



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión
Escuela de Posgrado

**Gestión empresarial y su influencia en la calidad de servicio en la Empresa Supermercado
Peruano Plaza Vea- Filial Huacho**

Tesis
Para optar el Grado Académico de Maestra en Gerencia Empresarial

Autora
Anggela Mariana La Rosa Alor

Asesora
Dra. Flor de María Garivay Torres

Huacho – Perú
2025



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

Escuela de Posgrado

METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Angela Mariana La Rosa Alor	45473696	03/12/2024
DATOS DEL ASESOR:		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CÓDIGO ORCID
Flor de María Garivay Torres	15587359	0000-0002-2051-4901
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CÓDIGO ORCID
Abrahan Cesar Neri Ayala	15739625	0000-0003-2799-3244
Felix Gil Caro Soto	32124959	0000-0002-0946-5395
Ider Walter Alor Bellon	15737214	0000-0001-8355-7960

Anggela Mariana La Rosa Alor 2024-076201

GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA SUPERMERCADO PERUANO PL...

📄 Quick Submit

📄 Quick Submit

🌐 DIRECCION DE GESTION DE LA INVESTIGACION_Tesis Posgrado 2024

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::1-3067135545

Fecha de entrega

4 nov 2024, 4:18 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

4 nov 2024, 4:19 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

INFORME_FINAL_ANGELA_MARINA_LA_ROSA_ALOR_ok-2.pdf

Tamaño de archivo

1.6 MB

67 Páginas

19,562 Palabras

70,831 Caracteres



Página 2 of 73 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1-3067135545

20% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para el...

Filtrado desde el informe

- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 18% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 11% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarse.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y lo revise.

DEDICATORIA

A quienes me han apoyado en el desarrollo de esta investigación, como mi familia y amigos cercanos

ANGGELA MARIANA LA ROSA ALOR

AGRADECIMIENTO

A mis padres y asesora, quienes confiaron en mi durante mi preparación profesional y durante el desarrollo de la investigación. Por todo ese apoyo emocional.

ANGGELA MARIANA LA ROSA ALOR

ÍNDICE

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
CAPÍTULO I	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1 Descripción de la realidad problemática	13
1.2 Formulación del problema	14
1.2.1 Problema general	14
1.2.2 Problemas específicos	14
1.3 Objetivos de la investigación	14
1.3.1 Objetivo general	14
1.3.2 Objetivos específicos	14
1.4 Delimitaciones del estudio	15
1.5 Viabilidad del estudio	¡Error! Marcador no definido.12
CAPÍTULO II	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1 Antecedentes de la investigación	16
2.1.1 Investigaciones internacionales	16
2.1.2 Investigaciones nacionales	18
2.2 Bases teóricas	21
2.3 Bases filosóficas	29
2.4 Definición de términos básicos	29
2.5 Hipótesis de investigación	30
2.5.1 Hipótesis general	30
2.5.2 Hipótesis específicas	30
2.6 Operacionalización de las variables	31
CAPÍTULO III	32
METODOLOGÍA	32
3.1 Diseño metodológico	32

3.2 Población y Muestra	32
3.2.1 Población	32
3.2.2 Muestra	32
3.3 Técnicas de recolección de datos	32
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información	34
CAPÍTULO IV	35
RESULTADOS	35
4.1 Análisis de resultados	35
CAPÍTULO V	48
DISCUSIÓN	48
5.1 Discusión de resultados	48
CAPÍTULO VI	49
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
6.1 Conclusiones	49
6.2 Recomendaciones	50
REFERENCIAS	51
ANEXOS	

RESUMEN

Averiguar como la gestión empresarial afecta la calidad de servicio en el supermercado peruano Plaza Vea-filial Huacho fue el objetivo principal de este estudio. Tiene un diseño no experimental ya que las variables del estudio no fueron modificadas intencionalmente, y tiene un diseño causal correlacional transversal ya que se tuvo que constatar la relación entre las variables en un tiempo predeterminado. Tanto las conclusiones del estudio como la comprobación de las hipótesis incluían técnicas numéricas para el tratamiento de los datos, por lo que la tesis adopta un enfoque cuantitativo. La población está formada por 600 consumidores que frecuentan el supermercado a diario. Se utilizó Excel para seleccionar aleatoriamente a los mismos. a los que se han aplicado las variables gestión empresarial y calidad del servicio. Se creó una encuesta detallada teniendo en cuenta nuestras dimensiones de gestión empresarial -planificación empresarial, organización empresarial y política empresarial-, así como los aspectos de calidad del servicio y los componentes de calidad. Reveló en última instancia que existe una asociación positiva altamente sustancial entre la gestión empresarial y la calidad del servicio en el supermercado peruano Plaza Vea-Filial Huacho. El estudio constó de 14 preguntas que fueron desarrolladas y aplicadas a nuestra muestra. Los clientes están conformes con el desarrollo de esta investigación.

Palabras claves: gestión empresarial, calidad de servicio, planeación empresarial

ABSTRACT

The main objective of this study was to find out to what extent business management affects service quality in the Peruvian supermarket Plaza Vea-Filial Huacho. The present research is of a fundamental type since its objective was to acquire accurate information by understanding the facts or phenomena that characterize the variables under examination through their association or linkage. It has a non-experimental design since the variables of the study were not intentionally modified, and it has a cross-sectional causal correlational design since the relationship between the variables had to be verified in a predetermined time. Both the conclusions of the study and the testing of the hypotheses included numerical techniques for the treatment of the data, so the thesis adopts a quantitative approach. The population consisted of 600 consumers who frequent the supermarket on a daily basis. Excel was used to randomly select them, to which the variables business management and service quality were applied. A detailed survey was created taking into account our business management dimensions - business planning, business organization and business policy - as well as service quality aspects and quality components. It ultimately revealed that there is a highly substantial positive association between corporate governance and service quality in the Peruvian supermarket Plaza Vea-Fil.

Keywords: business management, quality of service, business planning

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la gestión empresarial es esencial para las organizaciones que operan a escala internacional. Una gestión empresarial eficaz permitirá a la organización cumplir sus objetivos, adaptarse a los cambios del mercado y ofrecer a sus clientes servicios de alta calidad, todo lo cual la posicionará como líder en el sector al que pertenece.

Ofrecer servicios de alta calidad es uno de los objetivos primordiales de las empresas que buscan satisfacer y mantener a sus clientes en América Latina, donde el mercado es cada día más competitivo y exigente. Es evidente que mientras algunas empresas lo logran, otras no; esto se debe principalmente a la gestión empresarial que estas organizaciones han establecido. En última instancia, el cliente es quien evalúa la calidad del servicio, por lo que las operaciones de la empresa deben regirse principalmente por su nivel de felicidad con el bien o servicio.

La descripción y formulación del problema, su significado y justificación, los objetivos de la investigación, su alcance y sus límites se abordan en el Capítulo I: Planteamiento del problema. El Capítulo II: Marco teórico: ofrece una visión general de los antecedentes del estudio y esboza las ideas clave que se utilizarán en capítulos posteriores, citando los fundamentos teóricos de cada una de ellas. el diseño la población y la muestra, el método utilizado para la obtención de datos, y el análisis se tratan en detalle en el Capítulo III: Marco metodológico. Los resultados de la encuesta de 14 preguntas aplicada a los consumidores habituales de las principales cadenas de supermercados y minimercados de Lima se analizan e interpretan en el Capítulo IV: Análisis de resultados. Capítulo V: Anexos

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Para lograr sus objetivos organizativos, la empresa debe cumplir multitud de normas de gestión. Aunque la gestión a primera vista parece sencilla y que cualquiera puede llevar a cabo una correcta gestión, en el mundo real de la empresa ocurre todo lo contrario, se necesita una persona (directivo) totalmente formada y que sepa hacer su trabajo con eficacia.

Por ello, el presente estudio se centra en la gestión empresarial y cómo ésta afecta el nivel de servicio al cliente que brinda el Supermercado Peruano Plaza Vea Huacho sucursal de la organización. La adopción de la gestión de calidad como medio de diferenciación de los bienes y servicios que se ofrecen ha sido incentivada por la globalización de los mercados. De esta manera, el Supermercado Plaza Vea Huacho se esfuerza constantemente por ofrecer a sus clientes servicios de mayor calibre. dentro del supermercado. El último encuentro del cliente se produce cuando paga en la caja registradora. El servicio de atención al cliente es el último punto de contacto y deja una impresión duradera, por lo que debe tratarse con cuidado.

Otra gran incomodidad es disconformidades con equipos, productos, ofertas y precios, ya que al cancelar en la caja se registran otros precios, siendo en este caso un problema de organización. También se observa que muchos de los clientes escriben quejas en un libro de reclamaciones o simplemente se retiran inconformes con el servicio, ya sea por el tiempo de atención, no se le atendió con la amabilidad que se esperaba, no se le ayudó con alguna información o no se le ayudó cuando quería cambiar o devolver un producto.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿En qué medida la Gestión Empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho?

1.2.2 Problemas específicos

¿En qué medida la Planeación empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho?

¿En qué medida la Organización empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho?

¿En qué medida la Política empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar en qué medida la Gestión Empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

1.3.2 Objetivos específicos

Determinar en qué medida la Planeación empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

Determinar en qué medida la Organización empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

Determinar en qué medida la Política empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

Justificación de la investigación

Justificación teórica

Debido a su valor teórico, la investigación proporcionará información útil para aquellos que buscan aprender sobre la gestión empresarial y la calidad de servicio en la empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho. Estos conocimientos se basarán en los resultados que se obtengan después de procesar la información.

Justificación práctica

La investigación actual tiene como objetivo resolver problemas actuales que se están presentando en la actualidad. La solución será implementar las sugerencias para mejorar la gestión empresarial y su impacto en la calidad de servicio en la empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

Justificación metodológica

implica el uso de ciertos métodos, técnicas, procedimientos e instrumentos que están a disposición de otros investigadores que quieran investigar estas variables en otros contextos y realidades debido a su importancia metodológica. El estudio presenta un enfoque de trabajo para investigar la relación entre la gestión empresarial y la calidad de servicio. Este enfoque puede ser utilizado en otros trabajos de investigación.

1.4 Delimitaciones del estudio

temporal comprende los años 2023-2024.

espacial Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

Geográfica Provincia de Huaura

La delimitación social personal que labora en Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Tapia (2020) Modelo de Gestión Empresarial en el contexto de la responsabilidad socioambiental en la industria del reciclaje: estudio recolector de residuos reciclados de Nayarit (Redeso). Un modelo de gestión es una herramienta estratégica que dirige las actividades de una organización identificando las áreas que requieren atención y evaluación para alcanzar la excelencia. Con el objetivo de proporcionar una herramienta para obtener un diagnóstico desde las perspectivas organizacional, financiera y ambiental y establecer un plan de mejora, la investigación pretende diseñar e implementar un modelo de gestión empresarial enmarcado en la responsabilidad socioambiental en una organización dedicada a la recolección contratada de residuos sólidos urbanos (RSU) en Tepic, Nayarit. El diseño del modelo de gestión y su posterior implementación implicó la utilización de numerosos componentes metodológicos, entre los que destacan la observación participante, aplicación de cuestionarios, entrevistas a personal clave, revisión de documentación proporcionada por la organización, análisis de ciclo de vida, análisis costo-beneficio basado en economía ambiental y análisis metodológico de grupos de interés. Como resultado, se desarrolló un plan de mejora, obteniendo: estandarización de procesos, implementación de controles internos, análisis de rutas y determinación de la tarifa del servicio de recolección, así como el mapa de riesgos de la organización. Entre los principales resultados obtenidos se encuentran el diseño del modelo como herramienta replicable para cualquier tipo de organización, el diagnóstico organizacional, la identificación de los principales grupos de interés, el análisis costo-beneficio del reciclaje y la

determinación de los principales impactos ambientales derivados de la actividad de la organización.

Con el objetivo general de proponer un modelo de gestión empresarial mediante el uso de la inteligencia artificial en las empresas de medicina prepagada del Ecuador, Aizaga, Paucar (2022) Modelo de Gestión empresarial mediante el uso de la inteligencia artificial en las empresas de medicina prepagada. Según Sampiere, Fernández y Baptista (2018), «no es posible manipular las variables de investigación, pero los datos se analizan sin ser modificados» (p. 68) en la producción del presente estudio se utilizó metodología de investigación no experimental. En este sentido, el trabajo que se realiza califica como investigación no experimental porque los datos de la encuesta se analizan en su escenario natural y sin modificaciones para arrojar una interpretación confiable. Para el estudio se determina la investigación descriptiva, con el objetivo de identificar las «características del fenómeno u objeto de estudio sin establecer una relación entre las variables.» Adicionalmente, se aplica la investigación exploratoria para identificar variables que «no han sido desarrolladas previamente siendo poco conocidas o estudiadas, Además, en el presente trabajo se utiliza el enfoque inductivo-deductivo para construir un pensamiento que parte de lo particular a lo general.» En un sentido, el estudio es inductivo ya que cada una de las fuentes del problema de investigación se identifica por separado; Para determinar los objetivos, planes e iniciativas a llevar a cabo, el Modelo de Gestión Empresarial parte de una evaluación del estado actual de las empresas de medicina prepaga. A la luz de todo esto, el Manual de Procedimientos pretende apoyar el desarrollo de una base de datos que ayude a los consumidores de las empresas de medicina prepagada a realizar sus pagos mensuales. En general, la cartera recuperó el 79,70% a nivel nacional; Quito tuvo la mayor proporción (80,57%) y Esmeraldas el menor porcentaje (57,61%).

Ramírez (2019). Análisis meta-analítico de los programas de mejora continua de las organizaciones. Tecnológico Nacional de México El presente estudio analiza los programas de mejora continua de las diferentes empresas con el fin de identificar sus características y evaluar el funcionamiento de las iniciativas de mejora de las organizaciones. Investigar los sistemas de mejora continua de la calidad es el objetivo principal para comprender los enfoques utilizados y proporcionar pruebas para las recomendaciones del modelo de mejora continua. A partir de los datos de la fuente consultada, podemos concluir que el estudio se concentra en este ámbito, ya que los sistemas de mejora son el resultado de la exigencia de una organización en cuanto a satisfacción del cliente y productividad, aspectos ambos que competen al departamento de calidad. La revisión de la literatura, la especificación de los estudios a estudiar y la aplicación de los principios teóricos vinculados a los sistemas de mejora continua forman parte del enfoque que se utilizará para llevar a cabo el estudio. Se realizará un meta-análisis como componente final de la investigación para representar visual y descriptivamente los resultados y, en última instancia, para esbozar las conclusiones y sugerencias que la investigación ha arrojado.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Sigueñas (2019). En Huacho, 2019 se publicó un estudio sobre la gestión empresarial y la competitividad de las empresas comerciales en la asociación de propietarios ACOMERCED. Objetivo: Determinar cómo la gestión comercial afecta la competitividad de las empresas comerciales en la asociación de propietarios ACOMERCED, Huacho, 2019. Metodología: El estudio es de tipo básico, de nivel descriptivo correlacional, no experimental y utiliza un enfoque mixto. La población era de 296 propietarios y la muestra era de 77 propietarios.

Se consideraron las dimensiones: proceso gerencial, toma de decisiones, desarrollo organizacional, corporación, unidad de negocio, proceso. La confiabilidad del instrumento se realizó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach (0,865). Resultados: Respecto a la “Gestión empresarial”, el 16,9% mencionaron que no utiliza la gestión empresarial como proceso que permite planear, organizar,

dirigir, coordinar y controlar los procesos, actividades y recursos

Se tomaron en cuenta las siguientes dimensiones: el proceso gerencial, la toma de decisiones, el desarrollo organizacional, la corporación, la unidad de negocio y el proceso. El coeficiente Alfa de Cronbach (0,865) demostró la confiabilidad del instrumento. Resultancias: El 16,9% de las personas que respondieron sobre la "gestión empresarial" dijeron que no la utilizan como proceso que permite planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar procesos, actividades y recursos; El 13% expresó que casi nunca emplea la gestión empresarial para obtener capital financiero, es decir, financiamiento propio y de terceros, para llevar a cabo inversiones temporales y permanentes y generar rentabilidad; el 10,4% expresó que su gestión empresarial carece de las habilidades necesarias para administrar adecuadamente los riesgos financieros y de otro tipo. Por lo tanto, en cuanto a la "competitividad", el 59,8 por ciento de las personas dijeron que la empresa no usó la inaplicabilidad de tendencias, técnicas y estrategias como excusa para no poder avanzar como empresa. El 24,7% dijo que la empresa a veces se preocupa por mejorar la calidad de sus productos sin aumentar los costos, y el 36,4% dijo que la empresa no realiza capacitaciones adecuadas y pertinentes con sus objetivos. Conclusión: Se encontró una correlación alta y significativa ($p = 0,000 < 0,05$; $r X = 0,723$), lo que indica que la gestión comercial tiene un impacto significativo en la competitividad de las empresas comerciales en la asociación de propietarios ACOMERCED en Huacho.

Cuciramos (2021) La gestión empresarial industrial fue el objetivo de este estudio porque la gestión se define como un conjunto de acciones que se realizan para alcanzar un objetivo específico. Por lo tanto, la gestión empresarial se enfoca en fortalecer las empresas que tienen misión, visión, metas, objetivos y herramientas para lograr sus objetivos. Para lograr este objetivo, la empresa debe estar al día con la tecnología. Debido a que la gestión empresarial es la base para la creación y ejecución de un plan estratégico que contribuye al desarrollo y la producción de la industria, es esencial comprender cómo funciona la industria. El éxito está garantizado si se lleva a cabo correctamente la gestión industrial. En la

actualidad, existe un mercado exigente, tecnológicamente avanzado y competitivo. La industria debe adaptarse o adaptarse a las nuevas innovaciones para mantenerse al día con las demandas del consumidor. La gestión empresarial incluye más que hablar de la empresa.

Apac Acosta, (2017), realizó la tesis "Gestión Empresarial y el Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de Huánuco" 2017, Se presentó el siguiente objetivo: Determinar la relación entre la gestión empresarial y el desarrollo de las Pymes en el distrito de Huánuco, 2017. Por la naturaleza de nuestra investigación y de acuerdo a las variables, es una investigación de nivel descriptivo - correlacional. Se llegaron a los siguientes resultados: Según los resultados generales del cuestionario, se concluyó que existe una relación positiva y significativa entre la gestión empresarial y el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Huánuco. La gestión de las Pymes se ve afectada por el uso de métodos, técnicas e instrumentos administrativos. Existe una correlación entre el uso de técnicas administrativas y la gestión de pequeñas empresas en la ciudad de Huánuco. Se encontró que las empresas que aplican técnicas administrativas tienen una mejor gestión que las que no las aplican. Se determinó que la gestión de las pymes tiene una relación positiva con el crecimiento económico de la Ciudad de Huánuco. En los últimos tiempos. Se descubrió que la mayoría de las empresas tienen resultados económicos y financieros positivos, especialmente aquellas que utilizan técnicas e instrumentos de gestión en comparación con los resultados negativos de aquellas que realizan actividad empresarial de manera empírica.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Gestión Empresarial

Gitman (1986) la definió como el proceso de hacer realidad las políticas poniendo en marcha estrategias, tácticas, procedimientos, procesos, técnicas y prácticas. Una política no es un contrato escrito. Es un acuerdo fundado en los principios o normas de un aspecto significativo de las operaciones de una organización. Una política esboza el enfoque y los métodos de la organización para llevar a cabo sus funciones. Las buenas políticas demuestran un enfoque justo y práctico de la resolución de problemas. Ninguna institución debe modificar su política con frecuencia, si es posible. La idea es orientar las operaciones de una organización durante un periodo de tiempo razonable. La política es vinculante para toda la organización una vez adoptada como práctica organizativa y autorizada por el Consejo de Administración o la estructura de gobierno.

Según Koontz & O'Donnell (2004), el método convencional de gestión empresarial examina la estructura organizativa y caracteriza las funciones que los individuos desempeñan dentro de ella. La contribución más significativa de este enfoque ha sido la definición y el análisis de las tareas necesarias para establecer y hacer crecer una empresa. Establece un marco en el que los directivos pueden planificar las tareas, determinar cómo dividir las tareas más pequeñas y coordinarlas.

Según Van Horne (1995), la gestión empresarial y la gestión financiera están inextricablemente unidas, e incluso más que la gestión económica. Ello se debe a que el componente financiero sirve esencialmente de base a la lógica comercial o empresarial de las organizaciones que operan en sus respectivos sectores. Supongamos que para alcanzar los objetivos sociales sea necesario garantizar la estabilidad financiera. Del mismo modo, las decisiones relativas a la gestión financiera repercuten de un modo u otro en la situación general de estas organizaciones, ya sea directa o indirectamente, a corto o largo plazo.

Una mala gestión empresarial tiene efectos devastadores en una empresa, desde el aumento de costes y gastos que no se presupuestan o no se tienen en cuenta hasta la reducción de oportunidades como consecuencia de una mala gestión. Las malas decisiones, o las decisiones inadecuadas, dañan la reputación de la empresa, ya que incumplen los acuerdos y compromisos adquiridos tanto con los proveedores como con los consumidores. Es bastante típico observar cómo los empresarios de microempresas y pequeñas empresas suelen tener dificultades con la gestión empresarial como consecuencia de su ignorancia, lo que les lleva a emprender una actividad empírica que les impide lograr resultados satisfactorios.

Es el área de los negocios que busca aumentar la productividad y, en consecuencia, la competitividad de las organizaciones o empresas mediante el uso de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y especialistas). La gestión óptima no sólo pretende ejecutar las tareas de forma más eficiente, sino que también prioriza la realización de las tareas adecuadas de forma más eficaz. Para ello, es fundamental determinar las variables que influyen en el éxito de la gestión o en la mejora de los resultados.

En la actualidad, las empresas operan en un entorno cada vez más complicado como consecuencia del cambio de siglo, las cambiantes condiciones del mercado y el auge y desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Por ello, para competir con éxito en el mercado, las empresas deben aceptar el inmenso reto de cambiar su gestión. Por lo tanto, se puede concluir que la mayoría de ellas han descubierto la necesidad de adoptar un estilo de gestión que se ajuste a las evoluciones y situaciones futuras. Capacidades y competencias de la función directiva

Dimensiones de Gestión Empresarial

A.-Planeación

Schermerhorn, (2010) “La planeación es lograr objetivos y establecer las acciones para alcanzarlos”. Se trata de una actividad en la que se establecen metas y se determina la forma más efectiva de lograrlas. Los cinco pasos que componen el proceso de planificación son:

1. Definir los objetivos: implica determinar de manera precisa los resultados de las consecuencias deseadas. Cuando se sabe a dónde se quiere llegar, se debe planear con la mayor especificidad posible para poder reconocerlos cuando los haya alcanzado.

2. Determine su posición frente a los objetivos y compare los logros actuales con los resultados deseados. Identificar las ventajas que funcionan a su favor y las desventajas que pueden impedirlo.

3. Crear permisos sobre las condiciones futuras; intentar anticipar los acontecimientos futuros genera escenarios alternativos para lo que pueda suceder, identificando para cada uno de ellos las cosas que pudieran ayudar u obstaculizar su avance hacia sus objetivos.

4. Analice posibles opciones de acción: enumere y evalúe cuidadosamente las posibles acciones. Escucha las opciones que tienen más probabilidades de lograr sus objetivos.

5. Implementé un plan y hice una evaluación de los resultados. Ponga manos a la obra y mida cuidadosamente cómo está progresando hacia sus objetivos. Realizar todo lo que el plan exige. Evaluaré los resultados, tomé medidas correctivas y revisé los planes según sea necesario.

B.-Organización empresarial

La organización empresarial es el proceso de asignación de los recursos (materiales, financieros y humanos) a los que tiene acceso una empresa para alcanzar sus objetivos. Los modelos organizativos son muy variados. Las siguientes son las estructuras más típicas: - Disposición lineal

Los asesores forman parte de una estructura organizativa lineal.

Sistema de organización lineal que incluye consejos o comités.

- Estructura eficiente
- Una estructura organizativa departamental, funcional o de tipo Taylor.
- Sistema integral de organización mixta.

Organización en una matriz La creación de departamentos, que identifican una región o división específica de una organización sobre la que un directivo tiene jurisdicción con respecto a la realización de tareas concretas, es una faceta de la organización. Los departamentos pueden incluir producción, control de calidad, ventas e investigación de mercado, dependiendo de cómo se utilicen más habitualmente.

C.- Política empresarial

El plan puede ponerse en práctica, por ejemplo, a través de la política de empresa. Sugieren un compromiso de la organización; al aplicarlo en todos los niveles jerárquicos de la empresa, se refuerzan la participación y el compromiso del personal.

Las políticas corporativas suelen repercutir en múltiples áreas funcionales, lo que ayuda a la empresa a mantener la cohesión vertical y alcanzar sus objetivos estratégicos.

Al igual que la estrategia, la política corporativa proporciona a los mandos intermedios y a los ejecutivos la dirección específica que necesitan para crear planes de acción detallados que les ayuden a alcanzar sus objetivos.

La política de calidad anima a los responsables funcionales a integrar la orientación al cliente en las circunstancias de cada unidad organizativa cuando la calidad es uno de los objetivos estratégicos.

Para garantizar su fácil comunicación y comprensión, la política de calidad debe ser bastante sencilla. La política corporativa debe ser ampliamente comunicada tanto interna como externamente, ya que es una declaración formal del compromiso de la empresa con la excelencia. Huelga decir que la política de

cualquier empresa debe ser apropiada y adaptarse a las exigencias y expectativas de su clientela.

2.2.2 Calidad de Servicio

Israel, (2011) menciona que la calidad del servicio generalmente se compone de varios factores (como cortesía, rapidez de entrega, precios justos, etc.), que solo se evalúan por la satisfacción del cliente de sus necesidades y expectativas. De esta manera, la calidad del servicio depende de las especificaciones del cliente y la diferencia entre la realidad y la percepción. Desde esta perspectiva, la calidad del servicio del autor se puede definir como la calidad percibida, que equivale a la amplitud de la diferencia entre las expectativas del cliente y sus percepciones. Por lo tanto, la mayor dificultad que enfrentan las empresas en la actualidad es reducir continuamente

Según Guízar (2013), el grado en que un servicio satisface las demandas y expectativas de sus clientes es una medida de su calidad.

La calidad del servicio es definida por Koontz & Weihrich (2013) como la valoración de la actividad o ventaja que una parte proporciona a otra; éstas son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de nada. En otras palabras, la calidad del servicio es una valoración de una acción realizada para ofrecer un beneficio o satisfacer una demanda. Su proceso de fabricación puede o no estar relacionado con un bien tangible.

Según Kotler y Armstrong (2012), «libre de defectos» es la definición más restringida de calidad (p. 201). La American Society for Quality define la calidad como «las características... que se relacionan con su capacidad para satisfacer las necesidades del cliente, ya sean explícitas o implícitas», como señalan estos autores. La calidad también está implícita en el valor y la satisfacción del cliente (Kotler & Armstrong, 2013, p.202).

La calidad del servicio, según Miranda, Chamorro y Rubio (2012), se define como la prestación a los clientes de servicios que satisfacen sus necesidades y expectativas (p. 241).

Según Luna (2012), la calidad del servicio viene determinada por la valoración que hace el cliente de los servicios que ha recibido; es una evaluación que tiene en cuenta la perspectiva del cliente sobre los servicios prestados (p. 85).

Según Chiavenato (2011), la calidad del servicio abarca todos los aspectos de un servicio, incluidas sus funciones, características y comportamientos. No se puede evaluar la calidad de un servicio diseccionando los elementos que lo componen o analizándolo en su conjunto. Por consiguiente, la categorización se determina teniendo en cuenta todos los rasgos, funciones o comportamientos.

Sobre la base de estos criterios, puede concluirse que la calidad de un servicio viene definida por la percepción del usuario o cliente e incluye el cumplimiento de los requisitos establecidos para prestar un servicio óptimo.

A.-Credibilidad

Alude al desarrollo gradual de la confianza de los usuarios en todos los contenidos generados. Las fuentes, canales o plataformas de distribución de información admiten componentes tanto objetivos como subjetivos en su uso. Los dos componentes principales de la credibilidad son el conocimiento y la confianza, cada uno de los cuales tiene elementos objetivos y subjetivos. Dicho de otro modo, la capacidad de inspirar confianza es un juicio de valor subjetivo por parte del receptor, influido por elementos como afinidades estéticas, ideológicas o éticas. Aunque también comprende cualidades objetivas relacionadas con indicadores oblicuos del conocimiento experto de la fuente o del rigor del mensaje, el grado de conocimiento puede evaluarse subjetivamente.

B.-Oportunidad

El tiempo transcurrido entre la disponibilidad de los datos y el suceso o fenómeno que describen indica el grado de actualidad de la información, pero también debe tenerse en cuenta el plazo que permite mantener su utilidad y utilizarla para influir en las decisiones. La idea es la misma tanto para los datos estructurales como para

los coyunturales o a corto plazo; el marco temporal que se tiene en cuenta es la única distinción.

C.-Accesibilidad

La accesibilidad de la información estadística generada refleja la rapidez de localización y acceso desde dentro de la organización, y la forma de acceso a la información refleja la rapidez de acceso a la información dentro de la empresa. La variedad de consumidores plantea cuestiones como la selección de la presentación de la información y las diversas formas de distribución.

Abarca la facilidad de acceso a los datos, los canales de distribución y la prestación de servicios de información y asistencia al usuario.

También abarca el acceso de los usuarios a la información en relación con el valor que le asignan y si el usuario tiene una oportunidad justa de conocer la existencia de los datos y cómo acceder a ellos.

D.-Interpretabilidad

Demuestra lo sencillo que es para el usuario comprender, utilizar y evaluar correctamente los datos. La interpretabilidad de la información indica lo factible que es para el usuario comprenderla, aplicarla y evaluarla correctamente.

E.-Coherencia

Muestra hasta qué punto los servicios se ajustan a las normas y directrices establecidas en beneficio de los usuarios.

La medición de la calidad, el servicio y la calidad del servicio refleja la utilidad de los aspectos anteriormente tratados. Sin duda, la satisfacción de las necesidades del usuario es la medida última de la calidad del servicio. Así, se reconoce que el fundamento de la calidad del servicio es la calidad de la existencia humana.

Sub-Dimensiones de la Calidad de Servicio

Elementos tangibles

Dependiendo de los recursos de que disponga cada organización y sus miembros, las instalaciones físicas y el equipamiento deben ser tan excelentes como sea factible, y el personal debe estar bien cuidado. El aspecto de los edificios, las oficinas, el personal, los equipos y los materiales de comunicación.

Fiabilidad

la capacidad de prestar el servicio de forma fiable, precisa y segura. Ser fiable implica realizar la tarea correctamente a la primera. Capacidad del proveedor para llevar a cabo el servicio con precisión, coherencia y suficiencia, cumpliendo su parte del trato.

Compasión

Se refiere a comprender la perspectiva del cliente poniéndose en su lugar. Esforzarse por comprender plenamente las necesidades del cliente al tiempo que se le proporciona una atención individualizada (Miranda, Chamorro y Rubio, 2012, págs. 240 - 243).

Interacción

el intercambio de conocimientos entre individuos. Su significado es difundir un mensaje o conocimiento. Es uno de los mecanismos básicos que subyacen a la estructura social y a la experiencia humana. La empresa debe comunicarse con el cliente de forma comprensible y demostrar que está dispuesta a escuchar sus preocupaciones y ofrecerle consejo. Para lograrlo, la empresa necesita modificar su lenguaje para comunicarse con distintas clientelas, comunicándose de forma más sencilla con algunas y de forma más sofisticada con otras.

2.3 Bases filosóficas

La calidad es una filosofía de gestión organizativa y un estilo de hacer negocios. Integra las ideas de la amplia teoría de los sistemas de calidad al ser la primera en afirmar que la calidad se centra en todas las tareas administrativas de la organización, además del proceso de producción. Continúa diciendo que los componentes del sistema son de naturaleza administrativa, organizativa y de marketing, con énfasis en la gestión laboral, la gestión económica y la satisfacción del cliente más que en el aspecto tecnológico de la empresa. Según él, un control de calidad eficaz debe comenzar con el diseño del producto y concluir cuando el producto está en manos del consumidor «satisfecho». Afirma que:

La planificación de la calidad debe centrarse en la excelencia y no en el fracaso.

La calidad de los bienes y servicios de la empresa es responsabilidad de todos los empleados.

El compromiso de la alta dirección es necesario para la calidad total, y este compromiso debe demostrarse a través de iniciativas de formación y motivación continuas.

El TQC exige la integración en una misma estructura de operaciones a menudo descoordinadas.

La calidad debe considerarse como un ciclo de vida completo.

El producto, el proceso, el desimaterial y el inmaterial son los cuatro procesos principales que controlan la calidad.

Para el TQC se necesitan herramientas estadísticas.

Cada empleado de la empresa debe integrar sus propios procesos y asumir la plena responsabilidad de la calidad del producto final.

2.4 Definición de términos básicos

Gestión empresarial

Aplicar políticas mediante el uso de estrategias, tácticas, procesos, procedimientos, técnicas y prácticas es lo que implica la gestión empresarial. Una política no es un contrato escrito. Es un consenso basado en los principios o normas de un campo de actividad importante.

control.

el procedimiento para supervisar las actividades con el fin de asegurarse de que se están llevando a cabo de acuerdo con el plan y corregir cualquier desviación notable.

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

La Gestión Empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

2.5.2 Hipótesis específicas

La Planeación empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

La Organización empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

La Política empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
VI: Gestión Empresarial	Planeación empresarial	. Ventaja de la planeación Tipo de planeación Principio de la planeación
	Organización empresaria	Principio de la Organización. . Tipo de jerarquía Tipo de estructura organizacional Ventaja del proceso de organización
	Política empresarial	Tipo de política Cultura organizacional Beneficio de la política empresarial
VD: Calidad de Servicio	Servicio en sí mismo	Credibilidad Oportunidad Accesibilidad Interpretabilidad Coherencia
	Elementos de la Calidad	Tangibilidad Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad empatía

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

La investigación actual es de tipo básico porque se enfocó en adquirir conocimientos precisos mediante la comprensión de los fenómenos o hechos que caracterizan a las variables de estudio y su relación con ellas. La investigación es de diseño no experimental porque las variables no fueron manipuladas de manera deliberada. Además, es transversal correlacional causal porque se buscó conocer cómo se relacionaron las variables durante un período de tiempo determinado. Debido a que los resultados de la investigación y la prueba de hipótesis se trataron con datos numéricos, la tesis es de enfoque cuantitativo.

(Muñoz, 2011, p. 22).

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población

está conformada por 600 clientes que visitan diariamente el supermercado.

3.2.2 Muestra

se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times P \times Q \times Z^2}{E^2 \times (N - 1) + P \times Q \times Z^2}$$

de:

$$\frac{600 \times 0.5 \times 0.5 \times 3.8416}{0.0025 \times (599) + 0.5 \times 0.5 \times 3.8416}$$

n=235 Clientes

3.3 Técnicas de recolección de datos

El método de recopilación de datos será la encuesta, y el instrumento utilizado será el cuestionario. Según Carrasco (2013. P.318), los cuestionarios consisten en presentar a los encuestados unas hojas conteniendo una serie ordenada y coherente

de preguntas formuladas con claridad, precisión y objetividad, para que sean resueltas de igual manera. En nuestro caso, utilizaremos el cuestionario. La escala de Likert será utilizada.

A. Validez

se utilizará una matriz tripartita

MATRIZ DE JUICIO DE EXPERTOS

CRITERIOS	JUECES			Total
	J1	J2	J3	
Claridad	5	3	5	13
Objetividad	5	5	4	14
Actualidad	3	5	5	13
Organización	4	4	5	13
Suficiencia	5	5	5	15
Pertinencia	5	5	4	14
Consistencia	5	5	5	15
Coherencia	5	5	5	15
Metodología	4	4	5	13
Aplicación	5	4	5	14
TOTAL DE OPINIÓN	46	45	48	139

Total, Máximo= (N° criterios) x (N° de Jueces) x (Puntaje Máximo de Respuesta)

Cálculo de coeficiente de validez:

$$\text{Validez} = \frac{139}{10 \times 5 \times 5} = \frac{139}{150} = 0.926 = 93.0\%$$

Conclusión: 93.0%, es considerado Bueno.

B.-Confiabilidad

Se Aplicó SPSS. V.24a una muestra piloto para obtener el coeficiente alfa de Cronbach el cual indicará el nivel de confianza del instrumento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,911	11

La confiabilidad según la escala de George es 0.911.

Se Aplicó SPSS. V.24

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,913	14

La confiabilidad según la escala de George es 0.913.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Después de utilizar los instrumentos necesarios para la recolección de datos, comenzó el proceso de procesamiento de la información. Para tabular los resultados de las encuestas, se necesitaron estadísticas descriptivas. Además, para la contratación de las hipótesis, se utilizó el sistema informático SPSS en su versión 24

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

Tabla 1

Calidad de servicio en función a la gestión empresarial

		Calidad de servicio						Total	
		Mala		Promedio		Buena			
		F	%	f	%	f	%	f	%
Gestión empresarial	Deficiente	35	15.0%	3	1.3%	0	0.0%	38	16.2%
	Regular	16	6.8%	106	45.3%	12	5.1%	134	57.3%
	Optima	2	0.9%	9	3.8%	51	21.8%	62	26.5%

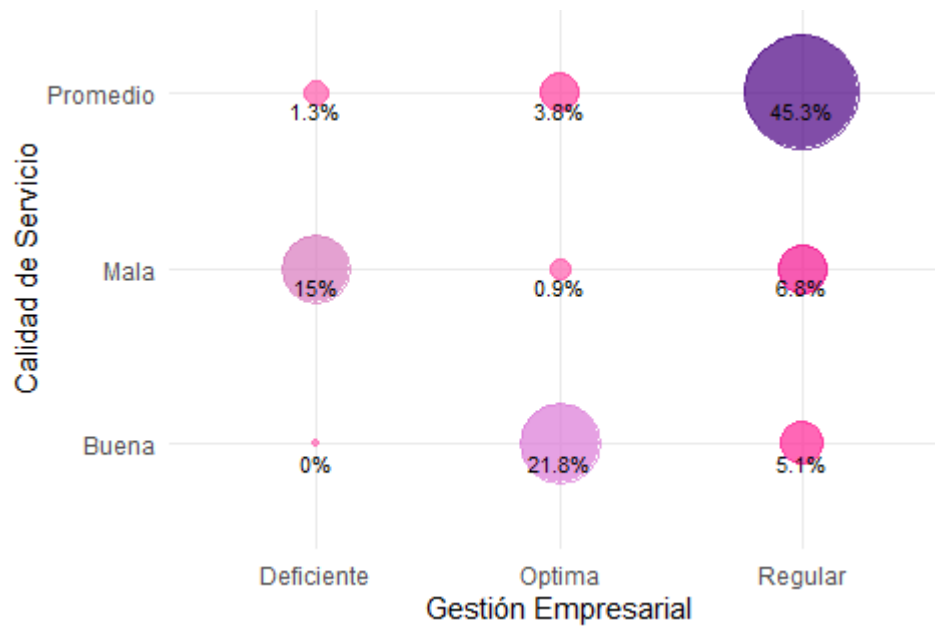


Figura 1. Calidad del servicio en función de la gestión empresarial

La Tabla 1 presenta la gestión empresarial y la calidad de servicio percibida en el Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho. Se aprecia que un 15,0% de los encuestados perciben una mala calidad de servicio cuando la gestión empresarial es deficiente, mientras que un 1.3% percibe una calidad promedio. Un 6.8% percibieron una

mala calidad de servicio, un 45.3% percibe una calidad promedio y un 5.1% percibe una buena calidad. En cuanto a la gestión óptima, un 0,9% percibe una mala calidad de servicio, un 3.8% percibe una calidad promedio y un 21.8% percibe una buena calidad de servicio. Estos datos sugieren que una gestión empresarial ineficiente se encuentra principalmente vinculada con una deficiencia en la calidad del servicio, lo que puede tener un impacto negativo en la experiencia del cliente. Por otro lado, una gestión regular mejora la percepción de la calidad del servicio, aunque todavía predominan las percepciones promedio. Este análisis destaca la relevancia de una gestión empresarial sólida para alcanzar altos estándares de calidad en el servicio, lo cual resulta fundamental para la competitividad y fidelización de los clientes en el ámbito del supermercado Plaza Vea-Filial Huacho.

Tabla 2

En función a la planeación empresarial

		Calidad de servicio						Total	
		Mala		Promedio		Buena			
		f	%	f	%	f	%	f	%
Planeación Empresarial	Deficiente	45	19.2%	12	5.1%	0	0.0%	57	24.4%
	Regular	6	2.6%	94	40.2%	6	2.6%	106	45.3%
	Optima	2	0.9%	12	5.1%	57	24.4%	71	30.3%

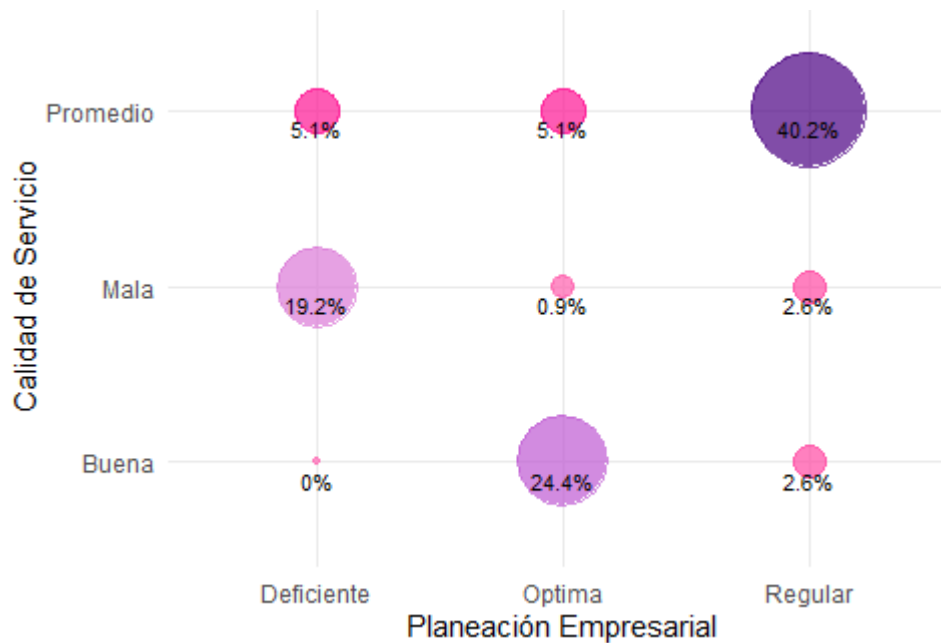


Figura 2. Calidad del servicio en función de la planeación empresarial

La Tabla 2 presenta la planificación empresarial y la calidad de servicio percibida en el Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho. Se evidencia que un 19.2% percibe una escasa calidad de servicio en el contexto de la planificación empresarial, mientras que un 5.1% percibe una calidad promedio. Para la planificación regular, un 2.6% percibe una mala calidad de servicio, un 40.2% percibe una calidad promedio y un 2.6% percibe una buena calidad. En lo que respecta a la planificación adecuada, un 0.9% percibe una falta de calidad de servicio, un 5.1% percibe una calidad promedio y un 24.4% percibe una excelente calidad de servicio. Estos datos sugieren que una planificación empresarial desfavorable está principalmente vinculada con una deficiencia en la calidad del servicio, lo que puede tener un impacto negativo en la experiencia del cliente. Por otra parte, una planificación regular mejora la percepción de la calidad del servicio, aunque todavía predominan las percepciones promedio.. Este análisis resalta la importancia de una sólida planificación empresarial para alcanzar altos estándares de calidad en el servicio, lo cual es esencial para la competitividad y fidelización de los clientes en el contexto del supermercado Plaza Vea-Filial Huacho.

Tabla 3

Calidad de servicio en función de la organización empresarial

		Calidad de servicio						Total	
		Mala		Promedio		Buena			
		f	%	f	%	f	%	f	%
Organización Empresarial	Deficiente	34	14.5%	6	2.6%	3	1.3%	43	18.4%
	Regular	12	5.1%	82	35.0%	9	3.8%	103	44.0%
	Optima	7	3.0%	30	12.8%	51	21.8%	88	37.6%

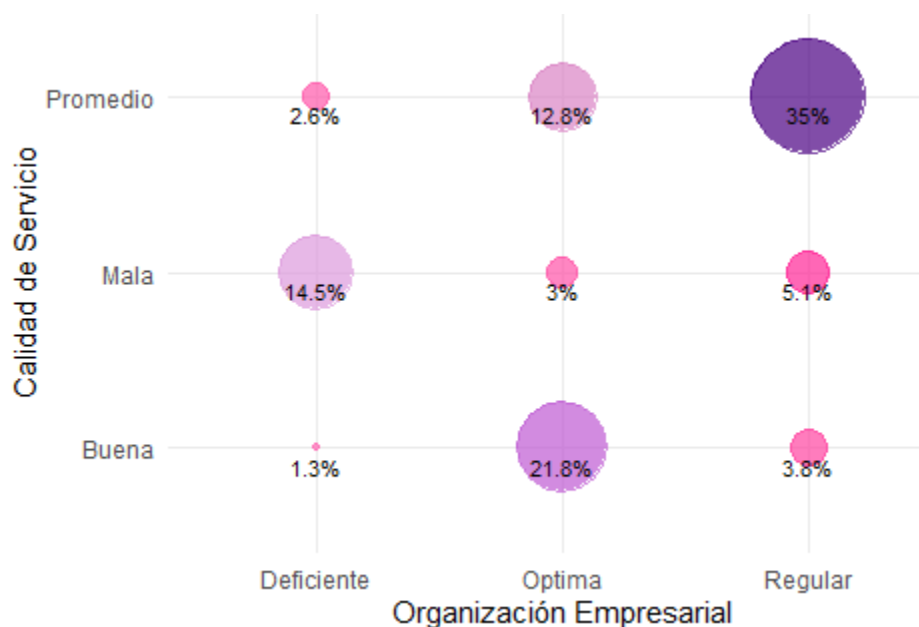


Figura 3. Calidad del servicio en función de la organización empresarial

La Tabla 3 presenta la organización empresarial y la calidad de servicio percibida en el Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho. Se evidencia que un 14.5% de los encuestados percibe una calidad desfavorable en el servicio prestado por la organización empresarial, mientras que un 2.6% percibe una calidad promedio y un 1.3% percibe una buena calidad. En la organización regular, un 5.1% percibe una calidad desfavorable, mientras que un 35.0% percibe una calidad promedio y un 3.8% percibe una calidad excelente. En lo que respecta a la calidad de servicio, un 3.0% percibe una calidad desfavorable, un 12.8% percibe una calidad promedio y un 21.8% percibe una excelencia en el servicio. Según estos datos, una organización empresarial deficiente está esencialmente asociada con una mala calidad de servicio, lo que refleja problemas como la falta de estructura y coordinación adecuadas que tienen un impacto negativo en la

experiencia del cliente. Por otro lado, una organización regular mejora la percepción de la calidad del servicio, aunque aún predominan las percepciones promedio. En última instancia, una entidad empresarial excelencia se relaciona significativamente con una excelencia en el servicio..

Tabla 4

Calidad de servicio en función de la política empresarial

		Calidad de servicio						Total	
		Mala		Promedio		Buena			
		f	%	f	%	f	%	f	%
Política Empresarial	Deficiente	30	12.8%	13	5.6%	7	3.0%	50	21.4%
	Regular	15	6.4%	68	29.1%	12	5.1%	95	40.6%
	Optima	8	3.4%	37	15.8%	44	18.8%	89	38.0%

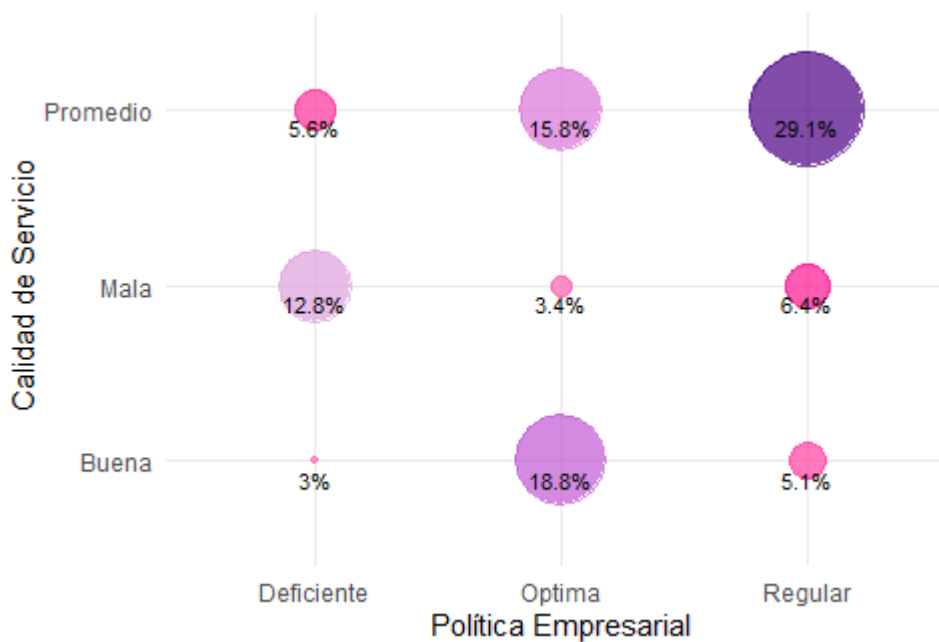


Figura 4. Calidad del servicio en función de la política empresarial

Se presenta la política empresarial y la calidad de servicio percibida en el Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho. Se aprecia que un 12.8% perciben una mala calidad de servicio cuando la política empresarial es deficiente, mientras que un 5.6% percibe una

calidad promedio y un 3.0% percibe una buena calidad. De acuerdo con la política regular, un 6.4% percibe una mala calidad de servicio, un 29.1% percibe una calidad promedio y un 5.1% percibe una buena calidad. En lo que respecta a la política óptima, un 3.4% percibe una falta de calidad de servicio, mientras que un 15.8% percibe una calidad promedio y un 18.8% percibe una excelente calidad de servicio. Los datos sugieren que una política empresarial desfavorable se vincula principalmente con una falta de calidad de servicio, evidenciando problemas como la carencia de directrices claras y procedimientos adecuados que afectan negativamente la experiencia del cliente.

4.2. Prueba de normalidad

Tabla 5

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión empresarial	0.061	235	0.032
Planeación empresarial	0.102	235	0.000
Organización empresarial	0.075	235	0.003
Política empresarial	0.081	235	0.001
Calidad de servicio	0.055	235	0.084

a. Corrección de significación de Lilliefors

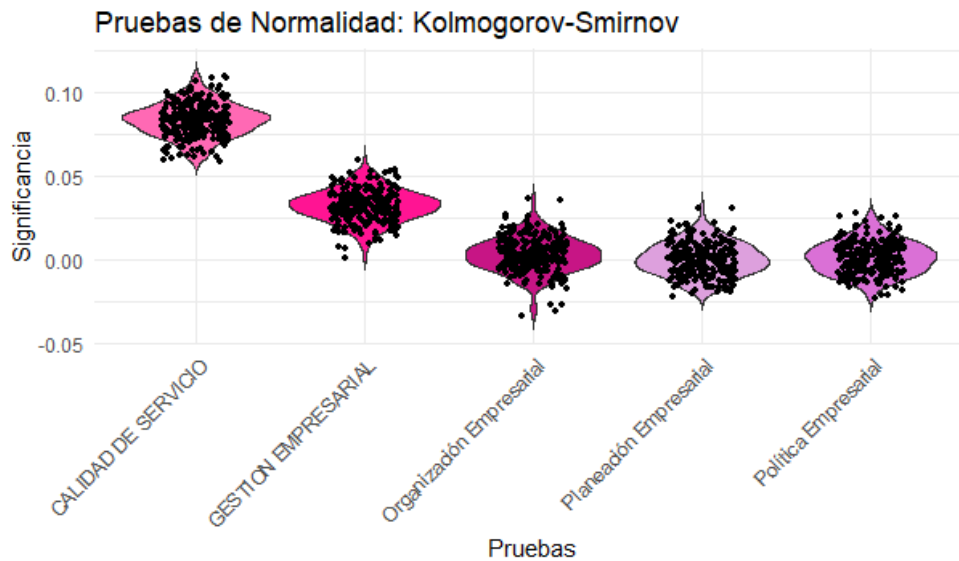


Figura 5. Comportamiento de normalidad

Se presenta los resultados de las pruebas de normalidad para las variables estudiadas en el Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho. La magnitud de cada prueba indica si la distribución de los datos se desvía significativamente de una distribución habitual. El estadístico de Kolmogorov-Smirnov es de 0.061, con un grado de libertad (gl) de 235 y una significancia de 0.032, lo que indica que la distribución de los datos no se mantiene en una distribución normal ($p < 0.05$). La planificación empresarial presenta un estadístico de 0.102 con un gl de 235 y una significancia de 0.000, lo que indica que los datos no siguen una distribución habitual ($p < 0.05$). La organización empresarial presenta un estadístico de 0.075 con un gl de 235 y una significancia de 0.003, lo que indica que los datos no son normales ($p < 0.05$). La política empresarial presenta un estadístico de 0.081 con un gl de 235 y una significancia de 0.001, lo que indica que los datos no siguen una distribución normal ($p < 0.05$). En contraposición, presentala calidad de servicio un estadístico de 0.055, con un valor de 235 y una significancia de 0.084, lo que indica que los datos no presentan desviaciones significativas en la distribución normal ($p < 0.05$)

4.4. Comprobación de las hipótesis

Hipótesis General

Ho: La Gestión Empresarial no influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho

Ha: La Gestión Empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho

Tabla 6

Pruebas de Rho de Spearman entre la gestión empresarial y la calidad de servicio

		Gestión empresarial	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Gestión empresarial	1.000	,830**
			0.000
		235	235
Calidad de servicio	Calidad de servicio	,830**	1.000
		0.000	
		235	235

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

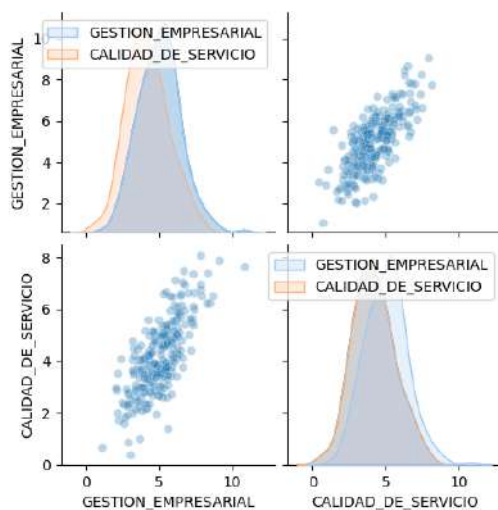


Figura 6. Dispersión de gestión empresarial y calidad de servicio

La Tabla 6 exhibe con el propósito de evaluar la correlación entre la gestión empresarial y la calidad de servicio en la empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho. Los resultados revelan un coeficiente de correlación de 0.830** entre la gestión empresarial y la calidad de servicio, con una significancia bilateral de 0.000, lo que

indica que la correlación es altamente significativa ($p < 0.05$). Estos resultados demuestran la importancia de una gestión empresarial eficaz para mejorar la percepción de la calidad del servicio entre los clientes de Plaza Vea-Filial Huacho.

Hipótesis específica 1

Ho: La Planeación empresarial no influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

Ha: La Planeación empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.

Tabla 7

Entre la planeación empresarial y la calidad de servicio

			Planeación Empresarial	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Planeación Empresarial	Coeficiente de correlación	1.000	,854**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	235	235
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,854**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	235	235

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

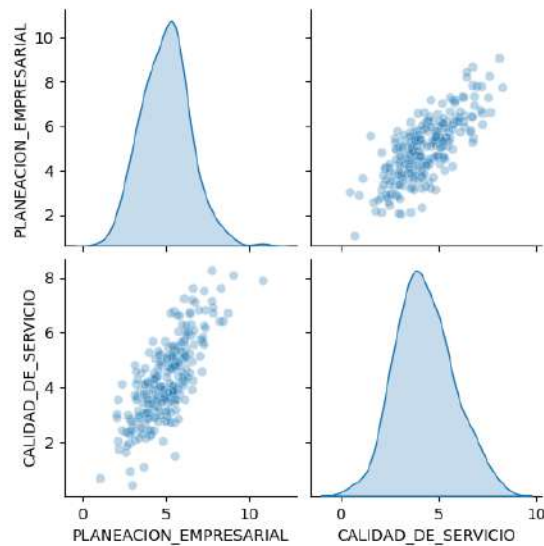


Figura 7. Dispersión de la planeación empresarial y calidad de servicio

La Tabla 7 exhibe los resultados de la prueba de Rho de Spearman con el fin de evaluar la correlación existente entre la planificación empresarial y la calidad de servicio en la empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho. Los resultados indican un coeficiente de correlación de 0.854** entre la planeación empresarial y la calidad de servicio, con una significancia bilateral de 0.000, lo que indica que la correlación es altamente significativa ($p < 0.05$). Estos resultados demuestran la importancia de una planificación empresarial efectiva para mejorar la percepción de la calidad del servicio entre los clientes de Plaza Vea-Filial Huacho.

Hipótesis específica 2

H₀: La Organización empresarial no influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho

H_a: La Organización empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho

Tabla 8

Pruebas de Rho de Spearman entre la organización empresarial y la calidad de servicio

			Organización Empresarial	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Organización Empresarial	Coefficiente de correlación	1.000	,669**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	235	235
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,669**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	235	235

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

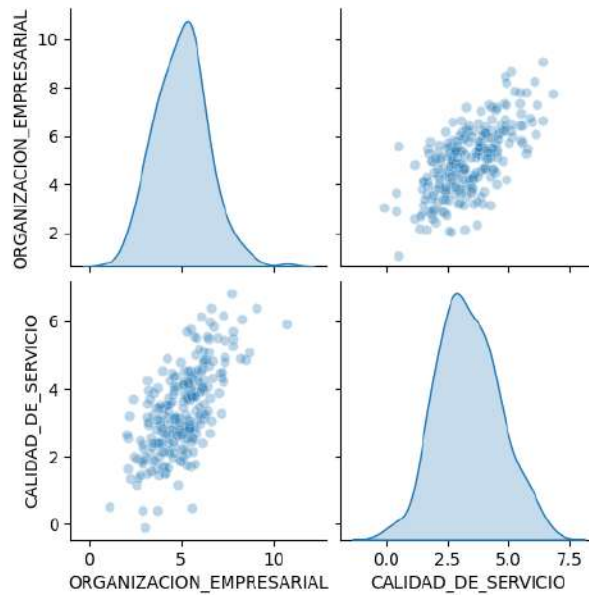


Figura 8. Dispersión de organización empresarial y calidad de servicio

La Tabla 8 exhibe los resultados de la prueba de Rho de Spearman con el fin de evaluar la correlación existente entre la organización empresarial y la calidad de servicio en la empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho. Los resultados indican un coeficiente de correlación de 0.669** entre la organización empresarial y la calidad de

servicio, con una significancia bilateral de 0.000, lo que indica que la correlación es altamente significativa ($p < 0.05$). Los resultados obtenidos sugieren la relevancia de una entidad empresarial efectiva para mejorar la percepción de la excelencia del servicio entre los clientes de Plaza Vea-Filial Huacho.

Hipótesis específica 3

Ho: La Política empresarial no influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho

Ha: La Política empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho

Tabla 9

Pruebas de Rho de Spearman entre la política empresarial y la calidad de servicio

		Política Empresarial	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Política Empresarial	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,538**
		N	0.000
		235	235
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,538**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	0.000
		235	235

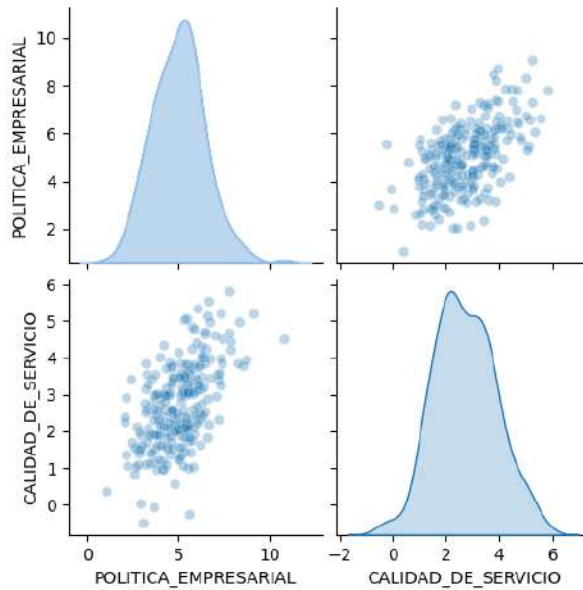


Figura 9. Dispersión de la política empresarial y calidad de servicio

La Tabla 9 presenta los resultados de la prueba de Rho de Spearman para evaluar la relación entre la política empresarial y la calidad de servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho, que presenta los resultados de la prueba de Rho de Spearman. Los resultados presentan un coeficiente de correlación de 0.538** entre la política empresarial y la calidad de servicio, con una significancia bilateral de 0.000, indicando que la correlación es altamente significativa ($p < 0.05$). Estos resultados demuestran la importancia de una política empresarial bien establecida para mejorar la percepción de la calidad del servicio entre los clientes de Plaza Vea-Filial Huacho.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

En su investigación sobre el Modelo de Gestión Empresarial en el marco de la responsabilidad socioambiental en la industria del reciclaje: estudio de caso de la empresa recolectora de residuos sólidos de Nayarit (Redeso), Tapia (2020) aporta la primera variable de nuestro estudio. logró el diseño del modelo como una herramienta replicable para cualquier tipo de organización, el diagnóstico organizacional, la identificación de los principales grupos de interés, el análisis costo-beneficio del reciclaje y la determinación de los principales impactos ambientales derivados de la actividad de la organización. Como resultado de lo anterior, se implementó el plan de mejora, arrojando los siguientes resultados: estandarización de procesos, implementación de control interno, análisis de rutas y determinación de la tarifa del servicio de recolección, así como el mapa de riesgos de la organización.

En relación a la variable de calidad de servicio. Condezo (2017): «Calidad de servicio y satisfacción en el mercado mayorista Santa Anita - Lima 2016» es el título de mi tesis. Se ha determinado que, en el mercado mayorista de Santa Anita, los vendedores están más satisfechos con respuestas rápidas y accesibles cuando la calidad del servicio en términos de capacidad de respuesta aumenta.

En base a todo lo dicho anteriormente, este estudio coincide con los autores señalados anteriormente.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

a) La hipótesis específica 1, rechazamos la hipótesis nula, Los resultados indican un coeficiente de correlación de 0.854** entre la planeación empresarial y la calidad de servicio, con una significancia bilateral de 0.000, lo que indica que la correlación es altamente significativa ($p < 0.05$).

b) La hipótesis específica 2, rechazamos la hipótesis nula, Los resultados indican un coeficiente de correlación de 0.669** entre la organización empresarial y la calidad de servicio, con una significancia bilateral de 0.000, lo que indica que la correlación es altamente significativa ($p < 0.05$).

c) La hipótesis específica 3, rechazamos la hipótesis nula, Los resultados presentan un coeficiente de correlación de 0.538** entre la política empresarial y la calidad de servicio, con una significancia bilateral de 0.000, indicando que la correlación es altamente significativa ($p < 0.05$).

d) La hipótesis general, rechazamos la hipótesis nula, Los resultados revelan un coeficiente de correlación de 0.830** entre la gestión empresarial y la calidad de servicio, con una significancia bilateral de 0.000, lo que indica que la correlación es altamente significativa ($p < 0.05$).

6.2 Recomendaciones

A la luz del objetivo general, se aconseja que el director general ponga en práctica una estrategia de gestión empresarial que permita a las partes interesadas de la organización interactuar de forma idónea respetando el conjunto de normas que definen a la empresa. El plan pretende aplicar técnicas que reduzcan el tiempo de resolución de problemas, permitiendo a la empresa ofrecer a sus clientes servicios de alta calidad mediante detalles técnicos y operativos, recursos, actividades, programas, calendarios y procedimientos necesarios en cada etapa del proceso empresarial. Las actividades son las siguientes:

El planificador debe evaluar la situación actual de la empresa para identificar las necesidades, los objetivos y otros factores que deben tenerse en cuenta.

Para mejorar y reducir los índices de fracaso, debe utilizarse un análisis DAFO para considerar los problemas internos y externos de la empresa.

Convoque una reunión con la dirección para decidir los objetivos y las fechas límite para completar el plan.

Difunda el plan de gestión empresarial entre todos los departamentos pertinentes. Además, eduque a los empleados sobre los objetivos del plan y la importancia de su cooperación para alcanzarlos.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes Bibliográficas

- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos humanos* (9na.ed.). México: McGraw Hill
- Gitman J. (1986). *Fundamentos de Administración Financiera.*, México DF, Editorial Copyright
- Guízar, R.,(2013) *Desarrollo Organizacional* (4° Edic.) México: McGraw Hill
- Kohler, E. (1995). *Diccionario para Contadores*, México, DF, Editorial Limusa S.A.
- Kotler, P.,& Armstrong G. (2012) *Marketing* (14° Ed.)Mexico: Pearson.
- Koontz y O'Donnell (1990). *Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas*, México, Editorial Ingramex S.A.
- Koontz, Harold y Weihrich (2004). *Administración. Una perspectiva global.* (12ª Ed.). México D.F: Mc Graw Hill Interamericana.
- Luna, M.,(2012)*Marketing Estratégico* Lima: Lunagrafe
- La Roca A. Héctor (2002). *Que es la Administración.* México, Editorial McGRAW-HILL.
- Miranda F.,(2012) *Introducción a la Gestión de Calidad;* España: Delta Publicaciones
- Miranda, Chamorro y Rubio (2012) *Introducción a la Gestión de Calidad;* España: Delta Publicaciones
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo.* España, Edición Deusto.
- Reyes, A. (2004). *Administración de empresas.* México, DF, Editorial Limusa.
- Rubio, P. (2006). *Introducción a la gestión empresarial.* Edición Eumed, España
- Vargas y Aldana (2011) *Calidad y Servicio* (3° Edic.) España: Delta Publicaciones

Velasco(2010) *Gestión de Calidad*; Madrid: Edic.Piramide

7.2 Fuentes electrónicas

(Apac Acosta, 2017), Gestión Empresarial y el Desarrollo de las Micro y Pequeñas

Empresas del Distrito de Huánuco 2017; recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2369/GESTION_A_PAC_ACOSTA_JHUL_%20LEONARD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

(S.Phabmlxay, 2015), Gestión Empresarial del Sistema de reclamaciones y quejas bajo los enfoques mecanicista y orgánico, antecedentes y resultados, recuperado de:

<http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/16798/Tesis981-160415.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

(Ari Vilca, 2017), Gestión empresarial y competitividad en las micro y pequeñas

empresas del Mercado Internacional San José Base I de la ciudad de Juliaca 2017

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1175/Mayumi_Tesis_Bac_hiller_2017.pdf?sequence=5&isAllowed=y

(Hernández Escobar, 2013), Modelo de Gestión Empresarial según nuevas tendencias:

Intangibles y Calidad Tota. Aplicación al Sector camaronero de Venezuela, recuperado de:

<https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/10762/2013000000806.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

(Portocarrero Condezo, 2017), Calidad de servicio y satisfacción en el mercado

mayorista de Santa Anita - Lima 2016; recuperado de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6830/Portocarrero_CWG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

(Reyes Hernández, 2014), Calidad de Servicio para aumentar la Satisfacción del Cliente de la Asociación Share, Sede Huehuetenango; recuperado de:

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de Consistència

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables/Dimensiones	Metodología
<p>Problema general</p> <p>¿En qué medida la Gestión Empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿En qué medida la Planeación empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho??</p> <p>¿En qué medida la Organización empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho?</p> <p>¿En qué medida la Política empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar en qué medida la Gestión Empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar en n qué medida la Planeación empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho</p> <p>Determinar en qué medida la Organización empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho</p> <p>Determinar en qué medida la Política empresarial influye en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho,</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La Gestión Empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>La Planeación empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho.</p> <p>la Organización empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho,</p> <p>La Política empresarial influye significativamente en la Calidad de Servicio en la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho</p>	<p>VI: Gestión Empresarial:</p> <p>Planeación Empresarial</p> <p>Organización Empresarial</p> <p>Política Empresarial</p> <p>VD: Calidad de Servicio:</p> <p>Servicio en si mismo</p> <p>Elementos de la Calidad</p>	<p>El diseño es no experimental porque es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable.</p> <p>El tipo de Investigación es transversal ya que se recolectará la información en un solo momento, en un tiempo único.</p> <p>La Población está conformada por 600 clientes que visitan diariamente el supermercado</p> <p>Se considero a 235 clientes</p>

ANEXO 02. ENCUESTA

El presente cuestionario tiene como propósito fundamental reunir información sobre **GESTION EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA SUPERMERCADO PERUANO PLAZA VEA-FILIAL HUACHO**

La información será utilizada únicamente para fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

I. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis "X" según corresponda teniendo en cuenta la escala de calificación que aparece en la parte superior derecha del cuadro.

ITEM	Sie mp re	Ca si Sie mp re	A vec es	Ca si Nu nc a	Nu nc a
VARIABLE: GESTION EMPRESARIAL					
DIMENSIÓN: Planeación Empresarial					
1.- la planeación en el proceso de la actividad empresarial brinda ventajas como Reducir la incertidumbre, minimiza los riesgos					
2.- la empresa aplica la Planeación Estratégica, táctica y operativa					
3- La empresa en el desarrollo de sus actividades aplica los principios de universalidad, racionalidad, previsión, flexibilidad.					

DIMENSION: Organización Empresarial					
4.- La especialización , división del trabajo, Unidad de mando, Amplitud de control diferenciación entre línea y staff son principios organizacionales que rigen el desarrollo de las actividades de la empresa					
5- La jerarquía dada por la capacidad. es la que garantiza el incremento y mejora de la producción					
6.- La empresa para una mejor división del trabajo desarrolla la estructura Divisional por productos					
7.- El proceso de organización permite la consecución de los objetivos primordiales de la empresa de la manera más eficientemente.					
DIMENSIÓN: Política Empresarial					
8- el tipo de política empresarial con el cual trabaja la empresa se da mediante la Política crediticia					
9.-El tipo de política empresarial con el cual trabaja la empresa se da mediante la Política de precios					
10.- La situación favorable que ha proporcionado la cultura organizacional a la empresa se da transmitiendo un sentido de identidad a los miembros de la organización.					
11.- El beneficio que la política empresarial se da mediante el desarrolla la autoridad, poder y liderazgo.					

ITEM	S i e m p r e	C a s i s i e m p r e	A v e c e s	C a s i n u n c a	N u n c a
VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO					
DIMENSIÓN: Servicio en sí mismo					
1.-Tiene mucha confianza en los servicios brindados por el personal de la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho					
2.-Tiene conocimiento de los servicios que brinda el personal de la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho					
3.-Le informan sobre los detalles de la atención y procedimientos a realizarse					
4.-Confía plenamente en la atención y las orientaciones que le brinda el personal de la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho					
5.- Conoce de todos los servicios que brindan en las áreas del supermercado					
6.-Se entiende con facilidad los procedimientos y servicios que brinda el personal de la Empresa Supermercado Peruano Plaza Vea-Filial Huacho					
7.- El personal demuestra coherencia y capacidad al realizar la atención					

ITEM	S i e m p r e	C a s i s i e m p r e	A v e c e s	C a s i n u n c a	N u n c a
DIMENSION: Elementos de la calidad					
8.-El personal administrativo se presenta debidamente vestido y con apariencia limpia					
9.- Las áreas están ordenadas, limpias y cómodas.					
10.- El servicio de atención que recibió ayudo a resolver su problema					
11.- Deposita su confianza en el personal por su buena atención }					
12.- Recibió un servicio rápido y de calidad					
13.- El personal que lo atendió demostró seguridad en todo momento					
14.- El personal que lo atendió demuestra empatía brindándole atención esmerada en todo momento					

ANEXO 3 VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

VALIDACION CON JUICIO DE EXPERTO: ENCUESTA GENERAL

TITULO DE TESIS: "GESTION EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMRESA SUPERMERCADO PERUANO PLAZA VEA-FILIAL HUACHO"

JUICIO DE EXPERTO

1.-La opinión que usted brinde es personal y sincera

2.-Marque con un aspa (X) dentro del cuadro de validación solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario

1: Muy malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy bueno

Muchas gracias por su respuesta

No	CRITERIOS	VALORACION				
		1	2	3	4	5
1	Claridad Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible					X
2	Objetividad Permite medir hechos observables					X
3	Actualidad Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología			X		
4	Organización Presentación Ordenada				X	
5	Suficiencia Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6	Pertinencia Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos					X
7	Consistencia Permite conseguir datos basados en modelos teóricos					X
8	Coherencia Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems					X
9	Metodología La estrategia responde al propósito de la Investigación				X	
10	Aplicación Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X

Apellidos y nombres del Juez experto: Dra. Gladys Marina Luna García Celular:999953330



Grado Académico: Doctor en Educación

.....
Dra. Gladys Marina Luna García
Docente Principal F.E.

VALIDACION CON JUICIO DE EXPERTO: ENCUESTA GENERAL

TITULO DE TESIS: "GESTION EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA SUPERMERCADO PERUANO PLAZA VEA-FILIAL HUACHO"

JUICIO DE EXPERTO

1.-La opinión que usted brinde es personal y sincera

2.-Marque con un aspa (X) dentro del cuadro de validación solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario

1: Muy malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy bueno

Muchas gracias por su respuesta

No	CRITERIOS	VALORACION				
		1	2	3	4	5
1	Claridad Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible			X		
2	Objetividad Permite medir hechos observables					X
3	Actualidad Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					X
4	Organización Presentación Ordenada				X	
5	Suficiencia Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6	Pertinencia Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos					X
7	Consistencia Permite conseguir datos basados en modelos teóricos					X
8	Coherencia Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems					X
9	Metodología La estrategia responde al propósito de la Investigación				X	
10	Aplicación Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	

Apellidos y nombres del Juez experto: **DR. REYES ULFE JUAN CARLOS- Grado Académico: Doctor en Administración**




VALIDACION CON JUICIO DE EXPERTO: ENCUESTA GENERAL

TITULO DE TESIS: "GESTION EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA SUPERMERCADO PERUANO PLAZA VEA-FILIAL HUACHO"

JUICIO DE EXPERTO

1.-La opinión que usted brinde es personal y sincera


2.-Marque con un aspa (X) dentro del cuadro de validación solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario

1: Muy malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy bueno

Muchas gracias por su respuesta

No	CRITERIOS	VALORACION				
		1	2	3	4	5
1	Claridad Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible					X
2	Objetividad Permite medir hechos observables				X	
3	Actualidad Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					X
4	Organización Presentación Ordenada					X
5	Suficiencia Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6	Pertinencia Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos				X	
7	Consistencia Permite conseguir datos basados en modelos teóricos					X
8	Coherencia Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems					X
9	Metodología La estrategia responde al propósito de la Investigación					X
10	Aplicación Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X

Apellidos y nombres del Juez experto: CARREÑO RAMIREZ DANILO- Doctor en administración



Mg. Adm. Danilo Hugo Carreño Ramírez
CLAD 03584

ANEXO 4. EVALUACION UNIVARIANTE

Tabla

Gestión empresarial y sus dimensiones

	Deficiente		Regular		Optima	
	f	%	f	%	f	%
Gestión empresarial	38	16.2%	134	57.3%	62	26.5%
Planeación Empresarial	57	24.4%	106	45.3%	71	30.3%
Organización Empresarial	43	18.4%	103	44.0%	88	37.6%
Política Empresarial	50	21.4%	95	40.6%	89	38.0%

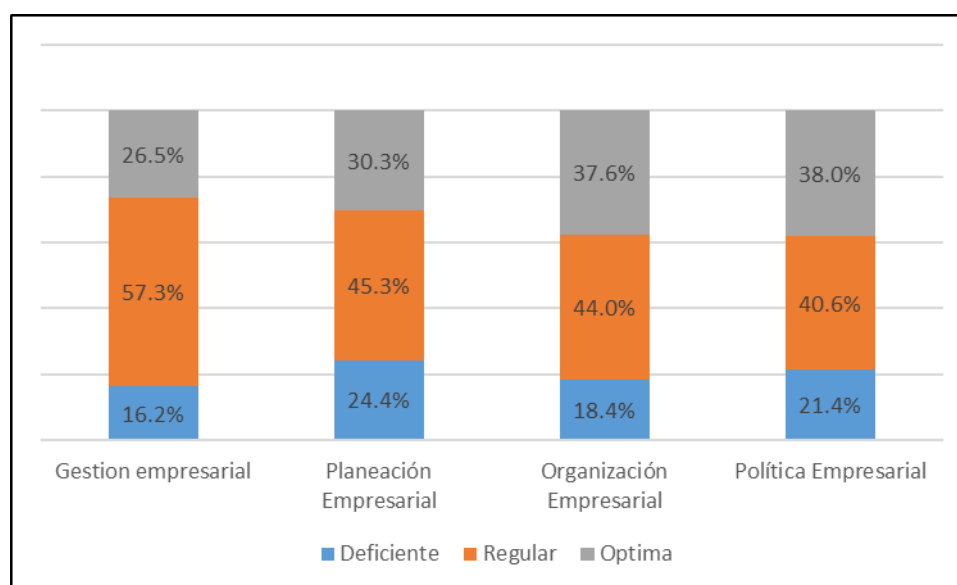


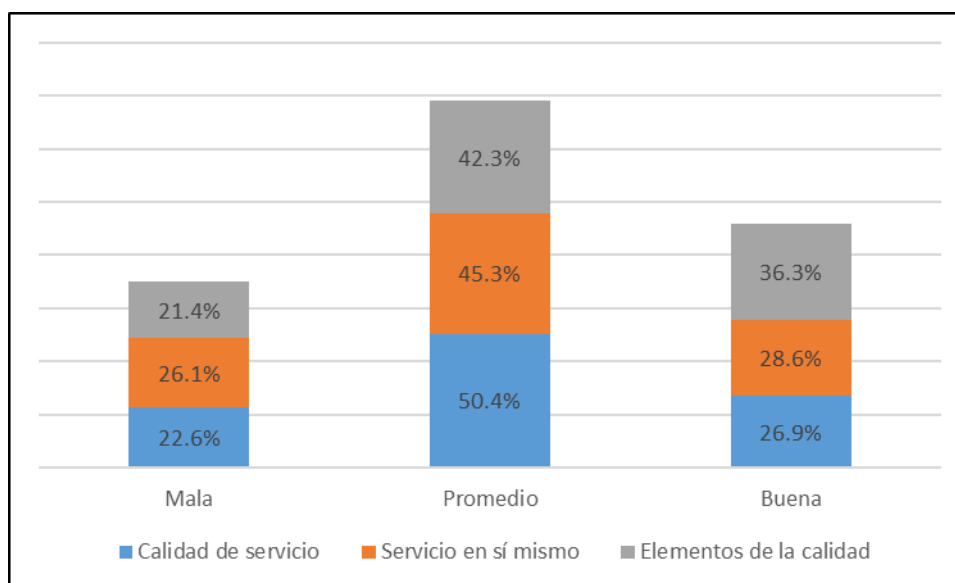
Figura. Gestión empresarial y sus dimensiones

La Tabla ilustra la distribución de la gestión empresarial y sus dimensiones en términos de frecuencia (f) y porcentaje. El 16.2% de los encuestados percibe una gestión empresarial desfavorable, mientras que el 57.3% la considera regular y el 26.5% la considera óptima. Con respecto a la planeación empresarial, el 24.4% perciben una planeación deficiente, el 45.3% la consideran regular, y el 30.3% la consideran óptima. En cuanto a la organización empresarial, el 18,4% perciben una organización deficiente, el 44,0% la consideran

regular, y el 37.6% la consideran óptima. En cuanto a la política empresarial, el 21.4% percibe una política deficiente, el 40.6% la considera regular, y el 38.0% la considera óptima.

Tabla
Calidad de servicio y sus dimensiones

	Mala		Promedio		Buena	
	f	%	f	%	f	%
Calidad de servicio	53	22.6%	118	50.4%	63	26.9%
Servicio en sí mismo	61	26.1%	106	45.3%	67	28.6%
Elementos de la calidad	50	21.4%	99	42.3%	85	36.3%



La Tabla exhibe la distribución de la calidad de servicio y sus dimensiones en términos de frecuencia (f) y porcentaje. El 22.6% de los encuestados percibe la calidad de servicio como desfavorable, mientras que el 50.4% la considera promedio y el 26.9% la considera buena. En lo que respecta al servicio, el 26.1% lo perciben como malo, el 45.3% lo consideran promedio, y el 28.6% lo consideran bueno. En lo que respecta a los elementos

de calidad, el 21.4% los percibe como desfavorables, mientras que el 42.3% los considera promedios, mientras que el 36.3% los considera buenos. Los resultados obtenidos indican que la mayoría de los encuestados perciben la excelencia en el servicio y sus dimensiones, aunque una proporción significativa también las percibe como buenas, especialmente en los aspectos de la calidad.

ANEXO 5: BASE DE DATOS

GESTI ON EMPR ESARI AL	Plane ación Emp resar ial	p 1	p 2	p 3	Orga nizaci ón Empr esaria l	p 4	p 5	p 6	p 7	Políti ca Emp resar ial	p 8	p 9	p 10	p 11	CAL IDA D DE SER VICI O	Ser vici o en sí mis mo	a 1	a 2	a 3	a 4	a 5	a 6	a 7	Ele men tos de la calid ad	a 8	a 9	a 9	a 10	a 11	a 12	a 13	a 14
3	2	4	2	1	4	4	4	4	2	3	3	5	2	1	3	3	5	3	5	1	1	5	4	3	3	2	4	2	3	2	3	2
3	3	5	2	2	3	4	5	1	3	3	4	2	1	3	3	4	3	5	2	5	5	5	2	2	1	1	2	3	1	4	1	1
3	4	4	5	3	3	3	3	2	2	3	2	4	5	1	3	3	1	4	2	1	5	5	4	2	2	1	5	3	2	1	3	2
2	1	1	2	1	3	5	1	3	1	3	1	5	2	3	3	3	1	5	1	2	5	2	4	3	2	3	1	1	5	5	5	1
3	3	2	4	2	3	5	1	5	2	3	2	1	5	5	3	4	4	5	2	3	4	5	5	3	4	5	1	3	2	2	1	4
3	3	4	2	4	4	3	2	4	5	4	4	3	5	2	3	3	3	1	4	5	3	4	4	3	5	1	5	2	3	2	4	3
3	3	4	1	4	4	5	3	2	4	4	3	4	5	3	3	3	5	3	3	1	4	5	3	4	2	4	4	3	5	5	4	4
3	3	2	5	1	3	4	4	1	3	3	2	1	3	4	3	2	1	3	2	1	5	1	2	3	2	5	3	5	1	5	5	1
3	2	2	1	3	3	3	3	3	1	4	5	3	5	1	3	2	1	2	1	1	2	1	4	3	5	5	1	4	2	2	5	3
3	3	2	2	5	2	2	1	2	4	2	4	1	1	3	3	3	2	3	3	1	5	4	4	3	3	2	3	5	4	5	1	4
4	4	3	3	5	4	5	1	4	5	4	4	5	2	5	2	2	1	1	4	2	1	1	1	3	1	4	2	3	2	4	4	5
4	5	4	5	5	3	5	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	2	5	5	2	1	3	3	3	2	5	2	4	4	2	3	3
3	4	5	5	1	4	3	4	4	3	2	1	1	2	2	3	3	4	2	1	3	2	4	4	4	1	4	2	5	4	3	5	4
3	3	4	2	3	2	4	2	1	2	4	1	5	3	5	3	2	2	1	1	5	2	2	4	3	2	2	4	5	1	3	3	4
4	4	4	3	5	3	4	2	2	3	4	3	5	3	5	3	2	5	1	1	1	3	2	1	3	2	2	4	5	4	1	5	1
3	4	2	4	5	3	2	4	3	3	2	1	3	4	1	3	3	1	2	5	2	3	3	3	3	3	3	2	1	5	3	1	2
2	2	3	2	1	2	3	3	2	1	2	3	3	2	1	2	2	3	2	1	3	3	2	1	2	3	3	2	1	3	3	2	1
3	3	1	3	5	3	1	1	3	5	3	1	1	3	5	3	3	1	3	5	1	1	3	5	3	1	1	3	5	1	1	3	5
4	2	2	2	2	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	5	4	1	3	2	3	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	1	5	5	4	1	4	5	5	4	1	5	5	4	1
3	2	4	2	1	4	1	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	2	1	4	4	2	1	3	4	4	2	1	4	4	2	1
3	2	2	3	2	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2

4	4	4	5	2	4	5	3	3	5	3	3	3	4	2	4	4	4	5	2	4	4	5	2	4	4	5	2	
4	5	4	5	5	4	5	5	1	5	2	2	3	1	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
3	4	4	3	4	3	1	4	1	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	
3	4	5	2	5	2	1	1	2	2	5	5	3	5	5	4	4	5	2	5	5	5	2	5	4	5	5	2	5
3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3	2	2	4	3
3	2	1	3	2	4	3	2	5	5	2	1	1	3	2	2	2	1	3	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2
3	3	5	2	1	3	1	5	4	1	3	5	5	2	1	3	3	5	2	1	5	5	2	1	3	5	5	2	1
3	3	2	4	2	4	5	5	3	2	3	2	2	4	2	3	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	2	4	2
4	4	4	5	3	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	5	3
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
2	2	1	1	4	3	1	3	3	5	2	1	1	1	4	2	2	1	1	4	1	1	1	4	2	1	1	1	4
2	2	2	2	2	3	5	2	5	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	5	5	1	3	5	4	3	1	4	5	5	5	1	4	4	5	5	1	5	5	5	1	4	5	5	5	1
3	3	3	2	4	3	1	3	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	2	4
2	2	2	2	2	3	5	1	5	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	5	3	3	1	4	2	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	5	3
3	3	4	1	4	4	3	5	5	3	3	4	4	1	4	3	3	4	1	4	4	4	1	4	3	4	4	1	4
4	5	4	5	5	4	3	5	2	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
3	3	1	4	3	4	5	5	4	1	2	1	1	4	3	2	2	1	4	3	1	1	4	3	2	1	1	4	3
3	3	3	2	3	4	5	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
3	2	4	2	1	4	4	1	5	4	3	4	4	2	1	3	3	4	2	1	4	4	2	1	3	4	4	2	1
3	3	2	5	2	3	3	4	1	2	3	2	2	5	2	3	3	2	5	2	2	2	5	2	3	2	2	5	2
3	3	4	5	1	2	2	1	4	1	4	4	4	5	1	3	3	4	5	1	4	4	5	1	4	4	4	5	1
3	3	5	3	1	3	2	3	1	5	4	5	5	3	1	3	3	5	3	1	5	5	3	1	4	5	5	3	1
4	4	4	3	5	4	2	4	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	3	5
3	3	3	3	2	2	1	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2
4	4	5	2	5	3	5	2	3	2	4	5	5	2	5	4	4	5	2	5	5	5	2	5	4	5	5	2	5
3	3	2	5	3	2	2	4	1	1	3	2	2	5	3	3	3	2	5	3	2	2	5	3	3	2	2	5	3
3	2	3	1	1	4	3	3	5	5	2	3	3	1	1	2	2	3	1	1	3	3	1	1	2	3	3	1	1
4	4	5	3	3	4	3	4	4	3	4	5	5	3	3	4	4	5	3	3	5	5	3	3	4	5	5	3	3
4	4	4	3	5	3	4	1	2	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	3	5
5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
3	3	1	3	5	3	1	3	4	4	3	1	1	3	5	3	3	1	3	5	1	1	3	5	3	1	1	3	5
4	4	5	3	5	2	3	2	3	1	5	5	5	3	5	4	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5
4	4	4	5	3	4	5	5	1	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	5	3
3	3	4	1	5	3	5	2	4	2	4	4	4	1	5	3	3	4	1	5	4	4	1	5	4	4	4	1	5
4	4	5	5	3	4	5	5	4	1	5	5	5	5	3	4	4	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3
4	4	4	4	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	2	3	1	3	2	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4

3	2	2	2	3	3	5	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3		
3	3	4	2	4	2	4	1	2	2	4	4	4	2	4	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4		
3	4	5	5	1	3	3	4	3	1	4	5	5	5	1	4	4	5	5	1	5	5	5	1	4	5	5	5	1	
3	3	1	4	3	3	2	3	4	4	2	1	1	4	3	2	2	1	4	3	1	1	4	3	2	1	1	4	3	
3	3	3	4	2	4	3	4	4	5	3	3	3	4	2	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	4	2	
3	2	1	1	4	4	4	5	4	2	2	1	1	1	4	2	2	1	1	4	1	1	1	4	2	1	1	1	4	
3	3	2	2	5	4	5	5	1	5	3	2	2	2	5	3	3	2	2	5	2	2	2	5	3	2	2	2	5	
2	2	1	3	1	2	1	1	3	1	2	1	1	3	1	2	2	1	3	1	1	1	3	1	2	1	1	3	1	
3	3	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	
2	2	1	1	3	2	1	1	1	3	2	2	1	2	3	2	2	1	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	3	
3	3	4	5	1	4	4	4	5	1	3	1	4	4	4	3	3	4	5	1	4	4	5	1	4	4	4	5	1	
3	3	2	1	5	3	2	2	1	5	3	2	4	5	2	3	3	2	1	5	2	2	1	5	3	2	2	1	5	
3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	5	4	1	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	2	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	
2	2	1	2	4	2	1	1	2	4	3	5	1	1	5	2	2	1	2	4	1	1	2	4	2	1	1	2	4	
3	2	4	2	1	3	4	4	2	1	4	2	5	5	3	3	3	4	2	1	4	4	2	1	3	4	4	2	1	
3	3	5	3	1	4	5	5	3	1	2	2	4	1	1	3	3	5	3	1	5	5	3	1	4	5	5	3	1	
3	4	2	5	4	3	2	2	5	4	2	2	1	1	5	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
3	3	3	1	5	3	3	3	1	5	4	4	3	2	5	3	3	3	1	5	3	3	1	5	3	3	1	5	3	
3	3	2	4	4	3	2	2	4	4	4	5	5	5	1	3	3	2	4	4	2	2	4	4	3	2	2	4	4	
3	3	3	4	2	3	3	3	4	2	3	1	2	4	5	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	4	2	
4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	2	1	5	1	1	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5
4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	5	3	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	
3	3	2	1	5	3	2	2	1	5	3	4	3	1	3	3	3	2	1	5	2	2	1	5	3	2	2	1	5	
3	4	4	5	2	4	4	4	5	2	3	3	1	3	5	4	4	4	5	2	4	4	5	2	4	4	4	5	2	
3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	1	2	1	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	
3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	
2	2	1	3	2	2	1	1	3	2	3	2	4	3	3	2	2	1	3	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1
3	3	4	1	3	3	4	4	1	3	3	2	3	5	3	3	3	4	1	3	4	4	1	3	3	4	4	1	3	
4	4	5	5	2	4	5	5	5	2	3	3	1	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5	5	5	2	
3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	
3	3	1	4	5	3	1	1	4	5	2	5	2	1	1	3	3	1	4	5	1	1	4	5	3	1	1	4	5	
3	4	2	5	5	4	2	2	5	5	2	2	5	1	1	4	4	2	5	5	2	2	5	5	4	2	2	5	5	
3	3	2	5	3	3	2	2	5	3	3	1	2	4	5	3	3	2	5	3	2	2	5	3	3	2	2	5	3	
3	3	1	4	5	3	1	1	4	5	4	4	4	3	3	3	3	1	4	5	1	1	4	5	3	1	1	4	5	
4	4	5	2	5	4	5	5	2	5	3	4	3	2	3	3	4	5	2	5	5	5	2	5	1	1	1	1	1	1
3	3	1	5	3	3	1	1	5	3	3	3	2	5	1	3	3	1	5	3	1	1	5	3	3	1	1	5	3	
3	3	4	4	1	3	4	4	4	1	4	3	3	5	4	3	3	4	4	1	4	4	4	1	3	4	4	4	1	

3	3	4	3	1	3	4	4	3	1	3	5	2	3	3	3	3	4	3	1	4	4	3	1	3	4	4	3	1	4	4	3	1	
3	3	1	5	4	3	1	1	5	4	2	2	1	2	3	3	3	1	5	4	1	1	5	4	3	1	1	5	4	1	1	5	4	
4	4	2	4	5	3	2	2	4	5	4	4	3	3	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	5	2	2	4	5	
3	2	4	2	1	3	4	4	2	1	3	1	2	5	3	3	3	4	2	1	4	4	2	1	3	4	4	2	1	4	4	2	1	
3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	2	1	5	1	1	4	4	5	4	3	5	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	4	3	
4	4	2	5	4	3	2	2	5	4	4	3	2	5	5	3	3	2	5	4	2	2	5	4	3	2	2	5	4	2	2	5	4	
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	1	5	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3		
3	3	5	1	3	4	5	5	1	3	3	4	3	4	1	3	3	5	1	3	5	5	1	3	4	5	5	1	3	5	5	1	3	
3	3	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	
3	3	2	4	3	3	2	2	4	3	3	4	4	2	2	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3	2	2	4	3	2	2	4	3	
3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	
3	3	3	5	1	3	3	3	5	1	3	4	5	1	2	3	3	3	5	1	3	3	5	1	3	3	3	5	1	3	3	5	1	
2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	3	2	3	3	5	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	
3	4	2	5	4	3	2	2	5	4	3	4	1	5	2	3	3	2	5	4	2	2	5	4	3	2	2	5	4	2	2	5	4	
4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	3	2	4	4	2	4	3	5	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	4	3	
3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2		
4	4	4	5	2	4	4	4	5	2	3	1	5	5	2	4	4	4	5	2	4	4	5	2	4	4	4	5	2	4	4	5	2	
3	2	1	4	2	2	1	1	4	2	4	5	4	4	4	2	2	1	4	2	1	1	4	2	2	1	1	4	2	1	1	4	2	
4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	3	5	
3	2	5	1	1	3	5	5	1	1	4	2	3	5	4	3	2	5	2	2	2	2	2	2	3	5	5	1	1	5	5	1	1	
3	2	4	1	2	3	4	4	1	2	3	1	4	1	5	3	3	4	1	2	4	4	1	2	3	4	4	1	2	4	4	1	2	
2	2	1	1	3	2	1	1	1	3	3	1	4	3	3	2	2	1	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	3	1	1	1	3	
4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	2	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
2	2	3	3	1	3	3	3	3	1	2	2	1	4	1	2	2	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	1		
3	2	4	1	2	3	4	4	1	2	4	5	5	2	5	3	3	4	1	2	4	4	1	2	3	4	4	1	2	4	4	1	2	
4	4	5	2	5	4	5	5	2	5	4	3	5	5	2	4	4	5	2	5	5	5	2	5	4	5	5	2	5	5	5	2	5	
2	3	3	4	1	3	3	3	4	1	2	2	2	1	1	3	3	3	4	1	3	3	4	1	3	3	3	4	1	3	3	4	1	
3	3	4	4	1	3	4	4	4	1	2	1	3	4	1	3	3	4	4	1	4	4	4	1	3	4	4	4	1	4	4	4	1	
2	2	1	5	1	2	1	1	5	1	3	3	4	3	1	2	2	1	5	1	1	1	5	1	2	1	1	5	1	1	1	5	1	
4	4	5	5	3	5	5	5	5	3	3	4	3	1	2	4	4	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3		
4	3	5	3	2	4	5	5	3	2	4	5	4	3	3	4	4	2	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	2	5	5	3	2	
4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	3	4	1	3	3	4	4	5	4	3	5	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	4	3	
2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3	4	2	3	4	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	
2	2	1	2	4	2	1	1	2	4	3	5	4	1	1	2	2	1	2	4	1	1	2	4	2	1	1	2	4	1	1	2	4	
3	3	5	2	2	4	5	5	2	2	4	3	3	4	4	3	3	5	2	2	5	5	2	2	4	5	5	2	2	5	5	2	2	
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	2	3	1	3	1	4	4	2	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	
2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3	3	1	4	3	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	
2	2	3	1	1	2	3	3	1	1	2	3	1	4	1	2	2	3	1	1	3	3	1	1	2	3	3	1	1	3	3	1	1	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	4	4	1	5	4	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

3	2	1	2	3	2	1	1	2	3	4	4	5	3	3	2	2	1	2	3	1	1	2	3	2	1	1	2	3	1	1	2	3	
3	3	4	2	3	3	4	4	2	3	4	5	2	4	5	3	3	4	2	3	4	4	2	3	3	4	4	2	3	4	4	2	3	
4	3	5	1	4	4	5	5	1	4	4	5	4	2	4	4	4	5	1	4	5	5	1	4	4	5	5	1	4	5	5	1	4	
3	3	1	4	3	2	1	1	4	3	4	3	2	5	5	2	2	1	4	3	1	1	4	3	2	1	1	4	3	1	1	4	3	
2	3	2	4	2	3	2	2	4	2	2	3	1	1	3	3	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	2	4	2	2	2	4	2	
3	3	2	3	5	3	2	2	3	5	3	5	5	1	1	3	3	2	3	5	2	2	3	5	3	2	2	3	5	2	2	3	5	
3	3	5	4	1	4	5	5	4	1	3	1	4	2	5	4	4	2	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	1	5	5	4	1	
3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	5	5	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	
3	4	3	5	3	4	3	3	5	3	3	4	2	3	2	4	4	2	5	5	4	4	5	5	4	3	3	5	3	3	3	5	3	
3	3	1	5	2	2	1	1	5	2	4	4	3	5	5	2	2	1	5	2	1	1	5	2	2	1	1	5	2	1	1	5	2	
4	4	5	5	2	4	5	5	5	2	3	2	3	1	4	4	4	5	5	2	5	5	5	2	4	5	5	5	2	5	5	5	2	
3	3	5	3	1	4	5	5	3	1	4	3	2	5	5	3	3	5	3	1	5	5	3	1	4	5	5	3	1	5	5	3	1	
3	3	4	2	3	3	4	4	2	3	4	3	4	2	5	3	3	4	2	3	4	4	2	3	3	4	4	2	3	4	4	2	3	
4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	2	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	3	4	
3	4	3	5	3	4	3	3	5	3	2	4	2	1	2	4	4	3	5	3	3	3	5	3	4	3	3	5	3	3	3	5	3	
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	
2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	
3	3	4	2	3	3	4	4	2	3	4	4	3	5	3	3	3	4	2	3	4	4	2	3	3	4	4	2	3	4	4	2	3	
4	4	3	5	3	4	3	3	5	3	4	5	5	3	2	4	4	3	5	3	3	3	5	3	4	3	3	5	3	3	3	5	3	
2	2	1	4	1	2	1	1	4	1	2	2	1	4	1	2	2	1	4	1	1	1	4	1	2	1	1	4	1	1	1	4	1	
3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	1	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	
3	3	2	4	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	4	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3	2	2	4	3	2	2	4	3	
3	3	2	4	2	3	2	2	4	2	4	4	3	5	4	3	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	2	4	2	2	2	4	2	
3	3	2	2	5	3	2	2	2	5	2	5	1	2	1	4	4	2	5	5	4	4	5	5	3	2	2	2	5	2	2	2	5	
3	3	3	1	5	3	3	3	1	5	3	3	2	5	3	3	3	3	1	5	3	3	1	5	3	3	3	1	5	3	3	1	5	
3	2	3	3	1	3	3	3	3	1	4	4	3	5	4	2	2	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	1		
3	3	3	1	4	3	3	3	1	4	3	3	3	1	4	3	3	3	1	4	3	3	1	4	3	3	3	1	4	3	3	1	4	
2	2	3	1	2	2	3	3	1	2	2	3	3	1	2	2	2	3	1	2	3	3	1	2	2	3	3	1	2	3	3	1	2	
3	3	3	4	1	3	3	3	4	1	3	3	3	4	1	3	3	3	4	1	3	3	4	1	3	3	3	4	1	3	3	4	1	
2	2	3	2	1	2	3	3	2	1	2	3	3	2	1	2	2	3	2	1	3	3	2	1	2	3	3	2	1	3	3	2	1	
2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	2	3	1	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	5	2	3	4	5	5	2	3	4	5	5	2	3	4	4	5	2	3	5	5	2	3	4	5	5	2	3	5	5	2	3	
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	
2	2	1	1	5	2	1	1	1	5	2	1	1	1	5	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	5	1	1	1	5
1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1
2	2	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	2	2	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	1	3	
3	3	1	5	4	3	1	1	5	4	3	1	1	5	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	5	4	1	1	5	4	
3	3	2	5	2	3	2	2	5	2	3	2	2	5	2	3	3	2	5	2	2	2	5	2	3	2	2	5	2	2	2	5	2	

2	2	3	1	1	2	3	3	1	1	2	3	3	1	1	2	2	3	1	1	3	3	1	1	2	3	3	1	1	3	3	1	1	
5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	
4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
4	4	3	3	5	4	3	3	3	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	5	3	3	3	5	4	3	3	3	5	3	3	3	5	
3	3	2	4	2	3	2	2	4	2	3	2	2	4	2	3	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	2	4	2	2	2	4	2	
3	3	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	
3	3	1	4	4	3	1	1	4	4	3	1	1	4	4	3	3	1	4	4	1	1	4	4	3	1	1	4	4	1	1	4	4	
4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	4	4	5	3	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5	3	4	
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	4	5	5	5	4
3	3	3	1	4	3	3	3	1	4	3	3	3	1	4	3	3	3	1	4	3	3	1	4	3	3	3	1	4	3	3	1	4	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4	4	5	5	1	4	5	5	5	1	4	5	5	5	1	4	4	5	5	1	5	5	5	1	4	5	5	5	1	5	5	5	1	
3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	
3	3	2	3	4	3	2	2	3	4	3	2	2	3	4	3	3	2	3	4	2	2	3	4	3	2	2	3	4	2	2	3	4	
3	3	3	1	5	3	3	3	1	5	3	3	3	1	5	3	3	3	1	5	3	3	1	5	3	3	3	1	5	3	3	1	5	
3	2	5	1	1	3	5	5	1	1	3	5	5	1	1	3	3	5	1	1	5	5	1	1	3	5	5	1	1	5	5	1	1	
4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	
3	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	
3	3	5	3	1	4	5	5	3	1	4	5	5	3	1	3	3	5	3	1	5	5	3	1	4	5	5	3	1	5	5	3	1	
4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	4	4	5	3	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5	3	4	
2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	
3	3	2	3	5	3	2	2	3	5	3	2	2	3	5	3	3	2	3	5	2	2	3	5	3	2	2	3	5	2	2	3	5	
3	3	2	4	4	3	2	2	4	4	3	2	2	4	4	3	3	2	4	4	2	2	4	4	3	2	2	4	4	2	2	4	4	
2	2	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	2	2	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	1	3	
4	4	3	5	4	4	3	3	5	4	4	3	3	5	4	4	4	3	5	4	3	3	5	4	4	3	3	5	4	3	3	5	4	
3	3	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	
3	3	4	2	3	3	4	4	2	3	3	4	4	2	3	3	3	4	2	3	4	4	2	3	3	4	4	2	3	4	4	2	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	
3	3	5	2	1	3	5	5	2	1	3	5	5	2	1	3	3	5	2	1	5	5	2	1	3	5	5	2	1	5	5	2	1	
3	3	5	1	2	3	5	5	1	2	3	5	5	1	2	3	3	5	1	2	5	5	1	2	3	5	5	1	2	5	5	1	2	
4	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	
3	3	2	4	3	3	2	2	4	3	3	2	2	4	3	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3	2	2	4	3	2	2	4	3	
3	3	4	2	2	3	4	4	2	2	3	4	4	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2	2	3	4	4	2	2	4	4	2	2	
4	4	5	4	2	4	5	5	4	2	4	5	5	4	2	4	4	5	4	2	5	5	4	2	4	5	5	4	2	5	5	4	2	
3	3	4	1	5	4	4	4	1	5	4	4	4	1	5	3	3	4	1	5	4	4	1	5	4	4	4	1	5	4	4	1	5	
2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	
3	3	2	3	5	3	2	2	3	5	3	2	2	3	5	3	3	2	3	5	2	2	3	5	3	2	2	3	5	2	2	3	5	
4	4	3	4	5	4	3	3	4	5	4	3	3	4	5	4	4	3	4	5	3	3	4	5	4	3	3	4	5	3	3	4	5	

3	3	5	2	1	3	5	5	2	1	3	5	5	2	1	3	3	5	2	1	5	5	2	1	3	5	5	2	1	5	5	2	1	
3	3	4	3	2	3	4	4	3	2	3	4	4	3	2	3	3	4	3	2	4	4	3	2	3	4	4	3	2	4	4	3	2	
2	2	1	3	2	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	2	2	1	3	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	1	1	3	2	
2	2	1	5	1	2	1	1	5	1	2	1	1	5	1	2	2	1	5	1	1	1	5	1	2	1	1	5	1	1	1	5	1	
2	2	1	3	3	2	1	1	3	3	2	1	1	3	3	2	2	1	3	3	1	1	3	3	2	1	1	3	3	1	1	3	3	
3	3	4	5	1	4	4	4	5	1	4	4	4	5	1	3	3	4	5	1	4	4	5	1	4	4	4	5	1	4	4	5	1	
3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3
4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	
3	3	2	1	5	3	2	2	1	5	3	2	2	1	5	3	3	2	1	5	2	2	1	5	3	2	2	1	5	2	2	1	5	
3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	3	2	4	
2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	
3	3	1	4	4	3	1	1	4	4	3	1	1	4	4	3	3	1	4	4	1	1	4	4	3	1	1	4	4	1	1	4	4	
4	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3		
3	3	4	1	5	4	4	4	1	5	4	4	4	1	5	3	3	4	1	5	4	4	1	5	4	4	4	1	5	4	4	1	5	
3	3	2	4	2	3	2	2	4	2	3	2	2	4	2	3	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	2	4	2	2	2	4	2	
3	2	4	1	2	3	4	4	1	2	3	4	4	1	2	3	3	4	1	2	4	4	1	2	3	4	4	1	2	4	4	1	2	
2	3	1	2	5	2	1	1	2	5	2	1	1	2	5	2	2	1	2	5	1	1	2	5	2	1	1	2	5	1	1	2	5	
4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	