



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CAPACITACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL  
SERVICIO EN LA PELUQUERÍA BLANCA, MARCARÁ,  
CARHUAZ, 2022**

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

**AUTORA**

**MARCHENA SIFUENTES, KATTY MILAGROS  
ORCID: 0000-0002-4172-3075**

**ASESOR**

**CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS  
ORCID ID: 0000-0002-6399-5928**

**HUARAZ – PERÚ**

**2022**

## **2. Equipo de trabajo**

### **AUTORA**

Marchena Sifuentes, Katty Milagros

ORCID: 0000-0002-4172-3075

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Huaraz, 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

Presidente

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

### **3. Hoja de firma de jurado y asesor**

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8471-0751

Miembro

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Asesor

#### **4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria**

A Dios, por permitirme culminar satisfactoriamente mis estudios y por guiar mis pasos hasta estos momentos.

A mis padres por ser todo ese apoyo incondicional durante todos los años de mi vida, porque sin ellos no hubiera sido posible culminar mis estudios.

Por último y no menos importante a mi conviviente, por ser impulsor de mis logros y por motivarme a continuar y culminar con este proyecto.

## 5. Índice de Contenido

2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja de firma de jurado y asesor .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria.....	iv
5. Índice de Contenido .....	v
6. Índice de tablas y figuras .....	vi
7. Resumen y Abstract .....	viii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura.....	5
2.1. Antecedentes .....	5
2.1.1. Antecedentes Internacionales .....	5
2.1.2. Antecedentes Nacionales .....	6
2.1.3. Antecedentes Regionales .....	6
2.1.4. Antecedentes Locales .....	7
2.2. Bases teóricas y conceptual .....	9
III. Hipótesis .....	18
IV. Metodología.....	19
4.1. Diseño de la investigación.....	19
4.2. Población y muestra .....	19
4.3. Definición y operacionalización de variables .....	21
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	23
4.5. Plan de análisis .....	23
4.6. Matriz de consistencia .....	24
4.7. Principios éticos .....	25
V. Resultados .....	27
5.1. Resultados .....	27
5.2. Análisis de resultados.....	29
VI. Conclusiones.....	33
VII. Recomendaciones .....	34
Referencias bibliográficas .....	35
Anexos .....	41

## 6. Índice de tablas y figuras

Tabla 1. Capacitación por aprendizaje empírico.....	48
Tabla 2. Capacitación por instrucciones.....	48
Tabla 3. Capacitación para el desarrollo de habilidades.....	49
Tabla 4. Sexo de los clientes.....	49
Tabla 5. Edad de los clientes.....	50

## Índice de figuras

Figura 1. Capacitación por aprendizaje empírico.....	28
Figura 2. Capacitación por instrucciones .....	29
Figura 3. Capacitación para el desarrollo de habilidades.....	30
Figura 4. Sexo de los clientes... ..	31
Figura 4. Edad de los clientes... ..	32

## **7. Resumen y Abstract**

El presente estudio tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de capacitación para mejorar la calidad del servicio de la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022. El estudio fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población y muestra estuvo constituida por 37 clientes que acuden frecuentemente a la peluquería, los mismo que fueron encuestados con 25 preguntas. Los resultados demostraron que el 64.9% son del sexo masculino, así también, el 56.8% tienen de 18 a 24 años de edad, por otro lado, el 56.8% de los clientes encuestados consideran que a veces los colaboradores tienen un aprendizaje empírico, así mismo, el 54.1% de los encuestados aseguraron que solo a veces la peluquería Blanca realiza capacitaciones por instrucciones, además, el 48.6% asegura que en la empresa no desarrollan capacitaciones para desarrollar las habilidades de los colaboradores. Se llegó a la conclusión que la mayoría de los colaboradores de la peluquería Blanca se basa en el aprendizaje empírico.

**Palabras clave:** Capacitación, calidad de servicio, peluquería.



## **Abstract**

The present study had as general objective: To determine the main characteristics of training to improve the quality of the service of the Blanca hairdresser, Marcará, Carhuaz, 2022. The study was of a non-experimental - cross-sectional - descriptive design, the population and sample consisted of 37 clients who frequently go to the hairdresser, the same ones who were surveyed with 25 questions. The results show that 64.9% are male, likewise, 56.8% are between 18 and 24 years of age, on the other hand, 56.8% of the clients surveyed considering that sometimes the collaborators they have an empirical learning, likewise, 54.1% of those surveyed assure that only sometimes does the Blanca hairdresser carry out training by instructions, in addition, 48.6% assure that the company does not develop training to develop the skills of the collaborators. It was concluded that most of the collaborators of the Blanca hairdressing salon are based on empirical learning.

**Keywords:** Training, quality of service, hairdressing

## I. Introducción

En un mundo donde la competencia es cada vez más exigente, las empresas en su afán de desarrollarse en el mercado olvidan capacitar a sus colaboradores y por ende la calidad de su servicio se ve afectada. La capacitación del personal debe concebirse como un sistema que, amparado en conceptos y principios bien definidos, haga factible el logro de la satisfacción de las disposiciones y requisitos de calidad, con el objetivo de asegurar su adecuada preparación técnica y entrenamiento práctico para enfrentar a las tareas que se le asignan; así como poder mostrar evidencias tanto a las autoridades de control como a los clientes que lo soliciten (Arellano, 2019).

En ese marco, las organizaciones tienen grandes retos todos los días con sus competidores, donde se resalta la participación de los colaboradores para que puedan resaltarse sobre las demás. Es necesario que las empresas inviertan en capacitaciones, entrenamientos y programas que ayuden al desempeño de estas personas, todo con ello con la finalidad de ofrecer un mejor servicio a los usuarios, resolviendo las situaciones adversas que puedan presentarse en la organización (Abdala, 2019).

En ese afán, la calidad del servicio es considerado un factor indispensable en la atención del cliente, ya que es un valor agregado que puede diferenciarse de los competidores, así mismo, permite que los consumidores o clientes puedan fidelizarse con la organización debido a su alto nivel de satisfacción y buena experiencia en la misma. Ofrecer una calidad de servicios a los consumidores, es el propósito que deben seguir las Mypes, y no solo conseguir la satisfacción de los clientes, sino también ofrecer un valor agregado (Vega, 2016).

De acuerdo a Chiavenato (2011) capacitar al colaborador es una acción a corto plazo, que se aplica de manera organizada y sistemática, y en donde el individuo adquiere conocimientos, además, desarrollan competencias y habilidades en razón a los objetivos propuestos. La capacitación engloba la adquisición de conocimientos enfocados al trabajo, actos frente a situaciones de la empresa, de la actividad y del entorno, así también, el desarrollo de competencias y habilidades.

Por su parte Kotler & Armstrong (2017) explican que para obtener una la calidad de servicio es necesario la búsqueda de la satisfacción de los clientes por medio del producto o servicio que ofrecen, por esa razón, la mentalidad que tienen las empresas es mejorar

su servicio de manera que pueda ser considerado calidad. Los autores consideran que el aspecto más importante en el servicio es encontrar la fidelización, dado que si un cliente se siente respaldado y protegido por la misma organización causará confianza y de ese modo será de su preferencia.

En el contexto internacional, en un estudio realizado por la Universidad de Concepción a las empresas chilenas, se pudo encontrar que, de un total de 7.267 empresas, un 63,9% de las consideradas grandes capacita, mientras que de las pymes sólo lo hace un 8,2%, De todas ellas, sólo el 52,5% de sus trabajadores están capacitados, mientras que el 41,1% no lo está. Cabe mencionar que la clasificación del tamaño de la empresa se realiza mediante el número de trabajadores de ésta; así, se distinguen 3 claros grupos: grandes (52,4%), pymes (40,7%) y micro (6,9%) (Álvarez et al., 2017).

Así mismo, en un estudio realizado en Uruguay, se pudo determinar que un promedio de 70 % de las empresas que realizaron capacitación a su personal, un 80 % certificadas realizaron un buen manejo en la estructura de capacitación representando un 72.3 % de las cuales llegaron edificar estrategias de innovación de productos y servicios. Sin embargo, un 44.3 % nunca capacitan a sus trabajadores ni innovan los procesos de servicios. Así ante este grupo se evidencia habilidades blandas e ineficiencias haciendo que las labores obtengan muy baja productividad (Inefob, 2020).

Además, en Argentina, existen 853, 663 organizaciones de las cuales el 83% son Mypes , el 16.8% son pymes y solo el 0.2% son grandes empresas, de tal manera que las Mypes generan 4.3 millones de empleos en Argentina. Las principales características de estas empresas es que la calidad de atención es deficiente causando insatisfacción en el consumidor, es por ello que la situación actual que atraviesa el país argentino hace que muchas mypes cierren sus negocios en menos de 3 años de su creación por la inestabilidad monetaria que vive dicho país, del mismo modo que muchas mypes se deben por factores íntegros de sus representantes, quienes no se encuentran innovando constantemente y no invierten en estrategias de operaciones (Loidi, 2019)

En el ámbito nacional, las cifras en el año 2018 no han sido muy alentadoras, puesto que solo el 48% de los colaboradores de las empresas han recibido formación profesional (capacitación) en su actual empleo. A su vez el 10% de los colaboradores mencionaron que se capacita en una entidad educativa externa y 5% de manera virtual o vía web. Además, cuando la capacitación fue externa, de acuerdo al análisis de Aptitus, el 22% de

los trabajadores recibió la formación pagada en su totalidad por la empresa y el 16% fue cubierta solo parcialmente, causando indignación entre los colaboradores (Gestión, 2019).

En otros datos, Perú ocupa el 4to puesto dentro del ranking de Prevalencia de formación dentro de las empresas, que forma parte del Índice de Competitividad y Talento Global 2019. Si bien las empresas se preocupan por la formación de sus colaboradores, la inversión está por debajo del promedio en la región. Las grandes organizaciones tienen planes estructurados de capacitación, mientras que en las empresas pequeñas y familiares la realidad es distinta (Business empresarial, 2020).

Del mismo modo, en un estudio realizado por la Red de Políticas de Empleo del Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES) se pudo determinar que más del 80% de empresas peruanas no proporcionan capacitaciones a sus trabajadores, dicho estudio explicó que esta situación se suscita porque la flexibilidad del mercado laboral es extremadamente alta. Sin embargo, también se pudo explicar que las empresas que sí invierten en sus trabajadores, generan un 25% más de valor agregado, dado que la calidad de sus servicios mejora considerablemente (LaRepública, 2019).

En el ámbito local, la peluquería Blanca, ubicado en el distrito de Marcará, provincia de Carhuaz, departamento de Ancash, no ha sido exento de esta crisis laboral, dado que las consecuencias más notables por no capacitar a sus colaboradores han traído consigo consecuencias tales como; el deterioro del desempeño laboral, imposibilidad de desarrollo de la empresa, disminución de motivación, dificultad para adaptarse y entender labores y sobre todo el no cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa.

De lo anteriormente mencionado se plantea el siguiente enunciado del problema: ¿Cuáles son las principales características de capacitación para mejorar la calidad del servicio de la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022?

Para dar respuesta al enunciado del problema se ha planteado como objetivo general: Determinar las principales características de capacitación para mejorar la calidad del servicio de la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.

Y como objetivos específicos:

- Describir las características de la capacitación empírica que se ofrecen en la empresa para mejorar la calidad del servicio de la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.

- Definir las capacitaciones por instrucciones que se brindan en la empresa para mejorar la calidad del servicio en la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.

- Describir las capacitaciones para el desarrollo de habilidades que se dan en la empresa para mejorar la calidad del servicio en la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.

La investigación se justifica en el aspecto social porque permite a los representantes y población en general tomar en consideración la importancia de la capacitación para mostrar una calidad de servicio adecuada, de manera que pueda satisfacer las necesidades del cliente. Del mismo modo se encuentra encaminado hacia los colaboradores, ya que son los principales gestores para que la empresa surja.

Así también, se justifica en su aspecto práctico, ya que las recomendaciones emanadas del presente estudio van a servir en la resolución de la problemática de falencias administrativas; asimismo las conclusiones van a ser usadas como antecedentes por futuros investigadores en la ampliación del estudio de estas variables, que van a profundizar el estudio y abrir nuevas rutas en la investigación de la administración.

Al mismo tiempo se justifica en el aspecto teórico, puesto que permite conocer las teorías y las diferentes normativas respecto a la capacitación para mejorar la calidad de servicio de los clientes en las empresas del rubro peluquería, como lo señala Chiavenato y su teoría sobre la capacitación, así mismo, como lo señala Kotler & Armstrong (2017) y su enfoque sobre la calidad del servicio, que han permitido construir un marco teórico importante en el conocimiento y el mejor entendimiento de los interesados.

Finalmente se justifica la investigación en el aspecto metodológico, porque se construyó un instrumento para recopilar los datos sobre los indicadores de las variables, esos instrumentos debidamente validados y con su debida confianza, pueden ser usados en la recolección de datos en investigaciones similares.

## II. Revisión de la literatura

### 2.1. Antecedentes

#### *2.1.1. Antecedentes Internacionales*

Freire (2020) en su tesis denominada “La capacitación y la calidad en el servicio al cliente en la dirección provincial del Instituto Ecuatoriano de seguridad social del cantón Ambato provincia de Tungurahua”. Tuvo como objetivo mejorar la calidad y atención al ciudadano con el propósito de cubrir las necesidades e incentivar a los colaboradores a brindar un servicio de calidad; así mismo la metodología tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo también se utilizaron técnicas cuanti-cualitativas. Los resultados de la investigación arrojan que la causa principal de este problema son las inadecuadas temáticas de capacitación que reciben. Finalmente concluye que las temáticas de capacitación Gubernamentales recibidas no logran desarrollarse de manera eficaz afectando a la organización, por lo cual ocasiona desmotivación en los funcionarios y por ende a sus usuarios.

Salazar (2021) en su estudio denominado “La capacitación en el desarrollo académico en los docentes de las Instituciones de Educación Superior”. Tuvo como objetivos buscar la incidencia de las variables de estudio y su relación; la investigación tuvo un enfoque cuali-cuantitativo. Los resultados reflejan que la mayoría de los encuestados consideran que frecuentemente si recibe capacitación en la Universidad Técnica de Ambato, un pequeño porcentaje considera que siempre lo recibe; llegando a la conclusión que existe un alto nivel de relación entre las variables de investigación, siendo esta la capacitación docente y el desarrollo académico.

Chicaiza (2022) por medio de su tesis titulada “La gestión del talento humano y la calidad de servicio en la empresa “Plastifull”, cuyo objetivo fue identificar la incidencia que tiene la gestión de talento humano en la calidad de servicio que se brinda a los clientes de la empresa “Plastifull”, la metodología fue de enfoque cuantitativo y cualitativo, de nivel descriptivo, de campo y no experimental. Entre los resultados, los clientes consideran que los empleados de la empresa son amables, tienen empatía, responden a las dudas y requerimientos que les hacen, son cordiales al comunicar promociones y ofertas, son ordenados y muestran constante disponibilidad. En conclusión, la inexistencia de un modelo de gestión de talento humano no ha tenido una incidencia significativa en la calidad del servicio brindado.

### ***2.1.2. Antecedentes Nacionales***

Rubio (2020) en la respectiva tesis “Gestión administrativa y calidad de servicio de la oficina de trámite documentario del distrito fiscal del Santa – 2019”. Tiene el objetivo de determinar cuál es la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio que se brinda a los usuarios de la oficina de trámite documentario del distrito fiscal del Santa. La metodología es de tipo descriptivo correlacional y para el recojo de los datos se utilizó la técnica de la encuesta; de acuerdo en los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos, complementándose con el análisis e interpretación de los resultados, lo cual nos permitió contrastar las hipótesis. Finalmente se concluyó y recomendó la existencia de una relación significativa con los problemas, objetivos e hipótesis planteadas.

García (2019) en la presente tesis “La capacitación y su relación con el desempeño laboral del personal administrativo en la calidad del servicio al usuario, en el hospital Belén de Trujillo año 2017”. Tiene como objetivo analizar los aspectos importantes como es la capacitación desempeño laboral y la calidad de servicio; tal es así se utilizó la metodología de tipo descriptiva correlacional cuantitativa; obteniendo un resultado negativo donde el 47.37% respondió que no se ejecuta actividades de capacitación; así como el desempeño laboral respondieron en un 45.34% que es eficaz. Finalmente concluyendo que no existe relación entre las variables capacitación, desempeño laboral y calidad de servicio.

Añazco (2020) la tesis enfocada en la “Capacitación laboral y su relación con la calidad de servicio en la empresa Turismo CIVA S.A.C., Lima – 2020”. En donde su objetivo determino cómo se relaciona la capacitación laboral y la calidad de servicio en la empresa turismo; así mismo su metodología fue de tipo no experimental y nivel descriptivo correlacional de corte transversal. En el resultado se calculó el coeficiente de Pearson utilizando el SPSS. V24. Concluyendo finalmente que repercute de manera significativa una buena capacitación en la calidad de servicio que desea seguir brindando Turismo CIVA SAC.

### ***2.1.3. Antecedentes Regionales***

Mejía y Tanta (2022) en la tesis realizada “La calidad de servicio y el proceso de atención al cliente en la empresa QUAVII, Chimbote – 2020”. Tuvo como objeto determinar la relación entre la calidad de servicio y el proceso de atención al cliente; la metodología fue de tipo descriptiva - correlacional, enfoque cuantitativo, diseño No

experimental - Transversal. Los resultados fueron relativamente con Nchendeh (2018) quien encontró que el 75% de los usuarios realizaron una calificación hacia la calidad de servicio como un nivel bajo; por lo que se puede concluir que mientras el proceso de servicio al cliente sea altamente eficiente a las exigencias del usuario la calidad de servicio percibida aumentará.

Carrión (2020) en la investigación realizada “Calidad de servicio y fidelización de los padres de familia de la Institución Educativa Particular Virgen de Guadalupe de Chimbote, 2019”. Tuvo como objetivo determinar la relación entre calidad de servicio y fidelización de los padres de familia; la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con diseño correlacional de tipo no experimental de corte transaccional. Los resultados obtenidos que mediante la prueba estadística del Chi cuadrado no existe relación significativa entre calidad de servicio y fidelización, con un valor de 10.526, inferior al valor tabular de 16.90. Llegando a la conclusión que no existe la relación entre calidad de servicio y fidelización en dichas variables.

Anca y Paz (2022) en la tesis denominada “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la Empresa Ángeles Gonzales Inversiones SRL Chimbote 2021”. Tuvo como objetivo determinar si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente; la metodología usada fue de tipo cuantitativo, aplicada, diseño no experimental correlacional, de corte transversal. Los resultados manifestaron que existe relación, positiva baja entre las variables ya mencionadas; llegando a la conclusión que existe correlación significativa entre las variables mencionadas.

#### ***2.1.4. Antecedentes Locales***

Espinoza y Vargas (2022) en el estudio titulado “Capacitación y Calidad del Servicio en la Empresa Inversiones INVEF S.A.C., Huaraz, 2022”; tuvo como objetivo establecer la relación entre capacitación y calidad del servicio en la empresa Inversiones INVEF S.A.C., Huaraz, 2022. La metodología usada en la investigación fue básica, transversal, cuantitativa, no experimental, descriptiva, correlacional. Como resultado se determinó a la capacitación en el nivel medio y a la calidad del servicio en el nivel regular. Llegando a concluir que existe relación entre la capacitación y la calidad del servicio, luego de haber obtenido el p-valor = 0.000 y el valor de Rho de Spearman = 0.695, siendo su correlación media.



Chincha (2022) en su respectiva tesis “Propuesta de mejora de los factores relevantes de la capacitación laboral para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro constructoras de obras civiles del barrio Belén, Huaraz 2020”. Tuvo como objetivo incorporar las mejoras de los factores relevantes de la capacitación laboral para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro constructoras de obras civiles. La metodología desarrollada fue cuantitativa, descriptiva, no experimental y transversal. Los resultados fueron: 62,86% tiene de 31 a 50 años de edad, 82,86% son varones, y el 60,0% lleva de 4 a 6 años en el cargo. Se concluye que existe una baja gestión de calidad, por ello la investigación pretende contribuir en la solución del problema, mediante la propuesta de mejora orientada a mejorar la gestión de calidad.

Granados (2019) en la respectiva tesis “Calidad de servicio en las ventas de comercial Ancash Plaza, Huaraz, 2017”. tuvo como propósito principal determinar cómo es la calidad de servicio en las ventas; la metodología usada fue de tipo descriptivo, transversal, con diseño no experimental. Los resultados obtenidos mediante la recolección de información fueron; que el Comercial Ancash Plaza ofrece a sus clientes una calidad media. Llegando a la conclusión que los clientes perciben la calidad de servicio en general, como un servicio de calidad media en todas sus dimensiones.

## **2.2. Bases teóricas y conceptual**

### **6.2.1. Capacitación**

Parra y Rodríguez (2016) refieren que: La relación que debe establecerse para entender a la capacitación es que cuando se busca un “saber” es porque se necesita un “hacer” determinado. Es de conocimiento que la capacitación ayuda a los colaboradores a ser más eficientes, de cierta forma mejora sus habilidades, conductas, conocimientos, entre otros. Por esa razón, las capacitaciones deben realizarse de maneras formativas y deben estar establecidas en correspondencia a las necesidades y objetivos de cada organización.

Por su parte Mayorga et al (2018) mencionan que la capacitación se encuentra presente en las organizaciones porque tiene la necesidad de tener colaboradores productivos y calificados. En todo momento de sus actividades los colaboradores necesitan ser retroalimentados, el objetivo principal de la capacitación es obtener que los trabajadores desarrollen sus conocimientos y los fortalezcan, con la finalidad de impulsarlos a ser más eficientes y se encuentren preparados para asumir algún cargo en la organización.

Mientras que para Pérez (2011) la capacitación son los métodos que emplea la organización para instruir a sus colaboradores, entre ellas se encuentran considerados las nuevas habilidades. Cabe indicar que, a diferencia de la capacitación, la inducción es la orientación que se brinda al colaborador que ha comenzado a laborar recientemente, en tanto, la capacitación es un proceso donde se adquieren conocimiento teóricos y prácticos que van a optimizar el ejercicio de los trabajadores.

#### **Importancia de la capacitación**

Para Barrio (2019) la capacitación de los colaboradores toma un rol importante el logro de objetivos de proyectos y tareas de una organización, puesto que es el proceso donde el trabajador o colaborador adquiere las herramientas, conocimientos y las actitudes para desempeñarse en su área. Algunos autores consideran a la capacitación como una de las inversiones más rentables que puede realizar una empresa y que debe darse permanentemente en todas las áreas.

#### **Objetivo de la capacitación**

Según Bermúdez (2015) la capacitación de los colaboradores busca propiciar el desarrollo integral de la persona y el desarrollo de la organización, por esa razón, las organizaciones se preocupan por identificar cada factor que favorece el desenvolvimiento del trabajador, En esta situación, es el área de recursos humanos el encargado de la programación de las capacitaciones personalizadas de cada uno de los colaboradores.

Asimismo, la capacitación promueve y fortalece la comprensión teórica y practica de la información para el desempeño del trabajador. Para ello, es necesario tener actualizado el Manual de Organización y Funciones de la empresa, esto con la finalidad de introducir conocimientos técnicos a los colaboradores en sus respectivas áreas (Coronel A. , 2019).

Del mismo modo, la capacitación busca el perfeccionamiento del colaborador frente a las actividades que realiza en su respectiva área. Es considerado un problema la rotación del personal, por ese motivo es necesario la capacitación en un área específico, buscando el progreso del colaborador (García, 2017).

### **Proceso de capacitación**

De acuerdo a Chiavenato, citado por Guiñazú (2018) el proceso de capacitación comienza con la necesidad de aplicar, seguido del control y seguimiento del plan de mejora de la capacitación; para el autor el proceso consta de los siguientes:

- Diagnóstico de las necesidades de la organización, se efectúa considerando 3 niveles de análisis, entre ellos: De toda la organización, de los recursos humanos y de operaciones. En toda circunstancia el diagnóstico forma parte de la responsabilidad del administrador de línea, ya que es la persona quien puede identificar los problemas tales como: ¿Quién debe aprender?, ¿En que momento debe aprender?, ¿Qué se les debe enseñar?, ¿Quién lo debe enseñar?, entre otros.
- Programación de capacitaciones para cubrir necesidades, luego de haber diagnosticado la problemática se procede a elaborar un plan de mejora o programa de capacitaciones.
- Ejecución de los programas de capacitaciones, elaborado por el instructor y recibido por el aprendiz.

- Posterior a los anteriores procesos se realiza el control, evaluación y seguimiento de las capacitaciones, donde se verifica si las capacitaciones han dado frutos positivos y si se han mejorado los problemas.

## **Dimensiones de la capacitación**

### **a. Capacitación por Aprendizaje Empírico:**

En este tipo de capacitación interviene únicamente el colaborador, dado que es la persona que aprende en el puesto de trabajo, y normalmente no lo consiguen mediante planes de capacitaciones programados, sino por medio de acciones juntos a sus colegas, sin embargo, es llamado capacitación porque de aprendizaje empírico porque lo aprendido por el colaborador se ve reflejado en las actividades que va a realizar durante su desempeño en la empresa (Sangrá & Wheeler, 2013).

A su vez, Pérsico (2019) menciona que el aprendizaje empírico no cuenta con un programa de aprendizaje que tenga un inicio ni fin, así mismo, el autor indica que este aprendizaje no cuenta con una estructura del cual se siga un orden como en un salón de clases. Pero que sus resultados son favorables, porque el colaborador aprende según su propio método de aprendizaje.

### **b. Capacitación por Instrucción**

Según Billikof (2016) se da de forma directa, en la mayoría de los casos se lleva a cabo en los horarios de trabajo y específicamente se aplica para capacitar a los colaboradores sobre las actividades que van a realizar en el puesto que ocupan, la capacitación la dirige un compañero o supervisor que tenga amplia experiencia en la actividad. Por su parte Obando (2020) recalca que dentro de esta técnica la más usada es la instrucción por conferencia, dado que entre sus ventajas resaltan la presentación de conocimientos de manera rápida, directa y sencilla a un grupo de colaboradores. Esta instrucción se encuentra estructurado en 3 partes: La presentación del tema, resolución de problemas y la retroalimentación.

### **c. Capacitación para el Desarrollo de Habilidad**

Se encuentra dirigida a la capacidad de:

- **Resolución de problemas:** En esta capacidad se propone acciones de lógica ante una posible problemática, de esa manera se presenta como contingencia. Se habilita a los individuos para la operación de las tareas.

- **Habilidades interpersonales:** Desarrolla capacidades como las de tener una comunicación fluida y compacta, así también, desarrolla la capacidad de escuchar, todas estas capacidades no solo deben darse con los demás colaboradores sino también con los clientes (Martínez, 2018).

### **6.2.2. Calidad de servicio**

Según Godoy (2011) la calidad de servicio es la atención que se brinda por personas que aprovechan del servicio y como lo observan; conforme a ello se percibirá que el trabajo en el enfoque se ofrecerá y tendrá que estar bien planificado y en caso de distribución racional permanezca como una satisfacción general frente al usuario interno como externo, asimismo involucra el aspecto de organización ya que el copartícipe ingresa en un rol fundamental con sus colegas y que frecuentemente el primer equipo es la muestra para mostrar el producto y servicio.

Por su parte, Giese y Cote (2018) explican que es el cumplimiento de las expectativas que requiere el cliente al momento de comprar un producto o utilizar un servicio, asimismo, los autores afirman que la calidad de servicio puede medirse a través de las opiniones que manifiestan los clientes o consumidores fieles, ya que son las personas quienes acuden o compran frecuentemente a la empresa.

#### **Importancia de la calidad de servicio**

De acuerdo a Losada y Rodríguez (2019) la calidad de servicio es fundamental ya que es la adecuación en medio de la necesidad del consumidor, a más adaptado más calidad, y menor adaptado menor calidad esto involucra el entorno que proporciona de la discrepancia que concurren en una posibilidad o aspiración de los usuarios en la comprensión de aspirar un servicio ideal, también es aclarada la disconformidad en la necesidad del usuario.

A su vez Lavin (2015) alude que la calidad de servicio no puede ser establecida de modo semejante para las organizaciones de productos y servicios dado que estos exhiben otros contextos y de distintas escalas de servicio y calidad es mayor difícil

de evaluar y medir, dado que los usuarios no solo se enfocan en el final del resultado, así mismo involucren de manera significativa en el desarrollo de elección ya que esto consigue cumplir con una atención eficaz.

### **Evaluación de la calidad de servicios**

Según González (2015) para realizar una evaluación de calidad de servicio tiene que pasar por un proceso regulado donde se compara lo específico con lo general, es decir se realiza un control minucioso de los productos o servicios que se ofrece y se compara con lo anteriormente ofertado, de esa manera se obtiene resultados reales de cada proceso que se viene realizando. Entre las corrientes más importantes de la evaluación de la calidad de servicios se encuentra la escuela Nórdica donde su principal objetivo es la interacción social entre colaboradores y clientes.

### **Dimensiones de la calidad del servicio**

Referente a eso, conforme con los descubrimientos, Hernández (2017) muestran que Parasuraman y Col (1985), instauraron que las cinco magnitudes son importantes en los centros educativos, financieros, corretaje de valores, reparación y mantenimiento de aparatos domésticos, servicio de reparación de automóviles, seguro, servicio de hospedaje, servicio telefónico de larga distancia, etc.

Particularmente, Riveros (2007) concreta resumidamente sobre las magnitudes de tal manera: los complementos palpables apoyan y acompañan el servicio, la habilidad o fiabilidad para ejecutar la función media de manera confiable y minuciosa, la facultad de refutación y decisión para poder ayudar a los usuarios y facilitar un servicio eficaz, la atención, seguridad o conocimientos expuestos por los trabajadores y sus talentos para infundir confianza y una atención especificada que se puede brindar a cada usuario. Con finalidad de este texto, en conformidad, las magnitudes del servicio de calidad, se planteó del texto: capacidad de respuesta, elementos tangibles, seguridad, empatía y seguridad.

#### **a. Elementos tangibles**

Es el fragmento perceptible del producto del servicio. Zeithaml y col. (2017) aclaran como concreto el aspecto de las infraestructuras, integrantes, propio y componentes de comunicación. Todos difunden importancias físicas o retratos del servicio que los usuarios emplearan para ponderar la excelencia. Aseguran a su vez, que las

organizaciones de servicios corresponden a progresar métodos que recalquen los tangibles; tal así: como en la elección de los grupos a observar la incorporación de terminología de vanguardia, la comunicación debe de ser intensiva para todo el usuario de escritos internos, conservar buena correlación entre los clientes y la organización, acabado de que la concurrencia física del usuario en los recintos exija a proyectar métodos orientadas a complacerlo.

En esta perspectiva, Matsumoto (2014) reseña que los fundamentos tangibles alcanzan a comprender el aspecto de las infraestructuras, grupos manejados para facilitar el servicio, aspecto del usuario y componentes de comunicación, en otros léxicos, es lo que el usuario observa como prueba física del servicio. Esta magnitud incluye, el semblante del participante de relación con el usuario, la ornamentación del sitio, etc.

Adiciona coronel et al (2019) que la tangibilidad puede reflejarse en las instituciones de enseñanza, donde los elementos se ven en los materiales de apoyo, fácil acceso al uso de tecnologías que de cierta manera formaran parte de la parte integral de los servicios que ofrecen. A pesar que ofrecen servicios educativos, estas instituciones requieren de equipos y materiales para llevar a cabo dicho fin.

#### **b. Capacidad de respuesta**

Para Atencio y González (2017) es la disposición de resolver los problemas a los usuarios. Facilitar un servicio al usuario en el periodo de solicitud sea de cuestionarios, problemas u orden de servicio, quejas. Para las organizaciones de resguardo la sensibilidad del acuerdo juega un rol decisivo en la toma de determinaciones del que comunica o aspira al que contribuye en los objetivos de seguridad brindados.

Al respecto, Veloz y Vazco (2016) delimita esta magnitud como la excedencia para contribuir a los usuarios y proporcionar el funcionamiento con urgencia. El autor corresponde con la facultad de una respuesta con compromiso, recalcando que es la decisión de contribuir con los usuarios y proporcionar el servicio con celeridad.

Esta magnitud resalta la cortesía y rapidez para efectuarlas en las solicitudes, reclamaciones, preguntas de los clientes e interrogantes. Se les notifica a los usuarios con responsabilidad en un periodo donde se tiene que esperar para adquirir la concurrencia, refutación a sus enunciados o solución a sus problemas. Asimismo,

percibe el concepto de capacidad y flexibilidad para singularizar las necesidades de servicio (Veloz & Vasco, 2016).

### **c. Fiabilidad**

La fiabilidad es concretada por Torres y Lastra (2015) como la aptitud para ejecutar el servicio garantizado con exactitud y formalidad. Quiere decir que el servicio se brinda de forma perfecta desde el primer instante. Aquí se les brinda todos los instrumentos para que el usuario detecte los conocimientos y las capacidades laborales de la organización.

Igualmente, según Ramos et al (2020) se relaciona con la aptitud de proporcionar el servicio garantizado y confiable, esto quiere decir que el servicio se debe brindar de forma perfecta desde el primer instante y que la organización cumpla lo prometido. Esta magnitud es examinada más seguido por parte de los clientes, por lo tanto, se muestra de manera más concluyentes en la captación del servicio de calidad recibida.

### **d. Seguridad**

Para esta dimensión, el usuario o cliente confía sus problemas en la organización y siente la seguridad que serán resueltas eficientemente. Dentro de la seguridad se encuentra aspectos como la integridad, honestidad y credibilidad. Es posible que las organizaciones que mayormente se involucran en esta dimensión sean las financieras, las empresas de seguros, legales y otros (Moreno, 2013).

Existen empresas, que por su naturaleza de sus actividades necesitan crear confianza y lealtad entre sus clientes y entre los que considera como contacto directo (Ramírez, 2019). Esta idea puede verse plasmada en la teoría del banquero personal, el mismo que coordinada sus servicios financieros. Uno de los riesgos más probables que pueda verse en este tipo de relaciones es que los usuarios sigan al colaborador así haya concluido sus servicios con la empresa (Villareal, 2017).

En las primeras etapas de relación, en ciertos casos las clientes enfocan su seguridad en las evidencias físicas tales como: los títulos profesionales, reconocimientos, certificados y entre otros documentos que avalen el prestigio de la empresa y de sus servicios que brinda (Acosta, 2018).

### **e. Empatía**



Para Ramírez (2019) la atención a los usuarios se define de manera empática, individualizada y cuidadosa que la organización brinda a sus usuarios. Las propiedades de la empatía radican en difundir a los usuarios, mediante una función singularizada a una idea de ser original y distintivo. Los usuarios pretenden sentirse significativos para las organizaciones acreedoras del servicio.

Por su parte, Nájera (2017) concreta que la empatía es singularizada en las organizaciones que ofrecen servicio a los usuarios; así mismo es la condición que tiene las empresas en percibir las problemáticas de los usuarios. La empresa una vez que está bajo esta dimensión incrementa su responsabilidad con el usuario, comprendiendo cada fragmento de sus propiedades y sus solicitudes.

En esta perspectiva, para Cárdenas (2018) la empatía es una forma que se brinda el servicio, aportando atención personalizada a los usuarios, favoreciendo el enlace e ingreso a la organización, y teniendo enterado al usuario, en un idioma de sea comprensible, en relación al servicio que se proporciona, el valor del propio, variaciones que se efectúen y opciones de salida cada vez que se manifiesten obstáculos. Esta magnitud se expresa en: cortesía, compromiso con el usuario, voluntad para resolver problemas, compromiso con el cliente, trato al cliente con respeto y consideración, capacidad para escuchar al consumidor, horarios de atención adecuados y flexibles, etc.

## **Marco conceptual**

### **Micro y pequeñas empresas**

Se entiende al grupo minoritario de unidades económicas, en lo concerniente al rubro de su capital y demanda de trabajadores en planilla, pero de mucha importancia en la economía de un País, Aportan mucho al PBI, y genera gran cantidad de empleos en su rubro o sector (CDN, 2021).

### **Aprendizaje por capacitación**

Es el conocimiento que percibe el colaborador frente a las instrucciones que recibe para desarrollar una determinada actividad en su area de trabajo, en su mayoría se dan de manera personalizada si sus funciones van a ser específicas, caso contrario, se realizan en un grupo (Formichela, 2019).

## **Cliente**

Es considerado aquella persona jurídica o natural que opta por comprar un producto o un servicio, a cambio de ello retribuye monetariamente y lo puede hacer por medio de transacciones, efectivos y otras formas de pago (Rodríguez, 2019).

### **Servicio**

Es un conjunto de actividades que ofrece las organizaciones para satisfacer las necesidad del consumidor. Los productos que ofrecen estas empresas son inamateriales y personalizados (Eduarte, 2016)

### **Calidad**

Es la totalidad de características y funciones un servicio o bien que presenta una empresa a sus clientes o consumidores, el tener una calidad en una organización ayuda a mejor su rendimiento y capta nuevos clientes potenciales (Aleis, 2017).

### **Desarrollo de habilidades**

Es la capacidad que muestra el colaborador para poseer un nivel de comunicación optimo, trabajar en equipo, solucionar problemas y mostrar una actitud positiva en las areas de trabajo, a su vez, esta se dan por adiestramientos (Confiep Perú, 2019).

### **III. Hipótesis**

En esta investigación no se formula hipótesis porque solo se mostrará las características de la variable en estudio; no se probará el impacto que tiene una variable respecto a otra. Como refiere Hernández et ál. (2014) no corresponde plantear hipótesis por ser de carácter descriptivo.

## **IV. Metodología**

### **4.1. Diseño de la investigación**

La investigación será de tipo cuantitativo, porque se recopilará datos, tomando como base la medición numérica y el tratamiento y análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, debido a que sólo se medirá las magnitudes de los problemas de la realidad (Hernández et al., 2014).

En esa línea, el estudio pertenece a una investigación de enfoque cuantitativo, de manera que se van a recopilar datos numéricos, con la finalidad de probar teorías.

El nivel de investigación será descriptivo, porque se buscarán especificar propiedades, y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, describiendo características tendencias de un grupo o población definida en una muestra de una población (Hernández et al., 2014). Los autores refieren que las investigaciones descriptivas muestran, representan situaciones o peculiaridades de un determinado estudio.

La investigación será no experimental – transversal, porque no se manipulará la variable de estudio donde se observará las variables de esta investigación sin la manipulación de manera intencionada, además, se levantará la información en un solo momento (Hernández et al., 2014)

Las investigaciones de corte transversal recopilan datos en un solo momento y en un tiempo único. Su finalidad es describir las variables de estudio y el análisis de su incidencia e interrelación en un momento dado. En ese contexto el estudio será de corte transversal dado que define la frecuencia de una población determinada y en un punto específico de tiempo (Hernández et al., 2014).

### **4.2. Población y muestra**

#### **4.2.1. Población**

Una población está formada por las características que la definen, por ende; el conjunto de componentes que posea esta característica se denomina población o universo. Entendiéndose esta, por la mayoría de los fenómenos a examinar, donde las unidades poseen una característica común, la cual se estudia y da principio a los datos que se refiere en esta investigación (Hernández et al., 2014).

El estudio estará conformado por una población compuesta por 37 clientes que acuden frecuentemente a la peluquería.

#### **4.2.2. Muestra**

La muestra será censal por ser una población pequeña, dado que el estudio pretende tener impacto significativo en la sociedad, la muestra será de carácter censal por ello considerará el total de la población.

Se ha tomado la totalidad de la población, por lo que no se utilizó ninguna técnica estadística, Se debe tomar el total de la población ya que esta es pequeña, la elección de los elementos depende de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador. Aquí el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas estadísticas, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores (Hernández et al., 2014). En tal sentido la muestra estará constituida por 37 clientes.

**Unidad de análisis:** Los clientes de la peluquería Blanca de la localidad de Marcará, que formarán parte de la muestra y responden a los criterios de la investigación.

#### **Criterios de Inclusión**

- Clientes que acuden más de 4 veces a la semana
- Clientes que radican en Marcará

#### **Criterios de exclusión**

- Colaboradores de la peluquería
- Proveedores

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Capacitación	La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos (Chiavenato, 2001)	Es la preparación que recibe el colaborador para mejorar su desempeño y será medido por las siguientes dimensiones: Aprendizaje informal, instrucción, y desarrollo de habilidades.	Aprendizaje empírico	- Aprendizaje en práctica - Aprendizaje por observación	¿Cree usted que los trabajadores que laboran en la peluquería Blanca ingresan a laborar como practicantes? ¿Considera usted que el trabajador de la peluquería aprender a cortar viendo de sus compañeros?	Escala: Nomin al, tipo Likert
			Instrucciones	- Manual de procedimientos - Reglamentos de la empresa - Políticas de la empresa	¿Considera que la peluquería Blanca ha brindado algún manual de procedimientos de actividades a sus trabajadores? ¿Cree usted que los trabajadores de la peluquería Blanca han tenido un curso de capacitación acerca de la actividad que realizan?	
			Desarrollos de habilidades	- Capacitación en equipo - Capacitación personalizada	¿Cree usted que el líder de la peluquería promueve el trabajo en equipo?	
					¿Ha podido notar una buena relación entre trabajadores?	
Calidad del servicio	Es un conjunto de estrategias y acciones que buscan mejorar el servicio al cliente. La clave para este soporte está en la construcción de buenas relaciones y un ambiente positivo (Zeithaml y Bitner, 2002).	Es la eficacia que presenta un establecimiento a sus clientes y se medirá en las siguientes: Tangibilidad: Fiabilidad, Capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Tangibilidad	- Instalaciones cómodas y atractivas. - Apariencia del personal	¿Según su percepción la empresa ha renovado sus maquinarias para cortar cabellos?	
			Fiabilidad	- Solución de problemas - Atención oportuna - Cumplimiento de compromisos	¿La atención que usted recibe en la peluquería Blanca, es oportuna? ¿La peluquería cumple con los compromisos que ofrece a los clientes?	
			Capacidad de respuesta	- Eficiencia - Disposición de los trabajadores	¿El servicio que usted recibe por parte de la peluquería, lo considera eficiente?	
			Seguridad	- Higiene - Ambientes seguros	¿Los ambientes de la peluquería muestran higiene en todas sus áreas?	
			Empatía	- Atención esmerada - Solución a las necesidades del	¿Ha podido notar que los trabajadores se esmeran en cumplir correctamente su trabajo?	

				cliente - Horario de atención flexible	¿Los horarios de atención de la peluquería son flexibles con su tiempo libre?	
--	--	--	--	---	---	--

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **7.6.1. Técnica de recolección de datos**

Las técnicas e instrumentos para una investigación se refieren a los procedimientos y herramientas mediante los cuales se van a recoger los datos e informaciones necesarias para obtener datos que permitirán realizar tablas estadísticas. En ese contexto, en la presente investigación se utilizará la técnica de la encuesta para lograr el objetivo planteado (Hernández et al., 2014).

##### **7.6.2. Instrumento de recolección de datos**

Se utilizará el cuestionario dirigido los clientes de la peluquería Blanca, que dicho sea de paso que se ha considerado como muestra no probabilística, para el recojo de información. Las interrogantes serán adaptadas al enfoque el cual establece 5 alternativas de tipo ordinal (Hernández et al., 2014).

#### **4.5. Plan de análisis**

Los datos serán obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, acudiendo a los informantes o fuentes los cuales serán ingresados a los programas especiales de cómputo, finalmente para el procesamiento de datos, se realizará en tablas el análisis estadístico y su respectivo análisis de los resultados en el programa estadístico SSPS v.27.

Tablas de frecuencia, según Dawson las tablas de frecuencias son cuadros en los que se registran los datos estadísticos en forma organizada con la frecuencia de cada uno de los valores que puede tomar la variable estudiada. Se presentan en columnas y filas con la finalidad de analizar, sintetizar e ilustrar la información producida por los datos recopilados de una investigación o estudio determinado. Gráfico de barras, da el impulso definitivo a lo que hoy se conoce como gráficos estadísticos, expone su idea de que los gráficos permiten una comunicación más eficiente que las tablas de frecuencia.



#### 4.6. Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>Capacitación para mejorar la calidad del servicio en la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de capacitación para mejorar la calidad del servicio de la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022?</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar las principales características de capacitación para mejorar la calidad del servicio de la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir las características de la capacitación empírica que se ofrecen en la empresa para mejorar la calidad del servicio de la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.</li> <li>- Definir las capacitaciones por instrucciones que se brindan en la empresa para mejorar la calidad del servicio en la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.</li> <li>- Describir las capacitaciones para el desarrollo de habilidades que se dan en la empresa para mejorar la calidad del servicio en la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.</li> </ul>	<p>Para este estudio no se aplicará hipótesis por ser de carácter descriptivo.</p>	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo, descriptivo.</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p> <p><b>Técnicas:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> El cuestionario</p> <p><b>Población:</b> 37 clientes que acuden frecuentemente a la peluquería.</p> <p><b>Muestra:</b> 37 clientes que acuden frecuentemente a la peluquería.</p>

#### **4.7. Principios éticos**

En la presente investigación se tendrá en cuenta los principios éticos en el código de ética para la investigación en la Versión 004 de la ULADECH, lo cual se toma en cuenta los siguientes principios:

**1.- Principio de protección a las personas**, para esta investigación se realizará el protocolo de consentimiento informado, el mismo que se entregara al representante de esta investigación, a través de la firma del protocolo de consentimiento informado, se tendrá para la aceptación para lo cual formaran parte de esta investigación, en caso que no sea posible obtener la firma física, se usaran medios digitales como correos electrónicos y mensajes vía WhatsApp, para lograr la aceptación.

Por intermedio del consentimiento informado, se les dará a conocer claramente el propósito de la investigación que consiste en recabar información acerca de las variables capacitación y calidad de servicio en la peluquería Blanca de la localidad de Marcará. Así mismo se les dará a conocer que se les respetará la confidencialidad de los datos a recolectar, no se les vulnerará la privacidad de ellos. Los productos provenientes de esta investigación serán respetados en todo momento y se usarán solo para los fines de la investigación.

Antes de iniciar el trabajo de campo, se solicitará a través de una carta dirigida al gerente o representante de la empresa en estudio, la autorización para realizar la investigación.

**2.- Principio de beneficencia y no maleficencia**, esta investigación por su naturaleza no representa riesgo alguno, ni por los participantes de la investigación ni para la investigadora, durante el recojo de la información se informará de ello a los integrantes de la muestra. En todo momento lo que se buscara es maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes. Además, se asegurará la protección de todos aquellos participantes de este estudio, respetando su dignidad, diversidad, identidad, privacidad y confidencialidad.

**3.- Principio de justicia**, durante el desarrollo de campo, se invocará a todos los participantes de la muestra revisar bien el cuestionario y contestar todas las preguntas sin omitir ninguna de ellas, para evitar la anulación del cuestionario o el marcado intencional de dichas preguntas, que podrían llevar a sesgos en la investigación.

Como investigadora no presento limitaciones respecto a habilidades, capacidades y conocimientos para llevar a cabo esta investigación. El consentimiento de la variable, la línea de investigación y otros aspectos que requiere el proceso de investigación, se reforzará permanentemente con la revisión de literatura y las orientaciones del docente de la asignatura.

**4.- Principio de integridad científica,** en todo el proceso de la investigación se actuará con honestidad, no se manipulará la información de campo, tampoco se firmará documentos tales como la carta de autorización, los protocolos de consentimiento informado y menos se llenará el cuestionario por otras personas con la finalidad de cumplir con las exigencias que amerita la realización de la investigación. De presentarse conflictos de interés durante el desarrollo de la investigación serán declarados oportunamente, para buscar la solución y no afecte el desarrollo del proceso ni la comunicación de los resultados.

**5.- Principio libre participación y derecho a estar informado,** el protocolo de consentimiento informado es el documento en el cual los participantes de la muestra, darán expresamente su consentimiento de formar parte de esta investigación, por ello antes de aplicar el cuestionario se deberá tener la aceptación de dicho documento. Se mantendrá comunicación abierta con todos los participantes con la finalidad de absolver cualquier duda que pudieran tener en el desarrollo de la investigación. Sin duda alguna, todas las manifestaciones serán voluntarias, informadas, libres y específicas; se respetará de igual modo la propiedad intelectual de los respectivos autores de las teorías tomadas en cuenta.

**6.- Principio de cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad,** en esta investigación no se declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a los animales, plantas, medio ambiente o la biodiversidad, porque no se tendrá injerencia directa sobre ellos, ya que la muestra de esta investigación serán los clientes de la peluquería Blanca. Más al contrario, el estudio pretende concientizar a los representantes de las peluquerías de manera que puedan compartir la información con sus colaboradores.

## V. Resultados

### 5.1. Resultados

**Objetivo específico 1:** Describir las características de la capacitación empírica que se ofrecen en la empresa para mejorar la calidad del servicio de la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.

**Tabla 1**

*Capacitación empírica*

	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Nunca	0	0,0
Casi nunca	8	21,6
A veces	21	56,8
Casi siempre	6	16,2
Siempre	2	5,4
<u>Total</u>	<u>37</u>	<u>100,0</u>

*Nota.* Resultados obtenidos del estadístico SPSS

**Objetivo específico 2:** Definir las capacitaciones por instrucciones que se brindan en la empresa para mejorar la calidad del servicio en la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.

**Tabla 2**

*Capacitaciones por instrucciones*

	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Nunca	0	0,0
Casi nunca	7	18,9
A veces	20	54,1
Casi siempre	9	24,3
Siempre	1	2,7
<u>Total</u>	<u>37</u>	<u>100,0</u>

*Nota.* Resultados obtenidos del estadístico SPSS

**Objetivo específico 3:** Describir las capacitaciones para el desarrollo de habilidades que se dan en la empresa para mejorar la calidad del servicio en la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.

**Tabla 3**

*Capacitación para el desarrollo de habilidades*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	5,4
Casi nunca	7	18,9
A veces	18	48,6
Casi siempre	9	24,3
Siempre	1	2,7
Total	37	100,0

*Nota.* Resultados obtenidos del estadístico SPSS

### **Datos generales de los clientes encuestados**

**Tabla 4**

*Sexo de los clientes*

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	13	31,1
Masculino	24	64,9
Total	37	100,0

*Nota.* Resultados obtenidos del estadístico SPSS

**Tabla 5**

*Edad de los clientes*

	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 24 años	21	56,8
De 25 a 31 años	5	13,5
De 32 a 38 años	6	16,2
De 39 a más	5	13,5
Total	37	100,0

*Nota.* Resultados obtenidos del estadístico SPSS

## 5.2. Análisis de resultados

**Objetivo específico 1:** Describir las características de la capacitación empírica que se ofrecen en la empresa para mejorar la calidad del servicio de la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla y figura 1, se pudo identificar que del 100% de clientes encuestados, el 56,8% considera que a veces la capacitación de los trabajadores de la peluquería Blanca se basa en la capacitación empírica, dichos hallazgos coinciden con los encontrados por Rubio (2020) donde el 63% reconoció que los aprendizajes que han obtenido son a base de las experiencias que adquirieron cuando laboraron en diversas entidades del estado. Sin embargo, difieren con los resultados de García (2019) donde el 47.37% respondió que no se ejecuta actividades de capacitación.

A su vez, los resultados encontrados se sostienen de la teoría de Sangrá y Wheeler (2013) quien explica que en la capacitación empírica interviene únicamente el colaborador, dado que es la persona que aprende en el puesto de trabajo, y normalmente no lo consiguen mediante planes de capacitaciones programados, sino por medio de acciones juntos a sus colegas, sin embargo, es llamado capacitación porque de aprendizaje empírico porque lo aprendido por el colaborador se ve reflejado en las actividades que va a realizar durante su desempeño en la empresa.

En esa línea, Pésico (2019) menciona que la capacitación empírica no cuenta con un programa de aprendizaje que tenga un inicio ni fin, así mismo, el autor indica que esta capacitación no cuenta con una estructura del cual se siga un orden como en un salón de clases. Pero que sus resultados son favorables, porque el colaborador aprende según su propio método de aprendizaje. Ante este análisis se puede indicar que las capacitaciones por aprendizaje empírico ayuda en la resolución de los problemas, dado que cada persona aplica su propia técnica para aprender, así mismo, es importante aplicar este tipo de aprendizaje porque permite a los demás colaboradores aprender de sus compañeros.

**Objetivo específico 2:** Definir las capacitaciones por instrucciones que se brindan en la empresa para mejorar la calidad del servicio en la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.

Según los resultados de la tabla y figura 2, del 100% de clientes encuestados, el 54,1% percibe que a veces la peluquería Blanca realiza capacitaciones por instrucciones a sus colaboradores. En su momento, coinciden con Salazar (2021) donde sus resultados reflejan que la mayoría de los encuestados consideran que frecuentemente si recibe capacitación en la Universidad Técnica de Ambato, No obstante, discrepan con García (2019) donde el 47.37% respondió que no se ejecuta actividades de capacitación, así mismo, difieren con Freire (2020) puesto que las temáticas de capacitación Gubernamentales recibidas no logran desarrollarse de manera eficaz afectando a la organización, por lo cual ocasiona desmotivación en los funcionarios y por ende a sus usuarios.

Para estos resultados se consideró la teoría de Parra y Rodríguez (2016) quienes refieren que: La relación que debe establecerse para entender a la capacitación es que cuando se busca un “saber” es porque se necesita un “hacer” determinado. Es de conocimiento que la capacitación ayuda a los colaboradores a ser más eficientes, de cierta forma mejora sus habilidades, conductas, conocimientos, entre otros. Por esa razón, las capacitaciones deben realizarse de maneras formativas y deben estar establecidas en correspondencia a las necesidades y objetivos de cada organización.

Bermúdez (2015) añade, la capacitación de los colaboradores busca propiciar el desarrollo integral de la persona y el desarrollo de la organización, por esa razón, las organizaciones se preocupan por identificar cada factor que favorece el desenvolvimiento del trabajador, En esta situación, es el área de recursos humanos el encargado de la programación de las capacitaciones personalizadas de cada uno de los colaboradores.

Asimismo, la capacitación promueve y fortalece la comprensión teórica y práctica de la información para el desempeño del trabajador. Para ello, es necesario tener actualizado el Manual de Organización y Funciones de la empresa, esto con la finalidad de introducir conocimientos técnicos a los colaboradores en sus respectivas áreas (Coronel A. , 2019).

En ese marco, Según Billikof (2016) la capacitación por instrucción se da de forma directa, en la mayoría de los casos se lleva a cabo en los horarios de trabajo y específicamente se aplica para capacitar a los colaboradores sobre las actividades que van a realizar en el puesto que ocupan, la capacitación la dirige un compañero o supervisor que tenga amplia experiencia en la actividad. Por su parte Obando (2020)

recalca que dentro de esta técnica la más usada es la instrucción por conferencia, dado que entre sus ventajas resaltan la presentación de conocimientos de manera rápida, directa y sencilla a un grupo de colaboradores. Esta instrucción se encuentra estructurado en 3 partes: La presentación del tema, resolución de problemas y la retroalimentación.

Ante este análisis se puede mencionar que hoy en día es esencial la capacitación de los colaboradores, puesto que por medio de ello, los colaboradores adquieren conocimientos, habilidades, actitudes y herramientas para desempeñarse en el cargo. En una constante competencia de las Mypes, las empresas procuran tener el mejor capital humano, y por lo tanto cada vez se vuelve más importante la capacitación por instrucción.

**Objetivo específico 3:** Describir las capacitaciones para el desarrollo de habilidades que se dan en la empresa para mejorar la calidad del servicio en la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.

Se pudo obtener en la tabla y figura 3 que del 100% de clientes encuestados, el 48,6% asume que la capacitación que brinda la peluquería Blanca a sus colaboradores se enfoca a veces en el desarrollo de habilidades. Estos resultados coinciden con Chicaisa (2022) donde los clientes consideran que los empleados de la empresa son amables, tienen empatía, responden a las dudas y requerimientos que les hacen, son cordiales al comunicar promociones y ofertas, son ordenados y muestran constante disponibilidad. Así también, concuerdan con los resultados de Añazco (2020) donde encontró que las capacitaciones que realizan en la empresa mejoran sus habilidades, técnicas y hace del colaborador más competitivo.

Para estos hallazgos se ha considerado la teoría de Pérez (2011) quien menciona que la capacitación son los métodos que emplea la organización para instruir a sus colaboradores, entre ellas se encuentran considerados las nuevas habilidades. Cabe indicar que, a diferencia de la capacitación, la inducción es la orientación que se brinda al colaborador que ha comenzado a laborar recientemente, en tanto, la capacitación es un proceso donde se adquieren conocimiento teóricos y prácticos que van a optimizar el ejercicio de los trabajadores.

Por su parte, García (2017) establece que la capacitación busca el perfeccionamiento del colaborador frente a las actividades que realiza en su respectiva área. Es considerado un



problema la rotación del personal, por ese motivo es necesario la capacitación en un área específico, buscando el progreso del colaborador.

A su vez Martínez (2018) menciona que la capacitación para el desarrollo de habilidades se encuentra dirigida a la capacidad de - **Resolución de problemas:** En esta capacidad se propone acciones de lógica ante una posible problemática, de esa manera se presenta como contingencia. Se habilita a los individuos para la operación de las tareas.

- **Habilidades interpersonales:** Desarrolla capacidades como las de tener una comunicación fluida y compacta, así también, desarrolla la capacidad de escuchar, todas estas capacidades no solo deben darse con los demás colaboradores sino también con los clientes.

Ante ello se puede indicar que las capacitaciones no solo deben enfocarse en desarrollar el desempeño de las actividades de las personas sino en mejorar la personalidad, su actitud, su estado de ánimo, puesto que si un colaborador se encuentra motivado se identificará con la empresa y prestará una mejor atención al cliente.

#### **Datos generales de los clientes encuestados**

En los datos generales de los clientes se pudo obtener en la tabla y figura 4, que del 100% de clientes encuestados, el 64.9% pertenece al sexo masculino, de igual modo, en la tabla y figura 5 el 56.8% de clientes encuestados tiene de 18 a 24 años. Los resultados presentados coinciden con Rubio (2020) donde el 52% fueron masculinos, así también, el 63% manifestó estar en las edades de 20 a 30 años. No obstante, discrepan con los resultados de Chíncha (2022) donde el 62,86% tiene de 31 a 50 años de edad, pero coinciden en el sexo, dado que el 82,86% son varones.

En base a los resultados se puede indicar que el cliente objetivo para el rubro de peluquería se encuentra en las edades de 20 a 30 años, eso demuestra que las empresas de este rubro deberían preocuparse en capacitar a su personal para que puedan ofrecer servicios poco comunes y de ese modo mejore la calidad de su servicio.

## **VI. Conclusiones**

De acuerdo a la opinión de los clientes se llegó a la conclusión que, la peluquería Blanca enfoca su capacitación en el empirismo, de ese modo, se puede deducir que el conocimiento que transmite la representante se enfoca en las experiencias que ha obtenido a lo largo de su desempeño como trabajadora en diversas peluquerías y lo plasma en su propio establecimiento compartiendo con sus colaboradoras.

Así mismo, se puede concluir que, la peluquería Blanca solo a veces realiza capacitaciones por instrucciones, en ese sentido, se puede mencionar que los colaboradores no pueden efectuar todos los servicios que ofrece la empresa y si en caso lo harían no ofrecerían calidad de servicio por la misma razón que los conocimientos que tienen son limitados y no les permitiría tener un mayor desarrollo.

Además, se concluye que, solo a veces la peluquería Blanca brinda capacitaciones enfocadas al desarrollo de habilidades, lo cual lleva a indicar que el establecimiento no se preocupa en potenciar las destrezas de sus colaboradores, tampoco considera que desarrollar la parte comunicativa del colaborador fomenta un ambiente laboral positivo, del mismo modo, no consideran que mantener a un trabajador motivado incrementa su productividad y se identifica con la empresa.

## **VII. Recomendaciones**

A la propietaria de la peluquería Blanca programar capacitaciones semanales con un especialista en el rubro de manera que los colaboradores puedan aprender nuevas técnicas y nuevos servicios, sin duda alguna mejorará la productividad de ellos y generaran mayores ingresos y satisfacción al usuario.

A los colaboradores, tomar estudios sobre cosmetología y barbería para perfeccionar el aprendizaje empírico que tienen, ellos deben tener en cuenta que los servicios se van innovando y por ende el usuario-consumidor aumenta su exigencia para satisfacer su necesidad, así mismo, en un mundo competitivo es necesario que el colaborador se encuentre preparado ante cualquier eventualidad que pueda suceder en el trabajo.

Por último, se recomienda a la peluquería Blanca brindar reconocimientos sociales a los colaboradores con la finalidad de retribuir su desempeño, se considera que un colaborador motivado realiza sus labores con entusiasmo e incrementa su productividad, es favorable para el trabajador y para la empresa mantener un clima organizacional positivo.

## Referencias bibliográficas

- Abdala, E. (2019). *Experiencias de capacitación laboral de jóvenes en América Latina*. *Scielo*, 38-39. Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=s0718-22362001000100007&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=s0718-22362001000100007&script=sci_arttext)
- Acosta, M. (2018). *Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento*. *Uclave*. Obtenido de <https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/1656>
- Aleis. (2017). *Aleis Sitemas*. Obtenido de <http://www.aleissistemas.com/blog/la-importancia-la-calidad-las-empresas/>
- Álvarez, B., Freire, D., & Gutiérrez, B. (2017). *Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas*. Universidad de Concepción. Obtenido de <http://repositorio.udec.cl/bitstream/11594/2495/3/%C3%81lvarez%20-%20Freire%20-%20Guti%C3%A9rrez.pdf>
- Anca Paz, J. (2022). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la Empresa Ángeles Gonzales Inversiones SRL Chimbote 2021*. Univerdad César Vallejo. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85752/Anca\\_MJE-Paz\\_DKY-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85752/Anca_MJE-Paz_DKY-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y)
- Añazco, L. (2020). *Capacitación laboral y su relación con la calidad de servicio en la empresa Turismo CIVA S.A.C., Lima - 2020*. Universidad Peruana De Las Américas. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1133/CORREA%20A%C3%91AZCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arellano, H. (2019). *Quality in service as a competitive advantage*. *Ciencias económicas y empresariales*, 72-83. Obtenido de [http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3194/1/Calidad\\_servicio.pdf](http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3194/1/Calidad_servicio.pdf)
- Atencio, E., & González, B. (2017). *Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ)*. *Scielo*. Obtenido de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182007000100013](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000100013)
- Barrios, Y. (2019). *La importancia de la capacitación*. *Pymempresario*, 32-65. Obtenido de <https://www.pymempresario.com/2012/07/la-importancia-de-la-capacitacion/>
- Bermúdez, L. (2015). *Capacitación: una herramienta de fortalecimiento de las pymes*. *Scielo*. Obtenido de [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S2215-24582015000100001&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S2215-24582015000100001&script=sci_arttext)
- Billikopf, G. (2016). *Capacitacion del personal*. Berkeley. Obtenido de <https://nature.berkeley.edu/ucce50/agro-laboral/7libro/05s.pdf>

- Business empresarial. (2020). *Economía y negocios*. Obtenido de <https://www.businessempresarial.com.pe/empresas-peruanas-capacitan-a-colaboradores-pero-invierten-poco/>
- Cantos, M. (2018). *Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente*. Redalcy, 233-235. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2313/231324550006.pdf>
- Cárdenas, M. (2018). *Calidad del servicio municipal desde la perspectiva del ciudadano*. *Ciencia Latina*. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/130>
- CDN. (2021). *Guía sobre el régimen laboral de la micro y pequeña empresa*. Obtenido de [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2248797/guia\\_micro\\_pequena\\_empresa.pdf?v=1634171555#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20micro%20y,bienes%20o%20prestaci%C3%B3n%20de%20servicios](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2248797/guia_micro_pequena_empresa.pdf?v=1634171555#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20micro%20y,bienes%20o%20prestaci%C3%B3n%20de%20servicios).
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos*. Mc Graw Hill. Obtenido de [https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion\\_de\\_recursos\\_humanos\\_-\\_chiavenato.pdf](https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf)
- Chicaiza, I. (2022). *La gestión del talento humano y la calidad de servicio en la empresa "Plastifull"*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/3176/1/Chicaiza%20Espinoza%20Ingeworth%20Moserrate.pdf>
- CHINCHA TOLEDO , V. (2022). *PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CAPACITACIÓN LABORAL PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO CONSTRUCTORAS DE OBRAS CIVILES DEL BARRIO BELÉN, HUARAZ 2020*. UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21227/CAPACITACION\\_LABORAL\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_CHINCHA\\_TOLEDO\\_VANESSA\\_INGRID.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21227/CAPACITACION_LABORAL_GESTION_DE_CALIDAD_CHINCHA_TOLEDO_VANESSA_INGRID.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Confiep Perú. (2019). *Connect américas*. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/la-importancia-de-las-habilidades-blandas-en-las-empresas#:~:text=El%20desarrollo%20de%20habilidades%20blandas,quando%20existe%20un%20mercado%20tan>
- Coronel, A. (2019). *Capacitación del Capital Humano como una Inversión para Desarrollo*. *Eureka*, 71-76. Obtenido de <https://psicoeureka.com.py/sites/default/files/publicaciones/eureka-7-2-10.pdf#page=73>
- Coronel, J., Basantes, R., & Vinueza, A. (2019). *Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador)*. *Revistaespacios*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html>

- Eduarte, A. (2016). *Calidad en el servicio al cliente*. Scielo. Obtenido de [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-12591999100100006&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-12591999100100006&script=sci_arttext)
- Espinoza Vargas, E. (2022). *Capacitación y Calidad del Servicio en la Empresa Inversiones INVEF S.A.C., Huaraz, 2022*. UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/100485/Espinoza\\_FEJ-Vargas\\_CAR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR2MvTEDdstjKk3nAj2p8bkSaHIfjFedVIU78xy4OySOyat9oUjmOahu9bQ](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/100485/Espinoza_FEJ-Vargas_CAR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR2MvTEDdstjKk3nAj2p8bkSaHIfjFedVIU78xy4OySOyat9oUjmOahu9bQ)
- Formichela, D. (2019). *El uso del Google Classroom como complemento de la capacitación presencial a docentes de nivel primario*. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1850-99592019000200010](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-99592019000200010)
- Freire Vargas, L. (2020). "LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA DIRECCIÓN PROVINCIAL DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA". UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE PSICOLOGÍA INDUSTRIAL. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31871/1/TESIS%20FINAL%209-10-2020%20Lorena%20Freire.pdf>
- García Seminario, R. (2019). *LA CAPACITACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL USUARIO, EN EL HOSPITAL BELÉN DE TRUJILLO AÑO 2017*. UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS. Obtenido de [https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5548/Garc%c3%ada%20Seminario%2c%20Rosa%20Alejandrina.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR3dVqmeKRY7kDyjTz2SZcNXFHFfeIUyqXNgKvrwNzr0NBc\\_f6Botf9DSNGo](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5548/Garc%c3%ada%20Seminario%2c%20Rosa%20Alejandrina.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR3dVqmeKRY7kDyjTz2SZcNXFHFfeIUyqXNgKvrwNzr0NBc_f6Botf9DSNGo)
- García, J. (2017). El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones. *Eumed*. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2011b/jmg1.pdf>
- Gestión. (2019). *El 48% de los trabajadores peruanos recibió capacitación de su actual empleo*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/48-trabajadores-peruanos-recibio-capacitacion-actual-242979-noticia/>
- Godoy, J. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. *Redalcy*, 23-35. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>
- González, R. (2015). Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala de Servqual. *Scielo*, 25(1), 113-135. Obtenido de

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-81702015000100008](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-81702015000100008)

- Granados Pineda , K. (2019). *Calidad de servicio en las ventas de comercial Ancash Plaza, Huaraz, 2017*. UNIVERSIDAD SAN PEDRO. Obtenido de [http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/10720/Tesis\\_60710.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/10720/Tesis_60710.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Guiñazú, G. (2018). Capacitación efectiva en la empresa. *Redalcy*, 7(12), 103-116. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/877/87701209.pdf>
- Hernández, C., Prieto, A., & Hernández, C. (2017). Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. Reflexiones teóricas. *Aribitrada Venezolona*, 127-141. Obtenido de <https://biblat.unam.mx/hevila/Impactocientifico/2017/vol12/no2/8.pdf>
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Inefop. (2020). *Formación para el trabajo en Uruguay*. Obtenido de <http://www.inefop.org.uy/docs/Formacion%20para%20el%20trabajo%20en%20Uruguay.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing* (13 ed.). Pearson Educación de México. Obtenido de <https://www.marcialpons.es/libros/fundamentos-de-marketing/9786073238458/>
- LaRepública. (2019). *86.8% de empresas no invierten en capacitación de sus trabajadores*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/352721-868-de-empresas-no-invierten-en-capacitacion-de-sus-trabajadores/>
- Lavin, P. (2015). La Calidad del Servicio: Caso UMF. *Redalcy*, 39-45. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/944/94438997005.pdf>
- Loidi. (2019). ¿Por qué cierran las pymes? No es (sólo) por las crisis. *El economista*. Obtenido de <https://www.economista.com.ar/2019-10-por-que-cierran-las-pymes-no-es-solo-por-las-crisis/>
- Losada, M., & Rodríguez, A. (2019). Calidad del servicio de salud: una revisión a la literatura desde la perspectiva del marketing. *Scielo*, 20(34). Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-35921007000200011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35921007000200011)
- Martínez, C. (2018). Habilidades gerenciales en mujeres comerciantes cabeza de hogar y economía familiar. *Redalcy*, 153-166. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/206/20657075009/20657075009.pdf>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332014000200005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332014000200005&script=sci_arttext)

- Mayorga, V., Llerena, V., & Salas, M. (2018). Las competencias laborales para las empresas asociadas a la Cámara de la Pequeña Industria de Tungurahua. *Casedelpo*, 79-95. Obtenido de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/506>
- Mejía Tanta, L. (2022). *LA CALIDAD DE SERVICIO Y EL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA QUAVII, CHIMBOTE - 2020*. UNIVERSIDAD SEÑOR DE SÍPAN. Obtenido de [https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9858/Mej%c3%ada%20Cabrera%20Lorena%20%26%20Tanta%20Lozano%20Nilder\\_.pdf?sequence=6&isAllowed=y&fbclid=IwAR2bd2oXcww94TdJfJPdftOT5lceVstFXfdBgXhtFlm17s0510dFk3T7INs](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9858/Mej%c3%ada%20Cabrera%20Lorena%20%26%20Tanta%20Lozano%20Nilder_.pdf?sequence=6&isAllowed=y&fbclid=IwAR2bd2oXcww94TdJfJPdftOT5lceVstFXfdBgXhtFlm17s0510dFk3T7INs)
- Moreno, M. (2013). Calidad y seguridad de la atención. *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1727-558X2020000300007](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2020000300007)
- Nájera, R. (2017). La Calidad del Servicio de un Centro de Información. *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3664564>
- Obando, M. (2020). Capacitación del talento humano y productividad: Una revisión literaria. *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7887983>
- Parra, C., & Rodríguez, F. (2016). *La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones*. *Revistas UPTC*, 6(2). Obtenido de [https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion\\_duitama/article/view/4602](https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_duitama/article/view/4602)
- Pedraza, N., Verástegui, J., González, A., & Bernal, I. (2019). *Factores determinantes en la calidad del servicio sanitario en México: Caso ABC*. *Scielo*, 10(02). Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1900-38032014000200006](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032014000200006)
- Pérez, G. (2011). La capacitación a través de algunas teorías de aprendizaje y su influencia en la gestión de la empresa. *Redalcy*, 1-22. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194218961006.pdf>
- Pérsico, A. (2019). *Modelos disruptivos de capacitación en las organizaciones*. *Educación Perú*. Obtenido de <https://www.educacionperu.org/wp-content/uploads/wp-post-to-pdf-enhanced-cache/1/modelos-disruptivos-de-capacitacion-en-las-organizaciones.pdf>
- Ramírez, J. (2019). *Evaluación de la calidad de los servicios públicos domiciliarios*. *Redalcy*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/109/10900506.pdf>
- Ramos, K., Podesta, L., & Ruíz, R. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción de pacientes sometidos a tratamientos estéticos faciales mínimamente invasivos de una clínica privada*. Lima-Perú. 2019. *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1727-558X2020000300007](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2020000300007)



- Richard, C. L. (2020). *Calidad de servicio y fidelización de los padres de familia de la Institución Educativa Particular Virgen de Guadalupe de Chimbote, 2019*. Universidad César Vallejo. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43559/Carrion\\_LR\\_J.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43559/Carrion_LR_J.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rodríguez, J. (2019). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>
- Rubio Valladares, D. (2020). *GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO DEL DISTRITO FISCAL DEL. UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN*. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9921/Rubio%20Valladares%20Deysi%20Fiorella.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salazar Aguirre, A. (2021). *La capacitación en el desarrollo académico en los docentes de las Instituciones de Educación Superior*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33003/1/030%20ADP.pdf>
- Sangrá, A., & Wheeler, S. (2013). Nuevas formas de aprendizaje informales: ¿O estamos formalizando lo informal? *Redalcy*, 107-115. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/780/78025711008.pdf>
- Torres, E., & Lastra, J. (2015). Propuesta de una escala para medir la calidad del servicio de los centros de atención secundaria de salud. *Scielo*. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/rap/a/8hyF3685bGpc7yYFbGKQdkK/?format=pdf&lang=es>
- Vega, J. (2016). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. *Redalcy*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215049679004.pdf>
- Veloz, C., & Vasco, J. (2016). Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoría. *Redalcy*, 19-25. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5826/582663825004.pdf>
- Villareal, E. (2017). Seguridad de los pacientes. Un compromiso de todos para un cuidado de calidad. *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-55522007000100011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-55522007000100011)

## Anexos

### Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2022-2023															
		Mes: Diciembre				Mes: Enero				Mes: Febrero				Mes: Marzo			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X	X														
2	Revisión del proyecto por JI y/o DTAI		X	X													
3	Aprobación del proyecto por JI y/o DTAI			X													
4	Exposición del proyecto al JI y/o DTAI				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Elaboración del consentimiento informado (*)						X										
7	Ejecución de la metodología						X	X									
8	Resultados de la investigación								X								
9	Conclusiones y recomendaciones								X	X							
10	Redacción del pre informe de investigación									X							
11	Redacción del informe final										X						
12	Aprobación del informe final por JI y/o DTAI											X	X				
13	Presentación de ponencia													X	X		
14	Redacción del artículo científico															X	X

## Anexo 2: Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones	0.20	200	40.00
• Fotocopias	0.10	50	5.00
• Empastado	50.00	1	50.00
• Papel bond A-4 (200 hojas)	0.10	200	20.00
• Lapiceros	2.00	3	6.00
<b>Servicios</b>			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			<b>221.00</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	2.00	20	40.00
<b>Sub total</b>			<b>40.00</b>
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			<b>261.00</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
<b>Servicios</b>			
• Uso de internet	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35	2	70
• 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
<b>Sub total</b>			<b>400.00</b>
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			<b>800.00</b>
<b>Total (S/.)</b>			

### Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

#### CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CAPACITACIÓN

El presente instrumento tiene como objetivo: Determinar las principales características de capacitación para mejorar la calidad del servicio de la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022.

##### Instrucción:

A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá responder, marcando con una (X) la respuesta que considere conveniente. No existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su contextualización; se guardará absoluta reserva.

##### I. DATOS GENERALES

###### 1) Edad

- a) De 18 a 24 años
- b) De 25 a 31 años
- c) De 32 a 38 años
- d) De 39 a más

###### 2) Sexo

- a) Femenino
- b) Masculino

##### II. Variable 1: Capacitación

Donde:

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

Nº	ÍTEMS	1	2	3	4	5
<b>Capacitación por aprendizaje empírico</b>						
1	Cree usted que los trabajadores que laboran en la peluquería Blanca ingresan a laborar como practicantes					
2	Usted ha podido notar que algunos colaboradores practican con los clientes					
3	Considera usted que el trabajador de la peluquería aprende a cortar viendo de sus compañeros					
<b>Capacitaciones por instrucciones</b>						
4	Cree usted que los trabajadores de la peluquería Blanca han tenido un curso de capacitación acerca de la actividad que realizan					
5	Considera que la peluquería Blanca ha brindado algún manual de procedimientos de actividades a sus trabajadores					
6	De acuerdo a su opinión, los reglamentos de la empresa van acorde a las capacitaciones que ofrecen					
7	Considera que la peluquería tiene políticas que ayudan a mejorar las instrucciones de los colaboradores					
<b>Capacitación para el desarrollo de habilidades</b>						

<b>8</b>	Cree usted que el líder de la peluquería promueve el trabajo en equipo					
<b>9</b>	En algún momento usted ha podido notar que algún colaborador consulte con su jefe inmediato o compañero de trabajo					
<b>10</b>	Ha podido notar una buena relación entre trabajadores					
<b>11</b>	Cree usted que el representante de la peluquería les orienta personalmente al inicio de cada jornada					

## CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO

### II. Variable 2: Calidad de servicio

Donde:

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

Nº	ÍTEMS	1	2	3	4	5
<b>Tangibilidad</b>						
1	Según su percepción la empresa ha renovado sus maquinarias para cortar cabellos					
2	Los muebles donde usted se sienta, suelen ser cómodos					
3	En algún momento, los servicios higiénicos se han encontrado en óptimo estado					
4	La fachada de la peluquería le causa impresión					
<b>Fiabilidad</b>						
5	El colaborador soluciona los inconvenientes que usted tiene					
6	La atención que usted recibe en la peluquería Blanca, es oportuna					
7	La peluquería cumple con los compromisos que ofrece a los clientes					
<b>Capacidad de respuesta</b>						
8	El servicio que usted recibe por parte de la peluquería, lo considera eficiente					
9	Los trabajadores de la peluquería le han mostrado su disposición en todo momento					
<b>Seguridad</b>						
10	Los ambientes de la peluquería muestran higiene en todas sus áreas					
11	Las zonas seguras de la peluquería se encuentran en perfecto estado					
<b>Empatía</b>						
12	Ha podido notar que los trabajadores se esmeran en cumplir correctamente su trabajo					
13	Si usted requiere de alguna recomendación por parte del trabajador, ellos se lo hacen llegar					
14	Los horarios de atención de la peluquería son flexibles con su tiempo libre					

**¡Gracias!**

## Anexo 4: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle 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 CAPACITACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA PELUQUERÍA BLANCA, MARCARÁ, CARHUAZ, 2022 y es dirigido por MARCHENA SIFUENTES KATTY MILAGROS, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de capacitación para mejorar la calidad del servicio de la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 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 945701007. Si desea, también podrá escribir al correo [kattymarchenasifuentes@gmail.com](mailto:kattymarchenasifuentes@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 Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Blanca Luz Celestino Minaya

Fecha: 02/01/2023

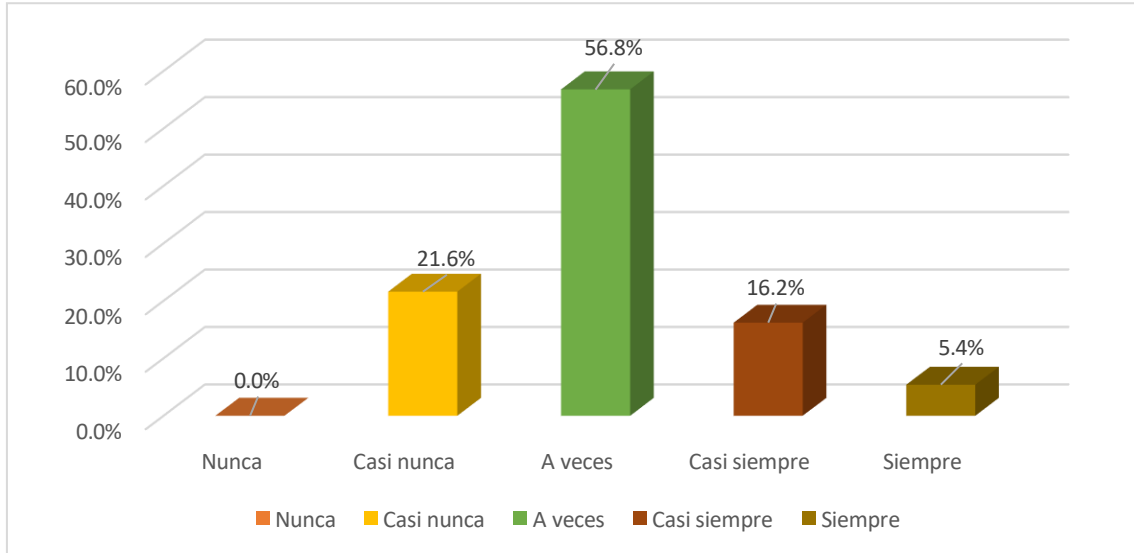
Firma del participante:

Firma del investigador:

## Anexo 5: Figuras

**Figura 1**

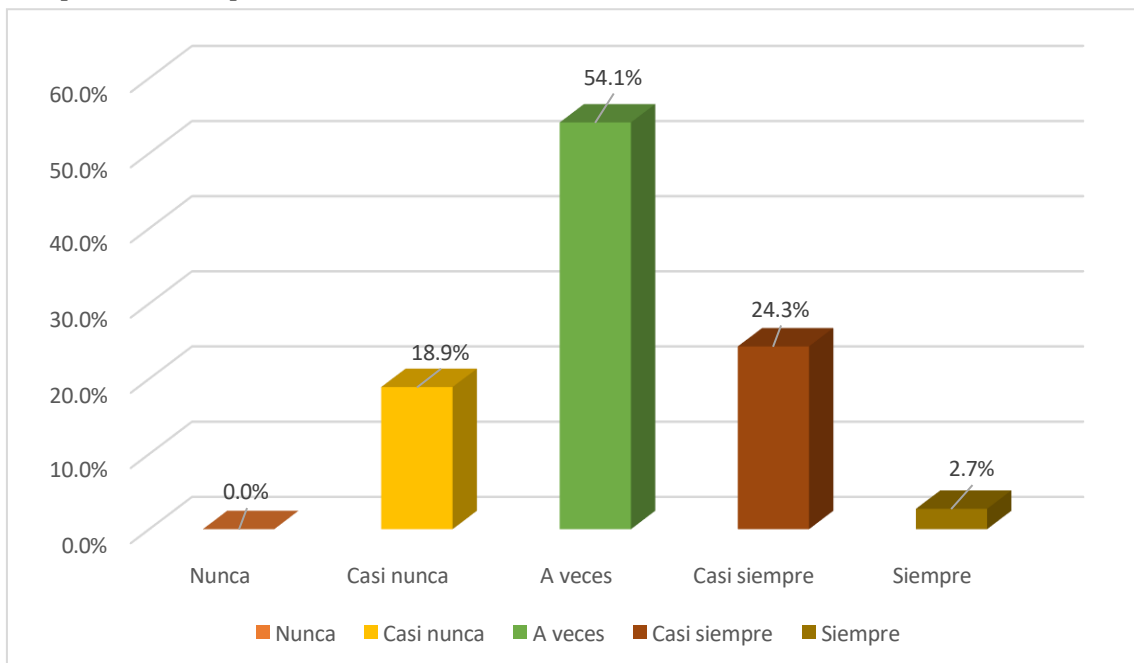
*Capacitación empírica*



*Nota. Tabla 1*

**Figura 2**

*Capacitaciones por instrucciones*

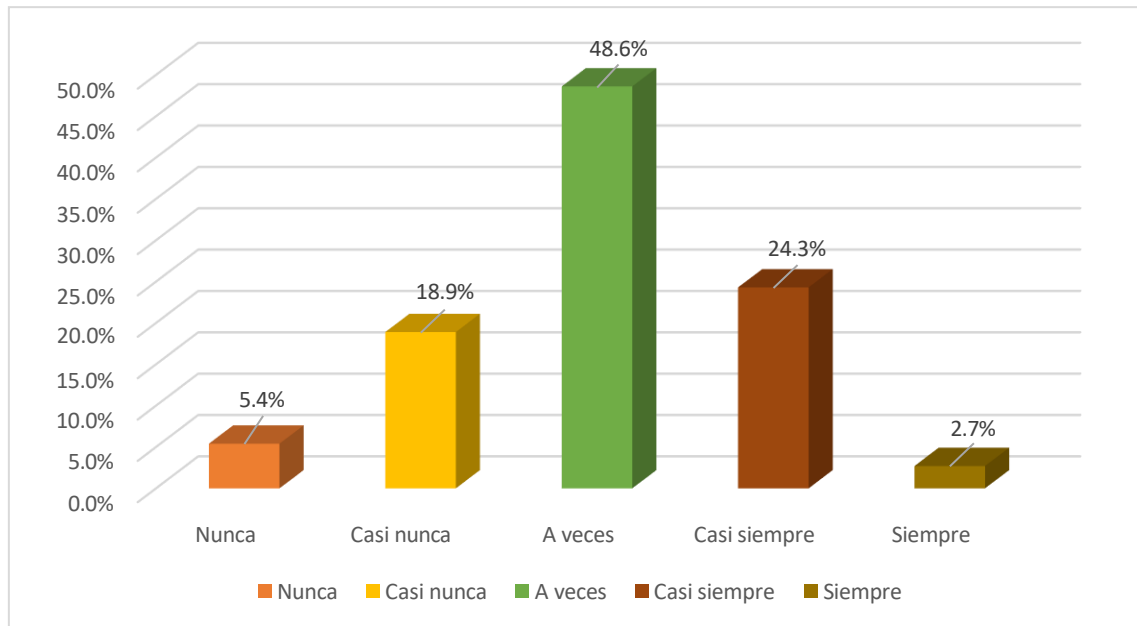


*Nota. Tabla 2*



**Figura 3**

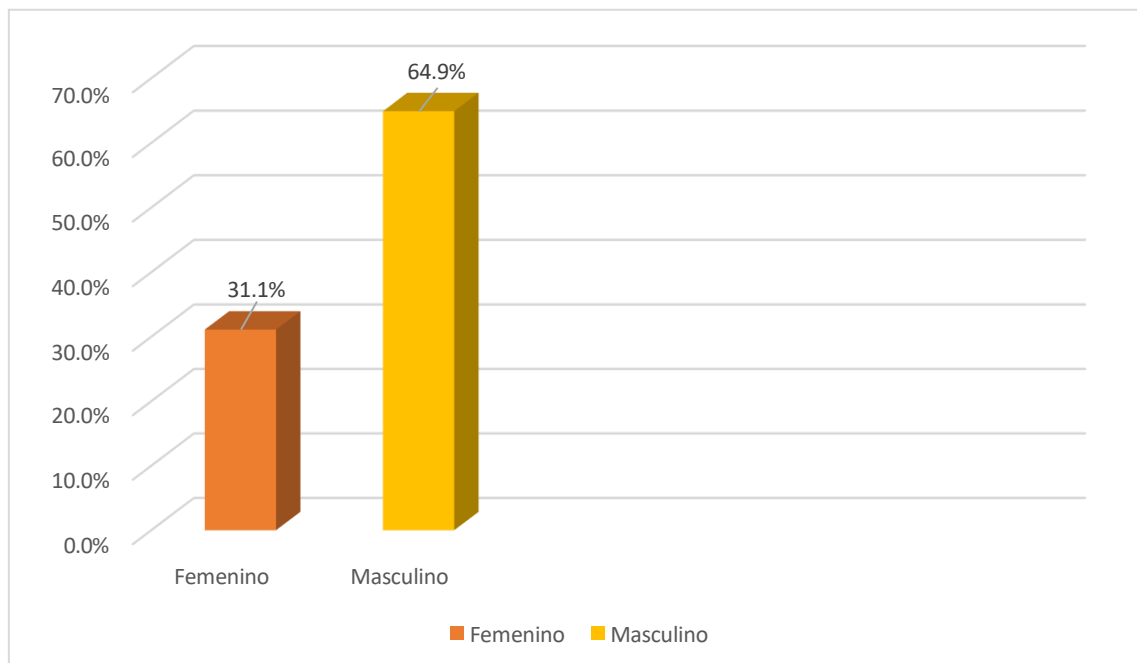
*Capacitación para el desarrollo de habilidades*



*Nota. Tabla 3*

**Figura 4**

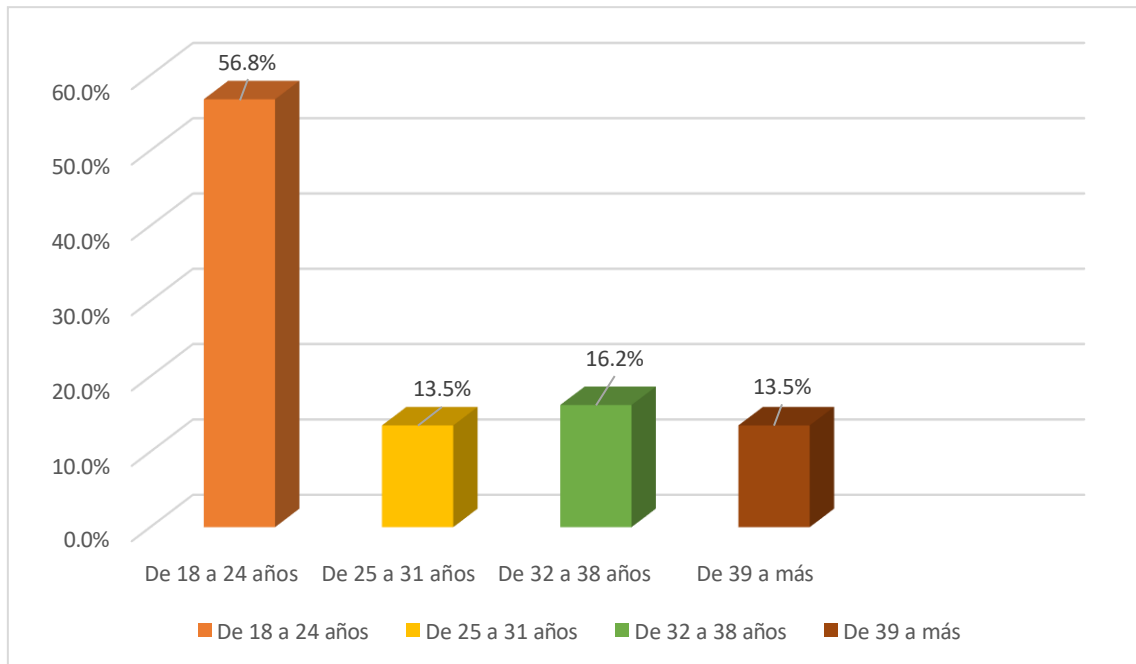
*Sexo de los clientes*



*Nota. Tabla 4*

## Figura 5

### Edad de los clientes



Nota. Tabla 5

# TALTESIS 851 – KMarchenaS- INFORME TESIS – TURNITIN - 2022-03

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

1

[repositorio.uladech.edu.pe](https://repositorio.uladech.edu.pe)

Fuente de Internet

4%

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo