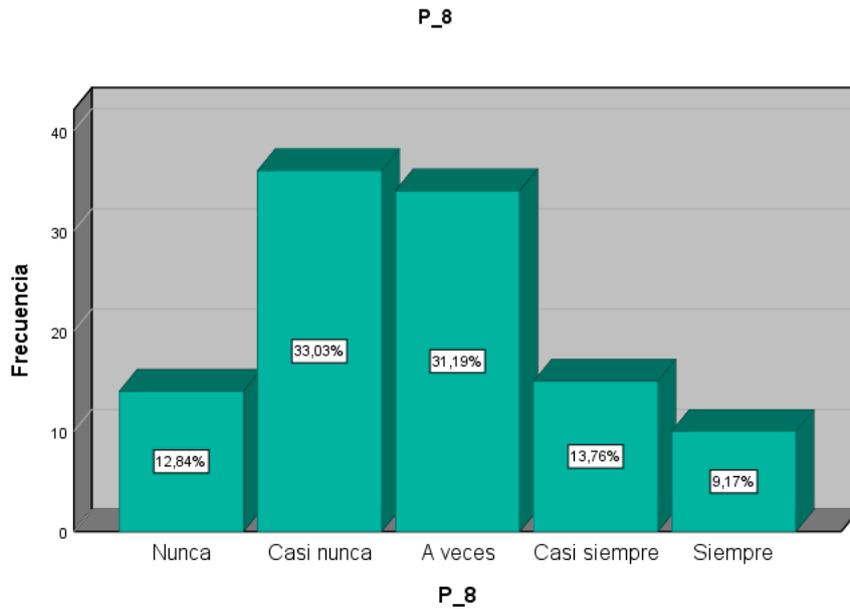


Ilustración 15: Pregunta 8

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 9.17% de los clientes respondió siempre, 13.76% casi siempre, 31.19% a veces, 33.03% casi nunca y el 12.84% nunca. Mostrando que los trabajadores de vigilancia no cuentan con la facilidad de tener un plan que les permita revisar las funciones del puesto.

Tabla 27: 9. Se informa al público en general dentro del mercado a través de parlantes u otro medio sobre cambios en los procedimiento o modificaciones del reglamento de vigilancia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	18	16,5	16,5	16,5
Casi Nunca	34	31,2	31,2	47,7
A Veces	30	27,5	27,5	75,2
Casi Siempre	17	15,6	15,6	90,8
Siempre	10	9,2	9,2	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

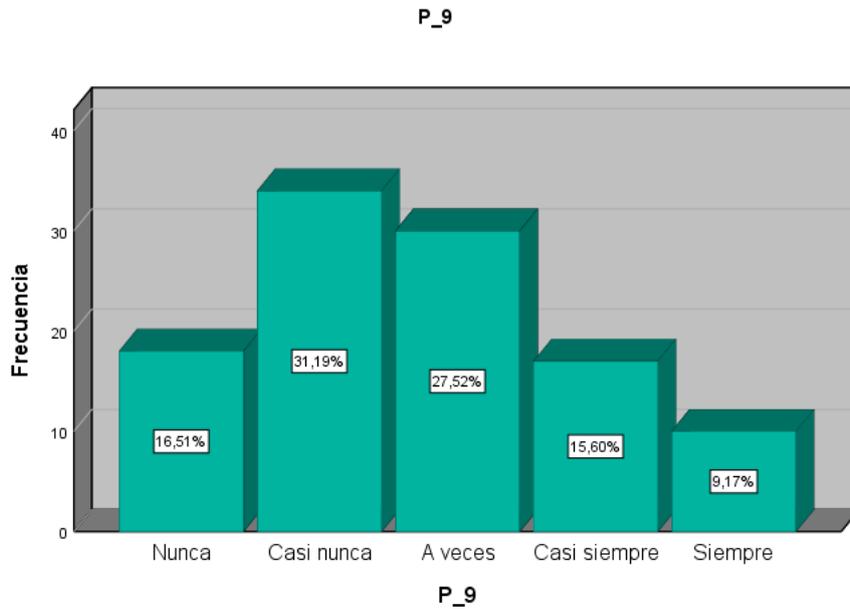


Ilustración 16: Pregunta 9

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 9.17% de los clientes respondió siempre, 15.60% casi siempre, 27.52% a veces, 31.19% casi nunca y el 16.51% nunca. Esto demuestra que no se mantiene constante comunicación con el público sobre los reglamentos dentro del mercado en cuanto a seguridad.

Tabla 28: 10. El jefe de seguridad prioriza las acciones a tomar según las necesidades del mercado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	11	10,1	10,1	10,1
Casi Nunca	43	39,4	39,4	49,5
A Veces	32	29,4	29,4	78,9
Casi Siempre	15	13,8	13,8	92,7
Siempre	8	7,3	7,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

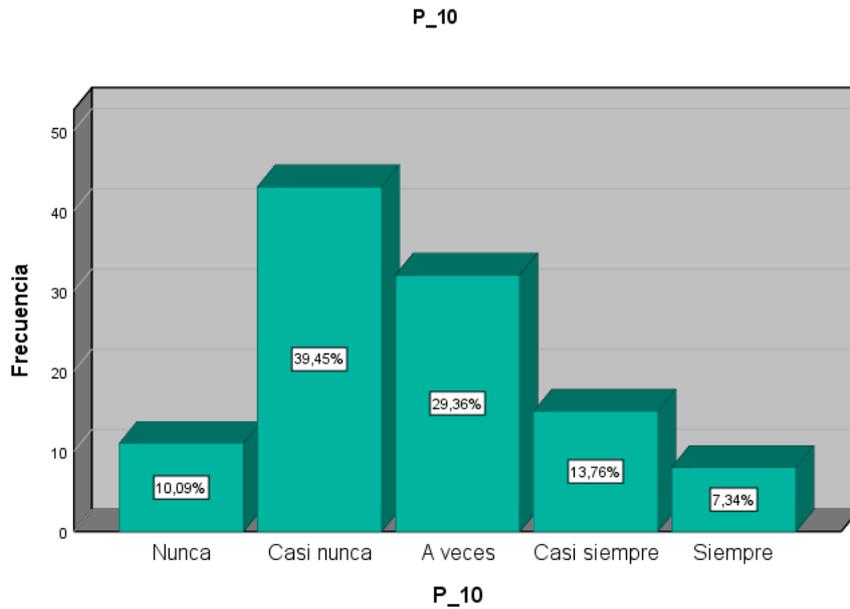


Ilustración 17: Pregunta 10

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 7.34% de los clientes respondió siempre, 13.76% casi siempre, 29.36% a veces, 39.45% casi nunca y el 10.09% nunca. Esto indica que la jefatura de seguridad no está priorizando las acciones de forma permanente según el requerimiento del área.

Tabla 29: 11. Se evalúa el desarrollo de las acciones de vigilancia para beneficio del mercado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	10	9,2	9,2	9,2
Casi Nunca	40	36,7	36,7	45,9
A Veces	37	33,9	33,9	79,8
Casi Siempre	13	11,9	11,9	91,7
Siempre	9	8,3	8,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

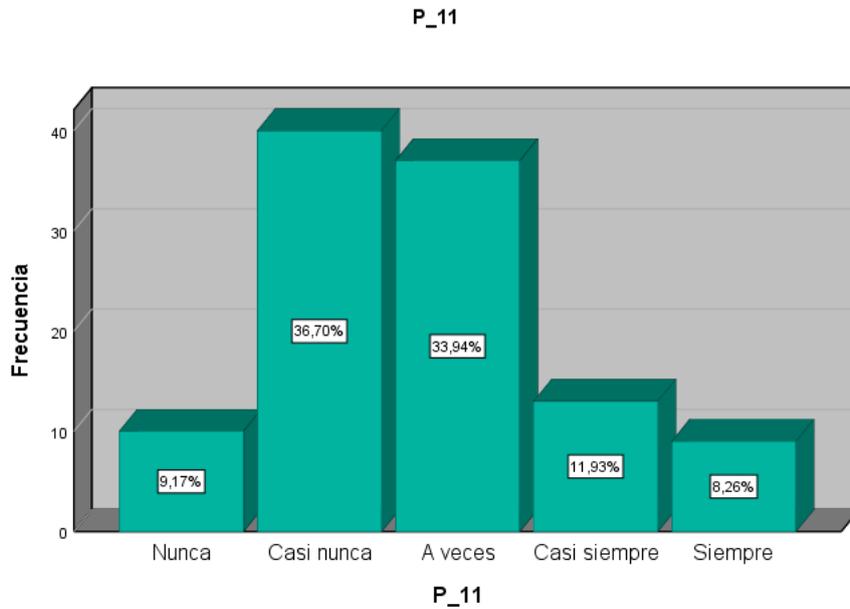


Ilustración 18: Pregunta 11

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 8.26% de los clientes respondió siempre, 11.93% casi siempre, 33.94% a veces, 36.70% casi nunca y el 9.17% nunca. Esto indica que las evaluaciones de las acciones implementadas no se están realizando constantemente en el área de seguridad.

Tabla 30: 12. Se han implementado herramientas de mejora en el área de seguridad (cámaras de vigilancia, radios de comunicación, vestimenta de seguridad, etc.).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	a	e	válido	acumulado
Válido Nunca	23	21,1	21,1	21,1
Casi Nunca	36	33,0	33,0	54,1
A Veces	33	30,3	30,3	84,4
Casi Siempre	8	7,3	7,3	91,7
Siempre	9	8,3	8,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

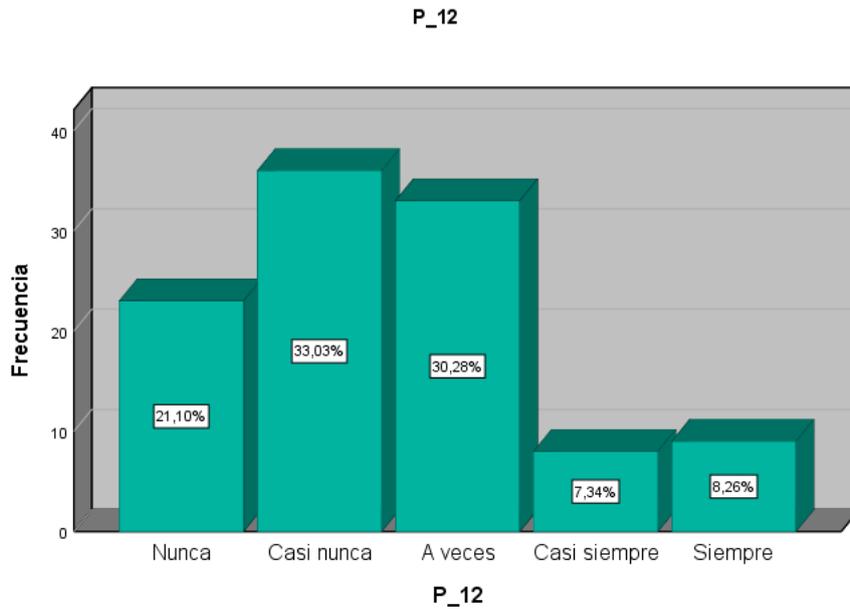


Ilustración 19: Pregunta 12

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 8.26% de los clientes respondió siempre, 7.34% casi siempre, 30.26% a veces, 33.03% casi nunca y el 21.10% nunca. Mostrando que, si bien hay un gasto en equipar al área de seguridad con herramientas, aun no es suficiente para llegar a la meta propuesta.

Tabla 31: 13. Existe un comité formado por comerciantes que controle que los vigilantes estén haciendo su trabajo correctamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Nunca	8	7,3	7,3	7,3
	Casi Nunca	44	40,4	40,4	47,7
	A Veces	42	38,5	38,5	86,2
	Casi Siempre	5	4,6	4,6	90,8
	Siempre	10	9,2	9,2	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

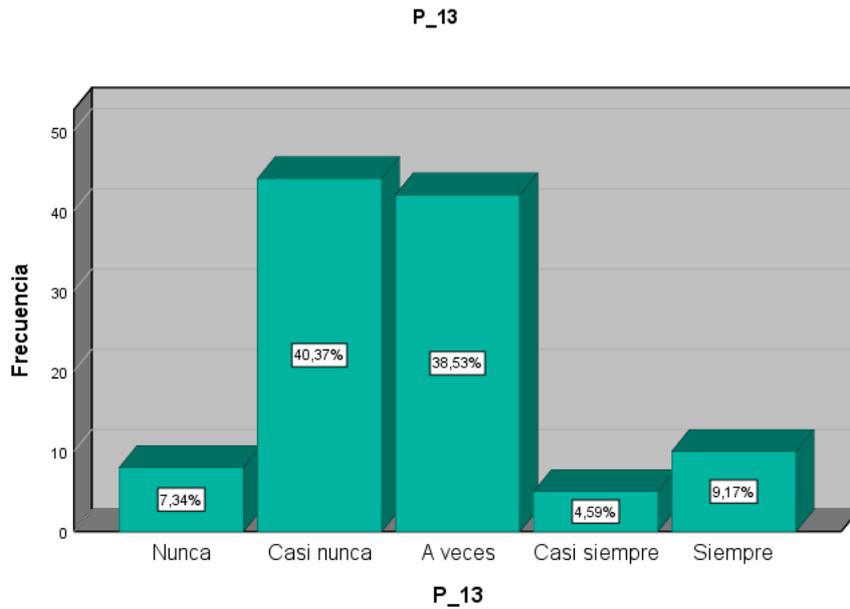


Ilustración 20: Pregunta 13

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 9.17% de los clientes respondió siempre, 4.59% casi siempre, 38.53% a veces, 40.37% casi nunca y el 7.34% nunca. Mostrando que no existe un control total del área de seguridad en el cumplimiento de sus funciones por parte del comité del mercado.

Tabla 32: 14. El mercado cuenta con un presupuesto para implementar con mejoras al área de seguridad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	12	11,0	11,0	11,0
Casi Nunca	33	30,3	30,3	41,3
A Veces	43	39,4	39,4	80,7
Casi Siempre	13	11,9	11,9	92,7
Siempre	8	7,3	7,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

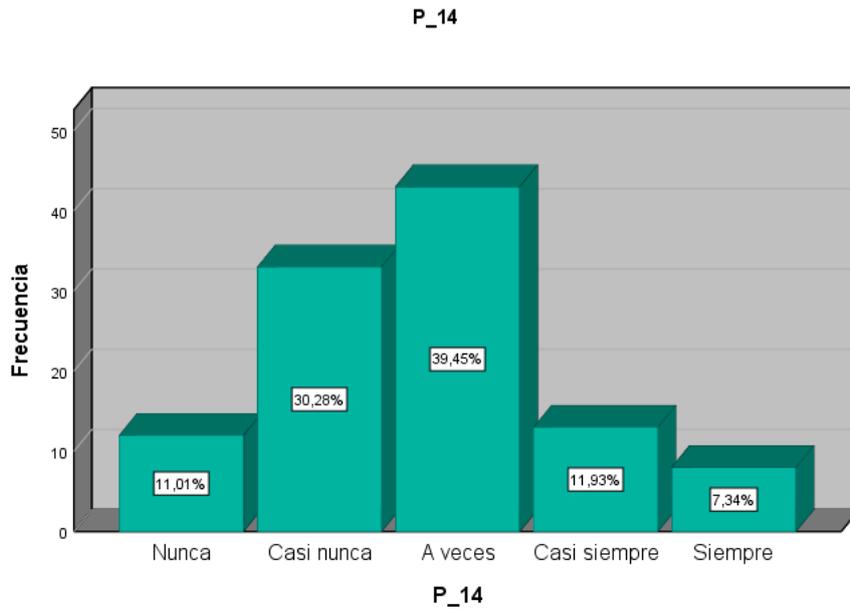


Ilustración 21: Pregunta 14

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 7.34% de los clientes respondió siempre, 11.93% casi siempre, 39.45% a veces, 30.28% casi nunca y el 11.01% nunca. Esto demuestra que el mercado dispone de forma insuficiente de un monto de dinero para mejorar el área.

Análisis descriptivo de los ítems del instrumento Crecimiento empresarial

Tabla 33: 15. La antigüedad de los comerciantes en el mercado ha permitido su crecimiento empresarial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	7	6,4	6,4	6,4
Casi Nunca	39	35,8	35,8	42,2
A Veces	33	30,3	30,3	72,5
Casi Siempre	20	18,3	18,3	90,8
Siempre	10	9,2	9,2	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

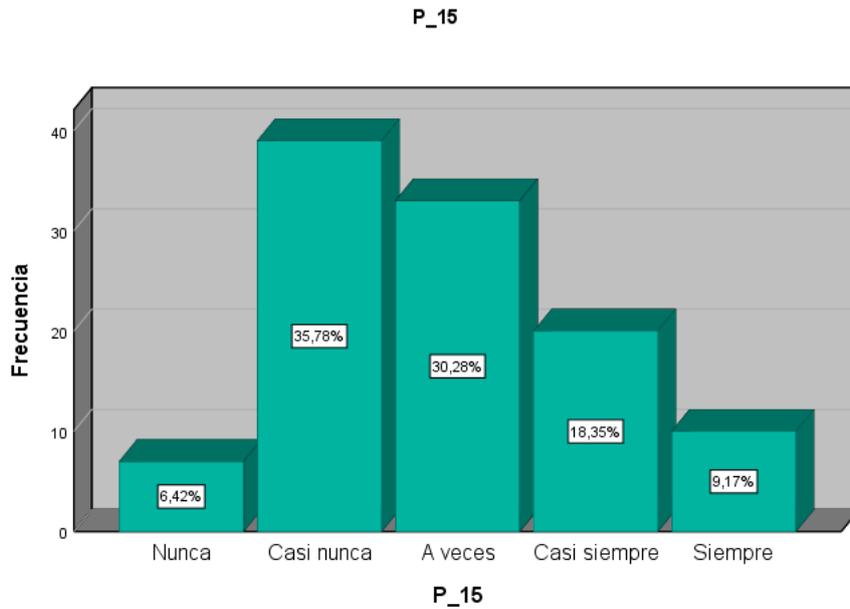


Ilustración 22: pregunta 15

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 9.17% de los clientes respondió siempre, 18.35% casi siempre, 30.26% a veces, 35.78% casi nunca y el 6.42% nunca. Mostrando que aun cuando el comerciante tiene años de laborando no siempre han crecido en los negocios.

Tabla 34: 16. El mercado cuenta con el área suficiente para el comercio seguro que garantiza el incremento de clientes y ventas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Casi Nunca	1	,9	,9
	A Veces	43	39,4	40,4
	Casi Siempre	37	33,9	74,3
	Siempre	18	16,5	90,8
	Total	10	9,2	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

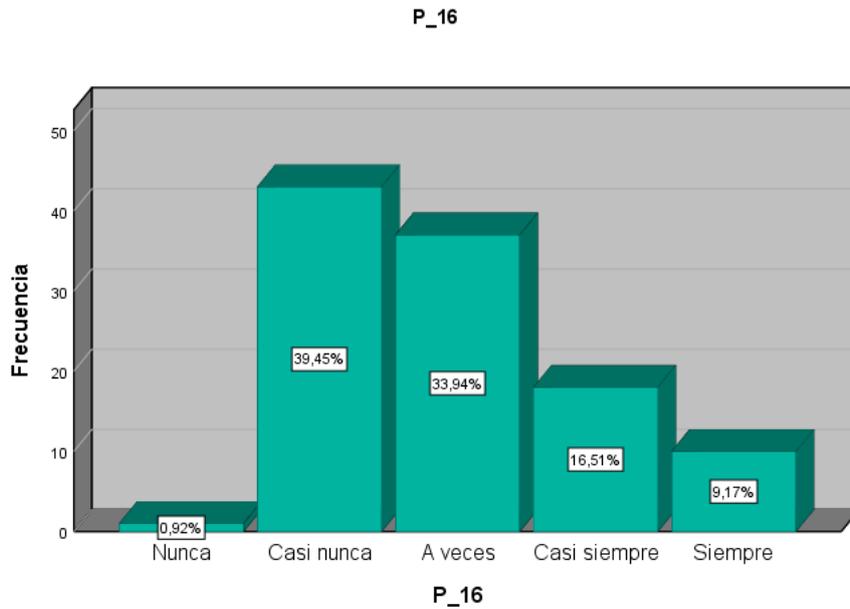


Ilustración 23: Pregunta 16

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 9.17% de los clientes respondió siempre, 16.51% casi siempre, 33.94% a veces, 39.457% casi nunca y el 0.92% nunca. Mostrando que el área que contiene el mercado no es suficiente para el crecimiento del desarrollo de sus actividades.

Tabla 35: 17. Los comerciantes incrementan sus ventas y deciden incorporar nuevos negocios en el mercado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	6,4	6,4	6,4
	Casi Nunca	26	23,9	23,9	30,3
	A Veces	34	31,2	31,2	61,5
	Casi Siempre	24	22,0	22,0	83,5
	Siempre	18	16,5	16,5	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

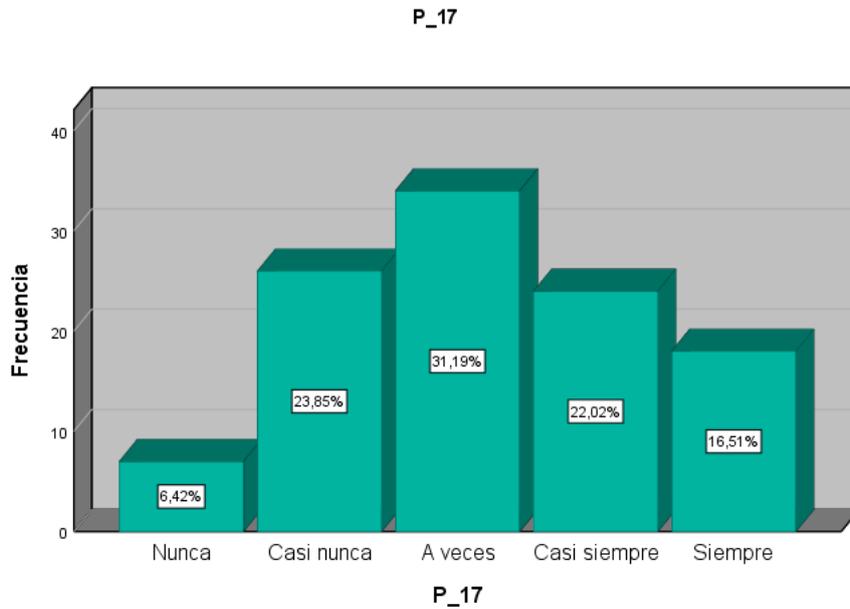


Ilustración 24: Pregunta 17

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 16.51% de los clientes respondió siempre, 22.02% casi siempre, 31.19% a veces, 23.85% casi nunca y el 6.42% nunca. Indica que de forma parcial los vendedores desarrollan el emprendimiento de nuevos negocios.

Tabla 36: 18. Las ofertas de los comerciantes motivan a los clientes para el incremento de sus ventas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	1,8	1,8	1,8
Casi Nunca	29	26,6	26,6	28,4
A Veces	35	32,1	32,1	60,6
Casi Siempre	22	20,2	20,2	80,7
Siempre	21	19,3	19,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

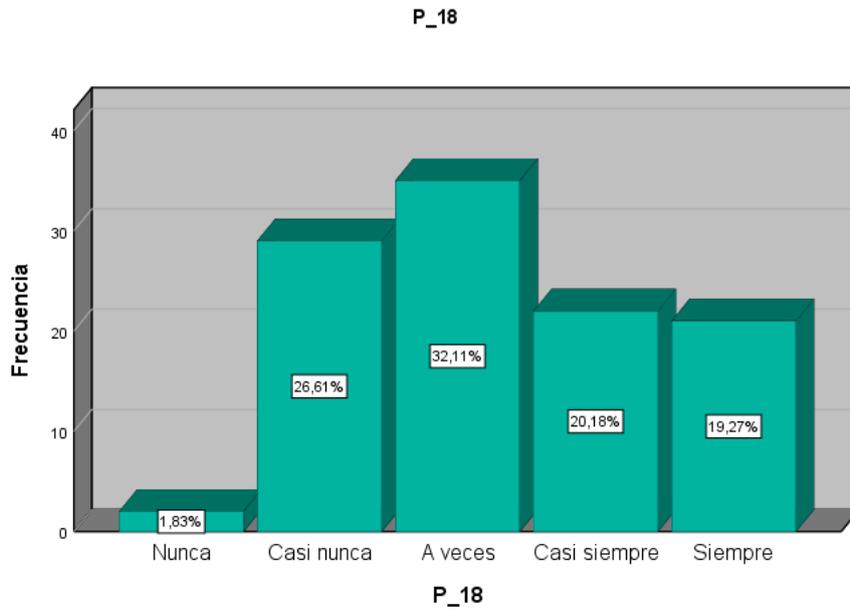


Ilustración 25: Pregunta 18

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 19.27% de los clientes respondió siempre, 20.18% casi siempre, 32.11% a veces, 26.61% casi nunca y el 1.83% nunca. Mostrando que la realización de ofertas o promociones no son del todo motivadores para los clientes al momento de la compra.

Tabla 37: 19. Los comerciantes están bien capacitados para gestionar de forma adecuada sus negocios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	10,1	10,1	10,1
	Casi Nunca	43	39,4	39,4	49,5
	A Veces	30	27,5	27,5	77,1
	Casi Siempre	20	18,3	18,3	95,4
	Siempre	5	4,6	4,6	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

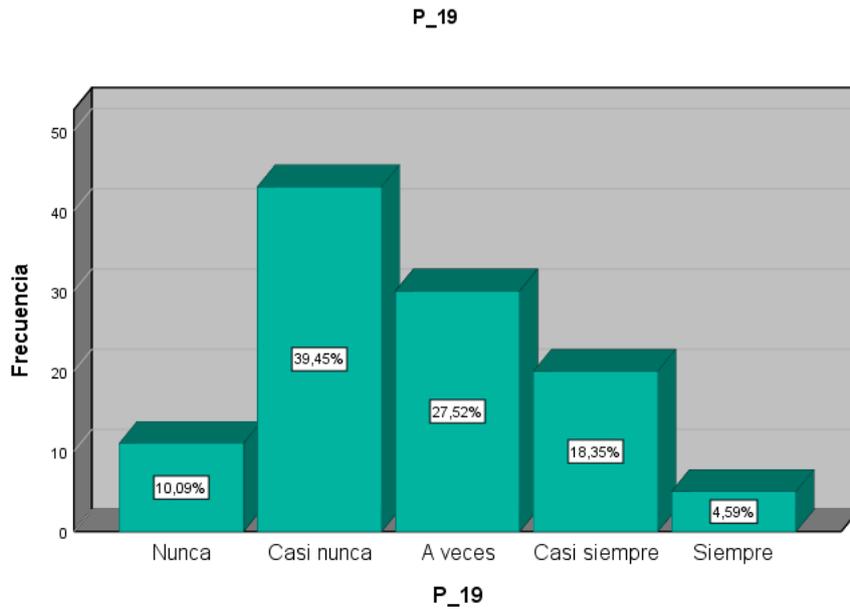


Ilustración 26: Pregunta 19

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 4.59% de los clientes respondió siempre, 18.35% casi siempre, 27.52% a veces, 39.45% casi nunca y el 10.09% nunca. Mostrando que hay una carencia en cuando al conocimiento de parte de los vendedores para administrar sus negocios.

Tabla 38: 20. Los vendedores implementan estrategias exitosas para el incremento de sus ventas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	9,2	9,2	9,2
	Casi Nunca	28	25,7	25,7	34,9
	A Veces	43	39,4	39,4	74,3
	Casi Siempre	18	16,5	16,5	90,8
	Siempre	10	9,2	9,2	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

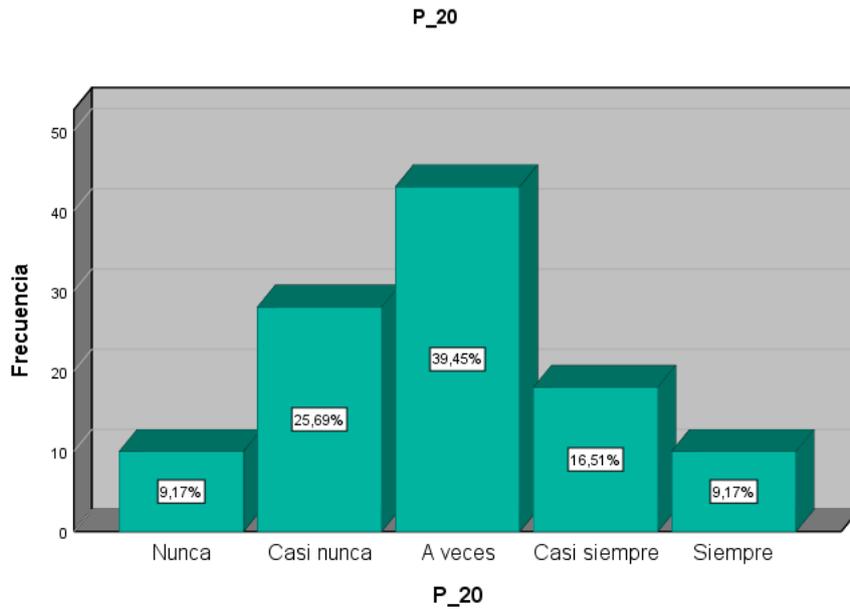


Ilustración 27: Pregunta 20

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 9.17% de los clientes respondió siempre, 16.51% casi siempre, 39.45% a veces, 25.69% casi nunca y el 9.17% nunca. Mostrando que los comerciantes no son constantes en cuanto a las estrategias diseñadas para mejorar sus ventas.

Tabla 39: 21. El comercio informal de los alrededores del mercado disminuye la venta de los comerciantes del mercado al ofertar precios más bajos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	7	6,4	6,4	6,4
Casi Nunca	21	19,3	19,3	25,7
A Veces	21	19,3	19,3	45,0
Casi Siempre	41	37,6	37,6	82,6
Siempre	19	17,4	17,4	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

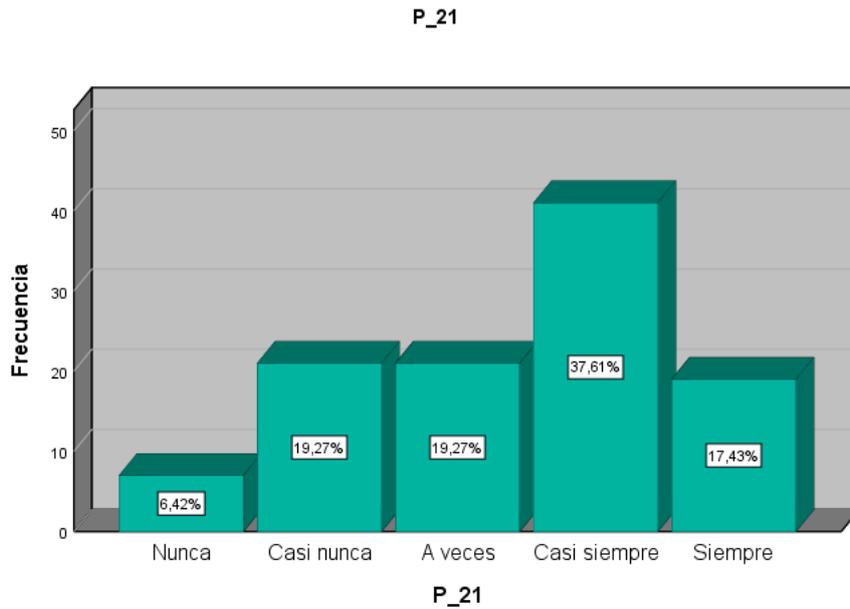


Ilustración 28: Pregunta 21

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 17.43% de los clientes respondió siempre, 37.61% casi siempre, 19.27% a veces, 19.27% casi nunca y el 6.42% nunca. Esto demuestra que los comerciantes no pueden incrementar sus entradas de ganancia por la informalidad de los vendedores.

Tabla 40: 22. Los clientes asiduos al mercado, fidelizados, reciben de los comerciantes descuentos por los grandes volúmenes de compras.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	11,9	11,9	11,9
	Casi Nunca	34	31,2	31,2	43,1
	A Veces	25	22,9	22,9	66,1
	Casi Siempre	36	33,0	33,0	99,1
	Siempre	1	,9	,9	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

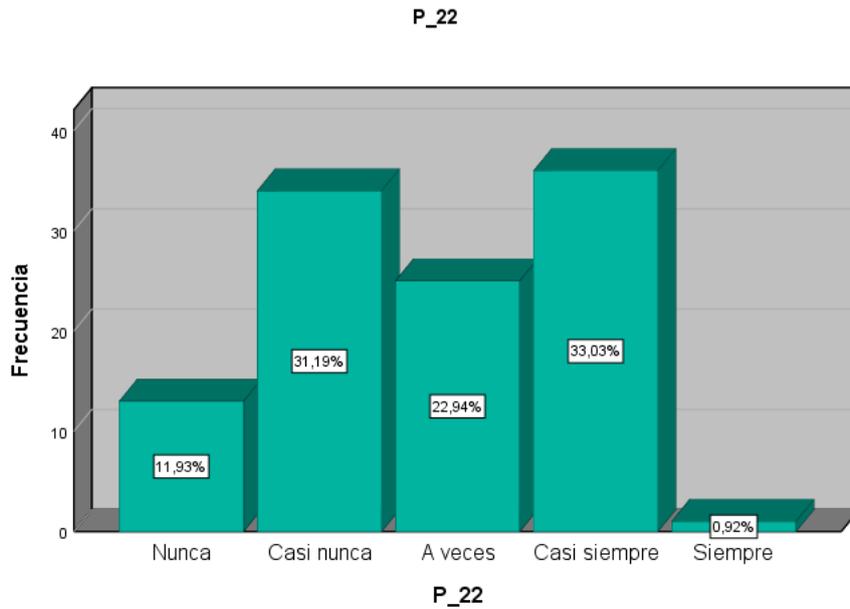


Ilustración 29: Pregunta 22

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 0.92% de los clientes respondió siempre, 33.03% casi siempre, 22.94% a veces, 31.19% casi nunca y el 11.93% nunca. Mostrando que los descuentos en las compras por mayor de los clientes no son aplicados por todos los vendedores.

Tabla 41: 23. Los proveedores de mercadería portan su chaleco o prenda que lo identifica como tal y entregan mercadería a tiempo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	18	16,5	16,5	16,5
Casi Nunca	47	43,1	43,1	59,6
A Veces	28	25,7	25,7	85,3
Casi Siempre	14	12,8	12,8	98,2
Siempre	2	1,8	1,8	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

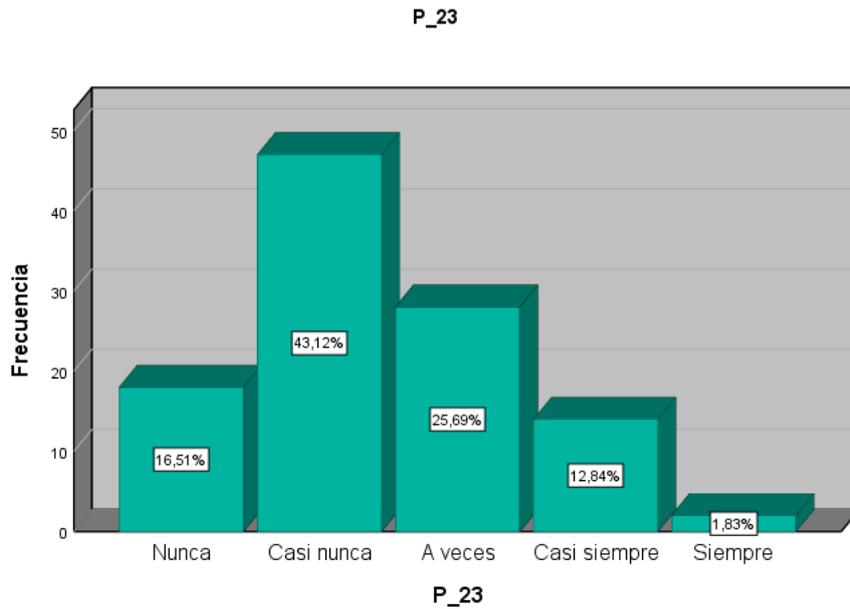


Ilustración 30: Pregunta 23

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 1.83% de los clientes respondió siempre, 12.84% casi siempre, 25.69% a veces, 43.12% casi nunca y el 16.51% nunca. Mostrando que los proveedores no suelen utilizar herramientas que los identifiquen como tal al momento de la entrega de mercancía.

Tabla 42: 24. Los comerciantes venden productos de diversidad de precios por la buena gama de proveedores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	,9	,9	,9
Casi Nunca	17	15,6	15,6	16,5
A Veces	30	27,5	27,5	44,0
Casi Siempre	46	42,2	42,2	86,2
Siempre	15	13,8	13,8	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

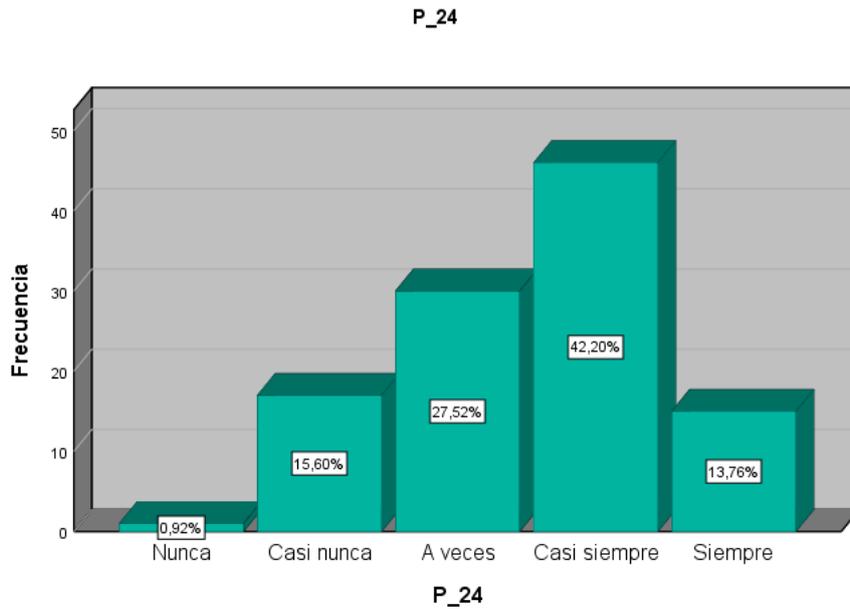


Ilustración 31: Pregunta 24

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 13.76% de los clientes respondió siempre, 42.20% casi siempre, 27.52% a veces, 15.60% casi nunca y el 0.92% nunca. Mostrando que los comerciantes cuentan con variedad de precios de diferentes productos para sus clientes.

Tabla 43: 25. Los comerciantes venden productos variados que satisfacen la necesidad de los clientes de diferentes edades, género y cultura.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Casi Nunca	12	11,0	11,0	11,0
A Veces	32	29,4	29,4	40,4
Casi Siempre	36	33,0	33,0	73,4
Siempre	29	26,6	26,6	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

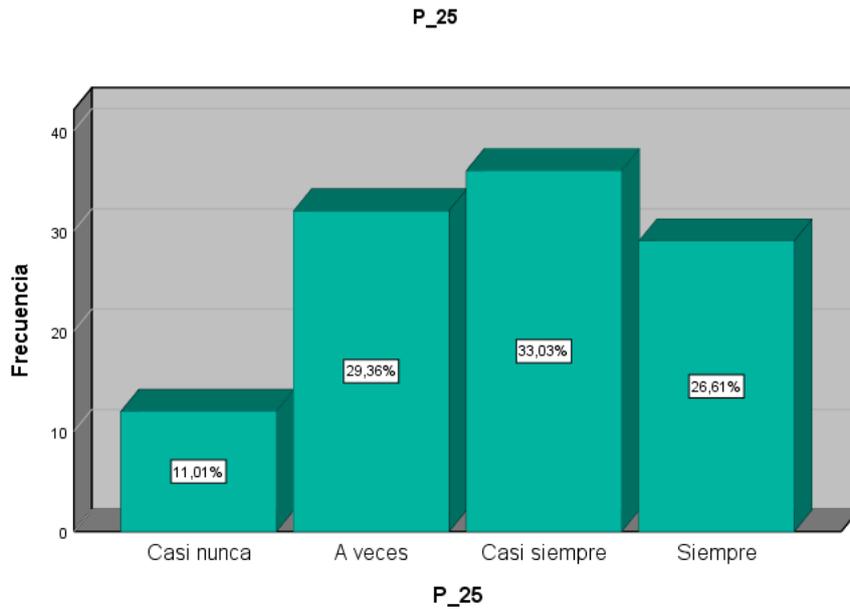


Ilustración 32: Pregunta 25

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 26.61% de los clientes respondió siempre, 33.03% casi siempre, 29.36% a veces y 11.01%. Esto permite comprender que los comerciantes ofrecen diversos tipos de productos según la necesidad de las personas.

Tabla 44: 26. Trabajan los comerciantes con préstamos bancarios para surtir su negocio durante el año y especialmente en temporada alta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,9	,9	,9
	Casi Nunca	8	7,3	7,3	8,3
	A Veces	17	15,6	15,6	23,9
	Casi Siempre	45	41,3	41,3	65,1
	Siempre	38	34,9	34,9	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

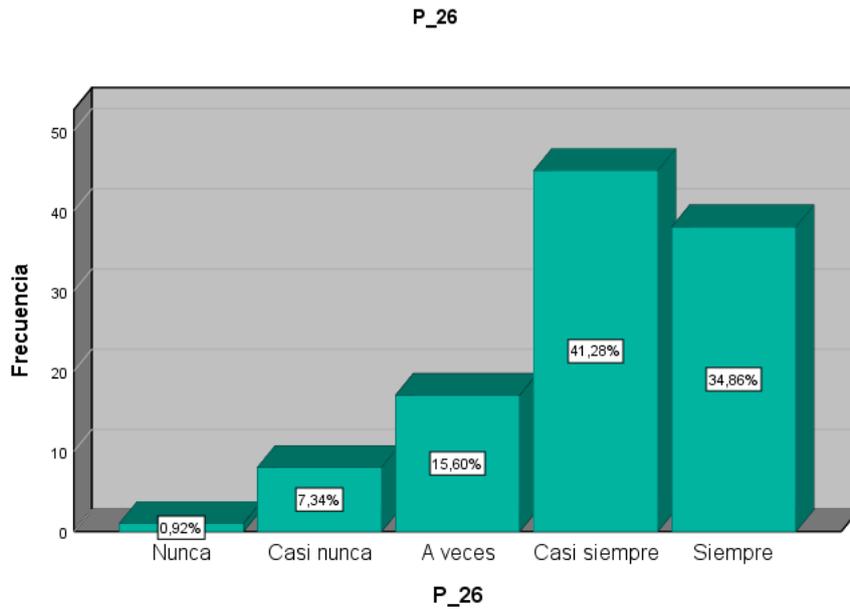


Ilustración 33: Pregunta 26

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 34.86% de los clientes respondió siempre, 41.28% casi siempre, 15.60% a veces, 7.34% casi nunca y el 0.92% nunca. Mostrando que los vendedores se hacen de préstamos para echar andar sus negocios.

Tabla 45: 27. Los comerciantes tienen al día sus obligaciones tributarias para poder gestionar prestamos orientados hacia la mejora de sus negocios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	10	9,2	9,2	9,2
Casi Nunca	22	20,2	20,2	29,4
A Veces	48	44,0	44,0	73,4
Casi Siempre	21	19,3	19,3	92,7
Siempre	8	7,3	7,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

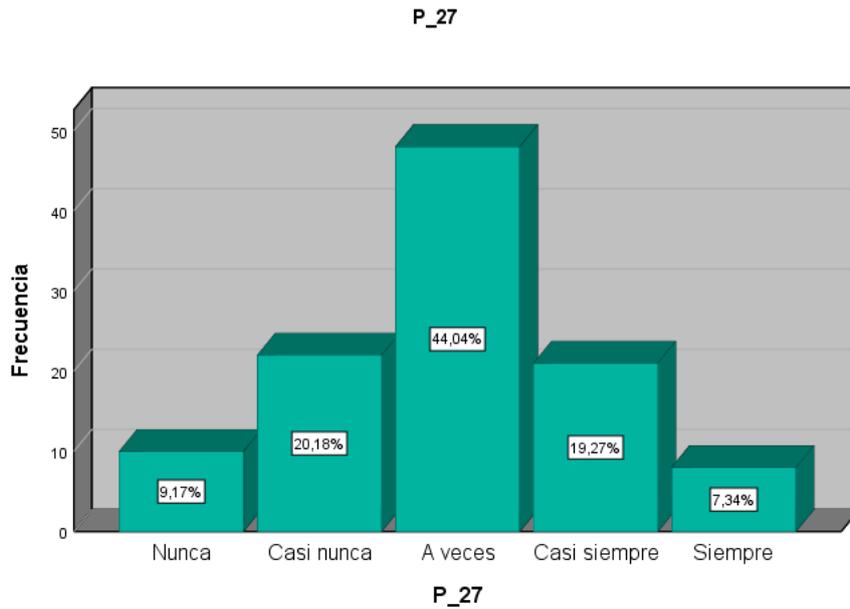


Ilustración 34: Pregunta 27

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 7.34% de los clientes respondió siempre, 19.27% casi siempre, 44.04% a veces, 20.18% casi nunca y el 9.17% nunca. Mostrando que estar al día en sus obligaciones tributarias no es una costumbre para la mayoría de los comerciantes.

Tabla 46: 28. Cuentan los comerciantes con medios electrónicos de pago con tarjeta, como Izi pay o Yape para realizar pagos a los proveedores y cobros de los clientes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	41	37,6	37,6	37,6
Casi Nunca	29	26,6	26,6	64,2
A Veces	24	22,0	22,0	86,2
Casi Siempre	14	12,8	12,8	99,1
Siempre	1	,9	,9	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a resultados estadístico SPSS

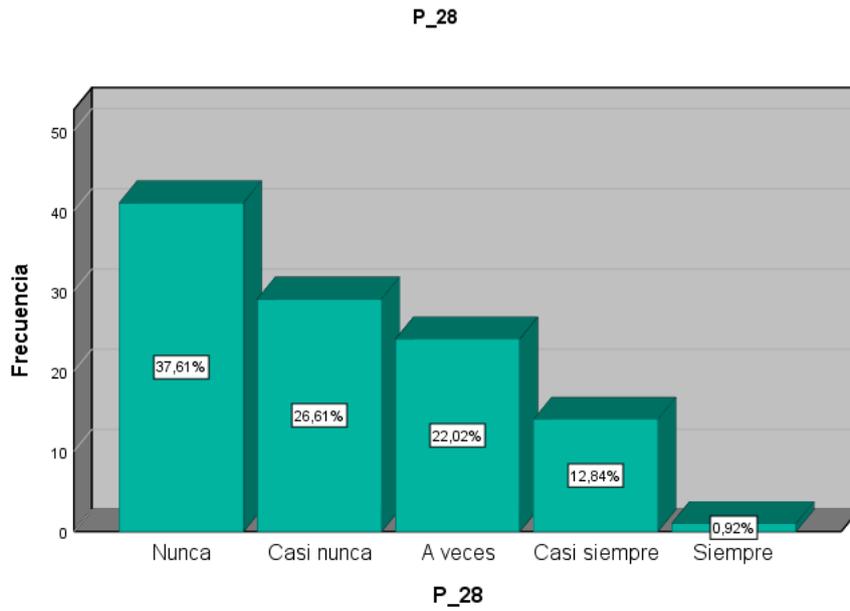


Ilustración 35: Pregunta 28

Interpretación: Se evidencia en la figura 03 la opinión el 0.92% de los clientes respondió siempre, 12.84% casi siempre, 22.02% a veces, 26.61% casi nunca y el 37.61% nunca. Mostrando que el mercado carece del uso de medios electrónicos para las transacciones de comerciales.

V. DISCUSIÓN

Siguiendo con el estudio, para desarrollar la discusión de la investigación titulada gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial en un mercado de San Juan de Miraflores 2020, se usó trabajos previos de diversos investigadores tanto nacionales como extranjeros que serán útil para realiza la comparación de resultados, siendo los siguientes:

Prialé Pinillos, K. d. (2019). "Gestión de procesos y comunicación interna en la Subgerencia de Abastecimiento de una entidad del Estado, Jesús María, Lima 2019". Determino que varias de las debilidades que presenta son la competencia laboral y el compromiso organizacional en el ámbito estudiado, ha demostrado la necesidad que impera de desarrollar una planeación de tareas que se deben realizar y el avance de los mismo, también se debe organizar equipos de trabajo que permita establecer la estructura en la empresa con el objetivo de plantear las estrategias de mejora y fijar resultados exitosos en el aprovechamiento de las competencias de sus trabajadores. Se puede determinar sobre la incorporación de la gestión de procesos que según las respuestas referidas por los encuestados el 50.46% lo consideran malo y el 34.86% lo consideran regular, por otro lado, el 14.68% considera que es bueno. Por lo tanto los comerciantes deben mostrar mayor predisposición para para contribuir en la gestión de procesos del área de seguridad, comenzando por la planeación de la contribución a través de anuncios periódicos sobre los planes trazados para la mejor gestión, luego realizar la estructura adecuada formando grupos o comités de control del cumplimiento de los objetivos, llevar acciones de capacitación constante sobre los cambios actuales en el país, llevando a mantener la gestión del cambio de optima y acorde con objetivos de los socios . Además, para Bravo (2015), menciona que "en la organización comienza por querer contar con esta disciplina, por ello es que comenzamos con la práctica Exponer la contribución. Una vez tomada la decisión es necesario planear su incorporación, luego crear la estructura correspondiente y definir cómo se gestionará el cambio". (p. 45).

Gonza Berru, A., & Quiroz Angeles, S. (2016). En su trabajo "Propuesta de un modelo de gestión por procesos para el Minimarket Sandrita en la ciudad de Eten". En conclusión, la propuesta de un modelo de gestión por procesos para

Sandrita revela las carencias que este proceso tiene al implementarlo, pues no cuenta con una elaboración bien definido del proceso que permite estudiarlo y aplicarlo, tampoco con una redacción de documentos que sirva de soporte para la gestión, así mismo no cuenta una representación de procesos establecido para el desarrollo del mismo, generando todo esto la deficiencia en la toma de decisiones y mayor riesgo para enfrentar a la competencia presente y futuras. Mientras en la investigación se evaluó la dimensión de modelamiento visual participativa, el cual determino que el 39.4% según las opiniones de los encuestados lo consideran malo y el 47.7% lo califica regular por otro lado, el 12.8% considera que es bueno. Por lo tanto el mercado debe aplicar un modelamiento que permita elaborar un protocolo de seguridad definiendo tanto los procedimientos de acción y prevención para diversos casos que se presenten así como representar un mapa de procesos o flujos que sea fácil de comprender, además los vigilantes deben tener un manual redactado con el detalle de las funciones del puesto que permita al mismo tiempo ser revisados por los trabajadores del área y estos manuales debe ser actualizados según los nuevos cambios que se presenten, para el autor Bravo (2015), define que “logrando que los mismos participantes de un proceso sean los que realicen la representación visual, lo perfeccionen y luego elaboren y usen los procedimientos. (p. 93).

Alzoubi, H., & Khafajy, N. (2015). En la publicación “The impact of business process management on business performance superiority”. Se concluyó que algunas de las dificultades que presenta el impacto de la gestión de procesos en el desenvolvimiento de empresas superiores, ha demostrado que la necesidad que impera de desarrollar mayor conciencia sobre la importancia de lograr el mejor desempeño del negocio, que permitan el rediseño del proceso de las empresas, con el objetivo de plantear la visión de mejora continua y estableciendo una serie de pasos que permitan el control y detección de errores, también el progreso de cada proceso implementado. Se puede determinar sobre la dimensión dirección de procesos que según las respuestas marcadas por los encuestados el 39.45% lo consideran malo y el 47.71% lo consideran regular, por otro lado, el 12.84% considera que es bueno. Por ende los socios debe tomar acciones que prioricen las necesidades del mercado enfocadas en el ámbito de la seguridad y vigilancia, logrando un mejor desempeño de los trabajadores al

mismo tiempo se tiene que evaluar dichas acciones para medir el impacto beneficioso de este en el centro de abasto, también se debe incrementar con mayor implementación de herramientas para los agentes como vestimenta adecuada del puesto, radio de comunicación, cámaras de vigilancia en zonas estratégicas de la infraestructura, logrando que todo estos esfuerzos lleven al mejoramiento del área . Además, para Bravo (2015), expone que se aplica diversas prácticas como priorizar, evaluar, rediseñar y controlar, mejorar. (p. 177).

Arzola Ybañez, J. (2017). En su informe de investigación llamada “Factores que intervienen en el Crecimiento Empresarial de las MYPES”. Concluye en la dificultades de los factores que intervienen en el crecimiento empresarial en la posición de lo observado, ha resaltado que los dueños no cuentan con nivel favorable de estudios, demostrando lo importante que es la gestión del conocimiento para su expansión, además se identificó que los emprendedores no tienen una motivación sobresaliente, ya que no logran cumplir sus metas como empresa, además el tamaño de los negocios resalta que cuentan con maquinaria propia, lo que permite hacer gastos en otras mejoras del local para su crecimiento. Se puede observar sobre la dimensión factores internos se determina según la información proporcionado por los encuestados el 37.61% lo consideran malo, el 44.04% lo consideran regular, y el 18.35% considera que es bueno. Por lo tanto, el mercado debe invertir en tener el tamaño del local adecuado y así tener área suficiente para el comercio seguro que garantice el incremento de clientes, también las ofertas logran ser exitosas cuando generan alta motivación en los compradores, por ello es importante que los comerciantes estén capacitados en venta y como administrar sus negocios, consiguiendo usar el conocimiento como una estrategia más para aumentar ingresos. Para Bernal (2018), define como “las partes que se acoplan entre sí y que tiene como punto de referencia el lograr incrementar la potencialidad interna de los procesos”. (p. 94).

Huanso Cruz, J. (2018). En su investigación “Factores de éxito y su relación con el crecimiento empresarial, primera y segunda cuadra del mercado Pocitos, SMP”. Concluyo que las debilidades de los factores de éxito el crecimiento de Pocitos según el sector estudiado, ha denotado la falta de conocimiento o

asesoría sobre créditos bancarios que le permita a los negociantes hacerse de préstamos justos que permita inyectar capital a la empresa, además de abastecerse de herramientas tecnológicas, que consigan el aumento de la productividad, la satisfacción de la demanda y así poder lograr los objetivos planeados a mediano y largo plazo como organización. Se puede indicar sobre la dimensión factores externos se determina que según el sondeo realizado a través de encuesta a los participantes que el 24.8% lo consideran malo, el 52.3% lo consideran regular y el 22.9% considera que es bueno. La asociación de comerciantes debe contar con asesoría o charlas, las cuales tiene que tener información clara y sencilla sobre temas financieros enfocado a los tipos de interese, ventajas y desventajas que están con llevan, también contar con actualización permanente en tecnología que les permita introducir mecanismos electrónicos y hacer más fácil el comercio con las personas, además contar con proveedores serios y responsables que cumplan con el tiempo de entrega de mercadería, lo que permite conserva el stock, sin dejar de lado la fidelización de los clientes ya captados, consiguiendo la permanencia y sostenibilidad del mercado. Por ello Bernal (2018), resalta que se enfoca en nivel de mando de la empresa, que tiene como fin tomar decisiones que direcciones al negocio, teniendo en cuenta el ámbito que lo rodea. (p. 94).

VI. CONCLUSIONES

En consecuencia, con los objetivos trazados y a la observación de los resultados obtenidos en la investigación. Se determina las conclusiones siguientes:

Primera

Se determinó la relación entre la gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial que existe una correlación positiva media según resultado de Rho de Spearman de 0,581 con un nivel de significancia = 0,000 siendo mucho menor a 0.05, aceptándose la hipótesis de la presente investigación. Considerando en vista que se evidencian las debilidades de los factores internos y externos cuales impactan en la gestión de procesos del área de seguridad.

Segunda

También se determina que la relación entre la gestión de procesos del área de seguridad y factores internos existe correlación positiva media según resultado mostrados en el Rho Spearman es 0,598 con un nivel de significancia = 0,000 siendo mucho menor a 0.05, admitiéndose la hipótesis específica 1 de la presente investigación. Ante las insuficiencias observadas sobre las debilidades de gestión de conocimiento de los comerciantes al no estar bien capacitados para gestionar de forma exitosa sus negocios.

Tercera

Se pudo determinar que la relación entre la gestión de procesos del área de seguridad y factores externos existe correlación positiva media según resultado obtenidos de Rho de Spearman es 0,465 con un nivel de significancia = 0,000 siendo mucho menor a 0.05, admitiéndose la hipótesis específica 2 de la presente investigación. En presencia de las insuficiencias detectadas de la falta de implementar mecanismos electrónicos, pues los comerciantes no cuentan con medios electrónicos como tarjeta de débito, Izipay o Yape para realizar pagos a los proveedores y cobros de los clientes.

VII. RECOMEDACIONES

Las presentes recomendaciones se sustentan en los resultados más relevantes que se obtuvo del desarrollo de la investigación. Esto apoya las posibles alternativas de solución a la problemática observada, se detalla a continuación:

Primera

El comité de socios debería incentivar a los demás comerciantes la necesidad fortalecer los factores internos de la empresa, promover la motivación de los comerciantes y capacitarse para mejorar el conocimiento de cada uno de ellos para proceder a desarrollar los factores externos, para lograr una gestión sólida y permanente en beneficio de las aspiraciones empresariales de los dueños.

Segunda

Los socios del mercado al identificar las debilidades en la falta de capacitación de los comerciantes para direccionar sus negocios, debería organizar capacitaciones con entidades públicas y privadas, ya sea talleres o cursos cortos, así como la implementación de convenios con institutos o universidades para el aprovechamiento de los negociantes y lograr con ello el desarrollo del mercado en forma constante en beneficio de todos.

Tercera

El comité de socios del mercado al hallar las carencias de los elementos externos debería informar y capacitar sobre las ventajas que obtendrían al introducir herramientas tecnológicas al comercio diario, ejecutar alianzas con entidades financieras y empresas proveedoras de medios pago electrónicos permitiendo con ello que las transacciones sean más eficientes y satisfactorias para sus clientes.

REFERENCIAS

- Aguilar, G., Sánchez, G., Toscano, K., Nakano, M., & Pérez, H. (Diciembre de 2008). Reconocimiento de Huellas Dactilares Usando. *Revista Facultad de Ingeniería Universidad de*. Obtenido de Revista Facultad de Ingeniería Universidad de
- Alzoubi, H., & Khafajy, N. (28 de February de 2015). The impact of business process management on business performance superiority. *European Centre for Research Training and Development UK, Vol.3(No.2)*, 17-34,.
- Arzola Ybañez, J. (2017). Factores que intervienen en el Crecimiento Empresarial de las MYPES en. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/>
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (3 ed.). Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Bernal Dominguez, D. (2018). Factores internos y externos de crecimiento empresarial en micro empresas Mexicanas. *Ciencias Administrativas Teoría y Praxis*. Obtenido de <https://cienciasadmvasyp.uat.edu.mx/index.php/ACACIA/article/view/193>
- Bravo Carrasco, J. (2015). Gestión de Procesos (en Rol Facilitador). Obtenido de https://books.google.com.pe/books/about/Gesti%C3%B3n_de_procesos.html?id=3mJPnQAACAAJ&redir_esc=y
- Chiavenato, E. (2014). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (Vol. 8). Lima: Mc Graw Hill.
- Compés López, R., García Azcárate, ., & Brugarolas Mollá-Bauzá, . (2017). *XI Congreso de la Asociación Española de Economía Agraria*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=dKk1DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=XI+Congreso+de+la+Asociaci%C3%B3n+Espa%C3%B1ola+de+Econom%C3%ADa+Agraria&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjW3v3Q_5HsAhUBo1kKHWuxD-QQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=XI%20Congreso%20de%20la%20Asociaci
- Evans, J., & Lindsay, W. (2014). Administración y control de la calidad. Obtenido de <https://books.google.com.pe/>
- García Pérez de Lema Domingo, G. A. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico. *ESTUDIOS GERENCIALES*. Obtenido de www.researchgate.net
- Gazova Andrea, P. Z. (Noviembre de 2015). The application of concepts and methods based on process approach. *Procedia Economics and Finance*, 197 – 205.

- Gonza Berru, A., & Quiroz Angeles, S. (2016). *Propuesta de un modelo de gestión por procesos para el minimarket "Sandrita" en la ciudad de Eten*. Universidad Católica Santo Domingo de Mogrovejo. Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/>
- Gonza Berru, A., & Quiroz Angeles, S. (2016). *Propuesta de un modelo de gestión por procesos para el Minimarket Sandrita en la ciudad de Eten*. Tesis de bachiller, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). Mexico: Interamericana Editores S.A.
- Hitpass, B. (2017). *BPM: Business Process Management: Fundamentos y Conceptos de Implementación*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=Dm4-MGAY5vMC&printsec=frontcover&dq=libro+de+gestion+de+procesos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjSzICKsJLSAhUNwIkKHWD_CYgQ6AEwBnoECAcQAg#v=onepage&q&f=false
- Huanso Cruz, J. (2018). Factores de éxito y su relación con el crecimiento empresarial, primera y segunda cuadra del mercado Pocitos, SMP. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/>
- INEI. (2018). *Informe técnico Demografía Empresarial*. Obtenido de INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA: www.inei.gob.pe
- Janeska-Iliev, A., & Debarliev, S. (2015). Factors affecting growth of small business: the case of a developing country having experienced transition. *European Scientific Journal*. Obtenido de www.researchgate.net
- John Jeston, J. N. (2014). *Business Process Management*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=8Q6pAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=John+Jeston&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwizl6X8vbHsAhVOvIkKHQyZCYoQ6AEwAXoECAMQAg#v=onepage&q=John%20Jeston&f=false>
- Korsager, E. (2018). *The Evolution of Business: Interpretative Theory, History and Firm Growth*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=hCBtDwAAQBAJ&pg=PT36&dq=Penrose+1962+business&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiG7JTkt_3rAhWvwFkKHR3BAIcQ6AEwAnoECAAQAg#v=snippet&q=Penrose%20business&f=false
- Kotler, P., & Kotler, M. (2015). *8 Maneras de crecer*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=EM0BCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=8+maneras+de+crecer+Kotler&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwihlfeV0ZvsAhVS2FkKHUnEAooQ6AEwAHoE>

CAAQA#v=onepage&q=CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20&f=false

Larzabal Fernández, A., & Coka Álvarez, C. (2018). Satisfacción con el modelo de reclutamiento y selección interna en una empresa de producción privada de Tungurahua desde la teoría de los 2 factores. *RRAAE*.

Obtenido de

https://rraae.cedia.edu.ec/Record/PUCESA_90f47d7f676d29a7895023e631f8a2bc

Los Recursos Humanos.com. (2020). *Principales teorías administrativas: enfoques y representantes*. Obtenido de

<https://www.losrecursoshumanos.com/principales-teorias-administrativas-enfoques-y-representantes/>

Morecroft, J. (2015). *Strategic Modeling and Business Dynamics*. Obtenido de https://www.smv.gob.pe/Biblioteca/temp/catalogacion/Strategic_Modelling_Business_Dynamics.pdf

Pérez Aguilera, F. (2017). *Marketing y plan de negocio de la microempresa (UF1820)*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=vcU-DwAAQBAJ&pg=PA22&dq=ley+del+efecto+proporcional+de+Gibrat&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjNv_vMrf3rAhUrqlkKHR8_BVwQ6AEwAHoECAEQQA#v=onepage&q=CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20&f=false

Prialé Pinillos, K. d. (2019). *Gestión de procesos y comunicación interna en la Subgerencia de*. Obtenido de repositorio.ucv.edu.pe

Rico García, M., & Sacristán Navarro, M. (2017). *Fundamentos empresariales*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=ggw4DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Fundamentos+empresariales&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj2-cLuzJvsAhUx01kKHZheAYgQ6wEwAHoECAQQA#v=onepage&q=Fundamentos%20empresariales&f=false>

Salas Begazo, A. N. (2018). *Métodos estadísticos para la Investigación Científica* (1 ed.). Guayaquil, Ecuador: Editorial Grupo Compás.

Tuček, D. (September de 2015). The Main Reasons for Implementing BPM. *Journal of Competitiveness, Vol. 7, , 126-142*.

Valenzuela Pérez, M. G., & Jiménez Jiménez, A. (2019). *Héroes de la diversidad: Por qué las organizaciones necesitan apostar por la inclusión*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=zomIDwAAQBAJ&pg=PT14&dq=actores+de+crecimiento+EMPRESARIAL&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiJh7LO5pvsAhXixlkKHT2NBNUQ6AEwCXoECAkQA#v=onepage&q=CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20&f=false>

Yavuz Tansoy Yıldırım, S. N. (2018). *Current Debates in Management & Organization*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=ofxYDwAAQBAJ&pg=PA114&dq=la+firma+penrose&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwip9Ynv2bXsAhVN1IkKHZYPDRMQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=la%20firma%20penrose&f=false>

Zumaran Alayo, O., Gutierrez Orellana, B., Calero Saldaña, R., Ramirez Rios, A., Mguiña Palma, M., Guillen Guillen, E., . . . Vilcapoma Perez, C. (2017). *Estadística para la investigación*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad Cesar Vallejo.

ANEXOS

3.2. Matriz operacional de las variables: Gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial de mercado, San Juan de Miraflores, 2020

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	NIVELES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de procesos	Bravo (2015) es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, modelar, diseñar, controlar, mejorar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente. (p. 29).	La gestión de procesos tiene tres bloques de prácticas: incorporación de la gestión de procesos en la organización, modelación, dirección, y sus indicadores para el cual se aplicó el cuestionario para su medición.	Incorporación de la gestión de procesos	Exposición de la contribución	1	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Siempre (4) Casi siempre (5)	Escala Ordinal
				Planeación de la contribución	2		
				Realización de la estructura	3		
				Gestión del cambio	4		
			Modelamiento visual participativa	Elaboración del mapa de procesos	5		
				Representación del proceso	6		
				Perfeccionamiento del proceso	7		
				Redacción del procedimiento	8		
			Dirección de procesos	implementación del procedimiento	9		
				Priorización	10		
				Evaluación	11		
				Rediseño del proceso	12		
				Control del proceso	13		
				Mejora continua	14		
Crecimiento empresarial	Bernal (2018), es la manera en que evoluciona una empresa de ser un competidor local a uno a escala mundial con la finalidad de obtener competitividad sostenible en el tiempo. (p.94)	El crecimiento empresarial se divide en factores internos y externos con sus indicadores, se aplicó el cuestionario como medición.	Factores internos	Antigüedad	15	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Siempre (4) Casi siempre (5)	Escala Ordinal
				Tamaño	16		
				Perfil del propietario	17		
				Motivación	18		
				La gestión del conocimiento	19		
				Estrategias de crecimiento	20		
			Factores externos	Competidores	21		
				Clientes	22		
				Proveedores	23-24		
				Demanda	25		
				Fuentes de financiamiento	26-27		
				Innovación tecnológica	28		

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	RANGO	INSTRUMENTO	
GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE UN MERCADO. SAN JUAN DE MIRAFLORES 2020	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD	Bravo (2015) es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, modelar, diseñar, controlar, mejorar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente. (p. 29).	La gestión de procesos tiene tres bloques de prácticas: incorporación de la gestión de procesos en la organización, modelación, dirección, y sus indicadores para el cual se aplicó el cuestionario para su medición	Incorporación de la gestión de procesos	Exposición de la contribución	P1	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Siempre (4) Casi siempre (5)	BASICO MEDIO ALTO	CUESTIONARIO	
	¿Qué relación existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y el crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores 2020	Determinar la relación que existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y el crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020.	Si existe relación entre la gestión de procesos del área de seguridad y el crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020					Modelamiento visual participativa	Planeación de la contribución				P2
									Realización de la estructura				P3
									Gestión del cambio				P4
	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	a) Determinar la relación que existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y el crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020	a) existe relación entre la gestión de procesos del área de seguridad y el crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020				Dirección de procesos	Elaboración del mapa de procesos	P5				
								Representación del proceso	P6				
								Perfeccionamiento del proceso	P7				
								Redacción del procedimiento	P8				
								Implementación del procedimiento	P9				
	¿qué relación existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y el crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores 2020	b) Determinar la relación que existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y el crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020.	b) existe relación entre la gestión de procesos del área de seguridad y el crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020	CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Bernal (2018), es la manera en que evoluciona una empresa de ser un competidor local a uno a escala mundial con la finalidad de obtener competitividad sostenible en el tiempo. (p.94)	El crecimiento empresarial se divide en factores internos y externos con sus indicadores, se aplicó el cuestionario como medición.	Factores internos	Priorización	P10				
								Evaluación	P11				
								Rediseño del proceso	P12				
	¿qué relación existe entre la gestión de procesos del área de seguridad y el crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores 2020							Factores Externos	Control del proceso				P13
									Mejora continua				P14
									Antigüedad				P15
								Tamaño	P16				
								Perfil del propietario	P17				
								Motivación	P18				
							La gestión del conocimiento	P19					
							Estrategias de crecimiento	P20					
							Competidores	P21					
							Clientes	P22					
							Proveedores	P23-P24					
							Demanda	P25					
							Fuentes de financiamiento	P26-27					
							Innovación tecnológica	P28					

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Título de Investigación: GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN UN MERCADO, SAN JUAN DE MIRAFLORES 2020							
Apellido y Nombre del Investigador: Muñoz Delgado Amanda Valeria							
Apellido y Nombre del Experto: Gonzalez Moncada, Teresa Marianela							
ASPECTO POR EVALUAR						OPINION DEL EXPERTO	
VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS
GESTIÓN DE PROCESOS	Incorporación de la gestión de procesos	Exposición de la contribución	Existe predisposición de los comerciantes para contribuir con la gestión de procesos del área de seguridad.	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca			
		Planeación de la contribución	Se realiza anuncios periódicamente sobre los planes a seguir para mejorar la gestión de seguridad.		X		
		Realización de la estructura	Se cuenta con grupo de seguridad que este constantemente verificando que se cumplen las normas dentro del mercado.		X		
		Gestión del cambio	El personal de seguridad está capacitado sobre los cambios actuales en la gestión según las normativas que brinda el gobierno (mascarillas, higiene, distanciamiento, aforo, etc.)		X		
	Modelamiento visual participativa	Elaboración del mapa de procesos	Existe un protocolo de seguridad establecido tanto de prevención y acción para cualquier caso que se presente dentro o alrededores del mercado.		X		
		Representación del proceso	Existe un mapa de procesos o flujos de gestión de prevención o acción de seguridad a la vista de todos.		X		
		Perfeccionamiento del proceso	Se modifica los procedimientos de seguridad para perfeccionarlos según los casos nuevos que se van presentando en el mercado.		X		
		Redacción del procedimiento	Los vigilantes tienen acceso al manual operativo de funciones para su revisión constante en cualquier momento.		X		
		implementación del procedimiento	Se informa al público en general dentro del mercado a través de parlantes u otro medio sobre cambios en los procedimiento o modificaciones del reglamento de vigilancia.		X		
	Dirección de procesos	Priorización	El jefe de seguridad prioriza las acciones a tomar según las necesidades del mercado.		X		
		Evaluación	Se evalúa el desarrollo de las acciones de vigilancia para beneficio del mercado.		X		
		Rediseño del proceso	Se han implementado herramientas de mejora en el área de seguridad (cámaras de vigilancia, radios de comunicación, vestimenta de seguridad, etc.).		X		
		Control del proceso	Existe un comité formado por comerciantes que controle que los vigilantes estén haciendo su trabajo correctamente.		X		
		Mejora continua	El mercado cuenta con un presupuesto para implementar con mejoras al área de seguridad.		X		
					FECHA: 16 / 11 / 2020		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de Investigación: GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN UN MERCADO, SAN JUAN DE MIRAFLORES 2020							
Apellido y Nombre del Investigador: Núñez Delgado Amanda Valeria							
Apellido y Nombre del Experto: Gonzalez Moncada, Teresa Mananala							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLE 2	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS
Crecimiento empresarial	Factores internos	Antigüedad	La antigüedad de los comerciantes en el mercado ha permitido su crecimiento empresarial.	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca	X		
		Tamaño	El mercado cuenta con el área suficiente para el comercio seguro que garantiza el incremento de clientes y ventas.		X		
		Perfil del propietario	Los comerciantes incrementan sus ventas y deciden incorporar nuevos negocios en el mercado.		X		
		Motivación	Las ofertas de los comerciantes motivan a los clientes para el incremento de sus ventas.		X		
		La gestión del conocimiento	Los comerciantes están bien capacitados para gestionar de forma adecuada sus negocios.		x		
		Estrategias de crecimiento	Los vendedores implementan estrategias exitosas para el incremento de sus ventas.		x		
	Factores externos	Competidores	El comercio informal de los alrededores del mercado disminuye la venta de los comerciantes del mercado al ofertar precios más bajos.		X		
		Clientes	Los clientes asiduos al mercado, fidelizados, reciben de los comerciantes descuentos por los grandes volúmenes de compras.		X		
		Demanda	Los proveedores de mercadería portan su chaleco o prenda que lo identifica como tal y entregan mercadería a tiempo.		X		
		Proveedores	Los comerciantes venden productos de diversidad de precios por la buena gama de proveedores.		X		
			Los comerciantes venden productos variados que satisfacen la necesidad de los clientes de diferentes edades, género y cultura.		X		
		Fuentes de financiamiento	Trabajan los comerciantes con préstamos bancarios para surtir su negocio durante el año y especialmente en temporada alta.		X		
			Los comerciantes tienen al día sus obligaciones tributarias para poder gestionar prestamos orientados hacia la mejora de sus negocios.		X		
Innovación tecnológica	Cuentan los comerciantes con medios electrónicos de pago con tarjeta, como zipax o Yape para realizar pagos a los proveedores y cobros de los clientes.	X					
				FECHA: 16 / 11 / 2020			

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Título de Investigación: GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN UN MERCADO, SAN JUAN DE MIRAFLORES 2020							
Apellido y Nombre del Investigador: Núñez Delgado Amanda Valeria							
Apellido y Nombre del Experto: Trujillo Hinojosa César							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS
GESTIÓN DE PROCESOS	Incorporación de la gestión de procesos	Exposición de la contribución	Existe predisposición de los comerciantes para contribuir con la gestión de procesos del área de seguridad.	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca	X		
		Planeación de la contribución	Se realiza anuncios periódicamente sobre los planes a seguir para mejorar la gestión de seguridad.		X		
		Realización de la estructura	Se cuenta con grupo de seguridad que este constantemente verificando que se cumplen las normas dentro del mercado.		X		
		Gestión del cambio	El personal de seguridad está capacitado sobre los cambios actuales en la gestión según las normativas que brinda el gobierno (mascarillas, higiene, distanciamiento, aforo, etc.)		X		
	Modelamiento visual participativa	Elaboración del mapa de procesos	Existe un protocolo de seguridad establecido tanto de prevención y acción para cualquier caso que se presente dentro o alrededores del mercado.		X		
		Representación del proceso	Existe un mapa de procesos o flujos de gestión de prevención o acción de seguridad a la vista de todos.		X		
		Perfeccionamiento del proceso	Se modifica los procedimientos de seguridad para perfeccionarlos según los casos nuevos que se van presentando en el mercado.		X		
		Redacción del procedimiento	Los vigilantes tienen acceso al manual operativo de funciones para su revisión constante en cualquier momento.		X		
		implementación del procedimiento	Se informa al público en general dentro del mercado a través de parlantes u otro medio sobre cambios en los procedimiento o modificaciones del reglamento de vigilancia.		X		
	Dirección de procesos	Priorización	El jefe de seguridad prioriza las acciones a tomar según las necesidades del mercado.		X		
		Evaluación	Se evalúa el desarrolla de las acciones de vigilancia para beneficio del mercado.		X		
		Rediseño del proceso	Se han implementado herramientas de mejora en el área de seguridad (cámaras de vigilancia, radios de comunicación, vestimenta de seguridad, etc.).		X		
		Control del proceso	Existe un comité formado por comerciantes que controle que los vigilantes estén haciendo su trabajo correctamente.		X		
		Mejora continua	El mercado cuenta con un presupuesto para implementar con mejoras al área de seguridad.		X		
				FECHA:	16 / 11 / 2020		

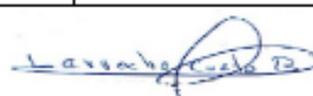
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de Investigación: GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN UN MERCADO, SAN JUAN DE MIRAFLORES 2020							
Apellido y Nombre del Investigador: Nuñez Delgado Amanda Valeria							
Apellido y Nombre del Experto: Trujillo Hinojoza Cesar							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLE 2	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS
Crecimiento empresarial	Factores internos	Antigüedad	La antigüedad de los comerciantes en el mercado ha permitido su crecimiento empresarial.	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca	X		
		Tamaño	El mercado cuenta con el área suficiente para el comercio seguro que garantiza el incremento de clientes y ventas.		X		
		Perfil del propietario	Los comerciantes incrementan sus ventas y deciden incorporar nuevos negocios en el mercado.		X		
		Motivación	Las ofertas de los comerciantes motivan a los clientes para el incremento de sus ventas.		X		
		La gestión del conocimiento	Los comerciantes están bien capacitados para gestionar de forma adecuada sus negocios.		X		
		Estrategias de crecimiento	Los vendedores implementan estrategias exitosas para el incremento de sus ventas.		X		
	Factores externos	Competidores	El comercio informal de los alrededores del mercado disminuye la venta de los comerciantes del mercado al ofertar precios más bajos.		X		
		Clientes	Los clientes asiduos al mercado, fidelizados, reciben de los comerciantes descuentos por los grandes volúmenes de compras.		X		
		Demanda	Los proveedores de mercadería portan su chaleco o prenda que lo identifica como tal y entregan mercadería a tiempo.		X		
		Proveedores	Los comerciantes venden productos de diversidad de precios por la buena gama de proveedores.		X		
			Los comerciantes venden productos variados que satisfacen la necesidad de los clientes de diferentes edades, género y cultura.		X		
		Fuentes de financiamiento	Trabajan los comerciantes con préstamos bancarios para surtir su negocio durante el año y especialmente en temporada alta.		X		
			Los comerciantes tienen al día sus obligaciones tributarias para poder gestionar prestamos orientados hacia la mejora de sus negocios.		X		
Innovación tecnológica	Cuentan los comerciantes con medios electrónicos de pago con tarjeta, como Zipay o Yape para realizar pagos a los proveedores y cobros de los clientes.	X					
				FECHA:	16 / 11 / 2020		

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Título de Investigación: GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN UN MERCADO, SAN JUAN DE MIRAFLORES 2020								
Apellido y Nombre del Investigador: Nuñez Delgado Amanda Valeria								
Apellido y Nombre del Experto: Larroche Cueto Benito Armando								
ASPECTO POR EVALUAR						OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS	
GESTIÓN DE PROCESOS	Incorporación de la gestión de procesos	Exposición de la contribución	Existe predisposición de los comerciantes para contribuir con la gestión de procesos del área de seguridad.	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca				
		Planeación de la contribución	Se realiza anuncios periódicamente sobre los planes a seguir para mejorar la gestión de seguridad.		X			
		Realización de la estructura	Se cuenta con grupo de seguridad que este constantemente verificando que se cumplen las normas dentro del mercado.		X			
		Gestión del cambio	El personal de seguridad está capacitado sobre los cambios actuales en la gestión según las normativas que brinda el gobierno (mascarillas, higiene, distanciamiento, aforo, etc.)		X			
	Modelamiento visual participativa	Elaboración del mapa de procesos	Existe un protocolo de seguridad establecido tanto de prevención y acción para cualquier caso que se presente dentro o alrededores del mercado.		X			
		Representación del proceso	Existe un mapa de procesos o flujos de gestión de prevención o acción de seguridad a la vista de todos.		X			
		Perfeccionamiento del proceso	Se modifica los procedimientos de seguridad para perfeccionarlos según los casos nuevos que se van presentando en el mercado.		X			
		Redacción del procedimiento	Los vigilantes tienen acceso al manual operativo de funciones para su revisión constante en cualquier momento.		X			
		implementación del procedimiento	Se informa al público en general dentro del mercado a través de parlantes u otro medio sobre cambios en los procedimiento o modificaciones del reglamento de vigilancia.		X			
	Dirección de procesos	Priorización	El jefe de seguridad prioriza las acciones a tomar según las necesidades del mercado.		X			
		Evaluación	Se evalúa el desarrolla de las acciones de vigilancia para beneficio del mercado.		X			
		Rediseño del proceso	Se han implementado herramientas de mejora en el área de seguridad (cámaras de vigilancia, radios de comunicación, vestimenta de seguridad, etc.).		X			
		Control del proceso	Existe un comité formado por comerciantes que controle que los vigilantes estén haciendo su trabajo correctamente.		X			
		Mejora continua	El mercado cuenta con un presupuesto para implementar con mejoras al área de seguridad.		X			
					FECHA: 16 / 11 / 2020			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de Investigación: GESTIÓN DE PROCESOS DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN UN MERCADO, SAN JUAN DE MIRAFLORES 2020							
Apellido y Nombre del Investigador: Nuñez Delgado Amanda Valeria							
Apellido y Nombre del Experto: Larroche Cuelo Benito Armando							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLE 2	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS
Crecimiento empresarial	Factores internos	Antigüedad	La antigüedad de los comerciantes en el mercado ha permitido su crecimiento empresarial.	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca	X		
		Tamaño	El mercado cuenta con el área suficiente para el comercio seguro que garantiza el incremento de clientes y ventas.		X		
		Perfil del propietario	Los comerciantes incrementan sus ventas y deciden incorporar nuevos negocios en el mercado.		X		
		Motivación	Las ofertas de los comerciantes motivan a los clientes para el incremento de sus ventas.		X		
		La gestión del conocimiento	Los comerciantes están bien capacitados para gestionar de forma adecuada sus negocios.		x		
		Estrategias de crecimiento	Los vendedores implementan estrategias exitosas para el incremento de sus ventas.		x		
	Factores externos	Competidores	El comercio informal de los alrededores del mercado disminuye la venta de los comerciantes del mercado al ofertar precios más bajos.		X		
		Clientes	Los clientes asiduos al mercado, fidelizados, reciben de los comerciantes descuentos por los grandes volúmenes de compras.		X		
		Demanda	Los proveedores de mercadería portan su chaleco o prenda que lo identifica como tal y entregan mercadería a tiempo.		X		
		Proveedores	Los comerciantes venden productos de diversidad de precios por la buena gama de proveedores.		X		
			Los comerciantes venden productos variados que satisfacen la necesidad de los clientes de diferentes edades, género y cultura.		X		
		Fuentes de financiamiento	Trabajan los comerciantes con préstamos bancarios para surtir su negocio durante el año y especialmente en temporada alta.		X		
			Los comerciantes tienen al día sus obligaciones tributarias para poder gestionar prestamos orientados hacia la mejora de sus negocios.		X		
Innovación tecnológica	Cuentan los comerciantes con medios electrónicos de pago con tarjeta, como zipax o Yape para realizar pagos a los proveedores y cobros de los clientes.	X					
				FECHA: 16 / 11 / 2020			

CONFIABILIDAD

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válidos	109	100,0
	Excluidos	0	0,0
	Total	109	100,0

Demostración de confiabilidad de la variable Gestión de procesos.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,943	14

Fuente: Elaboración en base al análisis de la Prueba piloto en el software estadístico SPSS versión 25.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válidos	109	Casos
	Excluidos	0	0,0
	Total	109	100,0

Demostración de confiabilidad de la variable Crecimiento empresarial

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,836	14

Fuente: Elaboración en base al análisis de la Prueba piloto en el software estadístico SPSS versión 25.

CÁLCULO DE TAMAÑO DE LA MUESTRA

Dónde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha} = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q} = 109$$

$$n = \frac{150 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2(150 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 109$$

PRUEBA DE NORMALIDAD

Resumen de procesamiento de casos de casos

		N	%
Casos	Válidos	109	100,0
	Excluidos	0	0,0
	Total	109	100,0

Demostración de la prueba de normalidad de la variable Gestión de procesos y Crecimiento empresarial.

Kolmogorov-Smirnov ^a			
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de procesos	,137	109	,000
Crecimiento empresarial	,094	109	,020

Corrección de significación de Lilliefors

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válidos	109	100,0
	Excluidos	0	0,0
	Total	109	100,0

Demostración de la prueba de normalidad de la variable Gestión de procesos y Factores internos.

Kolmogorov-Smirnov ^a			
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de procesos	,137	109	,000
Crecimiento empresarial	,163	109	,000

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válidos	109	100,0
	Excluidos	0	0,0
	Total	109	100,0

Demostración de la prueba de normalidad de la variable Gestión de procesos y Factores externos

Kolmogorov-Smirnov ^a			
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de procesos	,137	109	,000
Crecimiento empresarial	,086	109	,047

Gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial

Estimado (a)

El presente cuestionario es anónimo y confidencial, servirá para elaborar la tesis titulada “Gestión de procesos del área de seguridad y crecimiento empresarial de un mercado, San Juan de Miraflores, 2020”, por ello se pide su colaboración marcando con un aspa (X) en la alternativa que considere acertada según su percepción en las siguientes alternativas:

OBJETIVO: Determinar la relación que existe entre Gestión de procesos en área de seguridad y crecimiento empresarial.

Nunca 1	Casi nunca 2	A veces 3	Casi siempre 4	Siempre 5
------------	-----------------	--------------	-------------------	--------------

Preguntas		1	2	3	4	5
1	1. Existe predisposición de los comerciantes para contribuir con la gestión de procesos del área de seguridad.					
2	2. Se realiza anuncios periódicamente sobre los planes a seguir para mejorar la gestión de seguridad.					
3	3. Se cuenta con grupo de seguridad que este constantemente verificando que se cumplen las normas dentro del mercado.					
4	4. El personal de seguridad está capacitado sobre los cambios actuales en la gestión según las normativas que brinda el gobierno (mascarillas, higiene, distanciamiento, aforo, etc.)					
5	5. Existe un protocolo de seguridad establecido tanto de prevención y acción para cualquier caso que se presente dentro o alrededores del mercado.					
6	6. Existe un mapa de procesos o flujos de gestión de prevención o acción de seguridad a la vista de todos.					
7	7. Se modifica los procedimientos de seguridad para perfeccionarlos según los casos nuevos que se van presentando en el mercado.					
8	8. Los vigilantes tienen acceso al manual operativo de funciones para su revisión constante en cualquier momento.					
9	9. Se informa al público en general dentro del mercado a través de parlantes u otro medio sobre cambios en los procedimiento o modificaciones del reglamento de vigilancia.					

10	10. El jefe de seguridad prioriza las acciones a tomar según las necesidades del mercado.						
11	11. Se evalúa el desarrollo de las acciones de vigilancia para beneficio del mercado.						
12	12. Se han implementado herramientas de mejora en el área de seguridad (cámaras de vigilancia, radios de comunicación, vestimenta de seguridad, etc.).						
13	13. Existe un comité formado por comerciantes que controle que los vigilantes estén haciendo su trabajo correctamente.						
14	14. El mercado cuenta con un presupuesto para implementar con mejoras al área de seguridad.						
15	15. La antigüedad de los comerciantes en el mercado ha permitido su crecimiento empresarial.						
16	16. El mercado cuenta con el área suficiente para el comercio seguro que garantiza el incremento de clientes y ventas.						
17	17. Los comerciantes incrementan sus ventas y deciden incorporar nuevos negocios en el mercado.						
18	18. Las ofertas de los comerciantes motivan a los clientes para el incremento de sus ventas.						
19	19. Los comerciantes están bien capacitados para gestionar de forma adecuada sus negocios.						
20	20. Los vendedores implementan estrategias exitosas para el incremento de sus ventas.						
21	21. El comercio informal de los alrededores del mercado disminuye la venta de los comerciantes del mercado al ofertar precios más bajos.						
22	22. Los clientes asiduos al mercado, fidelizados, reciben de los comerciantes descuentos por los grandes volúmenes de compras.						
23	23. Los proveedores de mercadería portan su chaleco o prenda que lo identifica como tal y entregan mercadería a tiempo.						
24	24. Los comerciantes venden productos de diversidad de precios por la buena gama de proveedores.						
25	25. Los comerciantes venden productos variados que satisfacen la necesidad de los clientes de diferentes edades, género y cultura.						
26	26. Trabajan los comerciantes con préstamos bancarios para surtir su negocio durante el año y especialmente en temporada alta.						
27	27. Los comerciantes tienen al día sus obligaciones tributarias para poder gestionar préstamos orientados hacia la mejora de sus negocios.						
28	28. Cuentan los comerciantes con medios electrónicos de pago con tarjeta, como Izipay o Yape para realizar pagos a los proveedores y cobros de los clientes.						

Gracias por su colaboración.

P ID	VARIABLE 1										VARIABLE 2																	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28
2	3	2	2	1	3	2	2	1	2	2	3	1	1	1	4	3	3	4	3	3	2	1	2	1	3	4	2	1
3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	2	5	3	3	5	5	3	4	4	5	1	2	4	5	5	3	1
4	2	2	2	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	1	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	
5	3	2	3	4	4	1	3	4	2	1	3	1	2	4	4	4	5	2	5	2	5	2	1	4	5	3	3	1
6	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3	2	3	3	4	5	5	5	3
7	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	2	5	1	1	2	2	2	4	4	4	3	1
8	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2
9	2	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	1	2	1	3	3	3	3	2	2	2	3	1	2	3	1	2	3
10	2	1	2	3	3	1	1	1	1	2	2	2	3	1	3	2	3	2	2	3	2	1	1	3	3	5	2	1
11	1	1	1	2	2	2	1	3	1	2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
12	2	4	5	3	5	1	2	3	1	3	3	3	2	3	5	3	5	3	3	3	1	1	3	3	3	4	3	1
13	4	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	3	3	4	5	5	5	4
14	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2
15	1	1	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	1
16	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2
17	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2
18	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	2
19	2	2	3	2	1	1	1	1	2	2	2	3	3	2	2	2	5	5	1	4	2	4	2	5	4	5	3	2
20	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	2	2	5	5	1	1	4	4	1	4	5	5	3	1
21	1	1	2	2	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	5	2	4	4	4	2	4	4	5	3	2
22	2	2	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5	2	5	3
23	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	3	3	4	3	3	5	4	3	5	5	5	4	4
24	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	3
25	3	2	2	1	3	3	2	2	1	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	5	1	1	3	3	4	2	2
26	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	4	2	2	5	3	2	4	4	2	4	5	5	3	1
27	2	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	4	3	4	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3
28	2	2	2	1	1	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	4	4	2	1	4	2	1	4	4	5	3	2
29	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	2	3	4	5	5	4	5	4
30	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	4	4	3	1	4	1	1	4	5	4	3	1
31	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	4	4	2	5	4	5	3	1
32	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	2	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	5	3	2
33	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	1	4	4	2	4	5	5	3	1
34	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	2	1	4	4	2	4	5	5	3	1
35	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4	5	3	2
36	3	3	1	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	4	2	2	4	4	1	5	4	5	3	2
37	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	5	3	3

38	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	4	2	2	5	5	5	3	1		
39	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	4	2	2	4	5	4	3	2		
40	2	2	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2		
41	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	5	2	4	3	
42	3	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	2		
43	3	3	3	2	1	2	3	3	3	1	1	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2		
44	4	3	4	5	5	3	4	4	2	4	3	4	3	4	5	3	5	5	3	4	5	4	2	4	4	5	4	3	
45	4	2	5	4	3	1	1	3	1	1	1	1	2	5	4	3	1	5	1	1	5	3	2	5	3	5	5	1	
46	3	2	4	5	5	5	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	5	3	3	3	
47	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	2	
48	3	3	2	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	1	1	4	2	1	4	2	3	4	4	4	3	2	
49	3	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
50	2	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
51	3	3	3	3	4	1	3	5	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	
52	3	5	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	
53	4	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	
54	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	5	5	3	2	4	4	1	5	4	5	4	2
55	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	1	1	2	2	4	3	1
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	1	2	2	2	4	3	1
57	2	4	5	3	5	1	2	1	1	3	3	3	2	3	5	3	5	3	3	3	1	1	3	3	3	4	3	1	
58	4	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	3	3	4	5	5	5	4	
59	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	
60	2	3	3	3	4	3	2	1	2	2	1	2	2	1	4	2	2	4	3	2	4	2	2	4	4	4	4	3	1
61	1	1	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	1
62	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
63	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	4	3	1	
64	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	1	2	2	4	4	3	1
65	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	4	4	3	2	
66	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	3	2	3	4	5	3	1	
67	3	3	2	3	2	2	1	2	4	3	2	3	3	3	3	4	4	5	2	2	4	4	1	5	4	5	3	1	
68	1	1	2	2	2	1	3	2	4	3	2	2	3	3	3	2	4	5	2	4	4	4	2	5	4	5	3	2	
69	1	2	2	2	3	3	1	2	1	2	2	1	1	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	5	3	3	
70	3	3	2	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1	2	2	4	3	1	3	2	2	2	3	3	5	1	3	
71	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	3	3	2	2	3	3	5	4	3	
72	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	5	2	3
73	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	5	2	2	4	2	2	4	4	4	4	2	2
74	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	2	2	3	3	1	3	3	5	3	2	
75	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	2	4	5	5	3	1
76	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	4	3	2	4	4	2	2	5	5	4	3	1	
77	4	4	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	

78	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	
79	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	4	2	4	5	4	2	1	
80	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	4	1	2	1	1	1	2	2	3	2	2		
81	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	3	2	2	3	3	3	5	3	3	3	2	4	2	4	4	4	2	1	
82	2	3	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	2	4	5	4	1	1		
83	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	1	3	
84	2	1	2	3	3	1	2	2	4	3	1	1	1	2	3	3	1	2	2	2	3	4	1	4	5	3	1	1	
85	3	3	2	1	3	1	3	1	3	3	1	1	2	3	3	4	5	5	5	5	3	2	3	3	4	4	1	3	
86	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	1	3	
87	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	2	4	1	2	4	2	2	4	2	3	3	2	
88	2	3	1	2	3	3	1	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	
89	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3		
90	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	
91	2	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	1	4	5	4	4	4	
92	3	1	1	1	1	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2	4	1	2	1	4	2	5	4	4	3	2	
93	2	2	2	2	2	3	4	4	3	3	3	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
94	2	3	3	4	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	1	4	4	4	4	4	
95	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
96	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	4	3	1	3	1	2	2	5	5	4	3	2	
97	4	4	4	4	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	1	2	2	4	4	4	3	1	
98	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	
99	2	4	5	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	1	
100	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
101	2	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	1	4	4	5	4	4
102	4	5	5	4	5	2	2	4	1	4	4	1	4	4	4	5	4	4	2	3	3	5	1	3	4	4	3	3	1
103	3	2	4	4	4	1	3	4	1	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	5	2	2	3	3	4	3	1	
104	3	1	4	3	4	1	3	4	1	3	3	1	3	3	1	3	4	3	4	4	5	2	4	4	4	5	3	1	
105	2	3	4	3	4	1	3	3	1	3	3	2	3	2	1	3	3	2	1	3	5	4	1	4	3	5	1	1	
106	3	4	5	4	4	2	3	3	2	4	5	5	4	4	5	4	3	1	3	3	5	1	4	4	5	3	3	1	
107	1	1	4	3	3	1	3	3	1	3	4	1	3	2	2	3	3	2	3	3	5	4	3	4	4	4	1	1	
108	1	3	5	4	4	1	4	5	1	4	4	1	3	2	1	2	3	3	3	3	5	4	2	4	4	5	4	1	
109	4	3	4	5	5	3	3	5	4	4	4	1	3	4	4	4	4	3	4	4	5	2	4	3	4	4	1	1	