



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN PARA MEJORAR
LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA MICRO Y PEQUEÑA
EMPRESA SALÓN SPA ROMEITA, DISTRITO DE SAN JUAN DE
LURIGANCHO, LIMA, 2022**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

ROMERO VARGAS, FIORELA IVET

ORCID: 0000-0001-9360-7570

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CAÑETE – PERÚ

2023

Equipo de trabajo

Autora

Romero Vargas, Fiorela Ivet

ORCID: 0000-0001-9360-7570

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Cañete, Perú

Asesor

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

Jurado

Canchari Quispe Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Rosillo de Purizaca María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Firma del jurado y asesor

Canchari Quispe Alicia

Rosillo de Purizaca María Del Carmen

Limo Vásquez Miguel Ángel

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

Asesor

Agradecimientos

Agradezco a mis padres por su apoyo incondicional, a mi hermana que siempre estuvo alentándome para seguir culminar mis estudios universitarios, a mis maestros por transmitirme sus enseñanzas con comprensión y a mi asesor que me brindó las sugerencias y apoyo para convertir esta investigación en una investigación que contribuirá a la comunidad científica.

Dedicatoria

Dedico esta investigación a mi alma mater la universidad católica Los Ángeles de Chimbote, mis padres y a mi asesor a quien le debo el desarrollo de esta investigación quien nos motivó a esforzarnos para lograr un buen trabajo de

Resumen

La finalidad de la presente investigación fue: Cuáles son las principales características de la capacitación en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022. La investigación fue de tipo cuantitativo con nivel descriptivo, de diseño no experimental-transversal descriptivo, se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario la misma que fue aplicada a la población de 6 colaboradores, la muestra fue censal, es decir, se aplicó al 100% de colaboradores de la micro empresa “Salón Spa Romeita”. Los resultados demostraron que, el 33,3% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda información sobre su organización, del mismo modo, el 83,3% colaboradores afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la empresa brinda información de los clientes reales y potenciales de la empresa. En conclusión, la empresa no brinda capacitación a sus colaboradores, presentándose la oportunidad para implementar la capacitación para la mejora de la calidad del servicio que brinda la micro empresa “Salón Spa Romeita”.

Palabras clave: Calidad, Capacitación, MYPES, Servicio, Spa

Summary

The purpose of the present investigation was: What are the main characteristics of the training in the collaborators of the micro and small company Salón Spa Romeita, District of San Juan de Lurigancho, Lima, 2022. The investigation was of a quantitative type with a descriptive level, non-experimental-transversal descriptive design, the survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument, which was applied to the population of 6 collaborators, the sample was census, that is, it was applied to 100% of the micro-enterprise collaborators "Romeita Spa Salon". The results showed that 33.3% of collaborators affirmed that they agree that the company provides information about their organization, in the same way, 83.3% collaborators affirmed that they neither agree nor disagree that the company provides information about actual and potential customers of the company. In conclusion, the company does not provide training to its employees, presenting the opportunity to implement training to improve the quality of service provided by the micro-enterprise "Salón Spa Romeita".

Keywords: Quality, Training, MYPES, Service, Spa

Contenido

1.Carátula.....	i
2.Equipo de trabajo	ii
3.Firma del jurado y asesor.....	iii
4.Agradecimientos y dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6.Contenido.....	viii
7. Índice de gráficos y tablas	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura	5
2.1 Antecedentes.....	5
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	21
III. Hipótesis.....	28
IV. Metodología.....	29
4.1 Diseño de la investigación	29
4.2. Población y muestra.....	30
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	31
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
4.5 Plan de análisis.....	35

4.6 Matriz de consistencia.....	36
4.7 Principios éticos	37
V. Resultados	39
5.1 Resultados	39
5.2 Análisis de resultados	43
VI. Conclusiones.....	49
VII.Recomendaciones.....	50
Referencias bibliográficas.....	51
Anexos	55
Anexo 1: Cronograma de actividades	55
Anexo 2: Presupuesto	56
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	57
Anexo 4: Validación por juicios de expertos	60
Anexo 5: Carta de presentación.....	75
Anexo 6: Protocolo de consentimiento informado.....	76
Anexo 7: Hoja de cálculo.....	82
Anexo 8: Figuras.....	86

Índice de tablas

Tabla 1. Describir la transmisión de información en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.....	39
Tabla 2. Determinar el desarrollo de habilidades en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.....	40
Tabla 3. Conceptualizar el desarrollo de actitudes en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.....	40
Tabla 4. Detallar las características de la calidad de servicio de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.....	41

Índice de figuras

Figura 1 ¿Se le brinda información de la organización?.....	86
Figura 2 ¿Se le da a conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa?.....	86
Figura 3 ¿Se le brinda información de sus clientes reales y potenciales?	87
Figura 4 ¿Se le brinda información respecto a las políticas, reglas y directrices de la empresa? .	87
Figura 5 ¿A usted le brindan capacitación sobre el manejo de herramientas y equipamiento de la empresa?	88
Figura 6 ¿A usted le dan a conocer sobre el proceso de desarrollo de tareas en la empresa?	88
Figura 7 ¿La empresa le brinda información sobre el cambio de actitudes negativas a positivas?	89
Figura 8 ¿La empresa le ayuda a concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio?	89
Figura 9 ¿La empresa brinda instrucción para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas?.....	90
Figura 10 ¿La empresa brinda instrucción para mejorar sus conocimientos en la atención al cliente?	90
Figura 11 ¿La empresa brinda capacitaciones o charlas para mejorar la habilidad para expresar confianza y cortesía a sus clientes?.....	91
Figura 12 ¿La apariencia de las instalaciones físicas de la empresa son las suficientemente limpias, seguras y confortables?	91
Figura 13 ¿La apariencia física del personal de atención le transmite confianza?	92

Figura 14 ¿La empresa brinda información del proceso de la atención al cliente individualizado?	92
Figura 15 ¿La empresa brinda información sobre como comprender las emociones y la comunicación no verbal de los clientes?	93
Figura 16 ¿La empresa instruye a sus colaboradores haciendo énfasis en la buena disposición hacia los clientes?	93
Figura 17 ¿La empresa capacita referente al apoyo y servicio oportuno a sus clientes?	94

I. Introducción

En la actualidad las diversas micro y pequeñas empresas en nuestro país se encuentran en crecimiento constante y debido a que las tecnologías de la comunicación e información evolucionan rápidamente las MYPES de nuestro país buscar adaptarse y posicionarse en el mundo empresarial competitivo. Según Montalvan (2016) los empresarios de las micro y pequeñas empresas deberían considerar la capacitación y el desarrollo del potencial humano como herramienta administrativa fundamental porque ayudará a que la calidad del servicio mejore notablemente y que esto a su vez contribuirá al logro de los objetivos organizacionales.

Según Sánchez (2016) las micro y pequeñas empresas no consideran capacitar a sus colaboradores porque infieren que la adaptación a las actividades diarias es suficiente para que desarrollen sus tareas con eficiencia y efectividad, asimismo consideran un gasto innecesario de recursos el invertir en el potencial humano de sus organizaciones, sin considerar que capacitar y mejorar las habilidades de los trabajadores de una determinada organización brinda más beneficios que pérdidas, debería ser considerado una inversión puesto que, se obtendrá ganancias. Asimismo, los encargados de las micro y pequeñas de nuestro país no emplean el correcto o acertado reclutamiento de personal porque no buscan promover y seleccionar personal con habilidades que contribuyan a la mejora de la calidad del servicio que se encuentra en peligro porque mientras más negocios nacen la calidad va disminuyendo.

En el mundo empresarial actual que se caracteriza por la evolución y cambio, las micro y pequeñas empresas que se desarrollan dentro de ella son de vital importancia para el desarrollo de la economía de los países, para lograr el éxito en el mundo empresarial se debe lograr el éxito competitivo, y que las organizaciones deberían establecer mecanismos y sistemas que permitan atraer, retener y motivar colaboradores cualificados, puesto que, la capacitación de los trabajadores

ayudara a crecer y desarrollarse a las empresas pequeñas. Asimismo, refieren que en España no se otorga el valor necesario a la gestión del talento humano puesto que, esta constituye una de los factores del fracaso de las Micro y pequeñas empresas.

Las empresas de pequeño tamaño también son fuente de oportunidades por ello es que la acertada gestión de potencial humano servirá de herramienta para lograr que los pequeños negocios prosperen y se vuelvan rentables en el tiempo, esta afirmación se encuentra sustentada en un clima laboral favorable, motivado por la excelente comunicación, los niveles altos de flexibilidad de los colaboradores y la motivación alta en una organización.

Del mismo modo, en el caso de Ecuador, Gavilánez, Espín y Arévalo (2018) manifiestan que, la gestión del talento humano es fundamental dentro de las organizaciones porque esta representa un activo necesario e importante, ya que, si los colaboradores no se encuentran capacitados, motivados y liderados será muy complicado que logren cumplir con sus actividades y tareas diarias de manera impecable, lo cual fomentará un desbalance en el ambiente laboral. La carente gestión en las organizaciones podría ser ocasionada por la crisis de las Pymes porque conviven con insuficientes recursos diariamente para la fabricación y comercialización de productos debido a la deficiente capacitación del personal, nula tecnología entre otros factores. Las MYPES son una de las fuerzas principales para el desarrollo económico de un país aproximadamente el 843 745 de micro y pequeñas empresas están divididas en actividades económicas como comercio, transporte entre otras, de acuerdo a los datos arrojados por el Directorio de Empresas y Establecimientos 2016 publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), las empresas micro, pequeñas y medianas se vienen posicionando en el mercado brindando bienes y servicios de calidad.

La realidad en el Perú la situación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio no es ajena a la realidad mundial, puesto que, no se considera la capacitación como factor relevante para lograr mejorar la calidad del servicio es más se considera un gasto innecesario porque la mayoría de la micro y pequeñas empresas son informales además de que sus administradores y gerentes no destinan recursos a la capacitación de sus colaboradores por lo que sus empresas posteriormente cierran por la obtención de bajas ganancias (Montalvan, 2016).

Por lo mencionado en líneas anteriores se plantea el siguiente enunciado del problema: ¿Cuáles son las principales características de la capacitación en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, ¿2022? Asimismo, se presenta el objetivo general para dar respuesta al enunciado del problema: Describir las principales características de la capacitación en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Para dar cumplimiento al objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir la transmisión de información en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022. Determinar el desarrollo de habilidades en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022. Conceptualizar el desarrollo de actitudes en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022. Detallar las características de la calidad de servicio de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

El presente trabajo de investigación se justifica de manera teórica porque permitirá describir las características más relevantes de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, y servirá como sustento y base para las futuras

investigaciones, se justifica de manera práctica porque esta investigación permitirá elaborar propuestas de mejora respecto a la capacitación con la finalidad de mejorar la calidad del servicio de la empresa Salón Spa Romeita y MYPES del mismo rubro, se justifica metodológicamente porque debido al enfoque, nivel y diseño se obtendrán resultados cuantitativos que permitirán responder la pregunta del enunciado del problema.

La metodología aplicada en la presente investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental transversal, la técnica empleada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario la población fueron los colaboradores de la microempresa Salón Spa Romeita, y la muestra fue censal.

Los resultados más relevantes fueron que, el 33,3% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda información sobre su organización, del mismo modo, el 83,3% colaboradores afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la empresa brinda información de los clientes reales y potenciales de la empresa.

En conclusión, la empresa no brinda capacitación a sus colaboradores, sobre información referente a la MYPE, manejo de herramientas y nos les orienta a sus colaboradores sobre el cambio de actitudes negativas a positivas para la mejora de la calidad del servicio que brinda la micro empresa “Salón Spa Romeita”.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Palma y Ruiz (2017) en su tesis, *Plan de mejora de capacitación para el desarrollo organizacional en la Municipalidad de Tuman, 2017*, tuvo como objetivo principal; proponer un plan de capacitación para el desarrollo organizacional en la Municipalidad Distrital de Tuman. La metodología que se utilizó para obtener los datos del análisis, consistió en el método de investigación de campo que es por medio de la aplicación de un cuestionario, cuya muestra estuvo conformada por 50 colaboradores. Con dichos datos se hizo un análisis porcentual en la que se obtendrá resultados que nos permitirán conocer la problemática percibida por los colaboradores de la Municipalidad Distrital de Tuman frente al desarrollo organizacional. Los resultados revelaron que; con respecto a las necesidades de la capacitación obtenidos de los 44 encuestados se puede evidenciar que el 54.5% de trabajadores se sienten interesados con los temas de desarrollo organizacional, el 18.2% desean que se les capacite en temas referidos a atención al usuario, el 15.9% sugiere que se les debe capacitar en otros temas como liderazgo y tomas de decisiones y el 11.4% prefieren temas relacionados a comunicación efectiva. Se concluyó que, el plan de capacitación se elaboró en base de los siguientes temas: desarrollo organizacional, comunicación efectiva, servicio y atención al usuario para que el colaborador de la entidad se desarrolle eficazmente en su área de trabajo.

Reyes (2017) en su tesis, *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango*, tiene como objetivo general; verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, por lo que se presentan antecedentes de tesis, revistas, páginas de internet y periódicos, así como bibliografías de libros, sobre las variables de calidad de servicio y satisfacción del cliente. Los resultados reflejados indican que la asociación carece de capacitación al personal para mejorar la calidad del servicio, ya que la información sobre los servicios que ofrece es incompleta, hay demoras en gestión administrativa, refleja poca prontitud al momento de atender al cliente y no existe un protocolo de servicio; por lo anterior se considera que existe insatisfacción de los clientes. Debido a esta problemática se implementó un programa de calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente. Se capacitó en temas de calidad del servicio a los colaboradores para su adecuada aplicación. Se recomendó implementar la capacitación continua para fortalecer la calidad del servicio que se brinda y con ello garantizar la satisfacción del cliente en su totalidad.

Sánchez (2017) en su investigación, *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa (Guatemala)*, tuvo como objetivo principal; evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán. Esta investigación es de tipo descriptivo. Se evaluó la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán, a través de la valoración de expectativas y percepciones, según el método ServQual para calidad de servicio. Esta investigación tuvo los siguientes resultados: Cuando las percepciones superan las expectativas, existe satisfacción en el servicio recibido. Se presentan los resultados promedio de las valoraciones de los clientes sobre las expectativas. Así mismo, se presentan las valoraciones promedio de las percepciones. Para poder observar el comportamiento de las valoraciones de las expectativas y las percepciones, en la gráfica, se presentan los valores promedio para cada dimensión, la cual muestra que la dimensión con la expectativa más alta es la confiabilidad (4.66), siendo esta la más cercana a 5, que en la escala Likert utilizada, representa el valor más alto; seguido esta la dimensión de capacidad de respuesta (4.60), luego la dimensión de empatía (4.57), luego la dimensión de fiabilidad (4.53) y por último la dimensión de elementos tangibles (4.45). La expectativa más alta la obtuvo la dimensión de confiabilidad, lo que indica que para los clientes de Pizza Burger Diner Gualán, la seguridad sobre los productos y la integridad del personal representa uno de los factores más importantes. Se concluyó que, al iniciar con las acciones propuestas para mejorar la calidad del servicio, se le debería dar prioridad a las dimensiones que presentan las mayores brechas de insatisfacción, que en este caso son los elementos tangibles.

Picay (2020) en su tesis, *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*, Tuvo como objetivo principal; analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en Ecuador, a través de una revisión documental. La metodología se desarrolló bajo el paradigma cualitativo, el método inductivo fue empleando para realizar la revisión documental-descriptiva llevada a cabo en dos fases, una destinada a la búsqueda de las fuentes primarias y la segunda la realización del análisis de contenido de la información. La fuente de información estuvo conformada por 38 artículos/trabajos de grado, seleccionándose una muestra de 13 estudios que cumplieron con los criterios establecidos. Los resultados apuntan a identificar las condiciones en las que operan las PYMES comercializadoras en relación a la gestión de la calidad del servicio al cliente, pudiéndose conocer que en este tipo de empresas no se emplean sistemas de gestión de calidad y los métodos de evaluación del servicio son poco fidedignos. Por último, desconocen el alcance y los objetivos de la gestión de calidad. Se concluye que las PYMES constituyen piezas fundamentales para el crecimiento económico que deben ser acompañadas de un proceso de formación constante que apunte hacia las mejoras de los factores internos (actitudes y conocimiento de los empleados); así como de prácticas propias de la empresa a favor de una gestión de calidad de servicio al cliente, siendo el modelo SERVQUAL uno de los más confiables para la evaluación de la calidad del servicio al cliente en una organización empresarial.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Yarleque (2019) en su tesis, *Caracterización de la capacitación y la calidad de servicio al cliente de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de Tumbes, 2018*, tuvo como objetivo general: describir las características de la capacitación y la calidad de servicio al Cliente de las Mypes del sector servicio, rubro Restaurantes del cercado de Tumbes, 2018. La metodología empleada fue: tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño de investigación es no experimental, de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por 10 MYPES abarcando 35 trabajadores para la variable capacitación y 68 clientes para la variable calidad de servicio. Los resultados fueron: el 43% considera que tiene un alto desempeño y el 57% considera que tiene un bajo desempeño laboral, el 100% considera que esta apto para poder desempeñar muy bien su trabajo, el 100% conoce muy bien las funciones del área de trabajo, el 100% cumple sus funciones de acuerdo al cargo, el 100% se siente comprometido con el lugar donde trabaja. Su conclusión fue: La mayoría de las mypes rubro Restaurantes en el Cercado de Tumbes no realizan capacitaciones a sus trabajadores, los empleados consideran que necesitan capacitarse ya que presentan inconvenientes al momento de tomar decisiones, y de esta manera mejorar su desempeño en el trabajo en equipo, en el desarrollo de sus funciones, en las buenas prácticas y en el manejo de atención al Cliente.

Córdova (2019) en su tesis, *Caracterización de la calidad de servicio y la capacitación del personal de las MYPES, sector servicio, rubro hospedaje, en el distrito tumbes, 2019*. tuvo como objetivo general: determinar la caracterización de la calidad de servicio y la capacitación de personal de las mypes, sector servicio, rubro hospedajes, en el distrito tumbes, 2019. La metodología empleada fue: cuantitativa de nivel descriptivo no experimental de sección transversal, ya que dichas variables de estudio no han sido manipuladas, solo se han limitado a describir las características de las variables de la misma realidad. La población de estudio es de 69 MYPES. Los resultados fueron: se ha podido caracterizar la calidad de servicio asciende con un rango del 0.90 al 0.96 % referente a la amabilidad, lenguaje adecuado y prestación de servicio de los trabajadores. Respecto a la caracterización de la capacitación del personal asciende con un rango del 0.43 al 0.50 % sobre la importancia y éxito. Su conclusión fue: queda totalmente determinada la relación entre capacitación y calidad de servicio, se considera importante la calidad de servicio ya que busca poder satisfacer las necesidades del cliente, en el momento de prestar los servicios con el fin de que el cliente se sienta conforme con lo que requiere.

Lizana (2020) en su tesis, *Caracterización de la capacitación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles. Caso Montecarlo Suits hotel en el distrito de la Victoria, Lima 2019*, tuvo como objetivo general: Identificar las características de la capacitación en las Micros y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Hoteles Caso Montecarlo Suits y Hotel en la Victoria, Lima, 2019. El tipo de investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo, con un diseño transversal – no experimental. Se obtuvo los resultados: Respecto a la variable capacitación: de un total de 20 trabajadores de la MYPE del sector servicios rubro hotelería, Montecarlo Suits Hotel, distrito de La Victoria, Lima, año 2019, consideran que si se realiza diagnóstico previo para capacitar en la empresa donde 60% (12 trabajadores) dicen que siempre se realizan, mientras que un 25% (5 trabajadores) indican que casi siempre y un 15% (3 trabajadores) indican que a veces hay capacitación, Respecto a la variable Gestión de Calidad de total de 3 administradores de la MYPE del sector servicios rubro hotelería, Montecarlo Suits Hotel, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, afirman que La mejora en la Calidad va de la mano con el Servicio que ofrece el Hotel donde el 67 % (2 administradores) dicen que siempre, 33 % (1 administrador) dicen que casi siempre. Llegando como conclusión los representantes encuestados aseguran que la falta de compromiso e interés de los dueños, impide la implementación de una adecuada gestión de calidad en los servicios, además muy pocas veces realizan diagnóstico previo para capacitar y solo una vez al año reciben capacitación, disminuyendo rentabilidad de la empresa.

León y Saldaña (2021) en su investigación *,Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Rock'os Café - Cajamarca 2021,* tuvo como objetivo general determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Rock'os Café – Cajamarca 2021, La metodología empleada fue, aplicada, el nivel de investigación es descriptivo - correlacional, el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal y el método utilizado es hipotético – deductivo. La población y muestra no probabilística considerada es de cincuenta personas que son clientes de la empresa Rock'os Café. Además, para la recolección de datos se empleó la encuesta como técnica y se empleó el cuestionario como instrumento de 22 ítems para la variable calidad del servicio y 20 ítems para la variable satisfacción del cliente en escala Likert, ambos instrumentos son validados por el juicio de tres expertos. Se aplicó la prueba estadística de correlación de Spearman para comprobar la hipótesis general dando como resultado $Rho = 0.955$ y $Sig. Aprox. = 0.000$, por lo tanto, se concluyó que existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Rock'os Café – Cajamarca 2021.

Estrada (2020) en su tesis, *Caracterización de la calidad de servicio y satisfacción del cliente, en las mypes sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de la Cruz, 2018*. Su objetivo fue: determinar la caracterización de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de la Cruz, año 2018. La metodología fue: tipo descriptivo, nivel cuantitativo no experimental de corte transversal la población y muestra se consideró infinita o desconocida obteniéndose una muestra de 68 clientes. Los resultados fueron: De acuerdo a los resultados obtenidos de la variable en estudio Calidad de servicio los clientes calificaron con un índice de logro del 0.63, está en un nivel de aceptación regular, por lo que los clientes están en un nivel regular de aceptación del servicio recibido, mostrando más de las empresas para poder estar satisfechos. Según la variable de satisfacción del cliente, los clientes están satisfechos en general calificando con un índice de logro del 0.68, se puede decir que los clientes de las mypes de este sector si están satisfechos por el producto y servicio obtenido. La conclusión fue: los clientes son leales y vuelven a consumir y adquirir estos servicios, un cliente satisfecho informa a las personas de su entorno que el restaurante es de excelente calidad, permitiendo que la empresa obtenga grandes beneficios.

Tafur (2019) en su investigación, *Calidad del servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Elizabeth Salón & Spa de la ciudad de Chachapoyas, 2017*, tuvo como objetivo principal; conocer la relación de la calidad del servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Elizabeth Salón & Spa; tomando como base temas generales sobre la calidad, el cliente, el servicio y la satisfacción del cliente; para con ello plantear estrategias en base al marketing mix, que permitan posicionar a la empresa y fidelizar a los clientes. El trabajo de investigación tiene como diseño la descriptiva transversal, y el método empleado es deductivo-inductivo, analítico-sintético, el estadístico y las técnicas de investigación como la entrevista y las encuestas y la lista de cotejos. Las encuestas fueron aplicadas a los clientes de la empresa Elizabeth Salón & Spa donde se destacó las relaciones costo precio, la calidad, la organización, el profesionalismo y el servicio post venta. Las entrevistas fueron aplicadas a la propietaria y al personal donde se conoció cómo los trabajadores se desenvuelven dentro de su clima laboral. En esta investigación, se analizaron cada pregunta del cuestionario y se representa en forma de figuras, para posteriormente plantear estrategias de marketing. Dentro de los resultados se aprecia la valoración que hacen los clientes a los atributos siendo estos en una escala de uno a diez, encontrando que la empresa fue valorada del 7 al 10; lo que demuestra que el cliente se encuentra satisfecho finalmente se plantean conclusiones destacando una para cada objetivo el cual presenta el análisis de la empresa, el perfil del cliente, el grado de satisfacción, y la propuesta del plan de mejora.

2.1.3 Antecedentes regionales y/o locales

Sánchez (2019) en su tesis, *Caracterización del financiamiento en la capacitación de la MYPE, sector servicio – rubro restaurant, caso: Las delicias del distrito de Imperial, provincia de Cañete, año 2019*, tuvo como objetivo principal; determinar las características del Financiamiento en la Capacitación de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Restaurant, caso: Las Delicias del Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, Año 2019. La metodología empleada fue; cualitativo de tipo Fenomenológico – Caso Único, nivel de investigación descriptivo, diseño no Experimental – Transversal, lo cual está determinada 01 MYPE, aplicando la técnica de la entrevista a través del instrumento de la guía de entrevista. En cuanto a los resultados obtenidos de la entrevista realizada al gerente de la empresa caso Las Delicias, se obtiene que estas se inclinan por el tipo de financiamiento interno para realizar capacitaciones de los diferentes rubros a su personal, el cual permite mejorar sus ingresos y utilidades, estas a su vez evalúan los recursos diferenciando la utilidad neta y los gastos operativos de dicha empresa. Es por eso que las ganancias obtenidas anualmente cubren directamente con los gastos de capacitaciones decir se financian con los ingresos propios. Por cual se concluye que se debe contar con financiamiento para sus capacitaciones implementando y desarrollando programas de capacitación ya que contribuye que el personal se identifique con los objetivos de la empresa.

Quispe (2017) en su tesis, *La capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la Av. Libertadores, del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, período 2015*, tuvo como objetivo principal; Determinar las características de la capacitación de las MYPE del sector servicios - rubro restaurante de la Av. Libertadores del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, período 2015, su metodología fue; de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental/transversal, para el recojo de información se escogió en forma dirigida una población de muestra de 06 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 15 preguntas a través de la técnica de la encuesta, sus resultados revelaron que; el 50% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, tienen la edad de 30 a 50, así como también el 33% tienen la edad entre 18 a 30 . El 67% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino. El 83% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen el grado de instrucción secundaria completa. El 83% de los encuestados respondieron que sus micro y pequeñas empresas tienen de 3 a 6 años de presencia en el mercado. El 100% respondieron que tienen de 03 a 06 trabajadores laborando. El 67% opinan que desean tener una buena rentabilidad. El 67% opinan que no tiene información sobre la importancia de la capacitación El 67% de los representantes manifiestan que no consideran que la capacitación les da una satisfacción y productividad a los colaboradores. El 83% no se capacitó en los últimos años. El 100 % manifiestan que la no capacita a su personal. El 67 % consideran que la capacitación es una inversión. El 83% de los representantes considera que no es relevante la capacitación para su MYPE.

Tang (2017) en su tesis, *La capacitación en las micro y pequeñas empresas del servicio – rubro hoteles, del jr. Bolognesi, del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2015*, tuvo como objetivo principal; determinar las características de la Capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro hoteles del distrito de San Vicente de Cañete, del Jr. Bolognesi, Provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2015, la metodología empleada fue; cuantitativa, nivel descriptivo, para el recojo de información estuvo dirigida a una muestra de 5 MYPEs en el rubro hoteles representando el 100% de la población, de las cuales se les aplico un cuestionario de 14 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, los resultados fueron; que el 60.0% tiene entre 40 a más años de edad, el 40,0% su estado civil es casado y del 80,0% su grado de instrucción es técnica. Respecto a las micro y pequeñas empresas: El 60,0% tienen de 04 a 06 años de actividad en el mercado. Respecto a la Capacitación: El 60,0 % recibió capacitación, han sido capacitados en Atención al Cliente. Y llegando a la conclusión que para los representantes legales de las MYPEs encuestadas la capacitación lo ven como una inversión para su empresa (100,0%), por el cual obtienen rentabilidad (100,0%). La conclusión más importante fue; que la mayoría de los representantes de las MYPE, han recibido capacitaciones, lo que desconocen es capacitación en gestión. Señalan que la capacitación es considerada como una inversión porque mejora el servicio a sus clientes.

Larico (2022) en su tesis *Programa AGB en la calidad de servicio en trabajadores de restaurantes de Cañete 2021*, tuvo como objetivo principal; determinar la influencia del programa AGB en la calidad de servicio en trabajadores de restaurantes de Cañete 2021. La metodología empleada fue; con enfoque cuantitativo y se utilizó el método hipotético deductivo, el tipo de investigación fue aplicada de diseño pre experimental, cuya muestra estuvo conformado por 25 trabajadores de restaurantes de la provincia de Cañete. Para recolectar los datos se utilizó el instrumento adaptado de la variable calidad de servicio. Este instrumento cuenta con validez de expertos. Para trabajar la confiabilidad se realizó una prueba piloto obteniendo como resultado de confiabilidad de Alfa de Cronbach de ,865. Los resultados de la presente investigación evidenciaron que la variable calidad de servicio obtuvo un $p_valor= 0,005$, que implica que los datos del Pretest y Postest tienen una diferencia estadísticamente significativa. Por lo tanto, se concluye que, se rechaza la hipótesis nula, lo que significa que el programa AGB influye en la calidad del servicio en los trabajadores de restaurantes de Cañete 2021.

Lobaton (2019) en su tesis, *Calidad de servicio y rentabilidad de la mype del sector servicio, caso restaurante "El Piloto", distrito de San Luis, provincia de Cañete, año 2018*, tuvo como objetivo principal; Determinar la relación de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018, la metodología empleada fue; con enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal y correlacional. Con la aplicación de un cuestionario bajo la técnica de encuesta, que se realizó a 376 clientes. Los resultados revelaron que; los servicios brindados por el restaurante “EL PILOTO” son buenos considerando en un 63.3% y un nivel regular con 36.7% ya que ellos emplean apropiadamente los elementos tangibles como los materiales de comunicación para ofertar sus productos a los clientes, mostrándose con buena capacidad de respuesta en la atención y entrega de pedidos en los tiempos prometidos, mostrándose por consiguiente credibilidad en los precios establecidos, además brinda atención individualizada, comprensión a sus necesidades, profesionalismo y cortesía durante la atención. Por lo tanto, se concluye que la calidad de servicio y rentabilidad es buena en el restaurante “EL PILOTO”.

Huacho (2018) en su investigación, *Calidad de servicio y competitividad en la empresa de transportes Grupo Transani E.I.R.L, Mala, Cañete, 2018*, tuvo como objetivo principal; determinar la relación entre la calidad de servicio y la competitividad en la empresa de transportes Grupo Transani E.I.R.L., Mala, Cañete, 2018. La metodología empleada fue de tipo descriptivo-correlacional entre las variables calidad de servicio y competitividad, la población son 384 clientes y una muestra de 108 clientes; el instrumento que se aplicó para la recolección de datos fue la técnica de la encuesta, los cuales fueron validados por 3 jueces expertos. Los resultados se obtuvieron mediante el análisis de R de Pearson 0.844 y significancia ($p=0,000<0.05$), por lo tanto, se aceptó la hipótesis alterna; donde la calidad de servicio se relacionó significativamente con la competitividad. En conclusión, la empresa Grupo Transani E.I.R.L. tiene que mejorar en aspectos como la fiabilidad, capacidad de respuesta y elementos tangibles, ya que los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los clientes nos dieron como resultado datos en su mayoría negativos que por ende terminan influyendo en los diferentes aspectos relacionados a la cadena de valor, diferenciación y selección de competidores que no permiten a la empresa ser competitiva. Finalmente, se realizó recomendaciones que empresa tendrá que tomar en cuenta para posteriormente generar estrategias enfocadas a mejorar la calidad de servicio que brinda la empresa a sus usuarios, de tal manera que esto le permite posicionarse en el mercado, diferenciarse de sus competidores y por lo tanto lograr tener competitividad en el mercado.

2.2. Bases teóricas de la investigación

6.2.1. La capacitación

La capacitación es el proceso en el que se desarrolla cualidades en el talento del potencial humano, preparándolos con la finalidad que logren ser productivos y contribuyan al logro de los objetivos organizacionales. La finalidad de la capacitación es influir en el comportamiento de los trabajadores para aumentar su eficiencia y eficacia en el logro de las actividades diarias en una determinada organización (Chiavenato, 2017).

Es definida también como proceso transferir información a los colaboradores con la finalidad de enseñar a los trabajadores las habilidades básicas que requieren para desempeñar sus labores acertadamente (Chiavenato, 2017).

La capacitación es considerada también como los conocimientos y experiencias aprendidas previamente que producen un cambio consistente para mejorar sus capacidades y habilidades para desempeñar una serie de actividades en una organización. (Chiavenato, 2017).

El proceso educativo a corto plazo se aplicará de manera progresiva y sistemática para lograr que los subordinados adquieran conocimientos, actitudes y aptitudes con el propósito de cumplir con los objetivos establecidos organizacionalmente (Chiavenato, 2018).

Todas las personas tienen una maravillosa capacidad para desarrollar y adquirir información y esta capacidad debería ser aprovechada. Los procesos de aprendizaje de las personas en general tienen una relación directa con la educación (Chiavenato, 2018).

La educación es una necesidad de todo ser humano de exteriorizar su potencial humano, cualquier modelo de formación, capacitación, entrenamiento, educación debería garantizar la posibilidad de ejecutar todo lo que el hombre podría realizar al utilizar su potencial y talentos innatos o adquiridos (Chiavenato, 2017).

Desarrollar el potencial humano no significa que debemos brindarles toda la información para que aprendan y puedan utilizar lo aprendido para que mejoren la ejecución de sus labores, sino que, significa otorgarles datos información básica para incorporen a su vida diaria nuevas actitudes, ideas, conceptos con la finalidad de adoptar hábitos nuevos que permitirán posteriormente ser eficaces y eficientes en cada tarea y actividad que se le designe (Chiavenato, 2018).

El proceso de desarrollo del potencial humano tiene tres estratos que se superponen; la capacitación, el desarrollo de personas y el desarrollo de la organización, los primeros estratos son los más bajos y refieren sobre el aprendizaje individual y la forma en que lo hacen, el desarrollo organizacional es un estrato amplio porque refiere a la forma en que las empresas en su nivel global se desarrollan y aprenden puesto que, deben adaptarse al cambio y la innovación constante por el mismo ambiente en el que se encuentran. Los procesos de aprendizaje y desarrollo deberían tener un enfoque moderno puesto que, al igual que el mundo empresarial evoluciona, la forma de aprender y desarrollarse también, se debería ajustar a un modelo planificado, asimismo, debe formar parte de la cultura organizacional el aprendizaje y la capacitación con actitud positiva y visión a largo plazo (Chiavenato, 2018).

La capacitación tiene una estrecha relación con el conocimiento, puesto que, en el mundo moderno el conocimiento es el recurso más importante e indispensable, entonces la productividad del conocimiento es la llave del desarrollo. Peter Drucker manifiesta que los ejecutivos actuales son los responsables de realizar que el conocimiento sea productivo, en otras palabras, se trata de un desafío a nivel organizacional el cual es ideal siempre y cuando sea útil para el logro de los objetivos (Chiavenato, 2017).

Es decir, la información solo será productivo cuando se practica para obtener resultados mejorando, agregando valor y generando riqueza, en el mundo actual donde la información se encuentra en un solo clic las personas que profundizan rápidamente estos datos son las que sobresalen de la mayoría aprovechando mejor las oportunidades.

Las personas son el principal activo de las organizaciones, por lo que se ha convertido en un aspecto de vital importancia para el éxito de un negocio y la causa de que muchas organizaciones fracasen.

El proceso de capacitación

La capacitación tiene un proceso de cuatro etapas las cuales son:

1. *El diagnóstico.* Consiste en realizar un listado considerando las carencias de capacitación que deben ser satisfechas.
2. *El diseño.* Consiste en elaborar una planificación de la capacitación en el que el objetivo principal sea satisfacer las necesidades antes identificadas.
3. *La implantación.* Consiste en dirigir y realizar el programa planificado de capacitación.
4. *La evaluación.* Consiste en comparar los resultados obtenidos con lo planificado.

Dimensiones de la variable

Transmisión de información. Consiste en aumentar el conocimiento de los colaboradores esta debe ser referente a la organización, los productos o servicios que ofrece, políticas reglas, clientes, público potencial, etc (Chiavenato, 2018).

Desarrollar habilidades. Consiste en mejorar las destrezas y habilidades innatas de los colaboradores y prepararlos para desarrollar las actividades de la organización (Chiavenato, 2018).

Desarrollar actitudes. Consiste en desaprender, es decir modificar comportamiento y conductas negativas a conductas positivas para el logro de los objetivos (Chiavenato, 2018).

6.2.2. Calidad de servicio

La calidad de servicio empezó a estudiarse en 1985 en el que se hace énfasis en los servicios puesto que presenta una gran problemática, ya que tiene tres características que se distinguen ampliamente de los productos (Elena, Quiñones, y Luzángela, 2014).

Intangibilidad

Es la cualidad que no se puede contabilizar, inventariar, medir o probar antes de entregarlos a los clientes teniendo la certeza de asegurar su calidad.

Heterogeneidad

Una gran parte de los servicios especialmente en las que los colaboradores tienen relación directa son heterogéneos puesto que, el desempeño va a variar de proveedor a proveedor, de usuario a usuario, y de tiempo a tiempo. Existe una brecha en lo que la empresa pretende brindar a sus clientes a lo que realmente se brinda porque esta es casi personal y podría llegar a ser abismalmente diferente lo que se quiere brindar y lo que reciben los clientes (Elena, Quiñones, y Luzángela, 2014).

Inseparabilidad

La producción y el consumo de una gran parte de los servicios es inseparable, puesto que el servicio se entrega de manera intacta al cliente, aquí la calidad del servicio depende directamente de la interacción del personal de la empresa y los clientes (Elena, Quiñones, y Luzángela, 2014).

Parasuraman Zeithaml y Berry elaboraron un modelo de calidad en el servicio en el que se puede observar el constructo multidimensional.

Obteniendo como conclusión que las percepciones de calidad de los usuarios se ven directamente influenciadas por diferentes elementos (Gaps) que ocurren en el lado del oferente. Y

se propone la carencia de evaluar la naturaleza de la asociación entre la calidad del servicio percibido por el usuario y sus determinantes.

$$\text{Gap} = F(\text{Gap1}, \text{Gap2}, \text{Gap3}, \text{Gap4})$$

En donde:

Gap1: Diferencia entre las expectativas del cliente y las percepciones de la gestión de dichas expectativas.

Gap2: Diferencia entre la percepción de la gestión y las especificaciones de la calidad del servicio.

Gap3: Diferencia entre las especificaciones de calidad del servicio y el servicio actualmente entregado.

Gap4: Diferencia entre el servicio entregado y lo que es comunicado acerca del servicio a los clientes.

Gap5: Diferencia entre el servicio entregado y el servicio percibido.

En el modelo se identificaron los siguientes determinantes (Gaps), fiabilidad, sensibilidad, competencia, acceso, cortesía, comunicación, credibilidad, confianza, conocimiento del cliente, tangibilidad.

Dimensiones

Fiabilidad. Consiste en la habilidad para realizar el servicio de manera precisa y fiable.

Garantía. Consiste en el conocimiento y la cortesía de los colaboradores y su habilidad para expresar confianza.

Tangibilidad. Consiste en la apariencia del establecimiento y las instalaciones equipos, personal, etc.

Empatía. Consiste en la capacidad de ponerse en el lugar del cliente mediante la identificación de sus emociones y la atención personalizada.

Sensibilidad. Consiste en la disposición y apoyo a los clientes siendo siempre oportunos y atentos.

MYPES

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria SUNAT conceptualiza a las micro y pequeñas empresas, en adelante llamadas MYPES como entidades fuentes de empleo y generador de economía que pueden ser constituidos como persona natural o jurídica, estas organizaciones pueden dedicarse a extraer, comercializar, manufacturar, productos o brindar atención a clientes, denominado servicios, asimismo, todos ellos están inscritos en REMYPE, aunque poseen diversas características y cualidades todas ellas se rigen por la ley MYPE, que es la ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, en donde está establecido la cantidad de colaboradores que debe tener una micro empresa que es de 10 trabajadores como máximo, asimismo, se especifica que la cantidad límite de ventas al año no puede superar 150 unidades impositivas tributarias, y las pequeñas empresas no pueden superar 1700 UIT al año y puede contar con un máximo de 100 colaboradores. La ley de promoción y formalización de las MYPES, fomenta el desarrollo y crecimiento integral facilitando el acceso a diversas ayudas y beneficios a los nuevos emprendedores que se encuentren registrados en REMYPE, con la finalidad de desarrollar un ambiente que contribuya al crecimiento del país (Espinoza, 2021).

Salón Spa

Magipo y Giovanna (2018) afirman que, los salones de belleza y spa son empresas dedicadas a mejorar la imagen de las personas, mediante la estilización de piel, uñas, cabello, entre otras actividades de valor para los clientes, asimismo, en este sector es fundamental la calidad de la atención a los usuarios.

Bases conceptuales

Calidad. Que tan bien se cumplieron las expectativas (Sánchez, 2016).

Capacitación. Desarrollo de conocimientos y aprendizaje significativo (Chiavenato, 2017).

Costo. Monto invertido en el programa de capacitación (Chiavenato, 2017).

Educación. Del latín educare, extraer, llevar, arrancar (Reyes, 2017).

Mype. Ente económico de tamaño micro o pequeño (Espinoza, 2021).

Rapidez. La forma en que se adapta a los desafíos (Chiavenato, 2017).

Resultados. Lo que se obtiene después de aplicar programas, planes, etc (Chiavenato, 2017).

Servicio. Lo que se brinda a un tercero (Elena, Quiñones, y Luzángela, 2014).

III. Hipótesis

En la presente investigación no se planteó hipótesis puesto que se empleó un enfoque descriptivo en el que no se pronosticó ningún hecho ni se buscó establecer relación entre las variables de estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

Por lo tanto, esta investigación titulada: *Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022*, no se consideró la formulación de la hipótesis, ya que fue un estudio de enfoque descriptivo.

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

La presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo porque se recolectó datos que sirvieron para ser analizados y contestar el enunciado del problema, asimismo, se aplicó técnicas de la estadística descriptiva que permitieron medir la variable y el instrumento de recopilación de datos (Ñaupas et al., 2018).

El presente estudio fue de nivel descriptivo, puesto que, permitió recopilar datos e información sobre las características, propiedades, y otros aspectos de las dimensiones de la variable (Ñaupas et al., 2018).

La presente investigación fue no experimental-transversal, no experimental porque no se manipuló la variable en estudio y sólo se observó a la variable para después analizarla, y fue de corte transversal porque se recolectaron los datos en un solo momento y en un único tiempo (Hernández y Mendoza, 2018).

4.2. Población y muestra

4.2.1 Población

La población es la totalidad de elementos, casos u objetos con características determinadas que se quiere estudiar tal como lo afirman (Hernández y Mendoza, 2018).

La población de la presente investigación estuvo conformada por los 6 colaboradores de la micro empresa “Salón Spa Romeita” en el Distrito De San Juan De Lurigancho en la región Lima en el año 2022.

4.2.2. Muestra

Hernández y Mendoza (2018), “La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (p. 206).

La muestra en la presente investigación estuvo conformada por el 100% de la población, es decir, la muestra fue censal, constituido por los 6 colaboradores de la micro empresa “Salón Spa Romeita” en el distrito De San Juan De Lurigancho en Lima en el año 2022.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
La capacitación	La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, que se aplica de manera sistemática y organizada, que permite a las personas aprender conocimientos, actitudes y competencias en función de objetivos definidos previamente (Chiavenato, 2017).	Analizar la capacitación mediante la transmisión de información y desarrollo de habilidades, actitudes.	Trasmisión de información	-Información de la organización.	1.¿Se brinda información de la organización?
				-Información de sus servicios.	2.¿Se le da a conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa?
				-Información de sus clientes.	3.¿Se le brinda información de sus clientes reales v potenciales?
				-Información de políticas, reglas y directrices	4.¿Se les brinda información respecto a las políticas, reglas y directrices de la empresa?
			Desarrollo de habilidades	-Manejo de herramientas y equipamiento.	5.¿A usted le brindan capacitación sobre el manejo de herramientas y equipamiento de la empresa?
				-Desarrollo de tareas	6.¿A usted le dan a conocer sobre el proceso de desarrollo de tareas en la empresa?
			Desarrollo de actitudes	-Cambio de actitudes	7.¿La empresa le brinda información sobre el cambio de actitudes negativas a positivas?
				-Concientización y Sensibilización	8.¿La empresa le ayuda a concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio?

Escala	Instrumento	Fuentes o Informantes
Ordinal	Cuestionario	6 colaboradores de la MYPE

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
La calidad del servicio	Es un constructo multidimensional en el que se establecen las diferencias entre las expectativas de los consumidores y sus percepciones del servicio que reciben (Duarte, 2015).	Analizar la calidad de servicio mediante la fiabilidad, garantía, tangibilidad, empatía y sensibilidad.	• Fiabilidad	-Habilidad.	9.¿La empresa brinda instrucción para mejorar sus conocimientos en la atención al cliente?
			• Garantía	-Conocimiento.	10.¿La empresa brinda capacitaciones o charlas para mejorar la habilidad para expresar confianza y cortesía a sus clientes?
				-Cortesía y habilidad.	11. ¿La empresa brinda instrucción para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas?
			• Tangibilidad	-Apariencia del local.	12.¿La apariencia de las instalaciones físicas de la empresa son las suficientemente limpias, seguras y confortables
				-Apariencia del personal	13.¿La apariencia física del personal de atención le transmite confianza?
			• Empatía	-Atención individualizada.	14.¿La empresa brinda información del proceso de la atención al cliente individualizado?
				-Comprensión de las emociones.	15.¿La empresa brinda información sobre como comprender las emociones y la comunicación no verbal de los clientes?
			• Sensibilidad	-Buena disposición	16.¿La empresa instruye a sus colaboradores haciendo énfasis en la buena disposición hacia los clientes?
				-Apoyo al cliente	17.¿La empresa capacita referente al apoyo y servicio oportuno a sus clientes?

Escala	Instrumento	Fuentes o Informantes
Ordinal	Cuestionario	6 colaboradores de la MYPE

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnica

En la presente investigación se empleó como técnica a la encuesta porque permitió obtener resultados numéricos que facilitaron el desarrollo de tablas y gráficos estadísticos (Arias, 2020).

4.4.2 Instrumento

Se utilizó al cuestionario como instrumento de recopilación de datos que consistirá en un conjunto de preguntas enumeradas y una serie de posibles respuestas, que permitieron lograr el objetivo principal de este estudio que es la recopilación de datos de las variables tal como afirma (Arias, 2020).

4.5 Plan de análisis

El procedimiento a seguir para la recopilación de datos fue de la siguiente manera: en primer lugar, se redactó una carta dirigida al propietario o representante legal de la micro empresa “Salón Spa Romeita”, Distrito De San Juan De Lurigancho, Lima, 2022, en el que se solicitó la autorización para realizar la investigación, en segundo lugar, se solicitó la aceptación del consentimiento informado a los colaboradores del “Salón Spa Romeita”, y se aplicó el cuestionario piloto para comprobar la confiabilidad y validez del cuestionario, luego se llevó a cabo el recojo de información de campo, al finalizar la recopilación se procedió a realizar el análisis e interpretación de la información obtenida empleando como procesador de datos a la hoja de cálculo de Excel 2017

4.6 Matriz de consistencia

Título: Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito De San Juan De Lurigancho, Lima, 2022

Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología			
			Población y muestra	Método	Técnica e instrumentos	Plan de análisis
<p>Problema general: ¿Cuáles son las principales características de la capacitación en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022?</p>	<p>Objetivo general: Describir las principales características de la capacitación en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.</p> <p>Objetivos específicos: 1.Describir la transmisión de información en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022. 2.Determinar el desarrollo de habilidades en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022. 3.Conceptualizar el desarrollo de actitudes en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022. 4. Detallar las características de la calidad de servicio de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.</p>	<p>No se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva</p>	<p>Población: Está formado por 6 colaboradores de la MYPE salón Spa Romeita.</p> <p>Muestra: Mi muestra la totalidad de mi población</p>	<p>Diseño: No experimental-transversal</p> <p>Nivel: Descriptivo.</p>	<p>La técnica que se utilizó para el recojo fue la encuesta El instrumento fue el cuestionario elaborado por 17 preguntas</p>	<p>Se utilizó los siguientes programas informáticos: Microsoft Word Microsoft Excel Microsoft PowerPoint PDF El Turniting</p>

4.7 Principios éticos

En el presente estudio, titulado caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito De San Juan De Lurigancho, Lima, 2022, se consideró los principios éticos del código de ética para la investigación, versión 004 de la ULADECH.

1. ***Principio de protección a las personas***, en el desarrollo de este estudio se elaboró el protocolo de consentimiento informado, el mismo que se entregó a los 6 colaboradores que conforman la muestra con la obtención de la firma de dicho documento fundamental se obtuvo la aceptación de formar parte de este estudio, en el consentimiento informado se detalló el objetivo principal de este estudio que fue la de recoger información de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito De San Juan De Lurigancho, Lima, 2022, del mismo modo, se especificó que no se vulnerará el derecho a la privacidad, y que en todo momento se respetará el derecho a la confidencialidad de la información a recopilar, asimismo, el producto de la investigación será utilizado exclusivamente para los fines de la investigación y serán respetados, finalmente, antes de comenzar con el trabajo de campo se solicitó al representante legal o propietario de la micro y pequeña empresa autorización mediante una carta que permitió desarrollar en dicho ente el estudio.
2. ***Principio de beneficencia y no maleficencia***, la presente investigación por su naturaleza no representó ningún riesgo para los colaboradores ni para el estudiante por lo que, en el trabajo de campo se comunicó a los participantes que se buscará la maximización de los beneficios para el estudio, sin vulnerar ninguno de los derechos fundamentales.

3. ***Principio de justicia***, al comienzo del trabajo de campo se solicitó a los colaboradores que revisen y lean detenidamente el cuestionario, asimismo, que respondan sin omitir pregunta alguna, el fin de evitar que se anule el instrumento de recopilación de información o el relleno deliberado del cuestionario, con la finalidad de evitar sesgos en este estudio. Como investigador no presente ninguna limitación referente a habilidades, capacidades y conocimientos para desarrollar esta investigación, los conocimientos de las variables en estudio fueron fortalecidos con la revisión de la literatura actual.
4. ***Principio de integridad científica***, en el desarrollo de este estudio se procedió con honestidad, sin manipular información alguna, y no se firmó documento alguno, ni los protocolos ni la carta de autorización y mucho menos se respondió el cuestionario, todo esto para lograr cumplir con los requerimientos pertinentes de este estudio. Al no presentarse conflictos de interés en el proceso de la investigación estos no fueron declarados para ser solucionados, por lo que no afectó el proceso o comunicación de los resultados.
5. ***Principio de libre participación y derecho a estar informado***, antes de empezar el trabajo de recopilación de datos, se solicitó la aceptación del protocolo del consentimiento informado a los 6 colaboradores de la micro empresa salón Spa Romeita, en el mismo se evidenció la voluntad de ser parte la investigación, y se les comunicó que cualquier duda que presenten respecto a la investigación serán absueltas oportunamente.
6. ***Principio de cuidado del medio ambiente y la biodiversidad***, la muestra de este estudio fueron el 100% de colaboradores de la micro empresa salón Spa Romeita, por lo que no se evaluó ni declaró, daños, perjuicios ni beneficios al medio ambiente, animales ni plantas.

V.Resultados

5.1 Resultados

Tabla 1

Describir la transmisión de información en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Se brinda información de la organización	N	%
De acuerdo	2	33.33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	33.33
En desacuerdo	2	33.33
Total	6	100.0

Se le da conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa	N	%
De acuerdo	6	100.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Total	6	100.0

Se brinda información de sus clientes reales y potenciales	N	%
De acuerdo	1	16.67
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	83.33
En desacuerdo	0	0.00
Total	6	100.0

Se le brinda información respecto a las políticas reglas y directrices de la empresa	N	%
De acuerdo	6	100.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Total	6	100.0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeña empresa del sector servicio rubro salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022

Tabla 2

Determinar el desarrollo de habilidades en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

A usted le brindan capacitación sobre el manejo de las herramientas y equipamiento de la empresa	N	%
De acuerdo	5	83.33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	16.67
En desacuerdo	0	0.00
Total	6	100.0

A usted le dan a conocer sobre el proceso de desarrollo de tareas en la empresa	N	%
De acuerdo	6	100.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Total	6	100.0

Tabla 3

Conceptualizar el desarrollo de actitudes en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

La empresa brinda información sobre el cambio de actitudes negativas a positivas	N	%
De acuerdo	2	33.33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	33.33
En desacuerdo	2	33.33
Total	6	100.0

La empresa ayuda concienciar y sensibilizar con los clientes para brindar un mejor servicio	N	%
De acuerdo	2	33.33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	33.33
En desacuerdo	2	33.33
Total	6	100.0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeña empresa del sector servicio rubro salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Tabla 4

Detallar las características de la calidad de servicio de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

La empresa brinda instrucciones para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas	N	%
De acuerdo	4	66.67
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	33.33
En desacuerdo	0	0.00
Total	6	100.0

La empresa brinda instrucción para mejorar sus conocimientos en atención al cliente	N	%
De acuerdo	2	33.33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	66.67
En desacuerdo	0	0.00
Total	6	100.0

La empresa brinda capacitaciones o charlas para mejorar la habilidad, para expresar confianza y cortesía en sus clientes	N	%
De acuerdo	2	33.33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	4	66.67
Total	6	100.0

La apariencia de las instalaciones físicas de la empresa son las suficientemente limpias, seguras y confortables	N	%
De acuerdo	6	100.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Total	6	100.0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeña empresa del sector servicio rubro salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022

La apariencia física del personal de atención transmite confianza	N	%
De acuerdo	6	100.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Total	6	100.0

La empresa brinda información del proceso de la atención al cliente individualizado	N	%
De acuerdo	1	16.67
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	16.67
En desacuerdo	4	66.67
Total	6	100.0

La empresa brinda información sobre como comprender las emociones y la comunicación no verbal de los clientes	N	%
De acuerdo	2	33.33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	4	66.67
Total	6	100.0

La empresa instruye a sus colaboradores haciendo énfasis en la buena disposición hacia los clientes	N	%
De acuerdo	2	33.33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	66.67
En desacuerdo	0	0.00
Total	6	100.0

La empresa capacita referente al apoyo y servicio oportuno a sus clientes	N	%
De acuerdo	2	33.33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	4	66.67
Total	6	100.0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeña empresa del sector servicio rubro salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022

5.2 Análisis de resultados

Referente al objetivo específico 01: *Describir la transmisión de información en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.*

Referente a si la empresa brinda información de la organización a sus trabajadores el 33,3% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda información a los colaboradores sobre su organización, este resultado contrasta con Yarleque (2019) quien afirma que, el 100% de colaboradores considera que son aptos para poder desempeñar muy bien su trabajo debido a la información que le brinda la empresa en el que trabajan. Esto demuestra que, si las organizaciones se empeñan en brindar información y orientar a sus trabajadores obtendrán resultados positivos.

Referente a si la empresa caso en estudio da a conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa el 100,0% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que se les brinda información detallada de los servicios que brinda, este resultado coincide con Lizana (2020) quien afirma que, el 50% de colaboradores afirman que si se brinda capacitación referente a lo que ofrece la empresa. Este resultado demuestra que, las organizaciones deberían brindar más información sobre sus productos o servicios.

Referente a si la empresa brinda información de sus clientes reales y potenciales el 83,3% de colaboradores afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, este resultado coincide Lizana (2020) quien manifiesta que, el 35% de los colaboradores de la MYPE del sector servicios rubro hotelería, Montecarlo Suits Hotel, consideran que la empresa realiza capacitaciones con expertos sobre los clientes reales y potenciales. Este resultado revela que, es fundamental orientar a los colaboradores sobre los usuarios con la finalidad de ofrecer una mejor calidad de servicio.

Referente a si la organización caso en estudio brinda información respecto a las políticas, reglas y directrices de la empresa, el 100,0% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda dicha información, este resultado coincide con Yarleque (2019) quien afirma que, el 100% de colaboradores conoce muy bien las funciones del área de trabajo debido a que la organización brinda información y orientación de lo que engloba la empresa. Este resultado evidencia que, si se orienta a los colaboradores eficientemente se obtendrá resultados favorables para la organización.

Referente al objetivo específico 02: *Determinar el desarrollo de habilidades en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.*

Referente a si la empresa brinda capacitación sobre el manejo de herramientas y equipamiento de la empresa, el 83,3% de colaboradores afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, en que la empresa brinda capacitación sobre el manejo de las herramientas y equipamiento de la empresa, este resultado coincide con Yarleque (2019) quien manifiesta que, el 57% de colaboradores considera que tiene un bajo desempeño laboral debido a la baja capacitación sobre herramientas de trabajo. Este resultado revela que, la escasa capacitación referente al manejo de los instrumentos y herramientas de trabajo afectará negativamente a la organización.

Respecto a si la empresa da a conocer sobre el proceso de desarrollo de tareas en la empresa, el 100,0% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa les da a conocer sobre el proceso de desarrollo de tareas en la empresa. Este resultado revela que, la organización se encuentra en proceso de mejora continua en los elementos más importantes de la capacitación. Mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

Referente al objetivo específico 03: *Conceptualizar el desarrollo de actitudes en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.*

Respecto a si la empresa le brinda información sobre el cambio de actitudes negativas a positivas, el 33,3% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda información sobre el cambio de actitudes negativas a positivas, el 33,3. Estos resultados revelan que, la organización en estudio no orienta ni brinda información de cómo cambiar las actitudes negativas a positivas que posteriormente les traerá dificultades en el desarrollo de sus actividades, mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

Respecto a si la organización ayuda a sus colaboradores a concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio, el 33,3% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la brinda información. Este resultado revela que, la organización en estudio no ayuda a sus trabajadores a concientizarse ni sensibilizarse sobre el manejo de emociones y empatía, trayendo consecuencias negativas e impactando en las ganancias, mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

Respecto a si la empresa brinda instrucción para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas, el 66,7% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda instrucciones para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas. Este resultado demuestra que, la empresa está contribuyendo positivamente para la mejora de la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

Referente al objetivo específico 04: *Detallar las características de la calidad de servicio de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.*

Respecto a si la empresa brinda instrucción para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas, el 66,7% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda instrucciones para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas, el 33,3% de colaboradores afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que lo mencionado en líneas anteriores, mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

Respecto a si la empresa brinda instrucción para mejorar sus conocimientos en la atención al cliente, el 66,67% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda instrucción para mejorar sus conocimientos en atención al cliente, el 33,3% de colaboradores afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que lo mencionado en líneas anteriores, mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

Respecto a si la empresa la empresa brinda capacitaciones o charlas para mejorar la habilidad para expresar confianza y cortesía a sus clientes, el 66,67% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda capacitaciones o charlas para mejorar la habilidad para expresar confianza y cortesía en a clientes, el 33,3% de colaboradores afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que lo mencionado en líneas anteriores, mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

Respecto a si la apariencia de las instalaciones físicas de la empresa son las suficientemente limpias, seguras y confortables, el 100,0% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa la apariencia de las instalaciones físicas de la empresa son las suficientemente limpias, seguras y confortables, mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

Respecto a si la empresa brinda información del proceso de la atención al cliente individualizado, el 66,7% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda información del proceso de la atención al cliente individualizado, el 16,6% de colaboradores afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que lo mencionado en líneas anteriores y finalmente el 16,6% de los encuestados afirmaron no estar de acuerdo con que la empresa brinda información adicional, mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

Respecto a si la empresa brinda información sobre como comprender las emociones y la comunicación no verbal de los clientes, el 66,7% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda información del proceso de la atención al cliente individualizado, el 16,6% de colaboradores afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que lo mencionado en líneas anteriores y finalmente el 16,6% de los encuestados afirmaron no estar de acuerdo con que la empresa brinda información adicional, mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

Respecto a si la empresa instruye a sus colaboradores haciendo énfasis en la buena disposición hacia los clientes, el 66,7% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa brinda información sobre como comprender las emociones y la comunicación no verbal de los clientes, el 33,3% de colaboradores afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que lo mencionado en líneas anteriores, mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

Respecto a si la empresa capacita referente al apoyo y servicio oportuno a sus clientes, el 66,7% de colaboradores afirmaron estar de acuerdo que la empresa capacita referente al apoyo y servicio oportuno a sus clientes, el 33,3% de colaboradores afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que lo mencionado en líneas anteriores, mis resultados no contrastan con mis antecedentes.

VI. Conclusiones

La transmisión de información en los colaboradores de la micro empresa en estudio, es carente, ya que, la organización brinda poca información referente a la empresa, los servicios que ofrecen, clientes potenciales y reales y menos sobre las políticas, reglas y directrices en los que se cimienta la MYPE causando la ineficiencia e ineficacia en sus procesos.

El desarrollo de habilidades en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, es inexistente, puesto que, la empresa no brinda capacitación sobre el manejo de herramientas, equipamiento de la empresa, por tratarse de una micro empresa que ofrece servicios es fundamental que se refuerce este elemento para que la empresa pueda ofrecer mejor calidad en sus servicios.

El desarrollo de actitudes en los colaboradores de la micro empresa “Salón Spa Romeita” es carente, puesto que, no se brinda orientación sobre el cambio de actitudes negativas a positivas de los colaboradores y tampoco contribuyen a la concienciación y sensibilización de sus trabajadores causando así una mala calidad de servicio.

La calidad de servicio en la empresa en estudio, es positiva ya que, la empresa brinda capacitaciones y charlas para mejorar la habilidad de confianza y cortesía, las instalaciones físicas de la empresa son limpias, seguras y confortables, la apariencia del personal de atención al cliente transmite confianza y brindan atención individualizada, sin embargo, existe una brecha y posibilidad de mejora de la calidad de su servicio.

Recomendaciones

Se recomienda al gerente de la micro empresa “Salón Spa Romeita” transmitir información a sus colaboradores, respecto a la empresa y sus aspectos más relevantes tales como; información de la organización esta debe incluir su filosofía empresarial, misión, visión, política de calidad, entre otros, del mismo modo, debería brindar información de los servicios que ofrece y de sus clientes reales y potenciales, con la finalidad de que los colaboradores puedan desarrollar sus actividades con eficiencia y eficacia logrando mejorar la calidad de servicio que brinda la organización y poder obtener mayores ganancias.

Se recomienda al gerente de la micro empresa en estudio, desarrollar las habilidades de sus colaboradores mediante capacitaciones sobre el manejo adecuado de las herramientas y equipamiento, del mismo modo, brindar orientaciones sobre la forma en que debe realizarse cada servicio que brinda la empresa con la finalidad de ofrecer a los clientes un servicio de calidad.

Se recomienda al gerente de la micro empresa “Salón Spa Romeita” capacitar a sus trabajadores referente al desarrollo de las actitudes incluyendo el cambio de actitudes negativas a positivas y la concientización y sensibilización a los colaboradores, con la finalidad de lograr mejorar el vínculo de confianza con los clientes y crear lazos duraderos de comunicación fluida.

Se recomienda al gerente de la micro empresa en estudio que capaciten a sus colaboradores referente a la calidad de servicio que se brinda en su Spa, debido a que existe una brecha en la que se puede mejorar referente a la empatía y la comprensión de las emociones de los clientes, asimismo, mejorar la disposición hacia los clientes atendiendo mejor a sus peticiones y solicitudes, y finalmente referente al apoyo y servicio oportuno para con sus usuarios.

Referencias bibliográficas

- Arias, J. L. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación*.
- Chiavenato, I. (2017). *Administracion De Recursos Humanos*. Mexico: Mcgraw-Hill Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Chiavenato, I. (2018). Gestión del talento humano. El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. Mexico: Mcgraw-Hill. Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Changuán, M. P. O. (2020). Capacitación del talento humano y productividad: Una revisión literaria. *Eca sinergia*, 11(2), 166-173.
- Condori, M. E. (2020). Gestión de calidad en atención al cliente de las MYPES sector comercio, rubro venta de calzado deportivos, mercado 24 de octubre, Juliaca 2019. Juliaca. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/26137>
- Córdova, T. M. (2019). Caracterización de la calidad de servicio y la capacitación del personal de las MYPES, sector servicio, rubro hospedaje, en el distrito tumbes, 2019. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/14996>
- Duarte, J. (2015). Revisión de Corrientes Principales y Propuestas para Investigación Futura. *Calidad de servicio*, 3-8.
- Espinoza, P. (2021, February 18). ¿QUÉ SON LAS MYPES? <https://www.perucontable.com/empresa/que-son-las-mypes/>
- Estrada, M. C. (2020). Caracterización de la calidad de servicio y satisfaccion del cliente, en las mypes sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de la Cruz, 2018. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/17626>
- Elena, M., Quiñones, V., & Luzángela, A. D. V. (2014). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas* (Vol. 3). Universidad de la Sabana.

- Gavilánez, M. I., Espín, M. E., & Arévalo Palacios, M. (2018). "Impacto de la gestión administrativa en las PYMES del Ecuador. Observatorio de la economía latinoamericana, (Julio).
- Hernández, R., y Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 11). Mc Graw Hill.
- Huacho, G. I. (2018). Calidad de servicio y competitividad en la empresa de transportes Grupo Transani E.I.R.L, Mala, Cañete, 2018. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/865>
- Larico, B. N. (2022). Programa AGB en la calidad de servicio en trabajadores de restaurantes de Cañete 2021. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/86621>
- León, P. K., & Saldaña, D. S. (2021). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Rock'os Café, Cajamarca, 2021. Cajamarca, Perú: <http://repositorio.upagu.edu.pe/>
- Lizana, R. M. (2020). Caracterización de la capacitación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio Hoteles: caso Montecarlos Suits, hotel en el distrito la Victoria, Lima 2019. Cañete, Perú: <https://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Lobaton, A. M. (2019). Calidad de servicio y rentabilidad de la mype del sector servicio, caso restaurante "El Piloto", distrito de San Luis, provincia de Cañete, año 2018. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/15052>
- Magipo, R., & Giovanna, L. (2018). Caracterización de la capacitación en atención al cliente en la MYPE del sector servicios rubro salones de belleza caso: Junior Cesar Salón & Spa del distrito de San Vicente 2018. Uladech.
- Montalban, M. J. (2016). Caracterización de la capacitación y calidad del servicio en las mypes rubro transporte de pasajeros Ciudad de Tumbes, 2016. Uladech.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., y Romero, H. (2018). Metodología de la investigación. Ediciones de la U. <https://drive.google.com/file/>

- Palma, d. E., & Ruiz, C. V. (2017). Propuesta de un plan de capacitación para el desarrollo organizacional en la Municipalidad distrital de Tuman. 2017. Pimentel, Perú: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/>
- Picay, M. Y. (2020). Gestión de calidad en el servicio al cliente de las pymes comercializadoras. Una mirada en Ecuador. Ecuador: <https://dialnet.unirioja.es/>
- Pretell, G. S. (2021). Calidad del servicio y satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías, en el distrito La Cruz, año 2021. Tumbes, Perú: <https://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Quispe, L. C. (2017). La capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la Av. Libertadores, del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, período 2015. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/486>
- Ríos, R. (2017). Metodología para la investigación y redacción.
- Sánchez, I. Y. (2016). Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros–rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016. Uladech.
- Sánchez, A. A., & Bañón, A. R. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las Pyme industriales en España. *Universia Business Review*, (8), 38-51.
- Sánchez, E. L. (2017). Evaluación de la calidad al servicio al cliente en el estaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa. Sacapa, Guatemala: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/>
- Sánchez, F. D. (2019). Caracterización del financiamiento en la capacitación de la MYPE, sector servicio – rubro restaurant, caso: Las delicias del distrito de Imperial, provincia de Cañete, año 2019. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/13777>
- Tafur, S. S. (2019). Calidad del servicio y nivel de satisfacción del cliente en la empresa Elizabeth Salón y Spa, de la ciudad de Chachapoyas, 2017. Chachapoyas, Perú:

<https://repositorio.untrm.edu.pe/>

Tang, J. V. (2017). La capacitación en las micro y pequeñas empresas del servicio – rubro hoteles, del jr. Bolognesi, del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2015. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/859>

Yarleque, T. A. (2019). Caracterización de la capacitación y la calidad de servicio al cliente de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de Tumbes, 2018.

<https://hdl.handle.net/20.500.13032/8267>

Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

Cronograma de actividades																	
N°	Actividades	Año 2022								Año 2023							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto.	x	x	x	x												
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación.				x												
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación.				x												
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación.				x												
5	Mejora del marco teórico y metodológico.					x											
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de información.						x										
7	Elaboración del consentimiento informado (*).						x										
8	Recolección de datos.							x									
9	Presentación de resultados.								x								
10	Análisis e interpretación de los resultados.								x	x							
11	Redacción del informe preliminar.										x						
12	Revisión del informe final del proyecto por el jurado de investigación.											x	x				
13	Aprobación del informe final del proyecto por el jurado de investigación.													x	x		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación.															x	
15	Redacción de artículo científica.																x

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto Desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Numero	Total(S/.)
Suministros (*)			
- Impresiones	0.10	10	1.00
- Fotocopias	0.05	100	5.00
- Empastado	20.00	3	60.00
- Papel Bond A-4 (500 Hojas)	0.10	10	1.00
- Lapiceros	1.00	4	4.00
Servicios			
- Uso de turnitin	50.00	2	100.00
- Internet	30.00	4	120.00
Sub total			
Gastos de viaje			
- Pasajes para recolectar información.	1.00	5	5.00
Sub total			
Total, de presupuesto desembolsable.			296.00
Presupuesto No Desembolsable Universidad			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/.)
Servicios			
- Uso de internet (laboratorio de aprendizaje digital - LAD).	30.00	4	120.00
- Búsqueda de información en base de datos.	35.00	2	70.00
- Soporte informático (módulo de investigación del ERP University - MOIC).	40.00	4	160.00
- Publicación de artículo en repositorio institucional.	50.00	1	50.00
Sub total			
Recurso humano			
- Asesoría personalizada (5 horas semanales).	63.00	4	252.00
Sub total			
Total, de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			948.00

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Cuestionario

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los clientes de una micro empresa desarrollar la investigación titulada: Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito De San Juan De Lurigancho, Lima, 2022.

Para obtener el título profesional de licenciada en administración.

Instrucciones:

Se presenta un conjunto de ítems, los cuales miden las dimensiones de la caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito De San Juan De Lurigancho, Lima, 2022. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en este cuestionario.

Información general
¿Cuántos años tiene?
Genero a) Femenino b) Masculino
Grado de educación a) Secundaria completa b) Superior no universitario c) Superior universitaria

N°	Ítems	Escala		
Variable 1: La capacitación				
Dimensión 1: Transmisión de información		De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
1	¿Se le brinda información de la organización?			
2	¿Se le da a conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa?			
3	¿Se le brinda información de sus clientes reales y potenciales?			
4	¿Se le brinda información respecto a las políticas, reglas y directrices de la empresa?			
Dimensión 2: Desarrollo de habilidades		De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
5	¿A usted le brindan capacitación sobre el manejo de herramientas y equipamiento de la empresa?			
6	¿A usted le dan a conocer sobre el proceso de desarrollo de tareas en la empresa?			
Dimensión 3: Desarrollo de actitudes		De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
7	¿La empresa le brinda información sobre el cambio de actitudes negativas a positivas?			
8	¿La empresa le ayuda a concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio?			
ÍTEMS ESCALA				
Variable 2: Calidad de servicio				
Dimensión 1: Fiabilidad		De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
1	¿La empresa brinda instrucción para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas?			

Dimensión 2: Garantía		De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
2	¿La empresa brinda instrucción para mejorar sus conocimientos en la atención al cliente?			
3	¿La empresa brinda capacitaciones o charlas para mejorar la habilidad para expresar confianza y cortesía a sus clientes?			
Dimensión 3: Tangibilidad		De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
4	¿La apariencia de las instalaciones físicas de la empresa son las suficientemente limpias, seguras y confortables?			
5	¿La apariencia física del personal de atención le transmite confianza?			
Dimensión 4: Empatía		De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
6	¿La empresa brinda información del proceso de la atención al cliente individualizado?			
7	¿La empresa brinda información sobre como comprender las emociones y la comunicación no verbal de los clientes?			
Dimensión 5: Sensibilidad		De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
8	¿La empresa instruye a sus colaboradores haciendo énfasis en la buena disposición hacia los clientes?			
9	¿La empresa capacita referente al apoyo y servicio oportuno a sus clientes?			

Anexo :04 Validación por juicio de expertos

I. Título de la investigación

Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022

II. Tesista

Romero Vargas Fiorela Ivett

III. Decisión

Después de haber revisado el cuestionario, SE PROCEDIÓ A VALIDARLO, teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

Aprobado: Si



Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos
LICENCIADA EN ADMINISTRACION
CLAD N° 01359

Fecha: 10 de enero 2023

DNI N° 33263862

Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación

I. Datos generales:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Morillo Campos, Yuly Yolanda
- 1.2. Grado Académico:** Magister en Administración Pública
- 1.3. Profesión:** Licenciada en Administración
- 1.4. Institución donde labora:** Independiente
- 1.5. Cargo que desempeña:** Gestión de Empresas
- 1.6. Denominación del instrumento:** Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento:** Romero Vargas Fiorela Ivett
- 1.8. Carrera:** Administración

Validación:

Ítems correspondientes al Instrumento 1 Capacitación

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Trasmisión de información							
1. ¿Se le brinda información de la organización?	X		X		X		
2. ¿Se le da conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa?	X		X		X		
3. ¿Se le brinda información de sus clientes reales y potenciales?	X		X		X		
4. ¿Se le brinda información respecto a las políticas, reglas y directrices de la empresa?	X		X		X		
Dimensión 2: Desarrollo de habilidades							

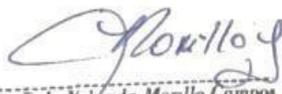
5. ¿A usted le brindan capacitación sobre el manejo de herramientas y equipamiento de la empresa?	X		X		X		
6. ¿A usted le dan a conocer sobre el proceso de desarrollo de tareas en la empresa?	X		X		X		
Dimensión 3: Desarrollo de actitudes							
7. ¿La empresa le brinda información sobre el cambio de actitudes negativas a positivas?	X		X		X		
8. ¿La empresa le ayuda a Concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio?	X		X		X		
Ítems correspondientes al Instrumento: Calidad del servicio							

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	

Dimensión 1: Fiabilidad							
1. ¿La empresa brinda instrucción para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas?	X		X		X		
Dimensión 2: Garantía							
2. ¿La empresa brinda instrucción para mejorar sus conocimientos en la atención al cliente?	X		X		X		
3. ¿La empresa brinda capacitaciones o charlas para mejorar la habilidad para expresar confianza y cortesía a sus clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: Tangibilidad							
4. ¿La apariencia de las instalaciones físicas de la empresa son las suficientemente limpias, seguras y confortables?	X		X		X		
5. ¿La apariencia física de personal de atención le transmite confianza?	X		X		X		
Dimensión 4: Empatía							
6. ¿La empresa brinda información del proceso de la atención al cliente individualizado?	X		X		X		
7. ¿La empresa brinda información sobre como comprender las emociones y la	X		X		X		

comunicación no verbal de los clientes?							
Dimensión 5: Sensibilidad							
8. ¿La empresa instruye a sus colaboradores haciendo énfasis en la buena disposición hacia los clientes?	X		X		X		
9. ¿La empresa capacita referente al apoyo y servicio oportuno a sus clientes?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos
 LICENCIADA EN ADMINISTRACION
 CLAD N° 01359

DNI N° 33263862

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

Validación por juicio de expertos

I. Título de la investigación

Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022

II. Tesista

Romero Vargas Fiorela Ivet

III. Decisión

Después de haber revisado el cuestionario, SE PROCEDIÓ A VALIDARLO, teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

APROBADO: SI



Mg Miguel A. Limo Vásquez
DNI: 18215927
CLAD 04926

Fecha: 10 de enero 2023

Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación

I. Datos generales:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Limo Vásquez, Miguel Ángel
- 1.2. **Grado Académico:** Magister
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** ULADECH
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario
- 1.7. **Autor del instrumento:** Romero Vargas Fiorela Ivet
- 1.8. **Carrera:** Administración II.

Validación:

Ítems correspondientes al Instrumento 1 Capacitación

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Trasmisión de información							
1. ¿Se le brinda información de la organización?	X		X		X		
2. ¿Se le da conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa?	X		X		X		
3. ¿Se le brinda información de sus clientes reales y potenciales?	X		X		X		
4. ¿Se le brinda información respecto a las políticas, reglas y directrices de la empresa?	X		X		X		
Dimensión 2: Desarrollo de habilidades							
5. ¿A usted le brindan capacitación sobre el manejo de herramientas y	X		X		X		

equipamiento de la empresa?							
6. ¿A usted le dan a conocer sobre el proceso de desarrollo de tareas en la empresa?	X		X		X		
Dimensión 3: Desarrollo de actitudes							
7. ¿La empresa le brinda información sobre el cambio de actitudes negativas a positivas?	X		X		X		
8. ¿La empresa le ayuda a ¿Concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio?	X		X		X		
Ítems correspondientes al Instrumento:							
Calidad del servicio							

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	

Dimensión 1: Fiabilidad							
1. ¿La empresa brinda instrucción para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas?	X		X		X		
Dimensión 2: Garantía							
2. ¿La empresa brinda instrucción para mejorar sus conocimientos en la atención al cliente?	X		X		X		
3. ¿La empresa brinda capacitaciones o charlas para mejorar la habilidad para expresar confianza y cortesía a sus clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: Tangibilidad							
4. ¿La apariencia de las instalaciones físicas de la empresa son las suficientemente limpias, seguras y confortables?	X		X		X		
5. ¿La apariencia física de personal de atención le transmite confianza?	X		X		X		
Dimensión 4: Empatía							
6. ¿La empresa brinda información del proceso de la atención al cliente individualizado?	X		X		X		
7. ¿La empresa brinda información sobre como comprender las emociones y la	X		X		X		

comunicación no verbal de los clientes?							
Dimensión 5: Sensibilidad							
8. ¿La empresa instruye a sus colaboradores haciendo énfasis en la buena disposición hacia los clientes?	X		X		X		
9. ¿La empresa capacita referente al apoyo y servicio oportuno a sus clientes?	X		X		X		

Otras observaciones generales:


 Mg Miguel A. Limo Vásquez
 DNI: 18215927
 CLAD 04926

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

Validación por juicio de expertos

I. Título de la investigación

Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022

II. Tesista

Romero Vargas Fiorela Ivet

III. Decisión

Después de haber revisado el cuestionario, SE PROCEDIÓ A VALIDARLO, teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

APROBADO: SI



MG. ROBERT RUBIO CASTILLO
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 01358
DNI: 32888279

Fecha: 10 de enero 2023

Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación

I. Datos generales:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Limo Vásquez, Miguel Ángel
- 1.2. **Grado Académico:** Magister
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** ULADECH
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario
- 1.7. **Autor del instrumento:** Romero Vargas Fiorela Ivet
- 1.8. **Carrera:** Administración II.

Validación:

Ítems correspondientes al Instrumento 1 Capacitación

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Trasmisión de información							
1. ¿Se le brinda información de la organización?	X		X		X		
2. ¿Se le da conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa?	X		X		X		
3. ¿Se le brinda información de sus clientes reales y potenciales?	X		X		X		
4. ¿Se le brinda información respecto a las políticas, reglas y directrices de la empresa?	X		X		X		
Dimensión 2: Desarrollo de habilidades							

5. ¿A usted le brindan capacitación sobre el manejo de herramientas y equipamiento de la empresa?	X		X		X		
6. ¿A usted le dan a conocer sobre el proceso de desarrollo de tareas en la empresa?	X		X		X		

Dimensión 3: Desarrollo de actitudes

7. ¿La empresa le brinda información sobre el cambio de actitudes negativas a positivas?	X		X		X		
8. ¿La empresa le ayuda a Concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento:

Calidad del servicio

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	

Dimensión 1: Fiabilidad

1. ¿La empresa brinda instrucción para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas?	X		X		X		
---	---	--	---	--	---	--	--

Dimensión 2: Garantía

2. ¿La empresa brinda instrucción para mejorar sus conocimientos en la atención al cliente?	X		X		X		
---	---	--	---	--	---	--	--

3. ¿La empresa brinda capacitaciones o charlas para mejorar la habilidad para expresar confianza y cortesía a sus clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: Tangibilidad							
4. ¿La apariencia de las instalaciones físicas de la empresa son las suficientemente limpias, seguras y confortables?	X		X		X		
5. ¿La apariencia física de personal de atención le transmite confianza?	X		X		X		
Dimensión 4: Empatía							
6. ¿La empresa brinda información del proceso de la atención al cliente individualizado?	X		X		X		
7. ¿La empresa brinda información sobre como comprender las emociones y la	X		X		X		

comunicación no verbal de los clientes?							
Dimensión 5: Sensibilidad							
8. ¿La empresa instruye a sus colaboradores haciendo énfasis en la buena disposición hacia los clientes?	X		X		X		
9. ¿La empresa capacita referente al apoyo y servicio oportuno a sus clientes?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



MG. ROBERT RUBIO CASTILLO
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 01358

DNI: 32888279

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

Anexo 5: Carta de autorización



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta s/nº - 2022-ULADECH CATÓLICA

Sr(a): Rosa María Vargas Olivos
Propietaria de "Salón Spa Romeita"

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, yo Romero Vargas Fiorela Ivet con código de matrícula N° 1211151037 , de la Carrera Profesional de administración , egresada quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado " Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho ,Lima 2022", durante los meses de enero y febrero del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Fiorela Ivet Romero Vargas

DNI: 75814647

Si está de acuerdo con los puntos anteriores mencionados, firme como símbolo de aceptación.

Rosa María Vargas Olivos

DNI:43885158

Anexo 6: Protocolo de consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La finalidad de este protocolo, es informales sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula "Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022 y es dirigido por Romero Vargas, Fiorela Ivet, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es Describir las características de la capacitación en los colaboradores para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa "Salón Spa Romeita", Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Para ello se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp+51 986 653 195. Si desea también podrá escribir al correo firova29@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación.

Nombre completo del participante	Leyla Julia Hombulvan
Firma	
Firma de la investigadora:	
Fecha:	02-07-2023

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La finalidad de este protocolo, es informales sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

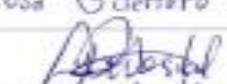
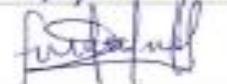
La presente investigación se titula "Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022 y es dirigido por Romero Vargas, Fiorela Ivet, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es Describir las características de la capacitación en los colaboradores para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa "Salón Spa Romeita", Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Para ello se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp+51 986 653 195. Si desea también podrá escribir al correo firova29@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación.

Nombre completo del participante	Rosa Guerrero Sánchez
Firma	
Firma de la investigadora:	
Fecha:	02-01-2023

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La finalidad de este protocolo, es informales sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

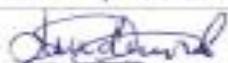
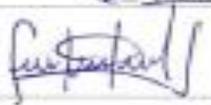
La presente investigación se titula "Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022 y es dirigido por Romero Vargas, Fiorela Ivet, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es Describir las características de la capacitación en los colaboradores para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa "Salón Spa Romeita", Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Para ello se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp+51 986 653 195. Si desea también podrá escribir al correo firova29@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación.

Nombre completo del participante	Lindaura Pumbia Saruiente
Firma	
Firma de la investigadora:	
Fecha:	02-01-2023

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La finalidad de este protocolo, es informales sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

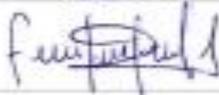
La presente investigación se titula "Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022 y es dirigido por Romero Vargas, Fiorela Ivett, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es Describir las características de la capacitación en los colaboradores para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa "Salón Spa Romeita", Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Para ello se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp+51 986 653 195. Si desea también podrá escribir al correo firova29@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación.

Nombre completo del participante	Leydi Bustamante Quinzerg
Firma	
Firma de la investigadora:	
Fecha:	03-01-2023

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La finalidad de este protocolo, es informales sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

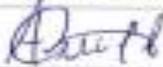
La presente investigación se titula "Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022 y es dirigido por Romero Vargas, Fiorela Ivet, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es Describir las características de la capacitación en los colaboradores para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa "Salón Spa Romeita", Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Para ello se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp+51 986 653 195. Si desea también podrá escribir al correo firova29@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación.

Nombre completo del participante	Aracely Herrera Habas
Firma	
Firma de la investigadora:	
Fecha:	03-01-2023

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La finalidad de este protocolo, es informales sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

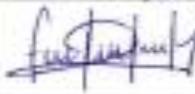
La presente investigación se titula "Caracterización de la capacitación para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa salón Spa Romeita, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022 y es dirigido por Romero Vargas, Fiorela Ivet, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es Describir las características de la capacitación en los colaboradores para mejorar la calidad del servicio en la micro y pequeña empresa "Salón Spa Romeita", Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Para ello se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp+51 986 653 195. Si desea también podrá escribir al correo firova29@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación.

Nombre completo del participante	Ruth Campos Toro
Firma	
Firma de la investigadora:	
Fecha:	03 - 01 - 2023

Anexo 07: Hoja de resultados del trabajo

Tabla 1: Describir la transmisión de información en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Se brinda información de la organización?	De acuerdo	II	2	33.33
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	II	2	33.33
	En desacuerdo	II	2	33.33
	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Se le da a conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa?	De acuerdo	VI	6	100.
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	0
	En desacuerdo	0	0	0
	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Se le brinda información de sus clientes reales y potenciales?	De acuerdo	I	1	16.67
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	V	5	83.33
	En desacuerdo	0	0	0
	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Se le brinda información respecto a las políticas, reglas y directrices de la empresa?	De acuerdo	VI	6	100
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	0
	En desacuerdo	0	0	0
	Total	6	6	100

Tabla 2. Determinar el desarrollo de habilidades en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿A usted le brindan capacitación sobre el manejo de herramientas y equipamiento de la empresa?	De acuerdo	V	5	83.33
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	I	1	16.67
	En desacuerdo	0	0	0
	Total	6	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿A usted le dan a conocer sobre el proceso de desarrollo de tareas en la empresa?	De acuerdo	VI	6	100
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	0
	En desacuerdo	0	0	0
	Total	6	6	100

Tabla 3. Conceptualizar el desarrollo de actitudes en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa le brinda información sobre el cambio de actitudes negativas a positivas?	De acuerdo	II	2	33.33
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	II	2	33.33
	En desacuerdo	II	2	33.33
	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa le ayuda a concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio?	De acuerdo	II	2	33.33
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	II	2	33.33
	En desacuerdo	II	2	33.33
	Total	VI	6	100

Tabla 4. Detallar las características de la calidad de servicio de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022

Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa brinda instrucción para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas?	De acuerdo	II	2	33.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	I	1	16.67
	En desacuerdo	III	3	50
	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa brinda instrucción para mejorar sus conocimientos en la atención al cliente?	De acuerdo	II	2	33.33
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	III	4	66.67
	En desacuerdo	0	0	0
	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa brinda capacitaciones o charlas para mejorar la habilidad para expresar confianza y cortesía a sus clientes?	De acuerdo	II	2	33.33
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	0
	En desacuerdo	III	4	66.67
	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La apariencia de las instalaciones físicas de la empresa son las suficientemente limpias, seguras y confortables?	De acuerdo	VI	6	100
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	0
	En desacuerdo	0	0	0
	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La apariencia física del personal de atención le transmite confianza?	De acuerdo	VI	6	100
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	0
	En desacuerdo	0	0	0
	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa brinda información del proceso de la	De acuerdo	I	1	16.67
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	I	1	16.67
	En desacuerdo	III	4	66.67

atención al cliente individualizado?	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa instruye a ¿La empresa brinda información sobre como comprender las emociones y la comunicación no verbal de los clientes?	De acuerdo	II	2	33.33
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	0
	En desacuerdo	III	4	66.67
	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa instruye a sus colaboradores haciendo énfasis en la buena disposición hacia los clientes?	De acuerdo	II	2	33.33
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	III	4	66.67
	En desacuerdo	0	0	0
	Total	VI	6	100
Pregunta	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿La empresa capacita referente al apoyo y servicio oportuno a sus clientes?	De acuerdo	II	2	33.33
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	0
	En desacuerdo	III	4	66.67
	Total	VI	6	100

Anexo 8: Figuras

Tabla 01: Describir la transmisión de información en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

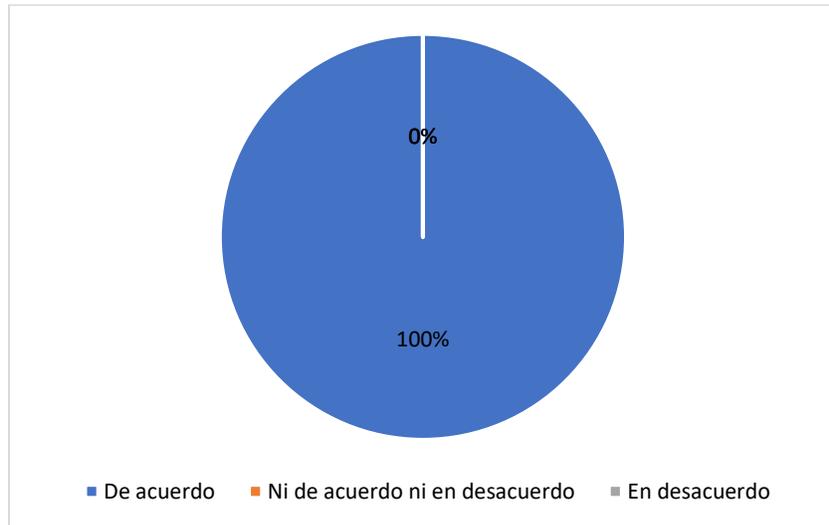


Figura 1. Se le brinda información de la organización

Fuente. Tabla 1

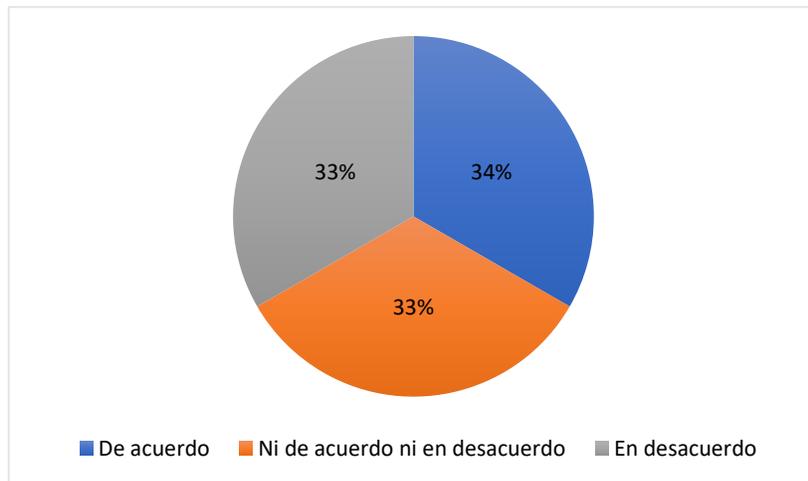


Figura 2. Se le da a conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa

Fuente. Tabla 1

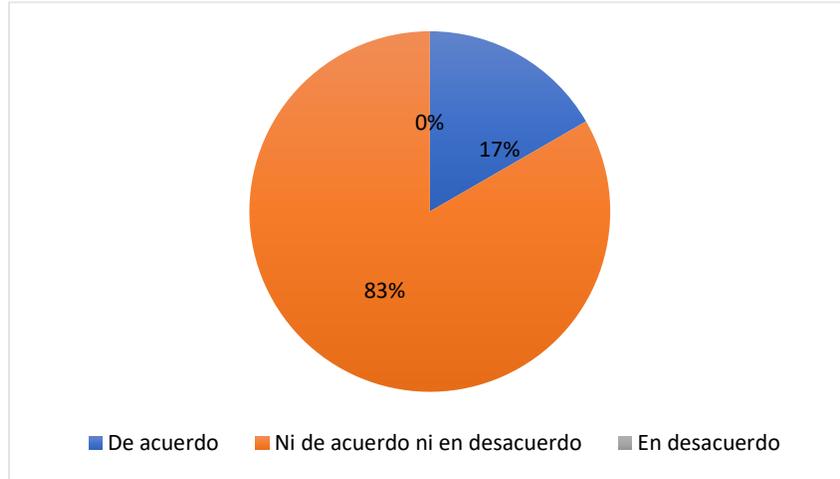


Figura 3. Se le brinda información de sus clientes reales y potenciales

Fuente. Tabla 1

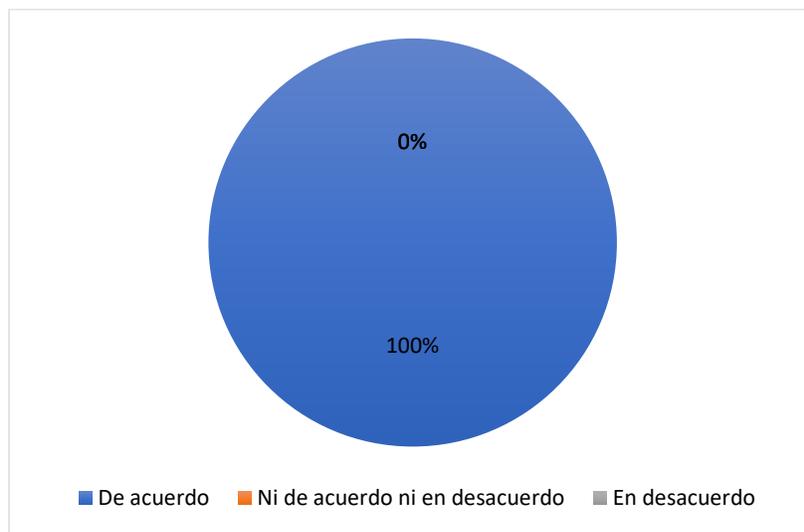


Figura 4. ¿Se le brinda información respecto a las políticas, reglas y directrices de la empresa?

Fuente: Tabla 1

Tabla 02: Determinar el desarrollo de habilidades en los colaboradores de la micro y pequeña empresa Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022

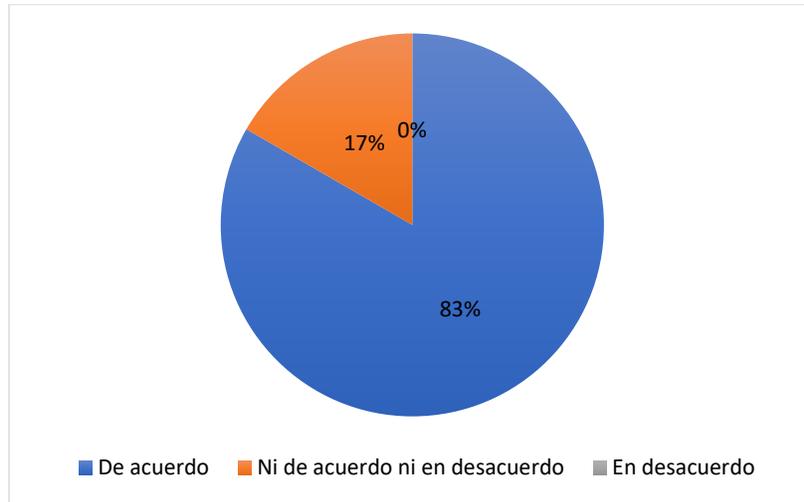


Figura 5.A usted le brindan capacitación sobre el manejo de herramientas y equipamiento de la empresa

Fuente. Tabla:2

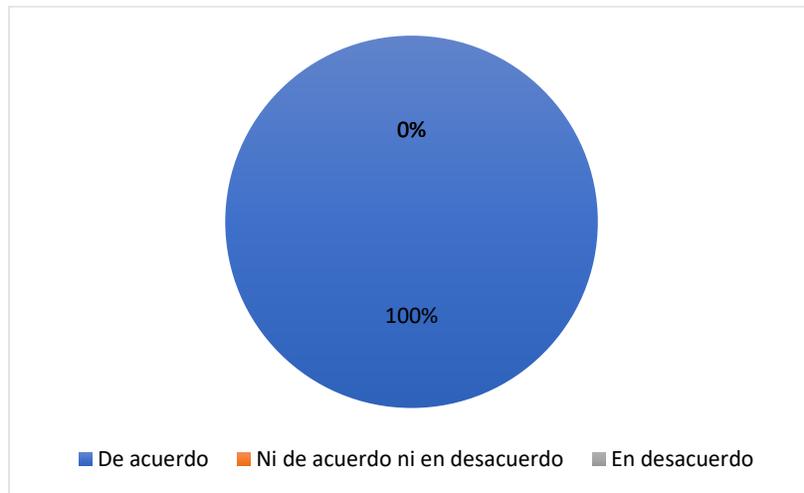


Figura 6.A usted le dan a conocer sobre el proceso de desarrollo de tareas en la empresa

Fuente. Tabla 2

Tabla 03: Conceptualizar el desarrollo de actitudes en los colaboradores de la micro y pequeña empresa
Salón Spa Romeita, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.

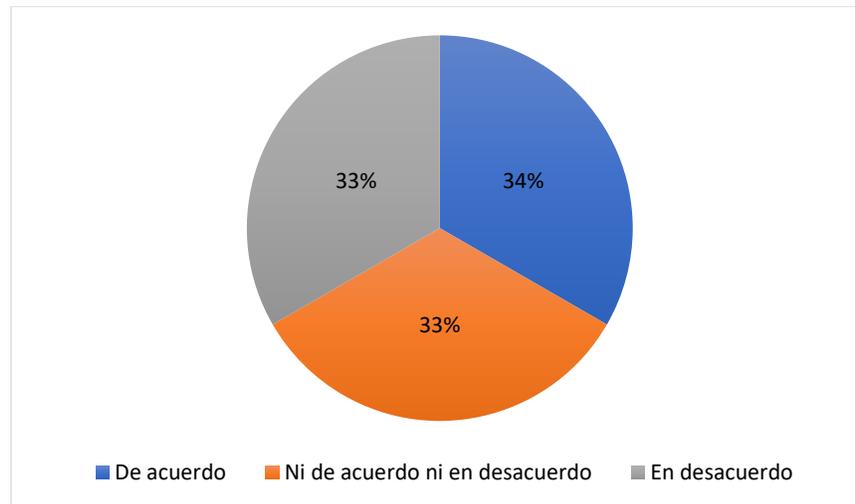


Figura 7. La empresa le brinda información sobre el cambio de actitudes negativas a positivas

Fuente. Tabla 3

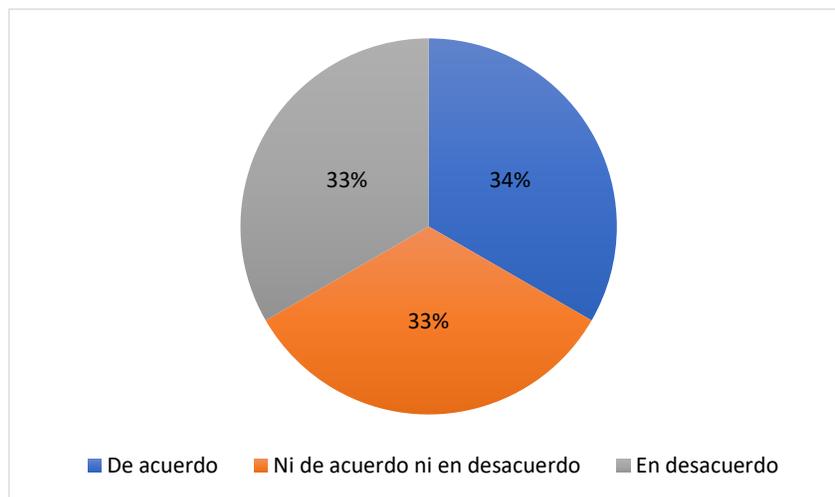


Figura 8. ¿La empresa le ayuda a concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio?

Fuente: Tabla 3

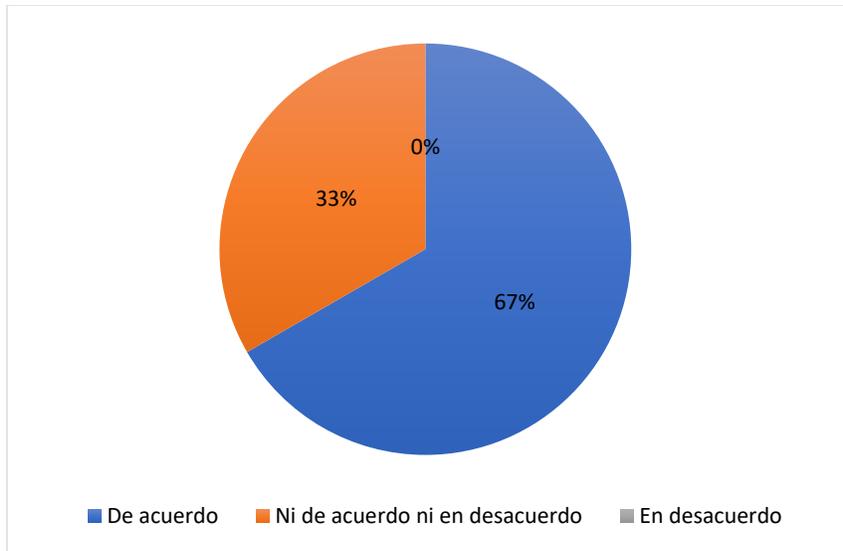


Figura 9. La empresa brinda instrucción para fortalecer su habilidad para desempeñar tareas precisas

Fuente. Tabla 3

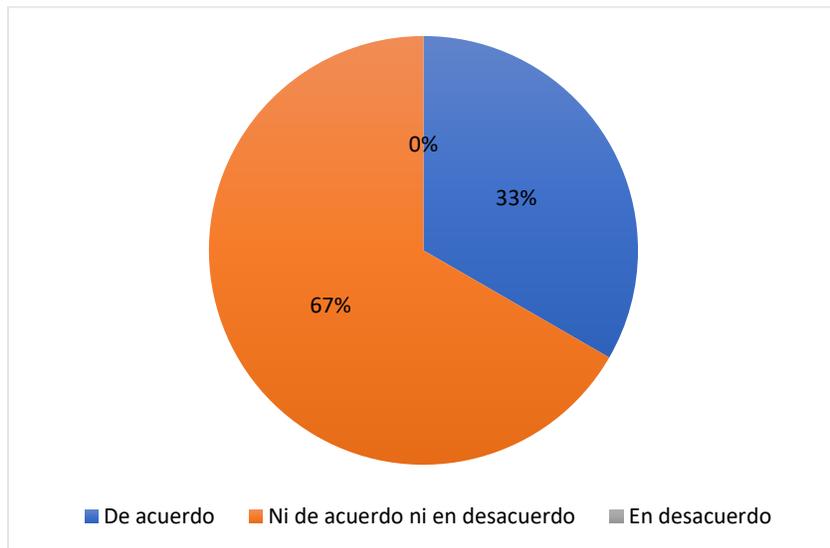


Figura 10. ¿La empresa brinda instrucción para mejorar sus conocimientos en la atención al cliente?

Fuente. Tabla 3

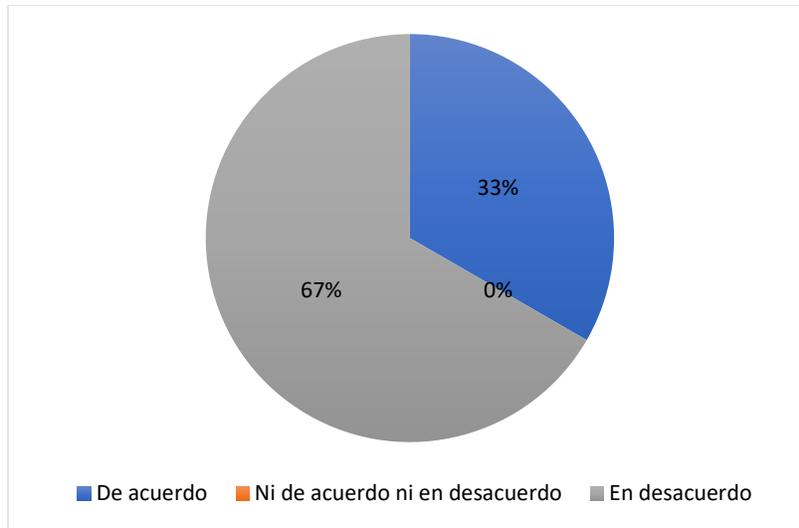


Figura 11. ¿La empresa brinda capacitaciones o charlas para mejorar la habilidad para expresar confianza y cortesía a sus clientes?

Fuente. Tabla 3

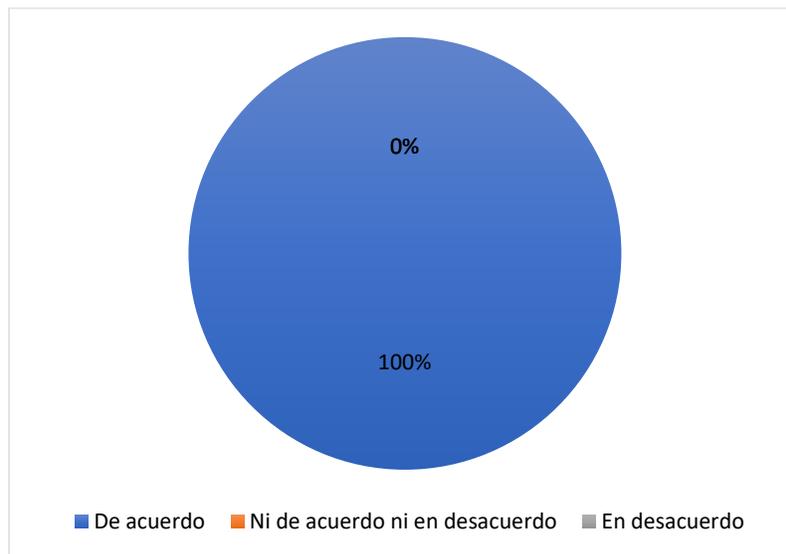


Figura 12. ¿La apariencia de las instalaciones físicas de la empresa son las suficientemente limpias, seguras y confortables?

Fuente. Tabla 3

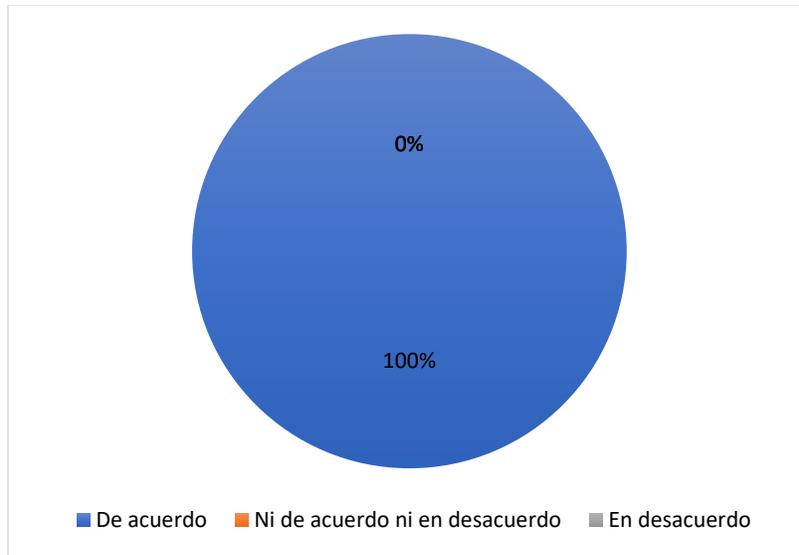


Figura. 13. La apariencia física del personal de atención le transmite confianza

Fuente. Tabla 3

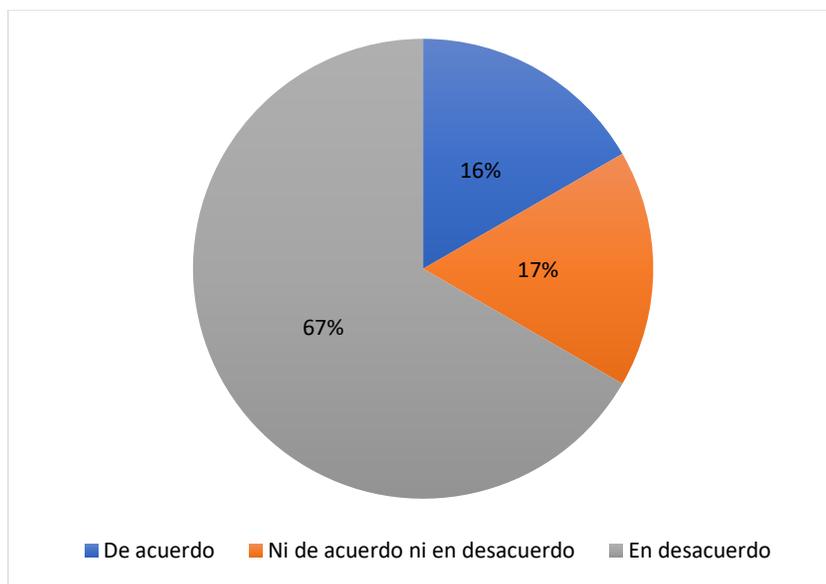


Figura 14. La empresa brinda información del proceso de la atención al cliente individualizado

Fuente. Tabla 3

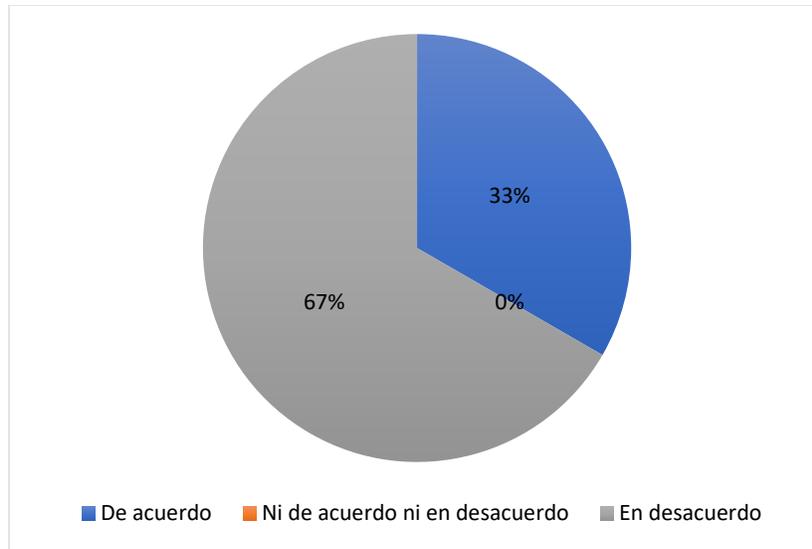
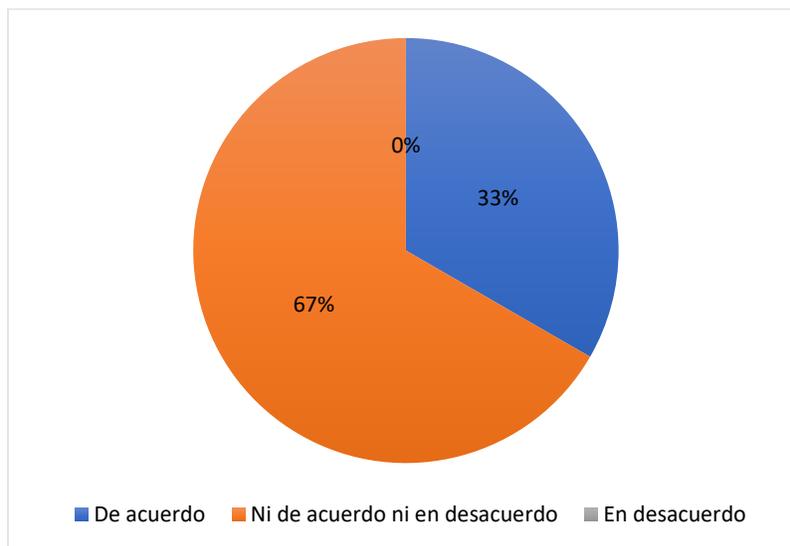


Figura 15. La empresa brinda información sobre como comprender las emociones y la comunicación no verbal de los clientes

Fuente.Tabla 3



16.La empresa instruye a sus colaboradores haciendo énfasis en la buena disposición hacia los clientes

Fuente.Tabla 3

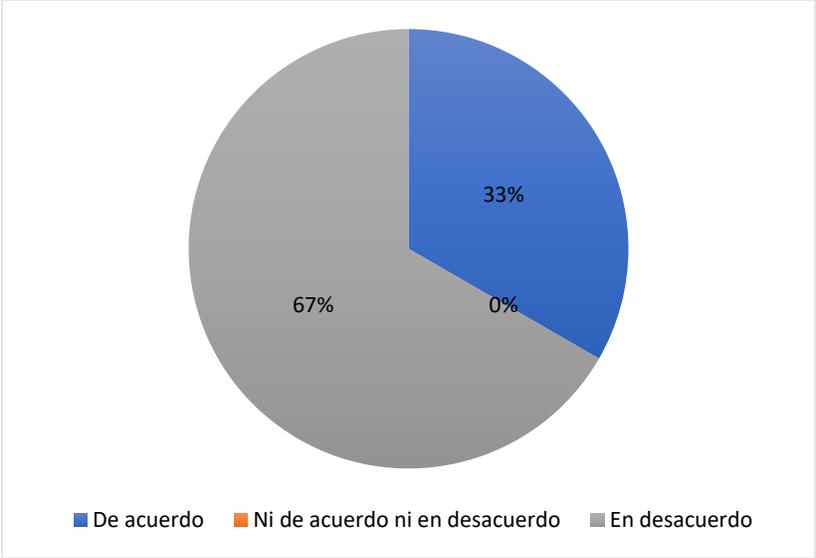


Figura 17. La empresa capacita referente al apoyo y servicio oportuno a sus clientes

Fuente.Tabla 3

Anexo 9: Turniting

Sección 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
turnitin- INFORME FINAL - Sección 1	13 feb 2023 - 00:10	27 feb 2023 - 23:59	13 feb 2023 - 00:10

 Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
 Ver recibo digital	TALTESIS 821-FROMEROV-TURNITING-INFORME 2022-03	2021856729	24/02/2023 00:46	6% 	Entregar Trabajo   --

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

7%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo