

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN



**Calidad de Servicio para los clientes en el Salón – Spa Valexi,
Chimbote, 2021**

**Tesis para optar el título profesional de Licenciada en
Administración**

Autora

Romero Villalobos, Pamela del Pilar

Asesor

Daniel Pérez, Jorge

Código ORCID 0000-0002-8323-3971

Chimbote – Perú

2021

Palabras clave.

Tema : Calidad de servicio

Especialidad: Administración

Línea de Investigación	OCDE
Área	5. Ciencias sociales
Subarea	5.2 Economía y negocios
Disciplina	5.2.1 Negocios y management
Sub - líneas o Campos de Investigación	Calidad de servicio

KEYWORDS

Topic: Quality of service

Speciality: Administration

Line of research	OCDE
Area	5. Social sciences
Sub area	5.2 Economy and business
Discipline	5.2.1 Business and management
Sub - lines or Research Fields	Quality of service

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD TURNITIN

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado "Calidad de servicio para los clientes en el salón – Spa Valexi, Chimbote, 2021" del (a) estudiante: Pamela del Pilar Romero Villalobos, identificado(a) con Código N° 2006200297, se ha verificado un porcentaje de similitud del 29%, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 11 de Noviembre de 2021

 UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACION

Dr. CARLOS URBINA SANJINÉS
VICERRECTOR



NOTA:

Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

2. Título

**“LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL
SALÓN Y SPA ‘VALEXI’, CHIMBOTE, 2021”**

3. Resumen

El fin de esta indagación es buscar el status de calidad de servicio para los consumidores de la organización Servicios Generales Valexi en 2021 a partir de 150, muestreados por la tabla Fisher Arkin Colton, la técnica utilizada es la encuesta, primera validación del juicio pericial y segunda Alfa de Cronbach, se utilizó una muestra piloto y el método de análisis de datos SPSS, Estadística Excel describiendo: tablas y números de frecuencia y porcentaje.

Resultados esperados: Respecto a la afirmación de que los usuarios de la empresa Valexi Salón Spa fueron calificados con baja calidad de servicio (100%), también dieron calidad de servicio: en la dimensión: asertividad 95.2%, capacidad de respuesta 97.59 %, empatía 97,59%, seguridad 97,6% y tangibles 80,7%, las dimensiones corresponden al nivel bajo.

Palabras Claves: Calidad de servicio, confiabilidad, empatía, seguridad, tangibilidad

4. Abstract

The purpose of this investigation is to find the status of service quality for the consumers of the Valexi General Services organization in 2021 from 150, sampled by the Fisher Arkin Colton table, the technique used is the survey, first validation of the expert judgment and second Cronbach's Alpha, a pilot sample and the SPSS data analysis method, Excel Statistics describing: tables and numbers of frequency and percentage were used.

Expected results: Regarding the statement that the users of the company Valexi Salón Spa were rated with low quality of service (100%), they also gave quality of service: in the dimension: assertiveness 95.2%, response capacity 97.59%, empathy 97.59%, security 97.6% and tangible 80.7%, the dimensions correspond to the low level.

Keywords: Quality of service, reliability, empathy, security, tangibility

Índice

1. Palabras Claves.....	i
2. Constancia de Turnitin.....	ii
3. Título.....	iii
4. Resumen	iv
5. Abstract.....	v
Índice.....	vi
5. Introducción.....	1
5.1. Antecedentes y fundamentación científica.....	1
5.2. Justificación de la Investigación.....	21
5.3. Problema.....	22
5.4. Conceptualización Y Operacionalización De Las Variables.....	22
5.4.1. Conceptuación de la Variable.....	22
5.4.2. Operacionalización de la variable.....	22
5.5. Hipótesis.....	27
5.6. Objetivos.....	27
6. Metodología.....	27
7. Resultados.....	30
8. Análisis y Discusión.....	38
9. Conclusión y Recomendaciones.....	43
10. Referencias Bibliográfica.....	45
11. Agradecimiento.....	48
11. Anexos y Apéndice.....	49
ANEXOS 01: MATRIZ CONSISTENCIA.....	50
ANEXO 02: CUESTIONARIO.....	51
ANEXO 03: BASE DE DATOS.....	53
ANEXO 04: ANALISIS DE CONFIABILIDAD.....	54
ANEXO 05: JUICIO DE EXPERTOS.....	55
ANEXO 06: CONSTANCIA DE TURNITEN.....	
ANEXO 07: FORMULARIOS EN LOS REPOSITARIOS.....	

5. Introducción

5.1. Antecedentes y fundamentación científica

Antecedentes

A Nivel Internacional

López (2018). Esta búsqueda científica es evaluación de la prestación de calidad y características de agrado del consumidor, se realizó un estudio a los clientes del restaurante Rachy's en Guayaquil, el fin principal de esta investigación fue buscar la calidad de prestación y agradecimiento del consumidor. Empresa en Guayaquil, 2018. Se efectuó un estudio cualitativo usando interviú en largo alcance para entendimiento óptimo de los elementos de estudio y la organización puede carecer de enseñanza y motivación hacia los empleados. A través del crecimiento de este análisis, se ha comprobado que la atención al usuario es fundamental en cualquier negocio, de ello depende su triunfo o derrota. Cuando se presentó la necesidad de una apreciación de la excelencia del servicio que permita gestionar adecuadamente las diligencias de la empresa. Asimismo, se reducen las deficiencias del servicio con el fin de lograr un mayor beneficio económico. Y resulta que hay clientes que están complacidos con las infraestructuras, los alimentos, las instalaciones así como seriedad de los colaboradores. En Restaurante Rachys hay clientes insatisfechos, se ha demostrado que los trabajadores de la prestación no ofrecen atención individualizada, esta sin capacitación y el comedor tiene escasos trabajadores, lo que determina que la asistencia presente dificultad.

Rogel (2019). En la investigación sobre calidad en la prestación y encantamiento del consumidor, realizó el estudio sobre binomio de clientes clave en los centros de tours en Ecuador, la finalidad en esta investigación fue otear la apreciación de la prestación de calidad y el agradecimiento del cliente, ya que son factores estratégicos actualmente tomados en cuenta consideración. De las oficinas de viajes. La investigación tiene como objetivo examinar las diferentes coyunturas que tienen las agencias de viajes locales para remarcar el frontal enlace de los turistas con estas entidades. El análisis explora la apariencia más resaltante del campo de la prestación de calidad y por ende el cumplimiento con el usuario según la oficina de transportes que brindan operaciones en

la isla de Puerto Ayora. Se efectuó prueba de textos que reveló que la cualidad del servicio garantizó el aumento competitivo de las agencias de viajes de la isla en estudio. Los agentes de viajes son el factor principal en la compra de un producto turístico, ya que deben ofrecer un óptimo servicio a sus usuarios para que los turistas se sientan confiados y cómodos a la hora de comprar el servicio. Dado que las oficinas de traslados son mediadoras de prestaciones turísticas en el Cantón, deben ofrecer una asistencia de buena atención así que el turista no tenga ningún tipo de resentimiento al momento de adquirir el producto o al completar su paquete turístico. Satisfacer sus expectativas.

Mamani (2019), En su artículo científico sobre el análisis de la buena prestación de la atención y el agrado del consumidor, realizó su evaluación de cliente en Banco Fie S. de la ciudad de La Paz sobre la buena atención de servicio percibida en entidad financiera Fie S. El autor concluyó que el instituto debe elegir estrategias de calidad para satisfacer a sus clientes, ya que los servicios son únicos. El diferenciador es la calidad. El estudio muestra qué tan satisfechos están los clientes con la calidad del servicio de Banco Fie S. En este sentido, el instituto ya no tiene que preocuparse por la gestión de la calidad si quiere tener éxito, mantener o incrementar sus ganancias o simplemente sobrevivir en medio de un cambio constante y en un mercado cada vez más competitivo. Sus clientes satisfechos pasan por estrategias de calidad porque los servicios son únicos. El rasgo distintivo es la calidad.

A Nivel Nacional

Chávez (2019), En la evaluación sobre la buena atención de actuación y agrado del consumidor, realizó su estudio de clientes en Cinemark Huánuco a nivel correlativo / descriptivo, con una orientación numérica, no práctica, de cruce, el autor realizó cuestionarios en una muestra de 370 clientes debido a que áreas de buena atención de la prestación tienen influencia directa cliente con agradecimiento del cliente de Cinemark Huánuco, 2018.

El escritor concluyó de que la prestación de buen servicio es calificada por los clientes como promedio, esto afecta directamente el hecho de que también estén satisfechos con el servicio recibido. . Las conclusiones que hemos extraído de esta investigación son las siguientes. La buena atención en Cinemark Huánuco detenta influencia directa en el agrado de sus clientes, ya que las áreas del buen servicio tienen una gran influencia en su satisfacción. Con las respuestas procesadas, la buena atención es valorada por los usuarios en promedio, esto tiene un efecto directo en el hecho de que consideren agradecidos con la buena prestación al mismo tiempo. Última instancia, el cumplimiento de los indicadores de confiabilidad tuvo efecto en el agrado del consumidor. Se encontró en la dimensión de oportunidad de solución tiene un efecto directo en la satisfacción del cliente en Cinemark Huánuco. Se encontró que el área de empatización genera relación directa en el agrado del usuario en Cinemark Huánuco, lo que se observa en las respuestas, los cronogramas de apertura, la gentileza del personal y la orientación cliente a cliente tienen un frontal respuesta en el usuario contento.

Molina (2019), En su tesis de diploma en servicio de calidad y la percepción del consumidor bien atendido, realizó su estudio de usuario en zona residencial - Lima 2019. El objetivo de la labor científica fue analizar el vínculo entre servicio de calidad y el agrado del consumidor de una zona poblada en Lima. La herramienta de estudio fue la encuesta y, se usó cuestionario SERVQUAL para el elemento servicio de calidad, que constaba de 18 preguntas y preguntas para usuarios contentos que constaba de 11 preguntas. Los dos elementos dieron un afirmativo efecto con un alfa de Cronbach de 0,866 para el elemento servicio de calidad en 0,87; para el elemento usuario contento, que la herramienta de estudio de métrica válida. Para los estudios matemáticos con estadística se utilizó el test de correlación de Pearson, que mostró alta vinculación positiva de 0,796 con una tasa de falla de 0,01 de las variables servicio de calidad y usuario contento. Esto denota que hay relación positiva, alta y frontal para los 2 elementos de estudio. Esto confirma que el usuario contento está vinculado con la prestación de calidad de los residentes de la residencial Jardines de la Católica. Esto muestra que hay vínculo positivo, aceptable y frontal de los 2 elementos en estudio.

Reyes (2018), En el análisis del servicio de calidad, realizó su estudio de los clientes de la entidad financiera del estado, Huaraz, con el autor realizando cuestionarios a una muestra de 100 clientes. Habilidad de respuesta, seriedad y ubicarse en el lugar del usuario con respecto a la calidad del servicio del Banco de la Nación de Huaraz.

La autora concluyó que la calidad de los servicios que brinda el personal del Banco de la Nación a los clientes que requieren atención es de calidad media baja, que no cuentan con personal suficiente para atender la demanda por esperar mucho tiempo para ser atendidos, piensan que el personal no coopera y no ofrece atención individualizada.

A Nivel Local

Bernuy & Meza (2019), El informe final sobre la prestación de calidad y el vínculo con el agrado, realizó su estudio con usuarios del municipio provincial de Casma para evaluar el vínculo de las prestación de calidad y agrado del cliente en el municipio provincial Casma, 2019, la investigación tiene un valor cuantitativo, correlativo y enfoque, la arquitectura de estudio fue no-experimental, el autor realizó cuestionarios a 378 usuarios, los resultados obtenidos mostraron que se aprecia enlace de los elementos anteriores, de coeficiente de relación de Spearman Rho, 0.680, con relación positiva significativa, una significancia nivel de 0.000, para lo cual se afirma la suposición de estudio porque la respuesta es $< a 0.05$.

El autor concluyó que el 35,7% (135) del muestreo consideró buena la calidad de los servicios en la Administración Provincial de Casma, el 32,0% (121) regular y el 32,3% (122) mala. También se constató que el 39,7% (150) de los residentes que se manifiestan en el tamaño de los Elementos Tangibles son buenos, el 31,5% (119) lo consideran regular y el 28,8% (109) finalmente lo declara defectuoso. El 37,8% (13) de los residentes entrevistados dijo tener una capacidad de reacción igualmente buena, el 36,2% (137) regular y el 25,9% (98) mala. Por el contrario, el 3,1% (129) de los encuestados respondió que la seguridad era buena, el 39,7% (129) la consideraba correcta y el 26,2% (99) la consideraba mala.

Córdova (2017), En su tesis de analisis del servicio de calidad usando metricas obtenidos de las mejores ejercicios, realizó su estudio en el comedor de campo Los Pacaes a través

del restaurante de recreación. Se usó métricas generadas de mejores ejercicios, el tipo de análisis cualitativo-cuantitativo, tipo descriptivo, con arquitectura individual cruzada, el autor realizó cuestionarios, guías de observación y entrevistas, los resultados obtenidos mostraron que en general, la recuperación del país "Los Pácaes" en términos de cumplimiento global está en línea con 178 ítems, equivale al 68.21%, interpretado que el buen servicio es regular y hay necesidad de implementar estándares que no se cumplen. Estado afín de ofertar calidad en la prestación para los huéspedes. En cuanto al cumplimiento de los estándares de buen gobierno corporativo, se evaluaron 56 estándares, el país de recreación "Los Pácaes" cumple con 36 estándares, el equivalente al 6,34%, con la administración de talento de personas, como una subdimensión en la organización, entrega y gestión de proveedores.

Estrada & Flores (2019), En la investigación sobre la buena atención en la prestación y agrado del usuario, realizó su estudio en Compartamos Financiera, Casma, mediante diseño cuantitativo, a nivel correlativo y no experimental, el autor realizó cuestionarios en una muestra de 248 usuarios. Las respuestas denotaron que el coeficiente de correlación de 0,812 indica que existe relación afirmativa positiva de dos elementos de estudio. En cuanto a la prestación de la atención, los clientes encuestados respondieron que era mala. Por otro lado, según los 1 encuestados, la satisfacción del cliente se describe como baja. Y en la dimensión Expectativas, el 1% respondió que es moderado y en el área Desempeño apreciado, el 36% respondió es moderado.

El autor llegó a la conclusión de que el status de buena atención del servicio de la empresa Financiera fue deficiente, el 40% de los clientes encuestados, el 31% respondió que el nivel es moderado y el 29% dijo es bueno. Asimismo en sus áreas. Elemento palpable, 55% respondió que está en status pésimo en el área de seguridad, 36% respondió que está en status normal, en el área de confiabilidad, 46% respondió que el status es pésimo, en el escalón de capacidad 50 clientes encuestados respondieron que estaba mal y finalmente, en la dimensión de la empatía, el 3% respondió que el nivel era malo.

Fundamentación Científica

CALIDAD DE SERVICIO

El paradigma SERVQUAL desarrollo Berry, Zeithaml, y Parasuraman con objetivo de optimizar el buen servicio prestado por la institución.

Utilice cuestionarios estandarizados, que también puede adaptar a las necesidades de su organización.

Incluye una medida de opción variada construida en orden de entendimiento las esperanzas de servicio al cliente. Permite una evaluación, en lugar de una herramienta de perfección. Y en oposición con diversas empresas.

SERVQUAL calcula el nivel de usuarios esperan de una planificación de servicios en base a los cinco aspectos mencionados anteriormente. Al hacer esto, elimina esta métrica para estimar lo que los clientes perciben como un servicio en estas dimensiones.

Por lo tanto, definir la brecha entre las dos acciones (la desigualdad entre las probabilidades del usuario sobre la prestación y la apreciación del servicio) facilita la implementación de estas acciones correctivas adecuadas para mejorar la calidad.

SERVICIO:

Una gama de actividades relacionadas con el deseo de pasar por otros para construir una transformación que conduzca al agrado de las necesidades, deseos y expectativas del postulante. Trae muchas relaciones personales entre ellos y crea beneficios mutuos. (Vargas y Luzángela, 2011 p.19)

La atención es una diligencia o serie de acción, casi siempre de carácter impalpable, que pasa por interacciones de clientes y empleados y / o una estructura física para

atender el cumplimiento de requerimiento y demandas del usuario. (Cantú, 2011, p. 119)

La asistencia es una solicitud económica que no pretende transferir la propiedad, sino una actividad basada en la duración que busca alcanzar o proporcionar valor por dinero, tiempo y esfuerzo. En este sentido, los servicios también constan de tres elementos: acción, proceso y ejecución. (Lovelock, C. 2009) o Es el conjunto de beneficios que esperan los clientes (además de los productos o servicios básicos) en términos de precio, imagen y reputación. (Horowitz, Jack, 1991, p. 23)

Esta es una acción o rendimiento de esa parte que brinda a otra. En esencia son invisibles y así no dan lugar a ningún derecho de pertenencia. (Kotler, Philip, 1997, p.655).

CALIDAD:

Conjunto de cualidades de una prestación o asistencia. Esto se relaciona a la competencia de atender requerimientos explícitos. (Vargas y Luzángela, 2011, p.181)

La calidad equivale al status de extraordinario que ha alcanzado una sociedad para atender a sus principales usuarios. En paralelo, representa el grado de alcance en buen servicio. (Summit Publications, 2008, p.1)

Satisfaga sus expectativas y necesidades comprensibles a un precio más bajo o más bajo que el cobrado por su servicio o producto, dependiendo del "valor" que esté recibiendo o recibiendo. (Vargas y Luzángela, 2007, p. 128)

Siempre en busca la dicha excelencia en cuanto a servicios, productos y personas. Requiere participación, responsabilidad, perfeccionismo y espíritu de servicio. (Aldanade y Vargas, 2011, p.17)

El correcto servicio es la implementación de las penurias de los futuros clientes en propiedades medible. Es así que se pueden desarrollar y fabricar productos de forma rentable que satisfagan al cliente. Contando; La calidad solo se puede resolver

desde el punto de vista del minorista. (W. Edwards Deming, 1993) De Quality Concepts and Philosophy (2013)

La calidad corresponde a los requisitos. Los requisitos deben estar redactados con claridad para que no haya malentendidos. Se necesitan mediciones continuas para determinar el cumplimiento de estos requisitos. La no conformidad se determinó como falta de buen servicio. (Crosby, 1970).

CALIDAD DE SERVICIO:

La eficacia persistente en la investigación de la excelencia empresarial y las interrelaciones creadas en el proceso de atención de demandas y esperanzas de los buscadores de servicios. (Vargas y Luzángela, 2011, p.182)

Adecuar el servicio a las expectativas y especificaciones del usuario. (Luzángela y Vargas, 2007, p.129)

Basado en la diferencia de los resultados esperados de los clientes acerca de los servicios que han recibido y cómo los consumidores perciben los servicios que la empresa realmente ofrece. (Zeithaml, Berry y Parasaraman, 1985, 1988)

Algunas de las singularidades de la buena atención son: Según Luzángela y Vargas (2011), las principales características de los servicios son:

1. Perecederos: las prestaciones no es posible acumular, revendido o retornar.
2. Heterogeneidad: tiene como significado lo difícil de estandarizar. Esto significa que la creación de un servicio depende de la interacción entre el comprador y el proveedor.
3. Indivisible: tiene como significado que muy a menudo es imposible separar un servicio del vendedor que lo produjo.

4. Intocable: Se define la dificultad de entender intuitivamente antes de ser absorbido. Esto significa que no puede alojarse ni patentarse un servicio, le resultará más fácil evaluar un servicio que un producto y será más difícil comunicar un producto que un servicio... (P.19)

Hay muchos buenos modelos de servicios, pero el modelo que se puede recopilar para este estudio SERVQUAL, desarrollado por Berry, Zeithaml, y Parasuraman; quienes han trabajado para perfeccionar la correcta prestación de atención. Ofertando por la organización. Evalúa el modelo de la correcta prestación de servicio según 5 aspectos: fiabilidad, respuesta adecuada, estabilidad, entender al usuario y factores específicos. No es solo una evaluación, es el medio de mejora. “Los cinco criterios de SERVQUAL son la mejora de un examen holístico de la valoración de cientos de encuestados en diversas áreas del servicio y, por tanto, los criterios por los cuales los usuarios juzgan la calidad del servicio. (Berry, Zeithaml, y Parasuraman, 1993, p. 30)

El autor aplica la herramienta de calidad de servicio SERVQUAL para poder calcular lo que los clientes esperan de su planificación, las brechas o brechas entre las dimensiones descubiertas (lo que los clientes esperan y estas dimensiones) y lo que perciben. Medidas para mejorar la calidad.

Las cinco deficiencias encontradas fueron:

Déficit 1: Expectativa del usuario sobre las expectativas del usuario y punto de vista de los gerentes sobre esperanzas de usuario.

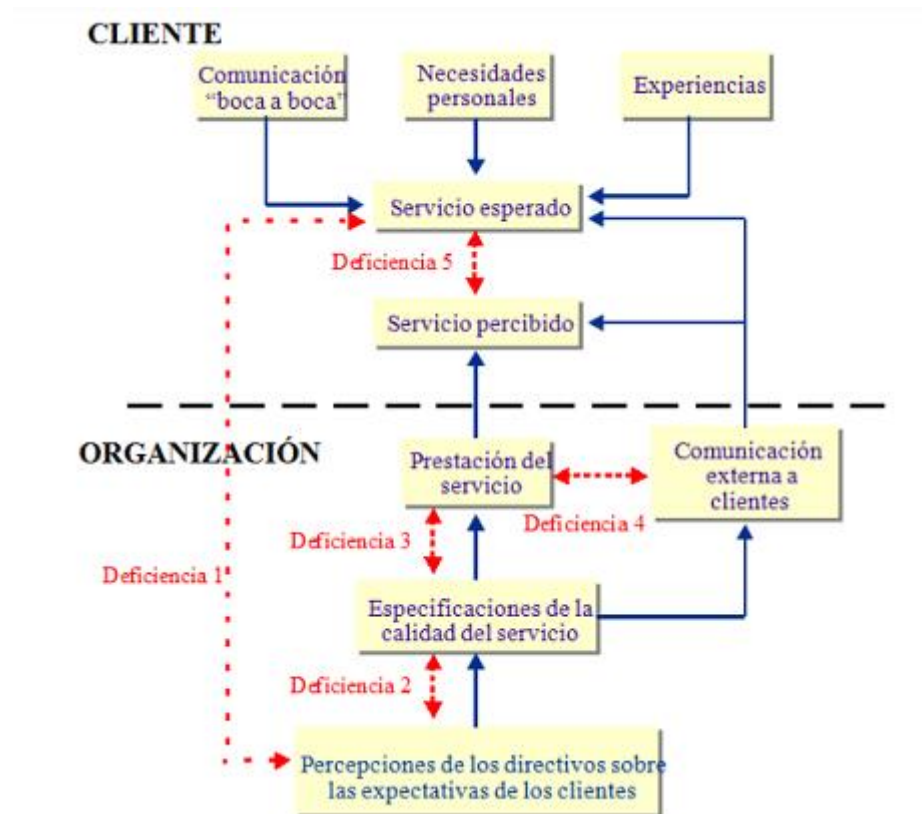
Déficit 2: Percepción de gerentes de las expectativas del usuario y especificaciones de calidad del servicio.

Déficit 3: Diferenciación de prestación de calidad y desempeño efectivo del servicio.

Déficit 4: Entrega del producto y contacto exterior a los consumidores.

Déficit 5: Esperanzas de la apreciación del producto en comparación con lo esperado servicio La Figura 1, demuestra el proceso de las desigualdades mencionadas previamente.

Figura 1: Esquema de Calidad de Servicio



Fuentes: Servqual: Perceptions of Service Quality. Parasuraman, A.; Zeithaml, Valerie A.; Berry, Leonard L. Journal of Retailing; 1988; pg. 12.

Para desarrollar este modelo, Parasuraman (1985) identificó 10 aspectos importantes de la calidad del producto. Factores específicos, reputación, capacidad de respuesta, competencia, comunicación, credibilidad, confidencialidad, cortesía, comprensión y accesibilidad. Después de un tiempo, estas 10 dimensiones serán 5. Se define en la Tabla 1.

Dimensiones Servqual

PZB (1985)	PZB (1988)	
	1era Purificación	2da Purificación
1 Elementos tangibles	1 Elementos tangibles	1 Elementos tangibles
2 Fiabilidad	2 Fiabilidad	2 Fiabilidad
3 Capacidad de respuesta	3 Capacidad de respuesta	3 Capacidad de respuesta
4 Competencia	4 Competencia	4 Seguridad
5 Comunicación	5 Comunicación	
6 Credibilidad	6 Credibilidad	
7 Seguridad	7 Seguridad	
8 Cortesía	8 Cortesía	5 Empatía
9 Comprensión	9 Comprensión	
10 Accesibilidad	10 Accesibilidad	

Fuente: “Calidad de servicio en el sector turístico”; por J. Miguel, 2002.

La guía se sustenta en veintidós elementos y los valores deben asignarse en una escala del 1 al 7, que es el nivel esperado para cada ítem. Además, el cliente debe especificar un método de consideración para los cinco criterios o dimensiones. Esto le permite sopesar su puntaje.

Así, el esquema de calidad del producto de SERVQUAL concede evaluar las percepciones y esperanzas asociadas a la peculiaridad de la evaluación del producto. La diferencia entre la puntuación percibida y la puntuación esperada indica un defecto de calidad si la puntuación esperada supera la puntuación percibida. Parasuraman señala que el modelo se puede adaptar y / o modificar dependiendo de la organización que se evalúe.

Parasuraman et al. (1988) El esquema SERVQUAL enfatiza que una extensa opción de empresas de servicios puede ayudar a valorar las esperanzas y apreciaciones de los usuarios sobre la calidad del producto. En lugar de SERVQUAL, existe un modelo llamado SERVPERF que se ocupa del desempeño del servicio.

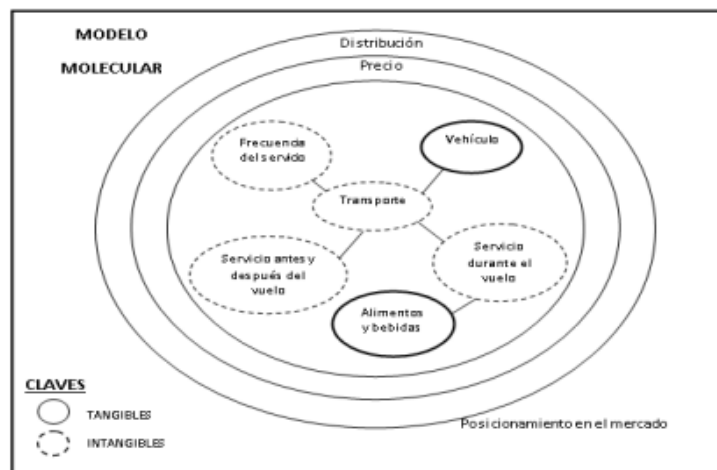
Esta regla está configurado con las mismas dimensiones que el SERVQUAL, con la diferenciación de que el SERVPERF está vinculado a las expectativas del cliente. SERVPERF fue sustentado por Cronin y Taylor (1994).

Resulta que, independientemente de las expectativas del cliente, Servperf se basa únicamente en los resultados del servicio. En este sentido, el modelo Servperf utiliza solo 22 declaraciones sobre el rendimiento reconocido de la guía Servqual. La guía Servperf solo utiliza la percepción como un buen indicador de la satisfacción del cliente. Esto se define como "cuánto siente una persona que compara el desempeño perceptual de un servicio o producto que cumple con las esperanzas". (Kotler, 2006, s.p.).

Los autores Douglas y Bateson (2002) muestran que existe una forma de entender la diferencia entre bienes y servicios. Este método, conocido como modelado molecular, muestra que todos los productos contienen los mismos elementos visibles e invisibles.

Al aplicar esto a nuestro análisis, se muestra que las aerolíneas ofrecen muchos servicios tangibles (compras de bebidas y alimentos) e intangibles (servicios previos y posteriores al vuelo). Esto se debe a que hay muchos más servicios tangibles e intangibles involucrados. Los representantes de estos servicios se muestran en la Figura 2.

FIGURA 2: MODELO MOLECULAR



Fuentes: Adapted Lynn G., "Breaking Free from Product Marketing", The Journal of Marketing (Abril de 1977), página 76.

Hay varios conceptos sobre la calidad del servicio, incluido, con referencia ejemplo, el triángulo del servicio. Esta teoría "explica e identifica a los agentes que interrumpen las relaciones con los clientes y las hacen fundamentales para el suceso organizacional". (Diago Franco, 2007, p.11)

Diseñado por Karl Albrecht (1984) para evaluar la efectividad del servicio al cliente. Los elementos examinados son:

1. Estrategia de servicio: Procedimientos y Métodos que determinan la efectividad de una respuesta, de las características del elemento personal que efectivamente evoluciona el resultado.
2. Factor persona: Esto es lo más relevante en un producto. No solo necesita tener mucha presencia en el negocio para cumplir las demandas y esperanzas, sino que también necesita estar más comprometido con el logro de un objetivo común.
3. Sistema eficaz: debe ser atractivo, flexible para los clientes y dinámico para obtener el agrado de la empresa.

El grafico 3 con la muestra gráfica del concepto.

FIGURA 3: TRIANGULO DE SERVICIO



Fuente: Albrecht, K. & Zemke, R. (1988). Gerencia del Servicio. Bogotá, Colombia.

Asimismo, a lo largo de los tiempos se sucedieron muchas aportaciones a la calidad por parte de otros escritores, tales como Daniel Rojas Ramos, en su texto Teorías de la calidad. (2003, p. 6).

TEORIA DE CALIDAD:

Según Edward Deming, quien vivió el desarrollo de la calidad en Japón y desarrolló 14 puntos para la gestión a partir de esta experiencia para poner a la empresa en una posición productiva. (Deming 1980 s / p)

Según Crosby, propuso el programa de un solo paso llamado Zero Defects. La calidad se basa en conceptos: la calidad cumple con las demandas, la calidad es la antelación, el estándar de desempeño es perfección y la unidad de medida de la calidad es el resultado de la capacidad (Crosby 1961 s / p)

Según Feigenbaum, introdujo el término control de calidad es que es una cultura de empresa, una forma de dirigir una organización y es una nueva empresa. (Feigenbaum 1951 s / p)

Según Juran, la gestión de la calidad se sustenta lo que él llama los tres de Juran: planificar, evaluar y aportar a la calidad. (Juro 1950 s / p)

ISHIKAWA (1960): Fue el primer autor en intentar destacar la diferencia entre los estilos de gestión japoneses y occidentales. Su principal supuesto eran las diferentes características culturales de las dos sociedades. Tu idea principal está en tu libro. ¿Qué es el control de calidad total?

La teoría anterior es la teoría más antigua. La última teoría de QoS se presenta a continuación.

Primero, el ingeniero industrial japonés Shigeo Shingo (1961), junto con Taiichi Ohno, desarrollaron una aplicación de muy alta calidad en el entorno empresarial de Toyota. Ofrecieron un "Toyota y un sistema de producción justo a tiempo" que tenía como objetivo eliminar el inventario. Esto llevará los niveles de producción al "momento adecuado". La ventaja de este sistema de inventario cero es la reducción de residuos. También hay una ventaja en el espacio de trabajo porque no hay líneas para memorizar. A continuación, presento el sistema Pokayoke. Esto significa que no hay errores, se detiene en cuanto falla el proceso e investiga todas las causas posibles y futuras al mismo tiempo.

Otra teoría es la de Jan Carlzon, un empresario sueco y creador de la hora de la verdad. Este es un ejemplo en el que un empleado tiene un cliente y suele durar 15 segundos y se utiliza para prestar un servicio. Todo el proceso se conoce como ciclo de servicio y la empresa confía plenamente en sus trabajadores para brindar el mejor servicio al cliente. Carlzon dice que es muy importante que los empleados se sientan importantes para la empresa para que puedan brindar el mejor servicio posible. Por eso su teoría se centra en la motivación de los empleados. Los empleados confían en brindar el mejor servicio al cliente. Harrington H, ejecutivo de IBM. The James Theory (1991) produjo una serie de tratados para ayudar a desarrollar la calidad de servicio de IBM. Él dice que el único enfoque que afecta la calidad es convertirla en el elemento vital del negocio. Dijo que la calidad no es solo un estilo de gestión, sino también diferentes habilidades y motivaciones de los trabajadores.

William E. Conway (1992) es el autor quien habla de "nuevo sistema de gestión" más que de mejora de la calidad. Conway se centra en el sistema de gestión como un medio de mejora continua, no en cuestiones específicas de calidad o rendimiento. Conway muestra que las herramientas básicas para la mejora de la calidad son:

Habilidades de relación humana

- Encuestas estadísticas
- Técnicas estadísticas sencillas
- Control estadístico del proceso
- Utilización de la imaginación
- Ingeniería Industrial

Finalmente, tenemos la teoría de Richard J. Schonberger, que muestra que es muy importante cómo reaccionan las empresas a las necesidades del mercado actual. Nos muestra una "Agenda de acción para la excelencia en la fabricación" que dice lo siguiente: Llegué a conocer al consumidor

1. Reducir la producción en proceso
2. Reducir los tiempos de flujo
3. Reducir los tiempos de preparación y cambio
4. Aumentar la frecuencia de producción / entrega para cada artículo solicitado
5. Reducir el número de proveedores a un buen número
6. Reducir el número de números de pieza
7. Simplificar la fabricación del producto sin errores
8. Reordenar el sitio de trabajo para eliminar el tiempo de búsqueda

9. Obtenga capacitación cruzada para dominar más de una tarea
10. Registre y mantenga datos sobre problemas de producción, calidad y lugar de trabajo
11. Asegúrese de que el personal de línea sea el primero en probar la solución antes que los expertos
12. Mantenga y actualice el equipo y la fuerza laboral existentes Antes de pensar en equipos nuevos
13. Busque equipos eso es simple, económico y fácil de mover de un lugar a otro
14. Intente tener múltiples estaciones de trabajo, máquinas, celdas y líneas en lugar de una sola, para cada producto
15. Automatice gradualmente, cuando la variabilidad del proceso no se puede reducir de ninguna otra manera

Finalmente, en lo que respecta a la calidad del servicio, nos encontramos con diferentes dimensiones planteadas por muchos autores, pero cada uno con sus propias bases. A continuación se muestra la recopilación de los diferentes autores:

DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO SEGÚN CADA AUTOR O AUTORES

SEGÚN MARTÍNEZ (1996):

1. **Los beneficios:** que incluyen atributos medibles y generalmente dependen de las preferencias subjetivas de los clientes.
2. **Las peculiaridades:** Todo lo que integra el funcionamiento básico del servicio.

3. **Fiabilidad:** forma precisa de brindar un servicio, atención personalizada.
4. **Cumplimiento:** Las especificaciones en las que generalmente consisten los servicios en precisión y puntualidad.
5. **La duración** o la cantidad de uso que una persona obtiene de un servicio
6. **La prestación** del servicio se refiere a la rapidez, cortesía y competencia en el trabajo.
7. **La estética**
8. **La calidad** percibida que depende generalmente de la imagen de la empresa

SEGÚN PARASURAMAN, et al (1985):

1. **Elementos tangibles,**
2. **Fiabilidad,**
3. **Capacidad de respuesta,**
4. **Profesionalidad,**
5. **Educación y respeto**
6. **Credibilidad,** indicativa de la veracidad y honestidad en la prestación del servicio.
7. **Seguridad,**
8. **Accesibilidad**
9. **Comunicación.**
10. **Comprensión del cliente.,**

MODELO SERVQUAL:

1. **Elementos tangibles**
2. **Confiabilidad**
3. **Capacidad de respuesta**
4. **Seguridad:**
5. **Empatía:**

5.2. Justificación De La Investigación

a. Justificación Teórica

El objetivo de esta investigación fue analizar la calidad de la atención al cliente en Valexi Salón y Spa de Chimbote.

Este estudio aporta la teoría, conceptos e información de la escala Servqual diseñada por DEMING (1980). Vivió en el desarrollo de la calidad japonés y desarrolló 1 puntos de gestión para llevar a la empresa a la posición de productividad.

b. Justificación social:

Este estudio es de relevancia social ya que beneficia a los consumidores del sector de la belleza con el fin de promover la calidad del cuidado... Dado que los resultados a alcanzar permiten a Valexi Salón y Spa, podemos brindar los medios para mejorar la calidad del servicio para nuestros clientes.

5.3. Problema

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexi, Chimbote, 2021?

5.4. Conceptualización Y Operacionalización De Las Variables

5.4.1. Conceptualización de la Variable

Calidad de servicio

Definición Conceptual: Zeithaml (1987) "Es la opinión de un cliente sobre la superioridad y la excelencia de la empresa. Es una predisposición, respuesta de una evaluación de las esperanzas y el desempeño percibido". (Como se citó en Guzmán y Vega, 2006). (s/p)

Definición operacional: La calidad de la atención al usuario en Valexi Salon Spa es generalmente una opinión de superioridad y excelencia. Una forma de actitud al comparar las expectativas con el desempeño percibido.

5.4.2. Operacionalización de la variable

Parasuraman, et al (1988) sugirieron las 5 areas de calidad, con ítems desarrollados para medir desempeño percibido y expectativas. Las dimensiones son las siguientes:

Dimensión 1: Fiabilidad: Parasuraman, et al (1988) la capacidad de realizar los productos prometidos de forma precisa y segura. (s/p)

Indicador 1: Cumple lo ofrecido

Indicador 2: Verdadero interés para solución de dificultades

Indicador 3: Ejecutan correctamente en 1era oportunidad

Indicador 4: Finalizan la atención según cronograma

Indicador 5: Cero dificultades.

Dimensión 2: Obligacion para absolver requerimientos: Parasuraman et al (1988) nuestro objetivo es apoyar a nuestros usuarios y brindarles un producto inmediato. Este aspecto enfatiza la atención y la inmediatez a la hora de atender consultas, consultas, quejas y problemas de los clientes. Las organizaciones deben asegurarse de seguir el proceso de prestación de servicios y gestión de reclamaciones de parte del consumidor. (s/p)

Indicador 1: Información oportuna

Indicador 2: Colaboradores plantean rápida atencion

Indicador 3: Predisposición a dar soporte

Indicador 4: El personal jamás muestran demasiados labor.

Dimensión 3: Seguridad: Parasuraman, et al (1988) la capacidad de inspirar a los empleados con conocimiento y disciplina, así como con integridad y confianza. así como para los servicios en los que existe incertidumbre sobre su capacidad para medir resultados, como finanzas, seguros, compañías de valores, servicios médicos y asuntos legales. (s/p)

Indicador 1: Confiable de los trabajadores

Indicador 2: Consumidores se sienten bien

Indicador 3: Los trabajadores son educados

Indicador 4: Los colaboradores tienen suficiente juicio de atención

Dimensión 4: Empatía: Parasuraman, et al (1988) Ofrezca atención y atención personalizada a sus consumidores. La esencia de la empatía es decirles a sus usuarios que son únicos y especiales a través de servicios personalizados o hechos a la medida. (s/p)

Indicador 1: Oferta personalizada

Indicador 2: Tiempo de labor adecuado a los usuarios

Indicador 3: Trabajadores que ofertan personal atención

Indicador 4: Interés por los usuarios

Indicador 5: Entendimiento de requerimientos de la demanda de los usuarios

Dimensión 5: Tangible: Parasuraman, et al (1988) Número de instalaciones, equipamiento, personal, material de comunicación. Todos dan una imagen de los servicios y las representaciones físicas que los clientes, especialmente los nuevos clientes, utilizan para evaluar la calidad. (s/p)

Indicador 1: Equipos actualizados

Indicador 2: Infraestructura adecuados

Indicador 3: Trabajadores bien vestidos

Indicador 4: Recursos físicos en buen estado

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIO	Zeithaml (1987) " Es la opinión de un cliente sobre la superioridad y excelencia general de la empresa. Es una forma de actitud que resulta de una comparación de las expectativas y el desempeño percibido". (Como se citó en Guzmán y Vega, 2006).	La calidad del servicio al cliente en Valexi Salón and Spa, en general, es una opinión de superioridad y excelencia. Una forma de actitud al comparar las expectativas con el desempeño percibido.	Dimensión 1: FIABILIDAD	Cumple lo prometido	El personal de Salón - Spa Valexi cumple lo ofrecido de los servicios de la entidad
				Sincero interés por resolver problemas	El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarlo cuando usted tiene alguna queja y/o reclamo del servicio
				Realizan bien el servicio la primera vez	La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez
				Concluyen el servicio en el tiempo prometido	Se cumple con el servicio de acuerdo con lo promocionado
				No cometen errores	El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los trámites del servicio que usted solicita
			Dimensión 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA	Comunican cuando concluirán el servicio	El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado
				Los empleados ofrecen un servicio rápido	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida
				Los empleados siempre están dispuestos a ayudar	Considera que el El personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?
Los empleados nunca están demasiados ocupados	El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle sus problemas con el servicio				

			Dimensión 3: SEGURIDAD	Comportamiento confiable de los empleados	El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza
				Cientes se sienten seguros	Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado
				Los empleados son amables	El personal de Salón - Spa Valexi siempre amable con usted
				Los empleados tienen conocimientos suficientes	Cree que El personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio
			Dimensión 4: EMPATÍA	Ofrecen atención individualizada	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada
				Horarios de trabajo convenientes para los clientes	El horario de atención es apropiado para usted
				Tienen empleados que ofrecen atención personalizada	Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada
				Se preocupan por los clientes	Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes
				Comprenden las necesidades de los clientes	El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas
			Dimensión 5: TANGIBLES	Equipos de apariencia moderna	Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos
				Instalaciones visualmente atractivas	Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?
				Empleados con apariencia pulcra	El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra
				Elementos materiales atractivos	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo

5.5. Hipótesis

No es necesario formular hipótesis, según (Hernández et al 2010)

5.6. Objetivos

Objetivo General:

Establecer el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexi, Chimbote, 2021?

Objetivos Específicos:

Describir la **Fiabilidad**, para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Describir la **capacidad de respuesta**, para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Describir la **seguridad**, para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Describir la **empatía**, para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Describir los **elementos tangibles**, para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

6. Metodología

a. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación:

Este estudio ha tenido una orientación cuantitativa y dependiendo del problema planteado y los objetivos formulados, el tipo de investigación será descriptiva.

secuencias, proposito o cualquier otro estudio bajo estudio, examinan información de variables, aspectos, dimensiones del objeto de analisis. (Hernández et al, 2006).

Diseño De Investigación:

El diseño del estudio es descriptivo, no experimental y transversal, así el objetivo de este estudio fue describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado y en un solo momento. Al ser no experimental, significa que la Variable de Calidad de Servicio no se puede modificar ni manipular. (Hernández et al, 2010).

b. Población y muestra

Población:

La población en el presente análisis se les realizará a los usuarios de Valexi, según promedio de flujo de asistencia es de 150 clientes al mes.

Muestra:

Según modelo FISHER ARKIN Y COLTON, la muestra es de 83.

c. Técnica e instrumentos de investigación

Técnica

La encuesta.

Instrumento

Se aplicará un cuestionario elaborado con 22 ítems

Criterio de validez y confiabilidad

El instrumento será validado por juicio de expertos y para su confiabilidad se aplicará el alfa de Cronbach con aproximadamente $r = 0.80$

d. Procesamiento y análisis de la información

Los datos recabados de la muestra son procesados por IBM SPSS Statistical Program Versión 23 (Statistical Package for Social Sciences), que usan para elaborar base de datos. Luego se lleva a cabo una evaluación estadística. Aparece en la tabla de frecuencias gracias a los estadísticos descriptivos de las variables.

Los resultados de este proceso son analizados e interpretados mediante tablas y estadísticas estructuradas lógicamente utilizando el método de presentación de resultados en Microsoft Excel.

Puede utilizar estas figuras y tablas para sacar conclusiones y hacer recomendaciones.

7. Resultados

OBJETIVO GENERAL: Describir el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexi, Chimbote, 2021?

Variable: Calidad de servicio (Agrupada)

Tabla 1.

Calidad de servicio al cliente de Valexi Salón – Spa, Chimbote, 2021.

Nivel de Calidad de Servicio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	0	0	0	0
Medio	0	0	0	0
Válido Baja	83	100,0	100,0	100,0

Fuente: Aplicación de cuestionario sobre calidad de servicio a los clientes de Valexi Salón – Spa, Chimbote, 2021

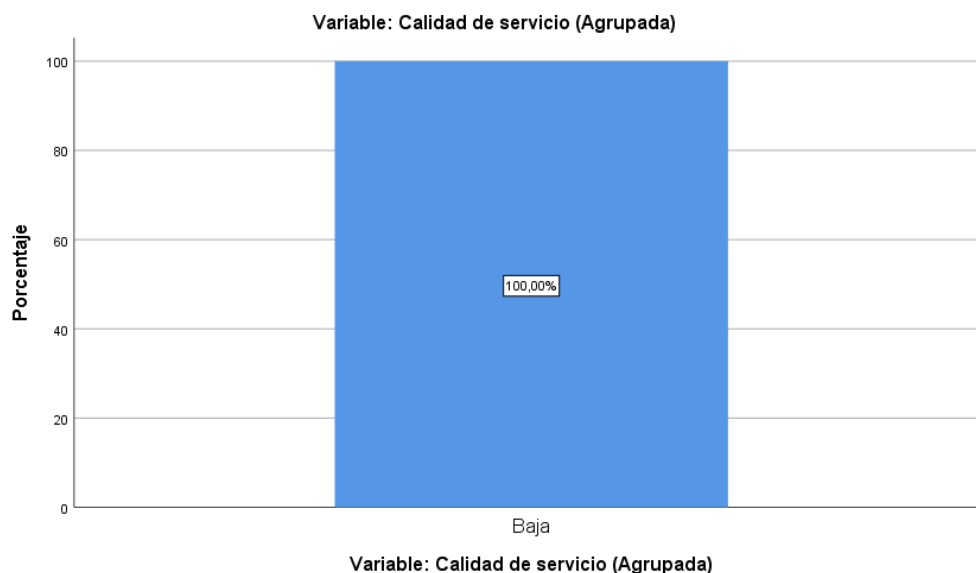


Figura 1: Calidad de servicio a los clientes de Valexi Salón – Spa, Chimbote, 2021.

INTERPRETACION: Según (tabla1) y (figura 1) los clientes de Valexi Salón Spa, calificaron el nivel de la calidad de servicio baja (100%).

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Describir la **FIABILIDAD**, para los clientes de Valexi Salón - Spa, Chimbote 2021

Tabla 2.

Características de los elementos fiabilidad en el servicio al cliente de Valexi Salón – Spa, Provincia de Chimbote, 2021.

Items	Muy en desacuerdo		Ni de acuerdo/ni en desacuerdo		Muy de acuerdo		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1. El personal de Salón - Spa Valexi cumple con los servicios ofrecido	1	1,2%	23	27,7%	59	71,1%	83	100,0%
2. El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarle la queja y/o reclamo de algún servicio	0	0,0%	20	24,1%	63	75,9%	83	100,0%
3. La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez	0	0,0%	14	16,9%	69	83,1%	83	100,0%
4. Cumple con los servicio de acuerdo con lo promocionado	0	0,0%	26	31,3%	57	68,7%	83	100,0%
5. El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los servicio que usted solicita y/o requiere	0	0,0%	31	37,3%	52	62,7%	83	100,0%

Fuente: Aplicación de cuestionario sobre calidad se servicio a los clientes de Valexi Salón – Spa en la provincia de Chimbote, 2021.

Tabla 3.

Dimensión 1: Fiabilidad (Agrupada)

Nivel de calidad de atención	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	0	0	0	0
Válido Regular	4	4,8	4,8	4,8
Baja	79	95,2	95,2	95,2
Total	83	100,0	100,0	100,0

Figura 2: Características de los elementos Fiabilidad en el servicio al cliente de Valexi Salón – Spa, Chimbote, 2021.

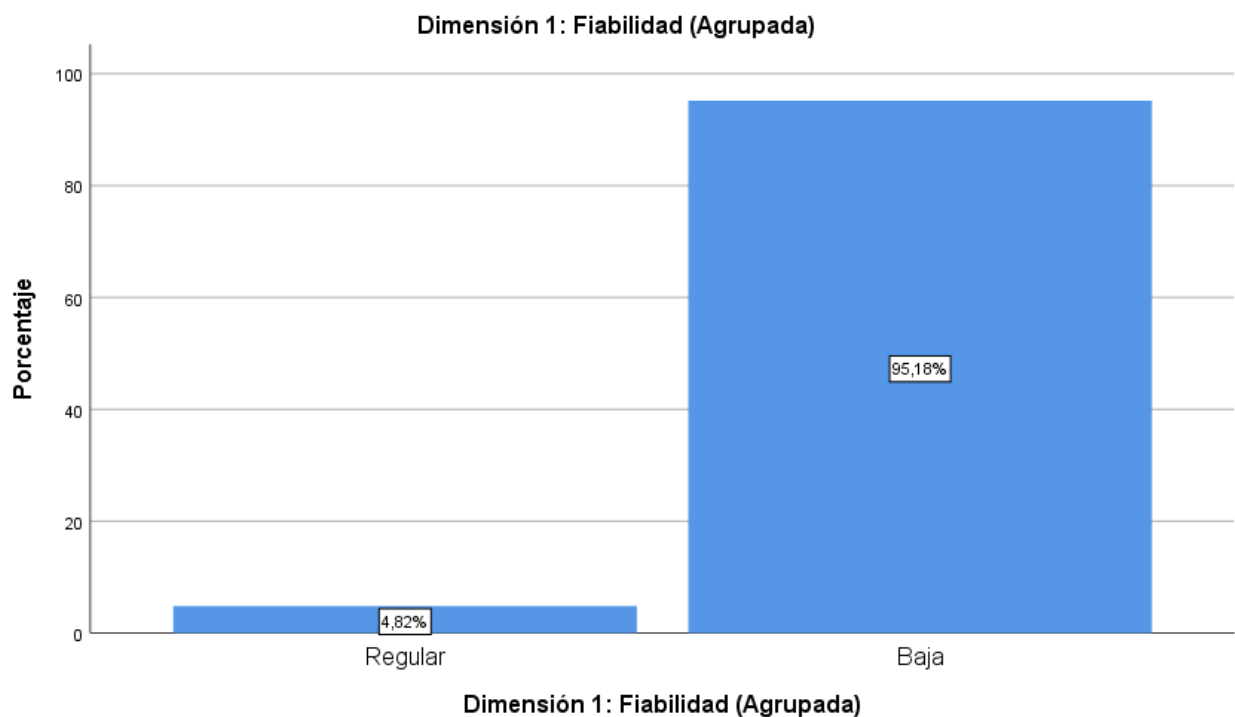


Figura 2.

INTERPRETACION: Según (tabla 2), (tabla 3) y (figura 2) los clientes de Valexi Salón Spa calificaron la calidad de servicio en la dimensión Fiabilidad el 95.2% correspondiendo el nivel bajo. Así mismo se definió con 71.1% muy de acuerdo el ítem referente al personal de Salón - Spa Valexi quien cumple con los servicios ofrecido; con 75,9% muy de acuerdo el ítem al personal de Salón - Spa Valexi que muestra un interés sincero en solucionarle la queja y/o reclamo de algún servicio; 83,1% muy de acuerdo en el ítem referente la atención que le brindó el personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez; 68,7% muy de acuerdo en el ítem que la empresa cumple con los servicio de acuerdo con lo promocionado; y con 62,7% muy de acuerdo el ítem referente al personal de Salón - Spa Valexi que realiza bien los servicio solicitados.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Describir la **CAPACIDAD DE RESPUESTA**, para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Tabla 4.

Características de los elementos de Capacidad de respuesta en el servicio al cliente de Valexi Salón – Spa, Provincia de Chimbote, 2021.

	Muy en desacuerdo		Ni de acuerdo/ni en desacuerdo		Muy de acuerdo		Total %
	f	%	f	%	f	%	
6. El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado	0	0,0%	31	37,3%	52	62,7%	100,0%
7. El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida	0	0,0%	37	44,6%	46	55,4%	100,0%
8. Considera que el personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?	0	0,0%	13	15,7%	70	84,3%	100,0%
9. El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle sus problemas con el servicio	0	0,0%	10	12,0%	73	88,0%	100,0%

Fuente: Aplicación de cuestionario sobre calidad de servicio a los clientes de Valexi Salón – Spa en la provincia de Chimbote, 2021.

Tabla 5.

Dimensión 2: Capacidad de respuesta (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alta	0	0	0	0
	Regular	2	2,41	2,41	2,41
	Baja	81	97,59	97,59	97,6
	Total	83	100,0	100,0	100,0

Figura 3: Características de los elementos Capacidad de respuesta en el servicio al cliente de Valexi Salón – Spa, Chimbote, 2021.

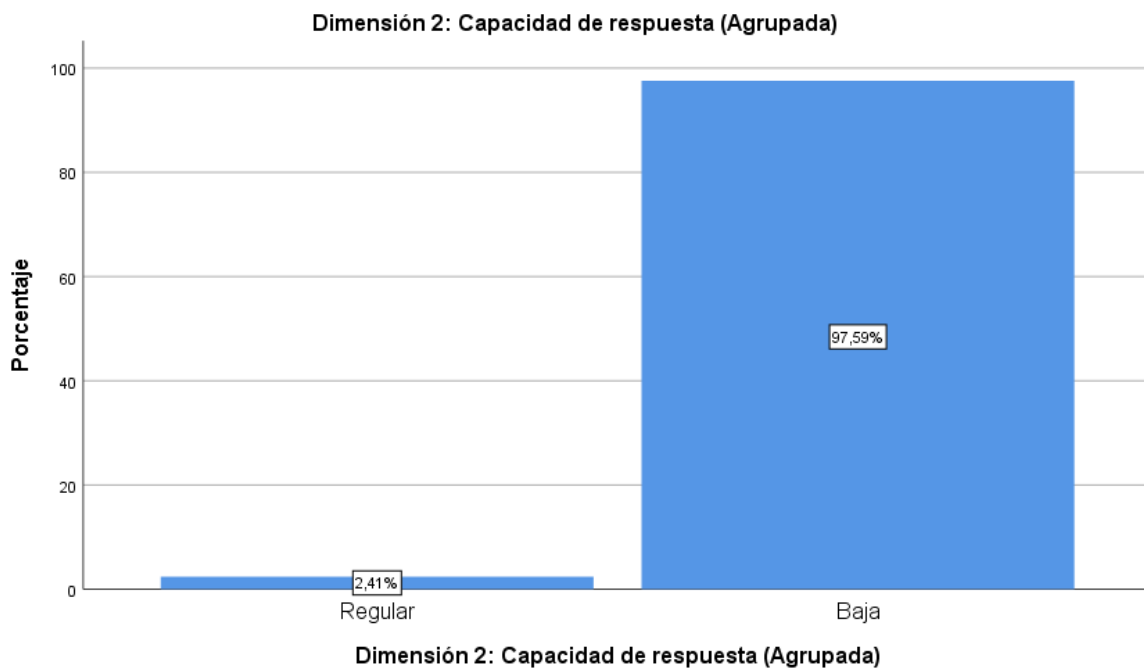


Figura 3.

INTERPRETACION: Según (tabla 4), (tabla 5) y (figura 3) los clientes de Valexi Salón Spa calificaron la calidad de servicio en la dimensión Capacidad de respuesta el 97.59% correspondiendo el nivel bajo. Así mismo se definió con 62,7.% muy de acuerdo el ítem referente al personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado; con 55,4% muy de acuerdo el ítem referente al personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida; 84,3% muy de acuerdo en el ítem referente Considera que el personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo; 88,0% muy de acuerdo en el ítem referente al personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle sus problemas con el servicio.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Describir los **SEGURIDAD**, para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Tabla 6.

Características de los elementos de Seguridad en el servicio al cliente de Valexi Salón – Spa, Provincia de Chimbote, 2021.

	Muy en desacuerdo		Ni de acuerdo/ni en desacuerdo		Muy de acuerdo		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
10. El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza	0	0,0%	19	22,9%	64	77,1%	83	100,0%
11. Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado	1	1,2%	22	26,5%	60	72,3%	83	100,0%
12. El personal de Salón - Spa Valexi siempre es amable con usted	0	0,0%	10	12,0%	73	88,0%	83	100,0%
13. Cree que el personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio que brindan	0	0,0%	11	13,3%	72	86,7%	83	100,0%
14. El horario de atención es apropiado para usted	0	0,0%	15	18,3%	67	81,7%	82	100,0%

Fuente: Aplicación de cuestionario sobre calidad de servicio a los clientes de Valexi Salón – Spa en la provincia de Chimbote, 2021.

Tabla 7.

Dimensión 3: Seguridad (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alta	0	0	0	0
	Regular	2	2,4	2,4	2,4
	Baja	81	97,6	97,6	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Figura 4: Características de los elementos Seguridad en el servicio al cliente de Valexi Salón – Spa, Chimbote, 2021.

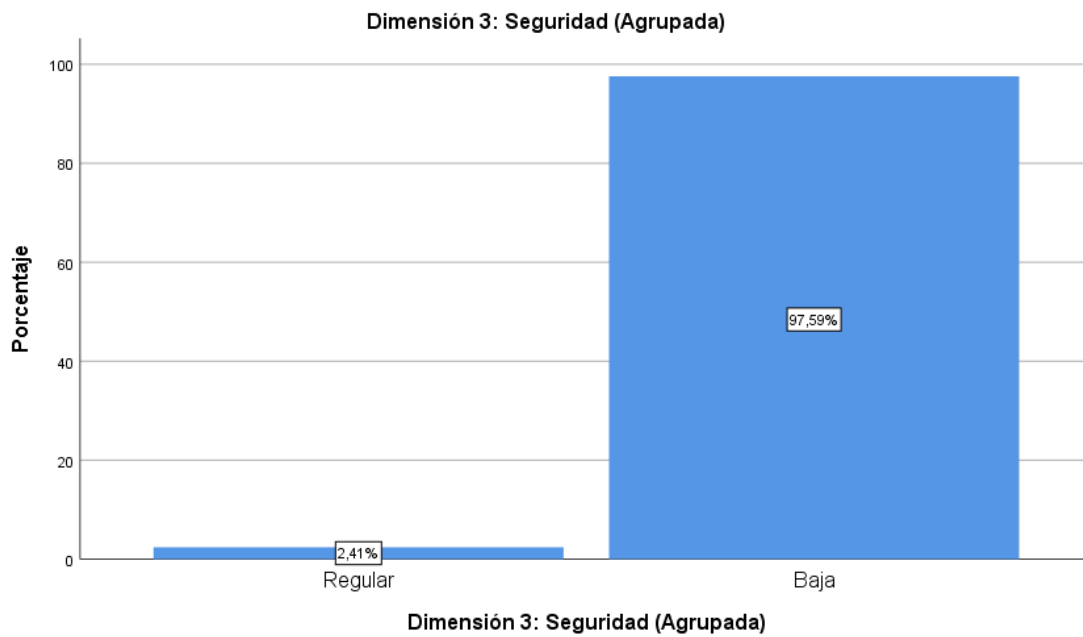


Figura 4.

INTERPRETACION: Según (tabla 6), (tabla 7) y (figura 4) los clientes de Valexi Salón Spa calificaron la calidad de servicio en la dimensión Capacidad de respuesta el 97.6% correspondiendo el nivel bajo. Así mismo se definió con 77,1.% muy de acuerdo el ítem referente al comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza; con 72,3% muy de acuerdo el ítem referente a que los clientes se siente seguro en la realización del servicio solicitado; 88,0% muy de acuerdo en el ítem referente al personal de Salón - Spa Valexi siempre es amable con usted; 86,7% muy de acuerdo en el ítem referente al personal de Salón - Spa Valexi cree que el personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio que brindan y con 81,7.% muy de acuerdo el ítem referente al horario de atención es apropiado para usted.

OBJETIVO ESPECÍFICO 4: Describir la **EMPATÍA**, para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Tabla 8.

Características de los elementos de Empatía en el servicio al cliente de Valexi Salón – Spa, Provincia de Chimbote, 2021.

	Muy en desacuerdo		Ni de acuerdo/ni en desacuerdo		Muy de acuerdo		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
15. El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada	0	0,0%	1	1,2%	82	98,8%	83	100,0%
16. Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada	0	0,0%	5	6,0%	78	94,0%	83	100,0%
17. Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes	0	0,0%	47	56,6%	36	43,4%	83	100,0%
18. El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas	0	0,0%	47	56,6%	36	43,4%	83	100,0%

Fuente: Aplicación de cuestionario sobre calidad de servicio a los clientes de Valexi Salón – Spa en la provincia de Chimbote, 2021.

Tabla 9.

Dimensión 4: Empatía (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alta	0	0	0	0
	Regular	1	2.41	2.41	1,2
	Baja	82	97.59	97.59	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Figura 5: Características de los elementos Empatía en el servicio al cliente de Valexi Salón – Spa, Chimbote, 2021.

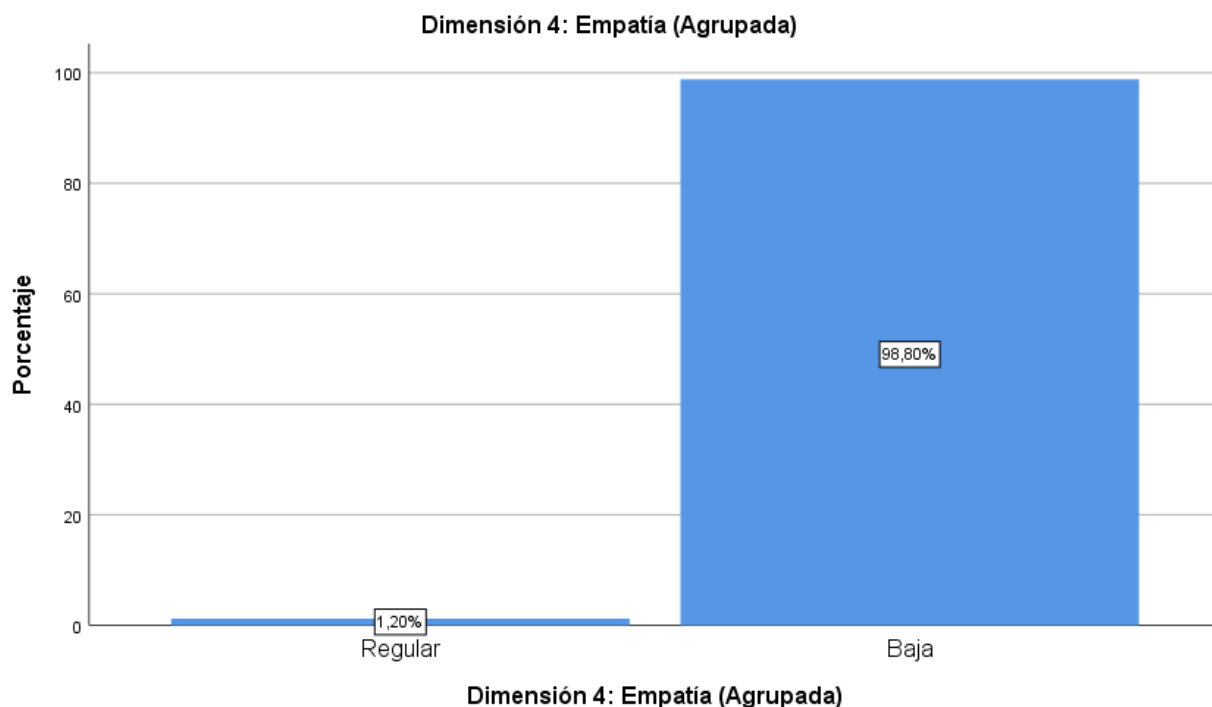


Figura 5.

INTERPRETACION: Según (tabla 8), (tabla 9) y (figura 5) los clientes de Valexi Salón Spa calificaron la calidad de servicio en la dimensión Empatía el 97.6% correspondiendo el nivel baja. Así mismo se definió con 98,8.% muy de acuerdo el item referente al personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada; con 94,0% muy de acuerdo el item referente que el Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada; 43,4% muy de acuerdo en el item referente al Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes; 43,4% muy de acuerdo en el item referente al personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas.

OBJETIVO ESPECÍFICO 5: Describir la **TANGIBLES**, para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Tabla 10.

Características de los elementos de Tangibles en el servicio al cliente de Valexi Salón – Spa, Provincia de Chimbote, 2021.

	Muy en desacuerdo		Ni de acuerdo/ni en desacuerdo		Muy de acuerdo		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
19. Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos	0	0,0%	69	83,1%	14	16,9%	83	100,0%
20. Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?	0	0,0%	6	7,2%	77	92,8%	83	100,0%
21. El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra	0	0,0%	16	19,3%	67	80,7%	83	100,0%
22. Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo	0	0,0%	17	20,5%	66	79,5%	83	100,0%

Fuente: Aplicación de cuestionario sobre calidad se servicio a los clientes de Valexi Salón – Spa en la provincia de Chimbote, 2021.

Tabla 11.

Dimensión 5: Tangibles (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alta	0	0	0	0
	Regular	16	19,3	19,3	19,3
	Baja	67	80,7	80,7	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Figura 6: Características de los elementos Tangibles en el servicio al cliente de Valexi Salón – Spa, Chimbote, 2021.

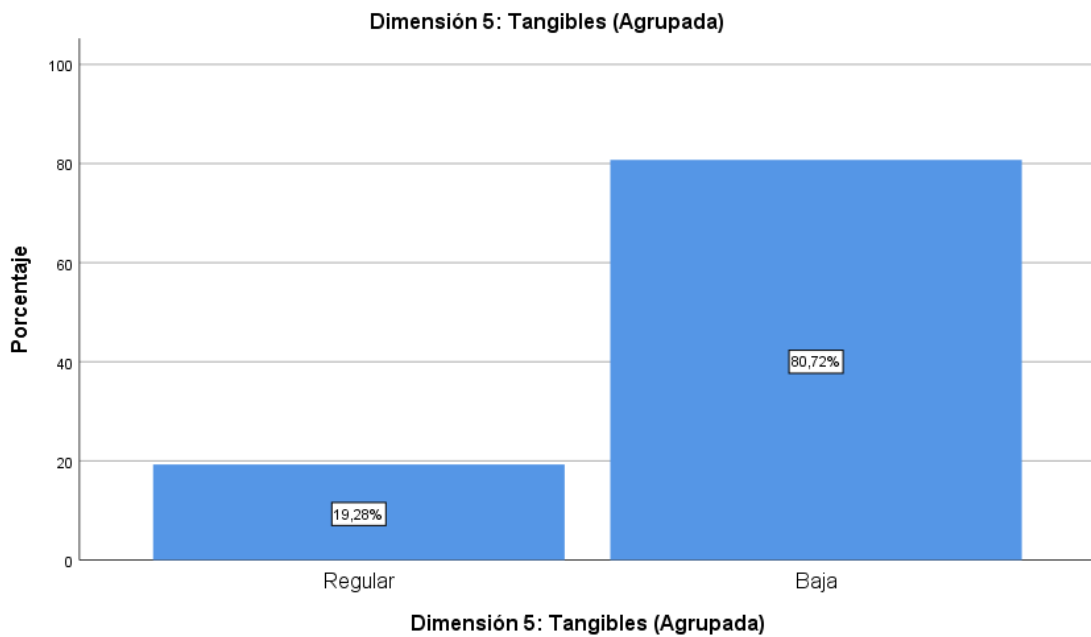


Figura 6.

INTERPRETACION: Según (tabla 10), (tabla 11) y (figura 6) los clientes de Valexi Salón Spa calificaron la calidad de servicio en la dimensión Tangibles el 80.7% correspondiendo el nivel bajo. Así mismo se definió con 83.1%.% con Ni de acuerdo/ni en desacuerdo que el Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos; con 92,8% muy de acuerdo el ítem que las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias; 80,7% muy de acuerdo en el ítem referente que el personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra; 79,5% muy de acuerdo en el ítem referente que los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo.

8. Análisis y discusión

En relación al objetivo general: Determinar cómo es la calidad de servicio para los clientes de Valexi Salón – Spa, Chimbote, 2021.

Según los resultados de (tabla 1) y (figura 1), los usuarios de Valexi Salón Spa calificaron el nivel de calidad del servicio como bajo (100%). Este resultado denota una importante escasa de calidad de servicio por medio de la compañía. Por el contrario, Martínez (2017) en la encuesta de restaurantes de comida rápida en Chimbote calificó la calidad del servicio en un nivel alto. Zeithaml (1987) en cambio "Es la opinión de un cliente sobre la superioridad y excelencia general de la empresa. Es una forma de actitud que deriva de la comparación entre expectativas y desempeño percibido". (Citado en Guzmán y Vega, 2006); Por tanto, cuando se indica que los usuarios de la empresa Valexi Salón Spa, calificados con el bajo status de calidad de servicio (100%), explica por la percepción significativa desde los usuarios de la falta de calidad en la oferta, como insatisfactoria en relación los requerimientos del consumidor respecto a la oferta, así como una gran discrepancia entre las esperanzas del usuario y el servicio brindado.

En relación al objetivo específico 1: Describir confiabilidad, para los usuarios del salón Valexi Spa, Chimbote 2021

Según (tabla 2), (tabla 3) y (figura 2) Los clientes de Valexi Salón Spa calificaron la calidad del servicio en términos de confiabilidad 95.2%, lo que corresponde al nivel bajo; Asimismo, el punto relativo al personal del salón Valexi Spa, que respeta los servicios ofrecidos, se definió con un alto nivel de acuerdo con el 71,1%; 75,9% está totalmente de acuerdo con el artículo enviado al personal de Valexi Spa que muestra un interés genuino en resolver la queja y / o el derecho a un servicio; El 83,1% está totalmente de acuerdo en que la información sobre la atención brindada por el personal del Valexi Spa Salón fue correcta desde el principio; El 68,7% está totalmente de acuerdo en que la empresa respeta los servicios anunciados; y 62,7% muy de acuerdo con el punto relacionado con los empleados del Salón Valexi Spa que realizan bien los servicios solicitados. De igual forma, en su investigación sobre el servicio recreativo en la zona de "Los Pacaes", Córdova (2017) cumple con 178 estándares, lo cual es 68.21%, explica que la calidad del servicio es moderado, lo cual es mejor exigido en otros estándares ofrecidos a habilitar esto. Servicio de calidad para los huéspedes. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988)

comentan sobre esto; esa es la capacidad de realizar los servicios prometidos con precisión y seguridad. En el sentido más amplio, esto significa que la empresa cumplirá sus promesas y acuerdos en cuanto a la prestación, entrega, precio y terminación de los servicios. (s / p).

Por tanto, los clientes de Valexi Salón Spa puntuaron la calidad de la oferta en el área confiabilidad con un 95,2% según (Tabla 2), (Tabla 3) y (Figura 2), que corresponde al nivel bajo; Se encontró que la falta de confiabilidad del servicio debido a la falta de gestión de recursos humanos, así como la falta de involucramiento y compromiso con el proceso de calidad, debe generar un ambiente que genere confianza en el servicio.

Respecto al objetivo específico 2: Describir capacidad de respuesta de los clientes del Salón Spa Valexi, Chimbote 2021.

Según (Tabla 4), (Tabla 5) y (Tabla 3), los clientes de Valexi Salón Spa puntuaron la calidad del servicio en el área capacidad de respuesta 97,59% correspondiente al nivel bajo. Asimismo, se definió como 62,7. % está de acuerdo expresamente con el punto relativo al personal de Salón Spa. Valexi le informará de la duración del servicio solicitado; con un 55% está muy de acuerdo con el punto relativo al personal del Salón Spa. Valexi le presta atención rápida; El 8,3% está totalmente de acuerdo con el punto de referencia. Piensan que el personal del Valexi Spa Salón está siempre dispuesto a ayudarlo; El 88,0% está totalmente de acuerdo con el punto. Casi de la misma manera, Chávez (2019) en el estudio sobre la habilidad de contestar de los clientes de CINEMARK - Huánuco es calificado por sus clientes como promedio, lo que tiene un efecto directo en su sensación de satisfacción con el servicio que recibieron al mismo tiempo. Se definió por la averiguación detallada de los productos, por la distribución de los empleados y así ayudar en cualquier momento y por el tiempo de espera por asistencia, estos son los indicadores de capacidad de respuesta que influyeron en la satisfacción del usuario. Asimismo, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) señalan que nuestro objetivo es ayudar a nuestros usuarios y brindarles un servicio inmediato. Este aspecto enfatiza la atención y la inmediatez a la hora de atender consultas, quejas y problemas de los usuarios. Las organizaciones deben asegurarse de seguir el proceso de provisión de asistencia y gestión de reclamaciones desde el punto de vista del usuario, no desde el propio. (s/p).

Por lo tanto, de acuerdo con (Tabla 4), (Tabla 5) y (Figura 3) los clientes de Valexi Salón Spa calificaron la calidad del servicio en la dimensión de receptividad 97.59% correspondiente al nivel bajo, se puede interpretar que la ausencia en receptividad depende de ellos junto con la calidad de gestión de los gerentes, d. H. Si los directores y empleados de la organización apoyan y siguen las directrices para el servicio al cliente, las acciones orientadas al cliente producirán resultados positivos.

En relación al objetivo específico 3: Describir la seguridad para los usuarios del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Según (Tabla 6), (Tabla 7) y (Figura 4), los clientes de Valexi Salón Spa calificaron la calidad del servicio en las áreas de capacidad de respuesta con un 97,6% correspondiente al nivel bajo. Asimismo, el punto relativo al comportamiento de los empleados del Salón Spa Valexi se definió como muy de acuerdo con el 77,1%; El 72,3% está muy de acuerdo con el punto relacionado con hacer que los usuarios se sientan seguros de prestar el servicio solicitado; El 88,0% está de acuerdo expresamente con la afirmación relativa al personal de Salón Spa Valexi de ser siempre amable contigo; El 86,7% está totalmente de acuerdo con el punto relativo a los empleados del Valexi Spa Salón, que los empleados del Valexi Spa Salón son plenamente conscientes de los servicios que ofrecen, y el 81,7% está totalmente de acuerdo en que el Punto relativo a los horarios de apertura es adecuado para usted. De igual forma, los resultados de Reyes (2018) mostraron que cuando se trata de la calidad de servicio del B N de Huaraz, en un gran porcentaje la mayoría se ubica entre no muy satisfecho y satisfecho, sugiriendo que la singularidad de la dimensión de seguridad, La Calidad de servicio del personal del B N al usuario que requiere respuesta es de calidad media baja, no cuentan con personal suficiente para atender la demanda, esperan demasiado para ser visitados, creen que el personal sí no cooperar y no ofrecer atención individual; Parasuraman, et al (1988) también afirman que la seguridad es la capacidad de inspirar a los empleados con conocimiento y disciplina, así como con integridad y confianza. Esto puede ser especialmente importante para los servicios que los consumidores consideran de alto riesgo, así como para los servicios en los que existe incertidumbre sobre su capacidad para medir los resultados, como: B. Finanzas, Seguros, Empresas de inversión, Servicios y asuntos médicos. (s / p).

Por tanto, según (tabla 4), (tabla 5) y (figura 3) los clientes de Valexi Salón Spa han evaluado el servicio de calidad en el área Capacidad de respuesta 97,59% correspondiente

al nivel bajo, denotando la falta de seguridad del servicio en el servicio, que está relacionado con la gestión de la oferta de servicios en la empresa de servicios de belleza, o una buena gestión por parte del personal que se verá reflejada en el servicio prestado por los usuarios.

En relación al objetivo específico 4: Describir la empatía, para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Según (tabla 8), (tabla 9) y (figura 5) los usuarios de Valexi Salón Spa calificaron, siendo calidad de servicio en la dimensión Empatía el 97.6% correspondiendo el nivel baja. Así mismo se definió con 98,8. % muy de acuerdo el ítem referente al personal de Salón Spa Valexi le brinda una atención individualizada; con 94,0% muy de acuerdo el ítem referente que el Salón Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada; 43,4% muy de acuerdo en el ítem referente al Salón Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus usuarios; 43,4% muy de acuerdo en el ítem referente al personal de Salón Spa Valexi comprende sus necesidades específicas. Con un resultado similar; con similar resultado López (2018), al examinar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes, se encontró entre los usuarios del restaurante Rachy's en Guayaquil que estaba en el Rachy. Hay restaurante de clientes insatisfechos, resultó que el personal de servicio no ofrece un trato especial y personalizado, el restaurante tiene pocos empleados y no está capacitado, y eso significa que el servicio no es rápido. Asimismo, Parasuraman, et al (1988) señalan que se trata de brindar a los usuarios una atención personalizada. La esencia de la empatía es decirles a sus clientes que son únicos y especiales a través de servicios personalizados o hechos a la medida. (s / p). Por tanto, los clientes de Valexi Salón Spa puntuaron la calidad del servicio en la dimensión de empatía en 97,6% según (Tabla 8), (Tabla 9) y (Figura 5), que corresponde al nivel bajo. Según (Tabla 8), (Tabla 9) y (Figura 5), los clientes de Valexi Salón Spa calificaron la calidad del servicio en el área empatía en 97,6%, correspondiente al bajo nivel que fue determinado por la falta de trato de la organización o empresa. La disposición hacia sus usuario, cuál es la esencia de la empatía en el uso del servicio para crear una política de comunicación en la que la retroalimentación es condición necesaria para entender las necesidades de los usuarios, lo cual se refleja en la falta de atención, atención personalizada por parte de los empleados que tiene una impresión directo en la satisfacción de los usuarios.

En relación al objetivo específico 5: Describir los elementos tangibles para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Según (Tabla 10), (Tabla 11) y (Figura 6), los clientes de Valexi Salón Spa puntuaron la calidad del servicio en la dimensión Tangibles con 80,7%, correspondiente al nivel bajo. También se definió como 83,1%. No estoy de acuerdo ni estoy de acuerdo con que el Valexi Spa Salón tenga equipamiento moderno; El 92,8% está totalmente de acuerdo en que las instalaciones del Valexi Spa Salón están limpias y ordenadas; El 80,7% está totalmente de acuerdo con el punto de referencia de que el personal del Valexi Spa Salón tiene una apariencia limpia y cuidada; El 79,5% está muy de acuerdo con el punto de referencia de que los materiales asociados a la oferta (como publicidad gráfica) del Salón Spa Valexi son visualmente atractivos.

Asimismo López (2018). Durante la encuesta, un examen de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario del restaurante Rachy's en Guayaquil, fue posible encontrar insatisfacción del cliente con la comida, el equipo, sus instalaciones y la confiabilidad del personal. Martínez (2017), así mismo realizó un estudio sobre la investigación sobre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio en los consumidores en restaurantes de pescado de mypes Chimbote sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente desde el punto de vista de sus clientes a través de percepciones y las expectativas de clientes que calificaron el servicio. Por tanto la baja calidad y su descontento con los servicios recibidos en los restaurantes, especialmente los relacionados con la dimensión tangible. De igual forma, Parasuraman, et al (1988) señalan que se trata de la cantidad de instalaciones, equipos, personal, material de comunicación. Todos ellos brindan una imagen de los servicios y las representaciones físicas que los usuarios, especialmente los nuevos clientes, utilizan para evaluar la calidad. (s / p). Por tanto, según (Tabla 10), (Tabla 11) y (Figura 6), los usuarios de Valexi Salón Spa marcaron la calidad de servicio en la dimensión Tangibles con un 80,7% correspondiente al nivel bajo, lo que indica una mala percepción de la tangibilidad. Debido al problema de verificar la calidad, los usuarios requieren tangibles partes vinculados con el servicio y poder verificar su calidad, en elementos como muebles o de información como tarjetas publicitarias o panfletos que expresen el trabajo de los empleados y la mejora continua.

9. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

En relación al objetivo general: Determinar cómo es la calidad de servicio para los clientes de Valexi Salón – Spa, Chimbote, 2021.

Que los usuarios de la empresa Valexi Salón Spa, calificaron la baja calidad del servicio (100%) se explica por la clara apreciación de la mala calidad del servicio por parte de los usuarios, la cual fue percibida como insatisfactoria respecto a las necesidades o expectativas que el cliente tuvo al servicio, así como una gran discrepancia entre las esperanzas de los clientes y la prestación del servicio.

En relación al objetivo específico 1: Describir la fiabilidad, para los usuarios del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Que los usuarios según (Tabla 2), (Tabla 3) y (Figura 2) los clientes de Valexi Salón Spa calificaron la calidad del servicio en la dimensión confiabilidad con 95.2%, lo que corresponde al nivel bajo; Se encontró que la falta de confiabilidad del servicio debido a la falta de gestión del recursos humano, así como el vacío de involucramiento y compromiso en el proceso de calidad, deben crear un ambiente que infunda confianza en el servicio, un ambiente que infunde confianza en el servicio.

Acerca del objetivo específico 2: Describir la capacidad de respuesta, para los usuarios del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Que los usuarios según (Tabla 4), (Tabla 5) y (Figura 3) los clientes de Valexi Salón Spa calificaron la calidad del servicio en la dimensión de capacidad de respuesta 97.59% correspondiente al nivel bajo, se puede interpretar que la ausencia se refiere a la capacidad de respuesta sobre la calidad de gestión de los ejecutivos, es decir, si los lineamientos y lineamientos para el servicio al cliente son respaldados y seguidos por los ejecutivos y empleados de la organización, las medidas orientadas al cliente tendrán resultados positivos.

Acerca del objetivo específico 3: Describir la seguridad para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Que los usuarios según (tabla 4), (tabla 5) y (figura 3) los consumidores de Valexi Salón Spa han evaluado la calidad del servicio en la dimensión Capacidad de respuesta 97,59% correspondiente al nivel bajo, denotando la falta de seguridad de la prestación en el servicio, que se relaciona con la gestión de la prestación de servicios en la empresa de servicios de belleza, es decir, una buena gestión por parte del personal que se verá reflejada en el servicio prestado por los usuarios.

Acerca del objetivo específico 4: Describir la empatía, para los usuarios del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Que los usuarios según (Tabla 8), (Tabla 9) y (Figura 5) los clientes de Valexi Salón Spa puntuaron la calidad del servicio en la dimensión empatía con 97,6%, lo que corresponde al nivel bajo por falta de voluntad de la empresa al servicio de sus clientes, que es la esencia de la empatía en la aplicación del servicio, para crear una política de comunicación en la que la retroalimentación sea condición necesaria para comprender las necesidades del cliente, lo cual se refleja en la falta de atención de los empleados reflejada en personalización atención que repercute directamente en la buena atención del usuario.

En relación al objetivo específico 5: Describir los elementos tangibles para los clientes del salón Spa Valexi, Chimbote 2021

Que los usuarios según (Tabla 10), (Tabla 11) y (Figura 6) los clientes de Valexi Salón Spa puntuaron la calidad del servicio en el área Tangibles con un 80,7% correspondiente al nivel bajo, lo que se debe a una falta de percepción de la tangibilidad la dificultad de verificar la calidad, por lo que los usuarios buscan elementos físicos vinculados con el servicio y poder verificar calidad, en elementos como muebles o de información como prestaciones graficas (tarjetas o documentos impresos de la imagen de la empresa) que expresen el trabajo de los empleados y mejora constante.

Recomendaciones

Se sugiere que las empresas de Valexi Salón Spa ejecuten mediciones periódicas de percepción del servicio al cliente para que puedan identificar áreas de mejora y realizar los ajustes necesarios para asegurar la calidad de sus servicios.

Se recomienda que realice encuestas a sus empleados para conocer la visión interna de la empresa sobre el servicio y la reputación de Valexi Salón Spa. Las contribuciones son valiosas y pueden ayudar a mejorar el servicio y la percepción de la reputación de la empresa.

Se propone que los Gerentes de Valexi Salón Spa identifiquen los elementos de revisión de sus clientes para enfocar sus esfuerzos en ellos y liderar la promoción de la gestión de la reputación.

10. Referencias Bibliográficas.

- Bernuy & Meza (2019). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en los usuarios de la Municipalidad Provincial de Casma, 2019. (Tesis de Pregrado)*. Universidad César Vallejo, Áncash, Casma. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/36869>
- Chávez (2019). “*la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en cinemark – huanuco, 2018*”. (grado de Licenciado) Perú. Recuperado de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/record/unhe_6991ce9d84346810a3a5b72bb00867d7
- Córdova (2017). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “recreo campestre Los Pacaes” de Casma, utilizando estándares derivados de las buenas practicas, 2017.* (Grado de Licenciado) Perú. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2343/CALIDAD_BUENAS_PRACTICAS_CORDOVA_RENTERIA_ARACELI_BELEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Douglas y Bateson (2002). “*Fundamentos de marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos*”. Recuperado de https://books.google.com.pe/books/about/Fundamentos_de_marketing_de_servicios.html?id=iJYKz9v4md8C&redir_esc=y
- Kotler, Philip (1997). “*La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades*”. Recuperado de [file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Dialnet-TheServiceQuality-4776917%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Dialnet-TheServiceQuality-4776917%20(1).pdf)
- López (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil.* (Grado de maestría) Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Estrada, S. K., & Flores, M. Y. (2019). *Calidad de Servicio y la satisfacción de las clientas en Compartamos Financiera, Casma – 2019. (Tesis de Pregrado)*. Universidad César Vallejo, Áncash, Casma. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40858>
- Mamani (2019). “*análisis de la calidad de servicio y satisfacción del Cliente en el banco fie s.a. de la ciudad de la paz*”. (Grado de Licenciado) Bolivia. Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/21404/EDITH%20DAYANA%20MAMANI%20RODRIGUEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Molina (2019), *calidad de servicio y percepción de satisfacción del cliente en el condominio jardines de la católica, lima 2019.* (Grado de Maestro) Perú. Recuperado de

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/591/CALIDAD%20DE%20SERVICIO%20Y%20PERCEPCI%C3%93N%20DE%20SATISFACCI%C3%93N%20DEL%20CLIENTE%20EN%20EL%20CONDOMINIO%20JARDINES%20DE%20LA%20CAT%C3%93LICA,%20LIMA%202019.pdf?sequence=1&isallowed=y>
Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993). “*La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor*”. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
Philip B. Crosby (1970). “*Calidad es gratis*”. Recuperado de <https://mejoras-para-la-calidad-avg.weebly.com/crosby.html>

Reyes, M. J. (2018). *Calidad de servicio en el Banco de la Nación, Huaraz 2017. (Tesis de pregrado)*. Universidad Privada San Pedro, Ancash, Huaraz. Obtenido de <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/9687>

Rogel (2019). *La calidad del servicio y satisfacción del cliente: binomio clave en agencias de viajes en ecuador. (Grado de Magister) Ecuador*. Recuperado de <Http://revistas.unellez.edu.ve/index.php/rmemorialia/article/view/777>

Vargas y Luzángela (2011). *Calidad y Servicio, conceptos y herramientas segunda edición*”. Recuperado de <https://books.google.com.mx/books?id=57-4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Vargas y Luzángela (2007). *Calidad y Servicio, conceptos y herramientas primera edición*”. Recuperado de <https://books.google.com.mx/books?id=57-4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

11. Agradecimiento

A mi abuelo, porque hasta en los últimos días de su vida se preocupó por mí y porque sea una profesional, espero que te sientas orgulloso de mí, donde sea que estes. Es por ello que te dedico este trabajo de tesis.

Gracias por confiar en mí y darme la oportunidad de culminar esta etapa de mi vida.

A mi Abuela, que con la sabiduría de Dios me has enseñado a ser quien soy hoy. Gracias por tu paciencia, por enseñarme el camino de la vida, gracias por tus consejos, por el amor que me has dado y por tu apoyo incondicional en mi vida. Gracias por siempre llevarme en tus oraciones.

A mi madre, por ser la mejor amiga y compañera que me ha ayudado a crecer, apoyándome siempre en todo y por estar conmigo en todo momento. Gracias por la paciencia que siempre tuviste conmigo, por el amor que me demuestras en todo momento.

Gracias mamá por estar al pendiente durante esta etapa.

12. Anexos y apéndice

ANEXO N° 01: MATRIZ DE COHERENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	DISEÑO DE INVESTIGACION
<p>“CALIDAD DE SERVICIO PARA CLIENTES EN EL SALÓN - SPA VALEXI, CHIMBOTE, 2021”</p>	<p>¿Cuál es el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexi, Chimbote, 2021?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexi, Chimbote, 2021?</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir las características de la Fiabilidad, para los clientes del salón Spa Valexi , Chimbote 2021 - Describir las características de la capacidad de respuesta, para los clientes del salón Spa Valexi , Chimbote 2021 - Describir las características de la seguridad, para los clientes del salón Spa Valexi , Chimbote 2021 - Describir las características de la empatía, para los clientes del salón Spa Valexi , Chimbote 2021 - Describir las características de la elementos tangibles, para los clientes del salón Spa Valexi , Chimbote 2021 	<p>Se ha creído conveniente no formular hipótesis, en razón que se trata de un estudio descriptivo, que va a permitir describir el comportamiento de las variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).</p>	<p>Calidad de servicio</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo: Básico</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población: Conocida: 150</p> <p>Muestra: A traves de tabla Fisher Arkin Colton</p> <p>Muestreo:</p> <p>Técnica e instrumento: Encuesta - cuestionario</p> <p>Primero: Validación de juicio de expertos,</p> <p>Segundo: Confiabilidad: Alfa de Cronbach, se aplica una muestra piloto</p> <p>Análisis de datos:</p> <p>SPSS – procesamiento Excel (Base datos) Estadística descriptiva: Tablas y figura de frecuencia y porcentaje</p>

ANEXO N° 02: CUESTIONARIO
INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Instrucciones: puede escribir o marcar con una (x) la alternativa que usted crea conveniente. Marque solo una alternativa según sea el caso, se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible. Si necesita ayuda puede solicitarlo a la persona encargada gracias. Marque de acuerdo al siguiente cuadro:

Muy de acuerdo	3
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	1

N°	ITEMS	ESCALA		
		1	2	3
1	El personal de Salón - Spa Valexi cumple lo ofrecido de los servicios de la entidad			
2	El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarlo cuando usted tiene alguna queja y/o reclamo del servicio			
3	La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez			
4	Se cumple con el servicio de acuerdo con lo promocionado			
5	El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los trámites del servicio que usted solicita			
6	El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado			
7	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida			
8	Considera que el El personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?			
9	El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle sus problemas con el servicio			
10	El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza			
11	Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado			
12	El personal de Salón - Spa Valexi siempre amable con usted			
13	Cree que El personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio			
14	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada			
15	El horario de atención es apropiado para usted			
16	Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada			
17	Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes			
18	El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas			

19	Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos			
20	Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?			
21	El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra			
22	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo			

ANEXO N° 03: BASE DE LA MUESTRA PILOTO

Piloto	Items / Reactivos / Preguntas																						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
1	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	56
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	62
3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	60
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	65
5	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	60
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	62
7	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	65
8	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	52
9	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	62
10	1	3	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	47
11	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	60
12	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
13	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	60
14	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	58
15	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	57
VARIANZA	0.4	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0	0.1	0.2	0.4	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	21.7

ANEXO N° 04: ANALISIS DE

Análisis de Fiabilidad- Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad de la variable Calidad de servicio

Alfa	0.8391
k	22
Vi	22.7300
Vt	313.86

ANEXO N° 05: JUICIO DE EXPERTOS

Juicio de expertos N° 02



UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERECTORADO ACADEMICO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Chimbote 15 agosto del 2021

Presente. -

Por la presente, reciba usted el saludo cordial y fraterno a nombre de la Escuela de Administración de la Universidad San Pedro; para manifestarle que el alumna ROMERO VILLALOBOS, PAMELA DEL PILAR está desarrollando su tesis Titulada “CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL SALON – SPA VALEXI, 2021.”; por lo que conocedores de su trayectoria profesional y estrecha vinculación en el campo de la investigación, le solicito su colaboración en emitir su JUICIO DE EXPERTO, para la validación del instrumento(s) CUESTIONARIO – CALIDAD DE SERVICIO de la presente investigación.

Agradeciendo por anticipado su gentil colaboración como experto, me suscribo a usted.

Jorge Daniel Pérez
Docente asesor Investigación científica

Adjunto.

1. Planilla de juicio de expertos
2. Matriz de consistencia
3. Matriz de operacionalización de las variables
4. Instrumento de investigación
5. Matriz de validación de experto



UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERECTORADO ACADEMICO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PRIGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento siguiente de la investigación “CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL SALON – SPA VALEXI, 2021”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis de los alumnos de Administración como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: **KARINA VALDIVIEZO PEREZ**

FORMACIÓN ACADÉMICA: **LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: **ADMINISTRACION FINANCIERA**

TIEMPO **20 años** CARGO ACTUAL **DOCENTE UNIVERSITARIO**

INSTITUCIÓN: **USP**

Objetivo Determinar el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexi, Chimbote, 2021?

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.

		- El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante. - El Item es muy importante en la dimensión.

MATRIZ DE COHERENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	DISEÑO DE INVESTIGACION
<p>“CALIDAD DE SERVICIO PARA CLIENTES EN EL SALÓN - SPA VALEXI, CHIMBOTE, 2021”</p>	<p>¿Cuál es el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexí, Chimbote, 2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexí, Chimbote, 2021?</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer la capacidad de respuesta, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Informar la confiabilidad, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Describir los elementos tangibles, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Describir la empatía, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Describir la seguridad, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 	<p>Se ha creído conveniente no formular hipótesis, en razón que se trata de un estudio descriptivo, que va a permitir describir el comportamiento de variable en estudio (Hernandez, Fernandez y Baptists, 2010)</p>	<p>Calidad de servicio</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo: Básico</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población: Conocida: 150</p> <p>Muestra: -A través de tabla Fisher Arkin Colton</p> <p>Muestreo:</p> <p>Técnica e instrumento: Encuesta - cuestionario</p> <p>-Primero: Validación de juicio de expertos,</p> <p>-Segundo: Confiabilidad: Alfa de Cronbach, se aplica una muestra piloto</p> <p>Análisis de datos:</p> <p>- SPSS – procesamiento - Excel (Base datos)</p> <p align="right">1. - Estadística descriptiva: Tablas y figura de frecuencia y porcentaje</p>

Fuente: Elaboración propia

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIOS	Zeithaml (1987) "Es la opinión de un cliente sobre la superioridad y excelencia general de la empresa. Es una forma de actitud que resulta de una comparación de las expectativas y el desempeño percibido". (como se citó en Guzmán y Vega, 2006).	La calidad del servicio al cliente en Valexi Salon and Spa es generalmente una opinión de superioridad y excelencia. Una forma de actitud al comparar las expectativas con el desempeño percibido.	Dimensión 1: FIABILIDAD	Cumple lo prometido	El personal de Salón - Spa Valexi cumple lo ofrecido de los servicios de la entidad
				Sincero interés por resolver problemas	El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarlo cuando usted tiene alguna queja y/o reclamo del servicio
				Realizan bien el servicio la primera vez	La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez
				Concluyen el servicio en el tiempo prometido	Se cumple con el servicio de acuerdo con lo promocionado
				No cometen errores	El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los trámites del servicio que usted solicita
			Dimensión 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA	Comunican cuando concluirán el servicio	El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado
				Los empleados ofrecen un servicio rápido	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida
				Los empleados siempre están dispuestos a ayudar	Considera que el El personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?
				Los empleados nunca están demasados ocupados	El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle sus problemas con el servicio
			Dimensión 3: SEGURIDAD	Comportamiento confiable de los empleados	El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza
				Cientes se sienten seguros	Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado
				Los empleados son amables	El personal de Salón - Spa Valexi siempre amable con usted

				Los empleados tienen conocimientos suficientes	Cree que El personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio
			Dimensión 4: EMPATÍA	Ofrecen atención individualizada	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada
				Horarios de trabajo convenientes para los clientes	El horario de atención es apropiado para usted
				Tienen empleados que ofrecen atención personalizada	Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada
				Se preocupan por los clientes	Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes
				Comprenden las necesidades de los clientes	El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas
			Dimensión 5: TANGIBLES	Equipos de apariencia moderna	Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos
				Instalaciones visualmente atractivas	Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?
				Empleados con apariencia pulcra	El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra
				Elementos materiales atractivos	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Instrucciones: puede escribir o marcar con una (x) la alternativa que usted crea conveniente. Marque solo una alternativa según sea el caso, se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible. Si necesita ayuda puede solicitarlo a la persona encargada gracias. Marque de acuerdo al siguiente cuadro:

Muy de acuerdo	3
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	1

N°	ITEMS	ESCALA		
		1	2	3
	FIABILIDAD			
1	El personal de Salón - Spa Valexi cumple con los servicios ofrecido			
2	El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarle la queja y/o reclamo de algún servicio			
3	La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez			
4	Cumple con los servicio de acuerdo con lo promocionado			
5	El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los servicio que usted solicita y/o requiere			
	CAPACIDAD DE RESPUESTA			
6	El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado			
7	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida			
8	Considera que el personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?			
9	El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle sus problemas con el servicio			
	SEGURIDAD			
10	El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza			
11	Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado			
12	El personal de Salón - Spa Valexi siempre es amable con usted			
13	Cree que el personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio que brindan			
14	El horario de atención es apropiado para usted			
	EMPATIA			
15	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada			
16	Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada			
17	Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes			
18	El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas			
	TANGIBLE			
19	Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos			
20	Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?			
21	El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra			
22	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo			

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS


TITULO DE LA TESIS: CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL SALON – SPA VALEXI, CHIMBOTE, 2021.

DIMENSIONES	ÍTEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (SI DEBE MODIFICARSE UN ÍTEM POR FAVOR INDIQUE)
Dimensión 1: FIABILIDAD	¿El personal de Salón - Spa Valexi cumple lo ofrecido de los servicios de la entidad?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarlo cuando usted tiene alguna queja y/o reclamo del servicio?	4	4	4	4	
	¿La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez?	4	4	4	4	
	¿Se cumple con el servicio de acuerdo con lo promocionado?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los trámites del servicio que usted solicita?	4	4	4	4	
Dimensión 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida?	4	4	4	4	
	¿Considera que el personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle	4	4	4	4	

	sus problemas con el servicio?					
Dimensión 3: Seguridad	¿El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza?	4	4	4	4	
	¿Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi siempre amable con usted?	4	4	4	4	
	¿Cree que El personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio?	4	4	4	4	
Dimensión 4: Empatía	¿El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada?	4	4	4	4	
	¿El horario de atención es apropiado para usted?	4	4	4	4	
	¿Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada?	4	4	4	4	
	¿Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas?	4	4	4	4	
Dimensión 5: Elementos tangibles	¿Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos?	4	4	4	4	
	¿Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra?	4	4	4	4	
	¿Los materiales asociados con el	4	4	4	4	

	servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo?					
--	---	--	--	--	--	--

*Para los casos de equivalencia semántica se deja una casilla por ítem, ya que se evaluará si la traducción o el cambio en vocabulario son suficientes.

ASPECTOS		SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario		X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación		X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial		X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir		X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada			X	
VALIDEZ				
APLICABLE	SI	NO APLICABLE		NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES				SI NO
Validado por: KARINA VALDIVIEZO PEREZ			Fecha: 15 agosto 2021	
 Firma:	Teléfono: 043-506832		Email: Karina.valdiviezo@usanpedro.edu.pe	

ASPECTO GENERALES

Juicio de expertos N° 02



UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERECTORADO ACADEMICO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Chimbote 15 agosto del 2021

Presente. -

Por la presente, reciba usted el saludo cordial y fraterno a nombre de la Escuela de Administración de la Universidad San Pedro; para manifestarle que el alumna ROMERO VILLALOBOS, PAMELA DEL PILAR está desarrollando su tesis Titulada “CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL SALON – SPA VALEXI, 2021.”; por lo que conocedores de su trayectoria profesional y estrecha vinculación en el campo de la investigación, le solicito su colaboración en emitir su JUICIO DE EXPERTO, para la validación del instrumento(s) CUESTIONARIO – CALIDAD DE SERVICIO de la presente investigación.

Agradeciendo por anticipado su gentil colaboración como experto, me suscribo a usted.

Jorge Daniel Pérez
Docente asesor Investigación científica

Adjunto.

6. Planilla de juicio de expertos
7. Matriz de consistencia
8. Matriz de operacionalización de las variables
9. Instrumento de investigación
10. Matriz de validación de experto



UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERECTORADO ACADEMICO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PRIGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento siguiente de la investigación “CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL SALON – SPA VALEXI, 2021”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis de los alumnos de Administración como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: LUCIO CARLOS MARTOS RAMIREZ

FORMACIÓN ACADÉMICA: CONTADOR PUBLICO

AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: CONTABILIDAD FINANCIERA

TIEMPO 30 años CARGO ACTUAL DOCENTE UNIVERSITARIO

INSTITUCIÓN: USP

Objetivo Determinar el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexi, Chimbote, 2021?

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante. - El Item es muy importante en la dimensión.

MATRIZ DE COHERENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	DISEÑO DE INVESTIGACION
<p>“CALIDAD DE SERVICIO PARA CLIENTES EN EL SALÓN - SPA VALEXI, CHIMBOTE, 2021”</p>	<p>¿Cuál es el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexí, Chimbote, 2021?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexí, Chimbote, 2021?</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer la capacidad de respuesta, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Informar la confiabilidad, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Describir los elementos tangibles, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Describir la empatía, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Describir la seguridad, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 	<p>Se ha creído conveniente no formular hipotesis, en razon que se trata de un estudio descriptivo, que va a permitit decribir el comportamiento de variable en estudio (Hernandez, Fernandez y Baptists, 2010)</p>	<p>Calidad de servicio</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo: Básico</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población: Conocida: 150</p> <p>Muestra: -A traves de tabla Fisher Arkin Colton</p> <p>Muestreo:</p> <p>Técnica e instrumento: Encuesta - cuestionario</p> <p>-Primero: Validación de juicio de expertos,</p> <p>-Segundo: Confiabilidad: Alfa de Cronbach, se aplica una muestra piloto</p> <p>Análisis de datos:</p> <p>- SPSS – procesamiento - Excel (Base datos)</p> <p align="right">2. - Estadística descriptiva: Tablas y figura de frecuencia y porcentaje</p>

Fuente: Elaboración propia

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIOS	Zeithaml (1987) "Es la opinión de un cliente sobre la superioridad y excelencia general de la empresa. Es una forma de actitud que resulta de una comparación de las expectativas y el desempeño percibido". (como se citó en Guzmán y Vega, 2006).	La calidad del servicio al cliente en Valexi Salon and Spa es generalmente una opinión de superioridad y excelencia. Una forma de actitud al comparar las expectativas con el desempeño percibido.	Dimensión 1: FIABILIDAD	Cumple lo prometido	El personal de Salón - Spa Valexi cumple lo ofrecido de los servicios de la entidad
				Sincero interés por resolver problemas	El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarlo cuando usted tiene alguna queja y/o reclamo del servicio
				Realizan bien el servicio la primera vez	La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez
				Concluyen el servicio en el tiempo prometido	Se cumple con el servicio de acuerdo con lo promocionado
				No cometen errores	El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los trámites del servicio que usted solicita
			Dimensión 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA	Comunican cuando concluirán el servicio	El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado
				Los empleados ofrecen un servicio rápido	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida
				Los empleados siempre están dispuestos a ayudar	Considera que el El personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?
				Los empleados nunca están demasiados ocupados	El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle sus problemas con el servicio
			Dimensión 3: SEGURIDAD	Comportamiento confiable de los empleados	El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza
				Clientes se sienten seguros	Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado
				Los empleados son amables	El personal de Salón - Spa Valexi siempre amable con usted
				Los empleados tienen conocimientos suficientes	Cree que El personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio

			Dimensión 4: EMPATÍA	Ofrecen atención individualizada	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada
				Horarios de trabajo convenientes para los clientes	El horario de atención es apropiado para usted
				Tienen empleados que ofrecen atención personalizada	Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada
				Se preocupan por los clientes	Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes
				Comprenden las necesidades de los clientes	El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas
			Dimensión 5: TANGIBLES	Equipos de apariencia moderna	Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos
				Instalaciones visualmente atractivas	Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?
				Empleados con apariencia pulcra	El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra
				Elementos materiales atractivos	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo

NSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Instrucciones: puede escribir o marcar con una (x) la alternativa que usted crea conveniente. Marque solo una alternativa según sea el caso, se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible. Si necesita ayuda puede solicitarlo a la persona encargada gracias. Marque de acuerdo al siguiente cuadro:

Muy de acuerdo	3
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	1

N°	ITEMS	ESCALA		
		1	2	3
	FIABILIDAD			
1	El personal de Salón - Spa Valexi cumple con los servicios ofrecido			
2	El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarle la queja y/o reclamo de algún servicio			
3	La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez			
4	Cumple con los servicio de acuerdo con lo promocionado			
5	El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los servicio que usted solicita y/o requiere			
	CAPACIDAD DE RESPUESTA			
6	El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado			
7	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida			
8	Considera que el personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?			
9	El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle sus problemas con el servicio			
	SEGURIDAD			
10	El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza			
11	Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado			
12	El personal de Salón - Spa Valexi siempre es amable con usted			
13	Cree que el personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio que brindan			
14	El horario de atención es apropiado para usted			
	EMPATIA			
15	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada			
16	Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada			
17	Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes			
18	El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas			
	TANGIBLE			
19	Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos			
20	Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?			
21	El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra			
22	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo			

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS

TITULO DE LA TESIS: CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL SALON – SPA VALEXI, CHIMBOTE, 2021.

DIMENSIONES	ÍTEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (SI DEBE MODIFICARSE UN ÍTEM POR FAVOR INDIQUE)
Dimensión 1: FIABILIDAD	¿El personal de Salón - Spa Valexi cumple lo ofrecido de los servicios de la entidad?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarlo cuando usted tiene alguna queja y/o reclamo del servicio?	4	4	4	4	
	¿La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez?	4	4	4	4	
	¿Se cumple con el servicio de acuerdo con lo promocionado?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los trámites del servicio que usted solicita?	4	4	4	4	
Dimensión 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida?	4	4	4	4	
	¿Considera que el personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle	4	4	4	4	

	sus problemas con el servicio?					
Dimensión 3: Seguridad	¿El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza?	4	4	4	4	
	¿Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi siempre amable con usted?	4	4	4	4	
	¿Cree que El personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio?	4	4	4	4	
Dimensión 4: Empatía	¿El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada?	4	4	4	4	
	¿El horario de atención es apropiado para usted?	4	4	4	4	
	¿Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada?	4	4	4	4	
	¿Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas?	4	4	4	4	
Dimensión 5: Elementos tangibles	¿Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos?	4	4	4	4	
	¿Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra?	4	4	4	4	
	¿Los materiales asociados con el	4	4	4	4	

	servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo?					
--	---	--	--	--	--	--

*Para los casos de equivalencia semántica se deja una casilla por ítem, ya que se evaluará si la traducción o el cambio en vocabulario son suficientes.

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		X	

VALIDEZ

APLICABLE	SI	NO APLICABLE
-----------	----	--------------

APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES

Validado por: LUCIO CARLOS MARTOS RAMIREZ	Fecha: 15 agosto 2020
--	-----------------------



Teléfono: 043-404589

Email: Carlos.martos@usanpedro.edu.pe

Juicio de expertos N° 02**UNIVERSIDAD SAN PEDRO****VICERECTORADO ACADEMICO****FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS****PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Chimbote 15 agosto del 2021

Presente. -

Por la presente, reciba usted el saludo cordial y fraterno a nombre de la Escuela de Administración de la Universidad San Pedro; para manifestarle que el alumna ROMERO VILLALOBOS, PAMELA DEL PILAR está desarrollando su tesis Titulada “CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL SALON – SPA VALEXI, 2021.”; por lo que conocedores de su trayectoria profesional y estrecha vinculación en el campo de la investigación, le solicito su colaboración en emitir su JUICIO DE EXPERTO, para la validación del instrumento(s) CUESTIONARIO – CALIDAD DE SERVICIO de la presente investigación.

Agradeciendo por anticipado su gentil colaboración como experto, me suscribo a usted.

Jorge Daniel Pérez
Docente asesor Investigación científica

Adjunto.

11. Planilla de juicio de expertos
12. Matriz de consistencia
13. Matriz de operacionalización de las variables
14. Instrumento de investigación
15. Matriz de validación de experto



UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERECTORADO ACADEMICO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PRIGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento siguiente de la investigación “CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL SALON – SPA VALEXI, 2021”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis de los alumnos de Administración como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: **MANUEL FERNANDO SALAZAR GONZALES**

FORMACIÓN ACADÉMICA: **LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: **ADMINISTRACION DE OPERACIONES**

TIEMPO **15 años** CARGO ACTUAL **DOCENTE UNIVERSITARIO**

INSTITUCIÓN: **USP**

Objetivo Determinar el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexi, Chimbote, 2021?

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión

importante, es decir debe ser incluido.	4. Alto nivel	<ul style="list-style-type: none">- El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.- El ítem es relativamente importante.- El ítem es muy importante en la dimensión.
---	---------------	--

MATRIZ DE COHERENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	DISEÑO DE INVESTIGACION
<p>“CALIDAD DE SERVICIO PARA CLIENTES EN EL SALÓN - SPA VALEXI, CHIMBOTE, 2021”</p>	<p>¿Cuál es el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexí, Chimbote, 2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar el nivel de calidad de servicio para los clientes en el Salón - Spa Valexí, Chimbote, 2021?</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer la capacidad de respuesta, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Informar la confiabilidad, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Describir los elementos tangibles, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Describir la empatía, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 - Describir la seguridad, para los clientes del salón Spa Valexí , Chimbote 2021 	<p>Se ha creído conveniente no formular hipotesis, en razón que se trata de un estudio descriptivo, que va a permitir describir el comportamiento de variable en estudio (Hernandez, Fernandez y Baptists, 2010)</p>	<p>Calidad de servicio</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo: Básico</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población: Conocida: 150</p> <p>Muestra: -A través de tabla Fisher Arkin Colton</p> <p>Muestreo:</p> <p>Técnica e instrumento: Encuesta - cuestionario</p> <p>-Primero: Validación de juicio de expertos, -Segundo: Confiabilidad: Alfa de Cronbach, se aplica una muestra piloto</p> <p>Análisis de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - SPSS – procesamiento - Excel (Base datos) <p align="right">3. - Estadística descriptiva: Tablas y figura de frecuencia y porcentaje</p>

Fuente: Elaboración propia

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIOS	Zeithaml (1987) "Es la opinión de un cliente sobre la superioridad y excelencia general de la empresa. Es una forma de actitud que resulta de una comparación de las expectativas y el desempeño percibido". (como se citó en Guzmán y Vega, 2006).	La calidad del servicio al cliente en Valexi Salon and Spa es generalmente una opinión de superioridad y excelencia. Una forma de actitud al comparar las expectativas con el desempeño percibido.	Dimensión 1: FIABILIDAD	Cumple lo prometido	El personal de Salón - Spa Valexi cumple lo ofrecido de los servicios de la entidad
				Sincero interés por resolver problemas	El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarlo cuando usted tiene alguna queja y/o reclamo del servicio
				Realizan bien el servicio la primera vez	La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez
				Concluyen el servicio en el tiempo prometido	Se cumple con el servicio de acuerdo con lo promocionado
				No cometen errores	El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los trámites del servicio que usted solicita
			Dimensión 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA	Comunican cuando concluirán el servicio	El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado
				Los empleados ofrecen un servicio rápido	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida
				Los empleados siempre están dispuestos a ayudar	Considera que el El personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?
				Los empleados nunca están demasados ocupados	El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle sus problemas con el servicio
			Dimensión 3: SEGURIDAD	Comportamiento confiable de los empleados	El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza
				Cientes se sienten seguros	Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado
				Los empleados son amables	El personal de Salón - Spa Valexi siempre amable con usted

				Los empleados tienen conocimientos suficientes	Cree que El personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio
			Dimensión 4: EMPATÍA	Ofrecen atención individualizada	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada
				Horarios de trabajo convenientes para los clientes	El horario de atención es apropiado para usted
				Tienen empleados que ofrecen atención personalizada	Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada
				Se preocupan por los clientes	Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes
				Comprenden las necesidades de los clientes	El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas
			Dimensión 5: TANGIBLES	Equipos de apariencia moderna	Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos
				Instalaciones visualmente atractivas	Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?
				Empleados con apariencia pulcra	El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra
				Elementos materiales atractivos	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Instrucciones: puede escribir o marcar con una (x) la alternativa que usted crea conveniente. Marque solo una alternativa según sea el caso, se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible. Si necesita ayuda puede solicitarlo a la persona encargada gracias. Marque de acuerdo al siguiente cuadro:

Muy de acuerdo	3
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	1

N°	ITEMS	ESCALA		
		1	2	3
	FIABILIDAD			
1	El personal de Salón - Spa Valexi cumple con los servicios ofrecido			
2	El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarle la queja y/o reclamo de algún servicio			
3	La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez			
4	Cumple con los servicio de acuerdo con lo promocionado			
5	El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los servicio que usted solicita y/o requiere			
	CAPACIDAD DE RESPUESTA			
6	El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado			
7	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida			
8	Considera que el personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?			
9	El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle sus problemas con el servicio			
	SEGURIDAD			
10	El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza			
11	Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado			
12	El personal de Salón - Spa Valexi siempre es amable con usted			
13	Cree que el personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio que brindan			
14	El horario de atención es apropiado para usted			
	EMPATIA			
15	El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada			
16	Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada			
17	Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes			
18	El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas			
	TANGIBLE			
19	Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos			
20	Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?			
21	El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra			
22	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo			

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS

TITULO DE LA TESIS: CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL SALON – SPA VALEXI, CHIMBOTE, 2021.


DIMENSIONES	ÍTEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (SI DEBE MODIFICARSE UN ÍTEM POR FAVOR INDIQUE)
Dimensión 1: FIABILIDAD	¿El personal de Salón - Spa Valexi cumple lo ofrecido de los servicios de la entidad?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi muestra un interés sincero en solucionarlo cuando usted tiene alguna queja y/o reclamo del servicio?	4	4	4	4	
	¿La atención que le brindó El personal de Salón - Spa Valexi fue la correcta desde la primera vez?	4	4	4	4	
	¿Se cumple con el servicio de acuerdo con lo promocionado?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi realiza bien los trámites del servicio que usted solicita?	4	4	4	4	
Dimensión 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿El personal de Salón - Spa Valexi te comunica sobre el término del servicio solicitado?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención rápida?	4	4	4	4	
	¿Considera que el personal de Salón - Spa Valexi siempre está dispuesto a ayudarlo?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi muestra interés en solucionarle	4	4	4	4	

	sus problemas con el servicio?					
Dimensión 3: Seguridad	¿El comportamiento del personal de Salón - Spa Valexi le inspira confianza?	4	4	4	4	
	¿Usted se siente seguro en la realización del servicio solicitado?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi siempre amable con usted?	4	4	4	4	
	¿Cree que El personal de Salón - Spa Valexi tiene total conocimiento del servicio?	4	4	4	4	
Dimensión 4: Empatía	¿El personal de Salón - Spa Valexi le brinda una atención individualizada?	4	4	4	4	
	¿El horario de atención es apropiado para usted?	4	4	4	4	
	¿Salón - Spa Valexi cuenta con personal que le brinda atención personalizada?	4	4	4	4	
	¿Salón - Spa Valexi se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi comprende sus necesidades específicas?	4	4	4	4	
Dimensión 5: Elementos tangibles	¿Salón - Spa Valexi cuenta con equipos modernos?	4	4	4	4	
	¿Las instalaciones de Salón - Spa Valexi son ordenadas y limpias?	4	4	4	4	
	¿El personal de Salón - Spa Valexi muestra una apariencia ordenada y pulcra?	4	4	4	4	
	¿Los materiales asociados con el	4	4	4	4	

	servicio (como folletos o catálogos) de Salón - Spa Valexi son visualmente atractivo?					
--	---	--	--	--	--	--

*Para los casos de equivalencia semántica se deja una casilla por ítem, ya que se evaluará si la traducción o el cambio en vocabulario son suficientes.

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		X	
VALIDEZ			
APLICABLE	SI	NO APLICABLE	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: MANUEL FERNANDO SALAZAR GONZALES		Fecha: 15 agosto 2021	
 Firma:	Teléfono: 043-308599	Email: Fernando.salazar@usanpedro.edu.pe	

ANEXO 06: CONSTANCIA DE TURNITIN

CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL SALON – SPA VALEXI, CHIMBOTE, 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	7%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
4	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	1library.co Fuente de Internet	2%
6	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	1%
8	repositorio.pucese.edu.ec Fuente de Internet	1%



9	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	1 %
10	Submitted to Instituto Politecnico Nacional Trabajo del estudiante	1 %
11	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) Trabajo del estudiante	<1 %
15	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
16	www.buenastareas.com Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	<1 %
18	Submitted to Universidad Privada San Pedro Trabajo del estudiante	<1 %
19	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



20	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador Trabajo del estudiante	<1 %
22	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
23	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
27	publicaciones.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
28	www.gestionar-facil.com Fuente de Internet	<1 %
29	www.repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	Submitted to Universidad Estatal de Milagro Trabajo del estudiante	<1 %
31	idus.us.es	



	Fuente de Internet	<1 %
32	repositorio.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
33	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	repositorio.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1 %
36	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
37	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
38	www.gestiopolls.com Fuente de Internet	<1 %
39	Zulema Conto Quispe. "La movilidad urbana en Lima. Análisis desde la forma de la ciudad", Universitat Politècnica de Valencia, 2021 Publicación	<1 %
40	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
41	mriuc.bc.uc.edu.ve Fuente de Internet	<1 %



42 repositorio.uide.edu.ec <1%
Fuente de Internet

43 repositorio.unajma.edu.pe <1%
Fuente de Internet

44 repositorio.utesup.edu.pe <1%
Fuente de Internet



Excluir citas Apagado

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias 10 words

ANEXO 07: FORMULARIOS DE REPOSITORIOS



REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor			
RODRIGO VILLALBA ROS, PANCHA DEL ALAR	46448439	Rov.villalba@usp.edu.ec 3muj@usp.edu.ec Correo Electrónico	
2. Tipo de Documento de Investigación			
<input checked="" type="checkbox"/> Tesis	<input type="checkbox"/> Trabajo de Ciencia Profesional	<input type="checkbox"/> Trabajo Académico	<input type="checkbox"/> Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional ¹			
<input type="checkbox"/> Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/> Título Profesional	<input type="checkbox"/> Título Segunda Especialidad	<input type="checkbox"/> Maestro <input type="checkbox"/> Doctorado
4. Título del Documento de Investigación			
"CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN EL SANO-SPA VALDESI, CHIMBORAZO, 2021."			
5. Programa Académico			
ADMINISTRACIÓN			
6. Tipo de Acceso al Documento			
<input checked="" type="checkbox"/> Abierto o Público ² (https://repositorio.usp.edu.ec/handle/12345678901234567890)		<input type="checkbox"/> Acceso restringido (https://repositorio.usp.edu.ec/handle/1234567890123456789012345678901234567890)	
<input type="checkbox"/> En caso de restringido sustente motivo:			

A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS³

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.⁴

Código	Código	Mes	Año
Chimborazo	09	11	2023





 Firma

Notas:

1. Según Resolución de Consejo de Rectoría N° 009-2019-UNSP-R-01, Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación con Grado Académico y Títulos Profesionales de la USP.
2. Ley N° 20150 Ley que Regula el Repositorio Institucional Digital de la Universidad San Pedro, promulgada el 15 de febrero de 2015, y el 15 de febrero de 2015.
3. El autor autoriza al uso de sus obras en línea o físicas, según sea el caso, con fines educativos, culturales, científicos, de investigación, de preservación, de acceso abierto y de difusión, siempre que no se altere el contenido de las obras, ni se atribuya a terceros el autorship de las mismas.
4. En caso de que el autor solicite la restricción de acceso, deberá sustentarse con los datos de acceso y justificación de la restricción de acceso en el formulario de autorización de acceso restringido.
5. El Repositorio Institucional Digital es una institución internacional sin fines de lucro, que tiene a disposición de los usuarios un conjunto de servicios de acceso y de almacenamiento de información que facilitan el acceso a la información, preservación, difusión y acceso abierto de los documentos de investigación y de los trabajos de investigación.
6. Según el artículo 17 del artículo 17 del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación con Grado Académico y Títulos Profesionales (RNT) de la Universidad San Pedro, el autor de la investigación, en caso de ser autor, deberá otorgar el consentimiento para que sus trabajos de investigación y trabajos de investigación sean publicados en el Repositorio Institucional Digital de la Universidad San Pedro.

Nota: En caso de restricción de acceso, deberá sustentarse con los datos de acceso y justificación de la restricción de acceso en el formulario de autorización de acceso restringido.