



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Infraestructura sostenible en la calidad del servicio en una  
empresa de servicios estéticos del balneario de Huanchaco,  
Trujillo 2022**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**AUTOR:**

Vaisman Gonzalez, Arie ([orcid.org/0000-0002-2172-5831](https://orcid.org/0000-0002-2172-5831))

**ASESOR:**

Mg. Salgado Portugal, Juan José ([orcid.org/0000-0002-6291-6984](https://orcid.org/0000-0002-6291-6984))

**CO-ASESOR:**

Dr. Sandoval Rios, Jose Elias ([orcid.org/0000-0002-3453-1091](https://orcid.org/0000-0002-3453-1091))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gerencias Funcionales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ

2023

## Dedicatoria

Este trabajo de investigación va dedicado para mis padres, Ruth y Miguel, quienes han sido guía y los mismos que me enseñaron valores y virtudes los cuales hoy rigen mi vida.

A mis hermanos Solman y Jushtinn, quienes son ejemplo de admiración y superación para cumplir mis metas.

A mis amigos y todas las personas que confiaron en mí.

Arie Vaisman Gonzalez.

## Agradecimiento

Primero quiero agradecer al todo poderoso por bendecirme con la vida, salud, trabajo, por tener la dicha de tener a mi familia unida y sana, además de guiarme y cuidarme en este camino que llamamos vida.

A mi familia por confiar en mí y por todo el apoyo incondicional para poder salir adelante.

A Carlos, dueño del centro estético, por haberme permitido desarrollar mi investigación en su local.

A los catedráticos de la maestría en administración de empresas de la Universidad César Vallejo, por haber compartido sus conocimientos y experiencias tanto profesionales, laborales y de vida. En especial al Dr. José Elías Sandoval Ríos, quien fue asesor, por su apoyo, compromiso y orientación durante el proceso de este trabajo de investigación.

Arie Vaisman Gonzalez.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	vi
Índice de figuras .....	vii
Resumen .....	viii
Abstract .....	ix
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	16
3.2 Variables y Operacionalización .....	17
3.3 Población, muestra y muestreo .....	18
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	18
3.5 Procedimientos.....	19
3.6 Método de análisis de datos .....	20
3.7 Aspectos éticos .....	20
IV. RESULTADOS .....	21
V. DISCUSIÓN.....	34
VI. CONCLUSIONES.....	39
VII. RECOMENDACIONES .....	41
REFERENCIAS.....	42
ANEXOS .....	47

## Índice de tablas

Tabla 1: <i>Resultados sobre niveles de infraestructura sostenible</i> .....	21
Tabla 2: <i>Resultados sobre niveles de Calidad del servicio</i> .....	22
Tabla 3: <i>Resultados para la prueba de normalidad</i> .....	23
Tabla 4: <i>Nivel de correlación entre la infraestructura sostenible y calidad de servicio</i> .....	24
Tabla 5: <i>Nivel de correlación entre la tangibilidad y la calidad del servicio</i> .....	25
Tabla 6: <i>Nivel de correlación entre la fiabilidad y la calidad del servicio</i> .....	26
Tabla 7: <i>Nivel de correlación de la capacidad de respuesta y calidad del servicio</i> .....	27
Tabla 8: <i>Nivel de correlación entre la seguridad y la calidad del servicio</i> .....	28
Tabla 9: <i>Nivel de correlación entre la empatía y la calidad del servicio</i> .....	29
Tabla 10: <i>Nivel de correlación entre la infraestructura sostenible y satisfacción</i>	30
Tabla 11: <i>Nivel de correlación entre la infraestructura sostenible y la expectativa del cliente</i> .....	31
Tabla 12: <i>Nivel de correlación entre la infraestructura sostenible y la organización, orden y limpieza</i> .....	32
Tabla 13: <i>Nivel de correlación entre la infraestructura sostenible y preferencias del cliente</i> .....	33
Tabla 14: <i>Nivel de confiabilidad de infraestructura sostenible</i> .....	85
Tabla 15: <i>Nivel de confiabilidad de Calidad del servicio</i> .....	85
Tabla 16: <i>Listado de ítems</i> .....	89
Tabla 17: <i>Bienes de Consumo</i> .....	90
Tabla 18: <i>Bienes de Inversión</i> .....	91
Tabla 19: <i>Bienes de Servicio</i> .....	92
Tabla 20: <i>Aportes no monetarios</i> .....	93
Tabla 21: <i>Costo total del Proyecto de Investigación</i> .....	93

## Índice de figuras

Figura 1: <i>Estructura de tipo de diseño de la investigación</i> .....	17
Figura 2: <i>Niveles de infraestructura sostenible</i> .....	21
Figura 3: <i>Niveles de Calidad del servicio</i> .....	22
Figura 8: <i>Regresión de Infraestructura sostenible</i> .....	88
Figura 9: <i>Regresión de Calidad del servicio</i> .....	88

## Resumen

El objetivo general de esta tesis fue establecer el nivel de correlación existente entre infraestructura sostenible y calidad del servicio en una empresa de servicios estéticos del balneario de Huanchaco, Trujillo 2022, la investigación fue de tipo aplicada – cuantitativa, de corte transversal, descriptivo – correlacional. Tuvo a 30 participantes como muestra, quienes fueron clientes en el referido centro estético. Mediante la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario, se recolectaron los datos, los cuales presentaron 20 preguntas para cada variable con opciones en la escala de Likert. El resultado luego de procesar la información estableció que infraestructura sostenible y calidad de servicio están categorizados con nivel muy bueno, 93.3% y 90% respectivamente. De la misma manera, se obtuvo relación significativa con factor de Rho de Pearson = 0.768 para un nivel de significación de  $p < 0.01$  (bilateral), lo cual aprobó la hipótesis inicial y se concluye que si mejoramos la infraestructura sostenible, la calidad del servicio mejorará considerablemente. A pesar de existir correlación alta, se recomienda analizar el desempeño de los colaboradores y capacitarlos en atención al cliente para concretar el ciclo de mejora continua y alcanzar la excelencia.

**Palabras claves:** Infraestructura sostenible, calidad del servicio, mejora continua.

## Abstract

The general objective of this thesis was to establish the existing level of correlation between sustainable infrastructure and quality of service in an aesthetic services company in Huanchaco spa, Trujillo 2022, the research was applied - quantitative, cross-sectional, descriptive - correlational. . It had 30 participants as a sample, who were clients in the aforementioned aesthetic center. Through the survey technique with its instrument the questionnaire, the data was collected, which presented 20 questions for each variable with options on the Likert scale. The result after processing the information established that sustainable infrastructure and quality of service are categorized with a very good level, 93.3% and 90% respectively. In the same way, a significant relationship was obtained with Pearson's Rho factor = 0.768 for a significance level of  $p < 0.01$  (bilateral), which approved the initial hypothesis and it is concluded that if we improve the sustainable infrastructure, the quality of the service will improve considerably. Despite there being a high correlation, it is recommended to analyze the performance of the collaborators and train them in customer service to specify the cycle of continuous improvement and achieve excellence.

**Key words:** Sustainable infrastructure, service quality, continuous improvement.

## I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el Comité Peruano de Cosmética e Higiene (COPECOH, 2020), informa acerca del rubro de cosmetología durante el año 2019, el cual ascendió en un 2,2% y que crecerá en un 2,6% como mínimo, y siendo optimistas crecerá en un 3,2%, durante los próximos años. Ángel Acevedo, actual presidente de COPECOH, sostuvo este resultado tiene mucho que denotar en su comportamiento gracias a las mujeres emprendedoras de nuestro país, porque los ingresos de las mujeres han crecido al 7%, en tanto los varones en un 3%. Añadió que los hombres presentan un incremento en la industria ya que se determinó que aumentó en 20% la cantidad de centros de estética en los últimos años, logrando una progresión total del 29% en el año 2019.

En los últimos años, en el Perú se ha vuelto a poner de moda un negocio que parecía de otra época. La moda de cortes personalizados de cabello, son servicios consumidos por varones que desean poner su cabellera en expertos de las tijeras y navajas para hacerse figuras geométricas, rostros y cualquier imagen, peinados y pintado de cabello, por ende, los centros de servicios estéticos son de gran necesidad en estos tiempos tanto en hombres y mujeres. Es ya una tendencia en varones y mujeres del Perú y todo el mundo. Día a día va incrementando las personas que quieren mejorar y resaltar su imagen estética con el estilo que más se adecue a su personalidad y forma de ser. Sin embargo, la industria de moda y peluquería requiere de análisis de mayores variables con fines de mejorar la oportunidad de eficiencia en costos y potenciar la calidad de los servicios.

Conforme al párrafo antes expuesto, consideramos que una de las variables a denotar impacto dentro de la calidad de servicio en la industria de peluquería y moda es la de Infraestructura, la cual dota de facilidades para obtener mejores indicadores de experiencia en el cliente, logrando consigo incremento de la participación y diferenciación en el mercado. Sumado a ello y con mayor argumento, se plantea que, en específico, la infraestructura sostenible contribuye en la calidad de servicios en la Industria de los servicios estéticos, generando mayores niveles de satisfacción a la población consumista en contexto.

En acotación relacionada a Infraestructura sostenible, se precisa que, en una publicación realizada por el Banco Mundial el 19 de febrero del año (2019), se detalla que si se invierte en infraestructura sostenible esto contribuiría a preservar el calentamiento global además en estos tiempos gracias a la tecnología existen alternativas menos contaminantes que las actuales. En algunas ciudades los negocios no invierten en infraestructura sostenible, es por eso que al no ponerse a la vanguardia actual tienen cada vez menos clientes ya que los tiempos cambian y es necesario reinventarse siempre para estar en las condiciones adecuadas que demanda el rubro de los centros estéticos.

De igual manera, el Banco Interamericano de Desarrollo (2019) define como infraestructura sostenible a los proyectos de infraestructura que están debidamente diseñados, planificados, construidos y fabricados con el objetivo de garantizar la sostenibilidad institucional, financiera, social y ambiental por todo el tiempo de vida que tenga el proyecto, adicionalmente informa que la infraestructura sostenible actualmente es requisito fundamental para la creación de empresas con foco en realizar proyectos sostenibles e inclusivos en la sociedad con el objetivo mejorar y disminuir la contaminación ambiental, además de ello confirma que todos los negocios al no invertir en una infraestructura sostenible pierden atractivo y genera carencia en su servicio de infraestructura y por lo tanto este repercute en una satisfacción negativa del cliente y el medio ambiente. A pesar que la referida información es de conocimiento de muchas empresas a nivel mundial, existen negocios que no lo implementan ya que no cuentan con la solvencia necesaria para realizar la inversión requerida o porque simplemente no quieren hacerlo, esto sucede ya que las oportunidades y necesidades no son aprovechadas.

En mayor abundancia, así como lo menciona el experto del sector de cambio climático Graham Watkins (2019), en su declaración ante un reportaje, refiere que la infraestructura sostenible hace diez años no era aprovechada y que actualmente está tomando impacto y es esencial para obtener un desarrollo inclusivo y que ayudará a prevenir los cambios climáticos, pero para lograr ello se necesitará aumentar en gran medida las inversiones, pero habrá garantía de recuperar la máxima cantidad de lo invertido, ya que si no se planifica una infraestructura sostenible, todo lo invertido sólo se recupera una mínima parte. Añade también que

la infraestructura sostenible suministra una base conceptual para el cambio, proporciona mejores proyectos, ayuda a determinar reglas de financiamiento y generaliza los indicadores y herramientas, además de ello manifiesta que la sociedad en general le corresponde desempeñar un rol muy importante para lograr los objetivos internacionales mediante la infraestructura sostenible.

De igual forma Franco Horna (2021) señala que a causa del COVID-19, todos los rubros económicos se han visto afectados y por ende ocasiona la creación de nuevos modelos de negocios con la intención de que estos no pierdan el valor invertido. Una de las oportunidades es el crecimiento poblacional en urbanizaciones de todo el mundo. Según la ONU, señala que en el año 2050 tendremos cerca de 6,6 millones de habitantes en las ciudades, esto ayuda a planificar mejor las zonas urbanas, con aumento en construcciones e implementando proyectos con un adecuado gestión de servicios a su vez ayudando a combatir el cambio climático.

Conforme a las motivaciones expuestas, se considera que es imprescindible o necesario considerar la hipótesis precitada, dado que, si se supera la expectativa del cliente en el servicio realizado, no sólo tendremos un cliente satisfecho, sino que a su vez estamos fidelizando al mismo porque sabe que el servicio que se le brindó es bueno.

La realización de esta tesis ayudará conocer la existencia de correlación de infraestructura sostenible y calidad del servicio en un negocio de servicios estéticos del balneario de Huanchaco. Además, utilizando diversas herramientas para medir la infraestructura sostenible, donde se analizará cinco factores importantes como la tangibilidad, la fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía, estos se medirán a través de una encuesta realizadas a los clientes del centro de estética del balneario de Huanchaco con la finalidad de hallar nivel de relación existente en la calidad de servicio, la cual también se determinará mediante una encuesta realizada luego de finalizar el servicio solicitado.

## II. MARCO TEÓRICO

Como menciona Elka Panduro (2022), el cual tuvo como finalidad representar como la sostenibilidad de infraestructura impacta en el desarrollo económico del Municipio de la Provincia Trujillana, teniendo como objetivo el aporte en solucionar la realidad en la cual se encuentra atravesando la ciudad de Trujillo, donde se puede evidenciar una infraestructura extemporánea y antigua, con condiciones inseguras capaces de ocasionar algún tipo de accidente. Es por ello que estudiar la infraestructura es determinante para proyectos de mediano y largo plazo. Esta tesis tuvo un enfoque aplicada de tipo cuantitativo y se aplicó un cuestionario a 30 funcionarios municipales con especialidad en infraestructura y desarrollo económico, logrando como resultado la aprobación de la hipótesis general, es decir, las variables se correlacionan y se logró identificar que la infraestructura sostenible genera impacto al proceso de desarrollo económico en municipio de Trujillo, con factor del Rho de Spearman de 0.817 y con  $p = 0.000 < 0.01$ , por lo que se concluyó que la sostenibilidad de la infraestructura influye notablemente en calidad de vida de la sociedad, enmarcado por parte del Municipio de la Provincia de Trujillo, 2021.

De igual forma (Sarayasi, 2017) explica como una adecuada gestión turística municipal influye en la sostenibilidad del desarrollo rural en la Municipalidad Provincial de Espinar – Cusco, para ello, se realizó una encuesta a 28 personas de diferentes áreas de la Municipalidad Provincial de Espinar, obteniendo como resultado de fiabilidad de 0.7 correspondiente a la gestión municipal en turismo y un coeficiente de 0.8 en la sostenibilidad del desarrollo rural con factor Spearman 0.761, determinando la existencia de un nivel alto de relación de las variables y como resultado tenemos la propuesta condicional de mejorar la gestión municipal en turismo generará un impacto en la sostenibilidad en desarrollo rural de la Municipalidad Provincial de Espinar.

También podemos mencionar a Sonia Vargas con su investigación del año (2020) donde su objetivo fue hallar el nivel de correlación de proyectos de infraestructura urbana con la sostenibilidad del Municipio de la Provincia de Nuevo Chimote, 2019. Para lograr dicho objetivo se tuvo que encuestar a 87 personas, las cuales fueron trabajadores de distintas áreas del Municipio de Nuevo Chimote, dando una

consecuencia de correlación de las variables con una fiabilidad de 0.852 y por ende la aceptación de la hipótesis general.

Además tenemos la investigación de Dante Jesús Urquiza Abanto (2017) la cual tuvo como finalidad establecer los componentes necesarios para una adecuada gestión de sostenibilidad en la movilidad urbana para generar un impacto en la sostenibilidad turística de Cajamarca, 2017, para ello se aplicó un cuestionario a 384 personas (personal municipal, turistas, empresas de turismo y pobladores) del mencionado distrito. En donde se logró identificar que los componentes como eficiencia y calidad de servicio, accesibilidad, corredores peatonales, ciclo vías e infraestructura vial, son necesarios para poder implementar una gestión sostenible en la movilidad urbana, con la finalidad de impactar en la sostenibilidad turística de Cajamarca, con un indicador de Kendall 0.84, dando a entender que los componentes de movilidad y las áreas de turismo impactan notablemente en la sostenibilidad turística del mencionado distrito.

Dentro del estudio de Del Carpio Jiménez, Gladys Matilde y Marín Ruíz, Diego Arturo (2018), bajo la finalidad de establecer si existe relación entre calidad del servicio y la satisfacción del cliente masculino en una barbería de los Olivos, aplicando el Modelo SERVQUAL. La herramienta de medición fue un cuestionario y uno de los resultados para dicha investigación, fue la presencia de relación que existe Calidad del Servicio con la Satisfacción del cliente. Razón por la cual se considera que hay un nivel regular para calidad del servicio y nivel medio para satisfacción del cliente. Asimismo, al relacionarse las variables con las dimensiones, señala que la Empatía con (0.42), es la dimensión más dominante que posee calidad de servicio y se recomienda plantear un método de gestión adecuado.

De acuerdo al estudio realizado por Córdova Navarro, Luz Yanet (2021) el cual se identificó la relación que existe entre las variables mencionadas en la empresa Kashiri Estética & Salud de la ciudad de Pucallpa. Motivo por el cual se tomó una muestra de 17 clientes, a los cuales se aplicaron 2 cuestionarios creados por la investigadora. Luego de analizar la operacionalización de las variables, se obtiene mediante la prueba estadística Spearman un  $r = 0,691$ , lo cual representa una

correlación alta con un  $p = 0,002 < 0.01$ , lo cual simboliza que es altamente significativo. Además refiere que 53% de los clientes se encuentran muy satisfechos respecto a la calidad de servicio de la empresa, continuado por 23,50% que están de acuerdo, 23,50% que están en duda y 0.00% en desacuerdo, mientras 70,59% de encuestados señalan su conformidad y satisfacción con el servicio recibido por parte de la empresa seguido de 23,53% de acuerdo y un 5,88% están en duda. Para finalizar se afirma la presencia de relación significativa entre calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Kashiri Estética & Salud, 2021. Conforme al estudio realizado por Mendoza Lopez, Gloria Esperanza (2018), en donde el objetivo fue describir las características principales sobre gestión de calidad con perspectiva de las 5 "S" para empresas de categoría micro y pequeña de rubro servicios – especialidad en peluquerías y derivados procesos de belleza del distrito de Huaraz, 2016. Se obtuvo una población de 90 colaboradores, aplicándoles un cuestionario de 21 preguntas con el fin de recaudar información, de los cuales arrojó el siguiente resultado: Un 31,1% declara que las áreas de trabajo casi nunca se encuentran lo suficientemente limpias y correctamente señalizadas, un 35,6% manifiestan que raras veces existe un lugar para cada cosa, un 36,7% señala que raras veces se buscan nuevos métodos para la realización de la limpieza, un 42,2% indica nunca se da seguimiento de la organización, orden y la limpieza en el negocio y que el 25,6% señala que la basura y desperdicios se encuentran localizados correctamente al igual que ordenados. Para finalizar concluyó la ejecución incorrecta de gestión de calidad con perspectiva de las 5 "S" en empresas micro y pequeñas de Huaraz, debido a que no están capacitados en el tema.

También podemos mencionar la investigación de Marco Ernesto Valverde Silva (2013). Donde el objetivo fue establecer el impacto del servicio brindado al cliente de diferentes establecimientos del rubro farmacéutico en la satisfacción de su clientela en Huaraz, 2011 y cuyo objetivo fue hallar los errores para lograr el máximo nivel de satisfacción de la clientela, ya que con las compras que realizan permite que la empresa siga estando y progresando, con el objetivo de obtener rentabilidad a los inversionistas, propietarios y colaboradores, con foco en el conocimiento de cómo impacta el servicio de las farmacias y boticas en la satisfacción del consumidor, para que estas mejoren el trabajo que vienen desempeñando y logren

superar las expectativas que los consumidores esperan, logrando alcanzar el nivel óptimo de calidad para tener clientes conformes. Se planteó una hipótesis cuyo objetivo buscó saber cómo el servicio realizado impacta en la complacencia del consumidor de las farmacéuticas y boticas de Huaraz, 2011. Se logró determinar que el servicio del rubro farmacéutico de Huaraz no satisface a los consumidores, es por ello que se recomienda mejorar la forma de atender al cliente, de tal manera que permita llegar al nivel óptimo de la excelencia y tener clientes muy satisfechos.

Según (Vargas, 2021). En su investigación logró encontrar el nivel complacencia de una empresa de taxi. Donde se logró hallar la población que consiste en 383 clientes, a quienes se le aplicó una encuesta basada en el modelo Servqual, donde se hallaron resultados los cuales señalan tienen un nivel de satisfacción muy alto y concluye que el 72.8% de los clientes se encuentran complacidos, en cuanto al servicio se consideró de calidad buena, de acuerdo con el análisis se determina una aprobación de todas las partes que corresponde a la calidad, como son: Los elementos tangibles (78%), confiabilidad (62%), capacidad de respuesta (67%), garantía (73%) y empatía con (47%). Además con la ayuda del coeficiente de Pearson se concluyó que existe relación de las variables en estudio en empresa radio taxi PAVILL S:A.

La calidad ha existido siempre, inclusive desde que se inició la existencia humana, las cuales podemos evidenciarlo gracias a los estudios arqueológicos realizados por varios años, tenemos grandes templos ceremoniales así como Machu Picchu en el Perú hasta los jardines colgantes de Macedonia, y de distintas culturas hechos de piedra labrada y con acabados originales, existen inmensas pirámides con tallados difíciles de hacer hoy en día incluso con la tecnología actual, culturas que han hecho estatuas con mucha precisión y gran nivel de acabado, podemos mencionar la vestimenta de los reyes con sus finas joyas, además de ello, existen las cosas que se usaban ya sea de abrigo, viviendas o instrumentos de caza tenían que ser resistentes y que dure por mucho tiempo, a eso se le puede denominar calidad. (Martha Elena Vargas Quiñones y Luzángela Aldana de Vega, 2014). Ante ello podemos definir calidad como un conjunto de características y propiedades de un bien o servicio el cual permite clasificarla, valorarla y compararla con otra similar a ella, según Philip B. Crosby (1987) define calidad a la complacencia de los

necesidades. Además, nos comenta que se puede alcanzar la calidad, medir y es rentable para las empresas y por ende es necesaria incorporarla. Nos da a entender que la calidad tiene un costo y esta se genera por hacer las cosas mal, debido a los inconvenientes por no cumplir debidamente con los requisitos, por eso es que afirma que la calidad no cuesta y por ende contribuye directamente en las utilidades.

Según Pedro Larrea (1991), define qué calidad del servicio va de acuerdo con apreciación de el consumidor relacionado al servicio y perspectivas correspondientes al grupo de elementos ya sean cualitativos o cuantitativos del servicio, además afirma que la calidad no es meta a la cual se anhela llegar, mejorar la calidad es un tema que nunca acaba, ya que siempre existe la opción para lograr la mejora del grado de la calidad, es por ello que es necesario hablar de proyectos constantes para mejorar la calidad.

Según Eric de la Parra Paz (1997) menciona que la calidad total tiene dos objetivos principales, se tiene que comenzar por cumplir correctamente las exigencias de los clientes, tanto externos como internos, satisfaciendo sus necesidades y añadiendo un valor agregado en cada etapa de producción para así tener una alta productividad y lo consiguiente sería la rentabilidad del negocio. Además nos indica que tener calidad total en lo que ofrecemos involucra entender y visualizar el objetivo para luego saber qué decisión tomar para cumplir dicho objetivo, para ello el secreto reside en ejecutar un modelo de calidad el cual involucre toda la empresa que conlleve a tener y entender rotundamente cual es destino en el cual denotar nuestra creatividad y esfuerzo como equipo, tomar ese camino implica contener una serie de valores que se conocen como: visión, misión, valores, cultura, filosofía y objetivos de orden superior.

Si hablamos de calidad no podemos dejar de lado el famoso ciclo de Deming, se le denomina así ya que el creador fue William Edwards Deming, nacido en estados unidos en 1900 y murió en 1993. Este sistema denominado ciclo de Deming, se usa en empresas a fin de obtener un proceso de mejora continua y que contiene cuatro fases: planificar, hacer, verificar y actuar, por ello se le conoce como PHVM. Es necesario resaltar que el ciclo de Deming busca incrementar los estándares de calidad además de ayudar al funcionamiento de manera más eficaz. El correcto uso

de este ciclo ocasiona el mejoramiento de las empresas con altos niveles de rendimiento y producción, ya que todo esfuerzo en el trabajo se dirige al cumplimiento de las metas trazadas. (Quiroa, 2020). La primera etapa es la de planificar en la cual busca analizar la realidad problemática de la empresa, para poder identificar aquellas áreas que puedan ser aptos para mejorar y establecer objetivos derivados en base a ello en un determinado tiempo. La segunda etapa es hacer y está relacionada con los objetivos que se desea alcanzar junto con las acciones que deben implementarse, aquí es donde se dirige, organiza y asigna los recursos correspondientes, asimismo las responsabilidades para desempeñar de manera eficiente los objetivos. La tercera etapa es la de verificar y este procesos es netamente del control que debe realizarse después de implementar el plan, lo que se quiere saber es si es que se está avanzando correctamente a donde queremos llegar y si se están cumpliendo los objetivos que se planificaron. La cuarta etapa es la de mejorar, luego de haber analizado los resultados de verificación, se procede a realizar informes y análisis con cuadros comparativos, si se obtiene un resultado favorable se realiza la mejora de forma definitiva, de lo contrario se procede a levantar las correcciones necesarias. Por lo tanto no debemos olvidar de que es un ciclo y una vez que culminamos la última etapa debemos empezar de nuevo, es por eso que se debe realizar periódicamente con miras a mejorar continuamente.

Si queremos medir la calidad del servicio, tenemos que saber cuan satisfecho se encuentra el cliente con el servicio brindado, por ello el indicador para la satisfacción es el desempeño percibido, también tenemos la expectativa, la cual evalúa indicadores como precio, recomendación y calidad, además es necesario que exista una correcta organización, orden y limpieza para ofrecer un servicio de calidad, por otro lado tenemos la categorización de preferencias del cliente, son aquellas que se encuentran expresadas en los productos que se utilizan al momento de brindar el servicio, y si estos son de su agrado, para poder medirlo tenemos indicadores como la marca de los productos, higiene de equipos, plan de bioseguridad, entusiasmo, rendimiento y publicidad de la atención brindada (Larico Quispe, 2022).

Continuando con la investigación acerca de la calidad, es necesario conocer lo que

viene a ser la denominada 5s, Según (Adriana, 2019), señala que el método de las 5 “S” es una herramienta de gestión que se originó en Japón y consta de cinco fases o principios muy sencillos, los cuales ayudarán a incrementar la productividad ya que genera beneficios sin tener que invertir mucho dinero.

La primera fase es clasificación (Seiri), aquí se resume en organizar lo que se necesita de lo que no se necesita, con el propósito de tener en el espacio disponible los instrumentos o herramientas necesarias que sean útiles para desempeñar la labor, con ello se obtiene ahorro de tiempo para la producción, es por eso que se clasifican dichos objetos presentes en el lugar de trabajo.

En la segunda fase denominada orden (Seiton), luego de clasificar, nos corresponde ordenar, esta fase se establece el orden de las herramientas o instrumentos que son necesarios para desempeñar la labor adecuadamente, así como la fase anterior, esta fase nos ayuda a ubicar más rápido los elementos necesarios.

La tercera fase es la limpieza (Seiso), llevar a cabo esta tarea es uno de los motivos principales, ya que si mejoramos la limpieza en las áreas de trabajo y alrededores, aparte de dar una mejor visión de nuestra área de trabajo también ayuda a prevenir accidentes, lo que conlleva a aumentar la seguridad de nuestra empresa.

La cuarta fase es la de estandarización (Seiketsu), ya que tenemos clasificado, ordenado y limpio nuestra área de trabajo es momento de realizar una estandarización de procesos, así aseguramos que el producto que ofrecemos siempre sea el mismo.

La quinta y última fase es la disciplina (Shitsuke), esta técnica se basa en la mejora continua, pues esta fase ayuda a que todo lo antes mencionado se realice a cabalidad, con el objetivo de brindar un producto de calidad ya que el fin de esta técnica es hacer el estricto seguimiento y cumplimiento de las fases anteriores, mientras más riguroso sea la disciplina, más éxito tendrá la empresa.

Según Karla Salinas (2014) existen dos tipos de clientes, el cliente interno, el cual es el colaborador de la empresa, que no necesariamente consume un bien o servicio de la empresa, sino que recibe el resultado de un proceso determinado de la cadena de suministros para continuar con el diagrama de flujo hasta la culminación del producto, se le denomina así porque es necesario que el trabajador vea que aquel proceso que le corresponde debe estar en óptimas condiciones,

asegurándose así que todos los procesos que se hagan sean de calidad, entonces si se cumple con esta premisa el resultado del producto final, será el más adecuado. Tenemos también los clientes externos, los cuales son en general toda persona de la sociedad que pueden convertirse o no en consumidores finales o intermediarios y que generen ingresos para la empresa. Según la Real Academia Española (2014) tiene como concepto de cliente a todo individuo que adquiere un bien de un establecimiento, o contrata servicios de una empresa o un experto.

No debemos confundir atención al cliente con servicio al cliente, la primera hace referencia al trato que le brinda una empresa hacia el cliente para solucionar sus necesidades inmediatas en relación al producto o servicio que ofrece, mientras que el segundo hace mención a las acciones y procesos que una organización planifica de manera anticipada para que el cliente pueda interactuar de la manera más placentera, busca añadir un beneficio externo para que sea más comfortable la interacción. ( Daniella Terreros, 2021)

También es necesario tener conocimientos sobre la fundamentación teórica respecto al estudio de la satisfacción del cliente, porque hoy en día los consumidores requieren que el servicio que consumen satisfagan no sólo sus necesidades sino que también sobrepase sus expectativas, es por ello que en la actualidad el servicio que se brinda tiene que ser fundamentalmente de calidad y que además de ello los precios sean bajos. Tener un cliente satisfecho como menciona (Dutka, 1998) es comprender las exigencias y necesidades del cliente, pues ellos son componente principal de calidad total, ya que no hay nadie como ellos para poder calificar nuestro servicio, además es de suma importancia identificar y analizar como las empresas del mismo rubro obtienen éxito en dicho objetivo, ya que nos ayuda a reforzar y reflejar en que estamos fallando. Los escritores que conceptualizan a la satisfacción del cliente, concuerdan que estos influyen directamente con la rentabilidad del negocio, ya que tener cien clientes satisfechos ayudan a que la empresa obtengan 25 clientes nuevos, por otro lado si un cliente se queja hay otros 20 clientes que opinan lo mismo y el negocio pierde fiabilidad, por lo tanto obtener un nuevo cliente es proporcional a tener 5 veces satisfecho al mismo cliente que se encuentra fidelizado. Así es que se concluye que tener clientes satisfechos mejora la rentabilidad del negocio, mientras que el tener

clientes no satisfechos, perjudican a las ganancias del negocio.

De acuerdo con Schneider (1999), nos menciona que existen 3 tipos de necesidades que buscan los consumidores para calcular la calidad de un servicio. Ejemplo: seguridad, la cual aparece cuando el cliente no siente amenaza alguna respecto a daños que pueden ser de magnitudes físicas o económicas. La mayor parte de la población no percibe conscientemente que su seguridad haya sido garantizada, por lo que a primera instancia el cliente ignora esta si esta necesidad fue atendida o no. Entre otras se encuentra a la justicia, es bien sabido que para tener un balance en la sociedad y poder coexistir, todas las personas deben ser tratadas con justicia, esto se da porque en muchas ocasiones las empresas piensan en su propio beneficio, pero no ven el beneficio que aporta el cliente. La autoestima es otra necesidad importante ya que representa el reflejo de uno mismo, es por ello que las empresas que lideran los mercados tratan a sus clientes como personas importantes, mas no como cualquier otro cliente, ya que si nos enfocamos en mantener o mejorar los sentimientos de la autoestima y reconociendo a los clientes como personas únicas, estos se sentirán complacidos y obviarán, inclusive si algo no haya salido bien.

Así como menciona el artículo de Dmitriy Razumovskiy (2021), menciona que hay un panorama de los mecanismos y herramientas que se han elaborado de acuerdo a las asociaciones latinoamericanas de integración para cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible. En el contexto de la participación regional, es más factible solucionar los problemas externos y los que surgen de acuerdo a la consecuencia de los procedimientos de integración y liberalización. Estimuladas en base a la experiencia europea, las asociaciones latinoamericanas decidieron seguir las mismas políticas, sin embargo dicha planificación se vio obstruida y frustrada por la escasez de conocimiento que se necesita para lograr encaminar dichos elementos fundamentales. Además de ello tampoco pudieron dar solución a los problemas sociales. Los intentos por solucionar ese campo no llegaron más allá de las promesas y reglas. Actualmente se ha frenado la cooperación de integración regional y últimamente comienza a quebrantarse. Existen muchos proyectos que solo quedaron en promesas, sin embargo ello no tiene relevancia a que la situación no mejore en el futuro.

Conforme con Manuel Martínez Casanova (2022), en su artículo menciona la importancia que tiene estudiar el comportamiento sociocultural para la identificación de los objetivos de un correcto desarrollo sostenible, principalmente en los negocios de la actualidad, los cuales presentan serias limitaciones para la realización del mismo. En el estudio que se realiza para detectar soluciones que ayuden a resolver la principal problemática y los aspectos que interfieren en el cumplimiento de estos objetivos, se resaltan los aspectos de carácter conceptual y metodológico, los cuales deben de solucionarse con un correcto enfoque sociocultural de los mismos, en el momento oportuno para la realización de análisis y determinaciones de todas las situaciones que puedan presentarse en cada ámbito, en especial los que tienen mayor desventaja y ocurrencia de elementos desfavorables, al igual que el correcto uso de los recursos, incluyendo el capital humano, desde los conocimientos habituales y haciendo énfasis en fomentar las costumbres y habilidades formativas junto con el impacto de las vicisitudes por ejecutar, especialmente beneficiando la participación de las personas y comunidades involucradas, las cuales irremediablemente presentan respuestas exactas al orden sociocultural, es por eso que es necesario realizar estudios socioculturales con el objetivo de determinar las respuestas pertinentes.

Es bien sabido que actualmente en toda empresa existen problemas sociales, ambientales, institucionales y económicos, esto ha originado la existencia de estudios con objetivos para un desarrollo sostenible (2021). De alguna manera cada negocio guarda una relación directa con este objetivo, ya que los diferentes rubros en que se desempeñan los emprendedores en la búsqueda de introducción de productos innovadores o de nuevos nichos de mercado. Es por eso que, es fundamental analizar los aspectos que intervienen en los tipos de negocios con el fin de crear las medidas adecuadas para estimular el desarrollo sostenible mediante los distintos rubros. Estos aspectos pueden agruparse en cinco dimensiones: Tangibilidad, es el aspecto físico de la institución, es decir la imagen e infraestructura de la empresa: como los equipos, decoración, materiales y colaboradores. Una manera de medirlo es con indicadores como lo es la infraestructura del local, diseño de interior, empleados con buena apariencia, folletos llamativos, buenas herramientas y materiales de calidad.

Fiabilidad, la cual hace énfasis a la destreza del personal que realiza el servicio de

manera íntegra, o sea que la empresa cumple con sus acuerdos pactados, solución de problemas, fijación de precios y suministro del servicio. Se puede medir con indicadores como el grado de confianza para desempeñar el servicio, el nivel de respuesta ante cualquier inconveniente que tenga el cliente, cumple con brindar un servicio de calidad sin errores, cumpliendo con todos los procesos adecuados para brindar el servicio.

Sensibilidad, se refiere a destreza de compatibilidad con el cliente para brindar un mejor servicio, apropiado y rápida, tiene como referencia la forma de atender y la premura con la que se trata las preocupaciones o dudas, aclarando interrogantes y reclamos de los consumidores, asimismo la resolución de conflictos. Esta variable se puede medir con indicadores como el grado de comunicación mientras se brinda el servicio hasta su culminación, el tiempo que emplea para brindar el servicio, el nivel de disposición de solucionar cualquier duda e inconveniente con los clientes.

Seguridad, es el grado de capacitación, habilidades y destrezas de los trabajadores para generar confianza y credibilidad. Se puede medir con indicadores como el nivel de confianza que transmite a los clientes, la seguridad del cliente con el servicio ofrecido, grado de amabilidad que se brindan a los clientes.

Empatía, hace mención al grado de atención específico que las organizaciones ofrecen para con sus clientes, es decir si brinda un servicio personalizado acorde a los gustos del cliente. Se puede medir con los siguientes indicadores: el nivel de atención especializado, horarios de trabajo, el grado de atención a las solicitudes de los clientes. El objetivo de este trabajo es analizar el comportamiento de estas dimensiones en la calidad del servicio, además del impacto que genera en un centro estético del balneario de Huanchaco.

Es por ello que una infraestructura sostenible ayudará a mejorar la calidad del servicio y también la satisfacción de los clientes, ya que si se mejora el ambiente de modo que este sea más temático de acuerdo al servicio que se brinda, obtendremos clientes satisfechos, es por ello que el Banco Interamericano de Desarrollo (2019) define la infraestructura sostenible como aquellos proyectos de inversión en infraestructura que hayan sido pensados y construidos de acuerdo a una adecuada planificación y con una proyección a futuro en todo el ciclo de vida, tanto sea el caso que al concluir el ciclo de vida de la empresa, esta infraestructura pueda ser desmantelada y contribuya a garantizar la sostenibilidad institucional,

ambiental, social y económica. Para que exista infraestructura sostenible, es necesario que contenga cuatro criterios importantes, la primera es la sostenibilidad económica y financiera y se da cuando esta crea un rendimiento económico positivo incluyendo costos de todo el ciclo de vida del proyecto, o sea debe generar rentabilidad y esto se realiza si se efectúa un sólido flujo de ingresos en todo el ciclo de vida del proyecto. Se encuentra también la sostenibilidad ambiental, la cual resguarda, restituye y reintegra el medio ambiente, respetando la biodiversidad de la naturaleza, además de ello debe estar planificada a la correcta utilización de la tierra y recursos naturales (entre ellos se encuentra el agua, materiales y energía) de manera eficiente, asimismo el correcto deshecho de residuos orgánicos e inorgánicos. Además de ello restringe todos los tipos de contaminación en todo el período de vida del proyecto contribuyendo a minimizar los riesgos climáticos y desastres naturales. También se encuentra la sostenibilidad social y esta debe servir a la sociedad que se ven involucradas a la mejora de su calidad de vida y bienestar social, generando trabajo, salud y seguridad, así como también la equidad de género y velar por los derechos humanos y laborales en todo el tiempo de vida del proyecto, también está la sostenibilidad institucional y está orientada con los compromisos nacionales e internacionales que velan por los adecuados procedimientos de planificación, requerimientos y la marcha del proyecto, aporta a promover la creatividad e innovación en lo que respecta la gestión de proyectos, con conocimientos basados en técnicas de ingeniería y la búsqueda de datos, midiendo y controlando, dejando evidencia para evaluar las mejoras a futuro.

### **III. METODOLOGÍA**

La mencionada investigación tuvo un enfoque cuantitativo, ya que fue necesario probar la hipótesis, recopilando y analizando datos, para ello se accedió a la estadística descriptiva para establecer la correlación de las variables: Infraestructura sostenible y calidad del servicio.

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1 Tipo de investigación**

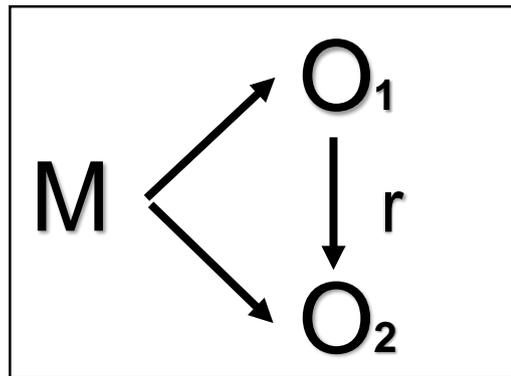
Conforme a la tesis de Luz Córdova (2021) la presente investigación es de tipo aplicada, ya que los resultados de la investigación permitirán solucionar directamente o indirectamente los problemas del estudio, a su vez es comparativa ya que se emplea pruebas de hipótesis y herramientas estadísticas para lograr comparar las variables y demostrar la existencia relación entre ellas.

##### **3.1.2 Diseño de investigación:**

Según Marco Valverde Silva (2012) la mencionada investigación tiene diseño no experimental, porque el investigador en ningún momento manejará inadecuadamente la información obtenida de las variables, es decir que esta investigación se realizará adecuadamente, fidedigna y honesta, obteniendo datos de la realidad problemática por la que acontece el centro de estética ubicado en el balneario de Huanchaco - Trujillo para que posteriormente se proceda a realizar el estudio correspondiente. A su vez transversal, correlacional porque describirá la información obtenida que se recopilarán de un determinado tiempo, con el fin de detallar sus características y propiedades para examinarlas con el fin de hallar la existencia de relación de las variables a investigar en un centro estético del balneario de Huanchaco - Trujillo.

**Figura 1:**

*Estructura de tipo de diseño de la investigación*



Donde:

**M:** Centro estético

**O1:** Infraestructura sostenible

**O2:** Calidad del servicio

**r:** Relación de las variables

### **3.2 Variables y Operacionalización**

Definiendo conceptualmente:

Según Eduardo Alatrasta (2021) la investigación tiene como variable independiente a la infraestructura sostenible, que son proyectos de inversión en infraestructura que hayan sido pensados y construidos de acuerdo a una adecuada planificación y con una proyección a futuro en todo el ciclo de vida para ofrecer un servicio de calidad, oportuno, seguro y confiable. La variable dependiente es calidad del servicio, la cual es un conjunto de estrategias y acciones que buscan mejorar el servicio al cliente, así como la relación que existe entre cliente y empresa.

Definiendo operacionalmente:

La variable independiente, infraestructura sostenible, para medir la variable, es necesario elaborar los instrumentos de recolección de datos como es el cuestionario sobre Infraestructura sostenible, considerando las dimensiones e

indicadores; estructurado bajo la escala de Likert.

En el caso de la variable independiente, calidad del servicio, para medir la variable, es necesario elaborar los instrumentos de recolección de datos como es el cuestionario sobre Calidad del servicio, considerando las dimensiones e indicadores; estructurado bajo la escala de Likert.

### **3.3 Población, muestra y muestreo**

#### **3.3.1. Población**

Para desarrollar la tesis de investigación se determinó una población, la cual se conforma por los clientes de un centro estético del balneario de Huanchaco – Trujillo.

#### **3.3.2. Muestra**

Para este estudio se determinó a que la muestra será a conveniencia del autor y se conforma por 30 clientes de un centro estético del balneario de Huanchaco – Trujillo.

#### **3.3.3. Unidad de análisis**

Para el desarrollo de la presente tesis se estableció como unidad de análisis a los clientes de un centro estético del balneario de Huanchaco, Trujillo.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Con la fabricación de este estudio se desea cumplir efectivamente con los objetivos descritos, para lo cual se mencionan los métodos e instrumentos a utilizar para la obtención de información:

La observación: Así como lo afirma (Scribano, 2007) Una de las herramientas más fundamentales y principales para la recolección de información selecta y fidedigna sobre la infraestructura sostenible y la calidad del servicio.

Para ejecutar la observación directa, se visitará a un centro estético del balneario de Huanchaco, Trujillo, con el debido permiso del o los dueños del establecimiento y se observará el número de clientes que son atendidos, cuanto demoran en atenderlos, que servicio solicita, si compra o no insumos del centro estético.

Otro instrumento a utilizar es el análisis documental: Para el desarrollo de este estudio de investigación se efectuará 2 análisis documentales; de acuerdo con (Alvarado, 2022) lo primero es un cuestionario realizado a los clientes atendidos del centro estético con fines de recaudar información relevante a la infraestructura sostenible; mientras que el segundo análisis documental según (Del Carpio Jimenez, Gladys Matilde; Marín Ruiz, Diego Arturo, 2018) es elaborada a través de otro cuestionario para medir el nivel de la calidad del servicio.

Para validar los cuestionarios, fueron sometidos a juicio de tres expertos en investigación, los cuales han contado con una trayectoria profesional reconocida y con grado académico igual o superior de Magister, quienes se le hizo entrega de la matriz de validación de los instrumentos y un formato de calificación para su validación.

### **3.5 Procedimientos**

El procedimiento a realizar para este proyecto de investigación adquirió su valor principal en el estudio de la infraestructura sostenible pensando en la calidad del servicio de un centro estético del balneario de Huanchaco, Trujillo con ayuda de un cuestionario validado por el juicio de tres expertos, el cual consiste en la aplicación del mencionado cuestionario de 20 preguntas y que se encuentra segmentada en 5 dimensiones como son: tangibilidad, fiabilidad, seguridad, compromiso y amabilidad, las cuales serán aplicadas a los clientes de un centro estético. Para poder hallar la calidad del servicio se procedió a realizar otro cuestionario de 20 preguntas divididas en 4 dimensiones como lo es el desempeño, expectativa, organización, orden y limpieza y las preferencias de los clientes, las cuales se aplicaron a los mismos clientes al finalizar el servicio solicitado, además se utilizará una guía de observación para el centro estético del balneario de Huanchaco con el debido permiso de los propietarios y colaboradores para determinar cuántos clientes son atendidos, que tipo de servicio solicitan y que productos compran,

también nos permitirá saber el tiempo promedio de cada servicio.

### **3.6 Método de análisis de datos**

En este proyecto de tesis se usó el método hipotético deductivo, el cual ayudó a recolectar y analizar la información por medio de herramientas de diagnóstico que tienen que ver con las variables de infraestructura sostenible y calidad del servicio, por lo tanto, toda la información obtenida será puesta a través la tabulación de datos y el análisis estadístico de los cuestionarios realizados en el programa SPSS-V2.2, además de plasmarlas en tablas y figuras las variables y dimensiones de la investigación.

### **3.7 Aspectos éticos**

Este proyecto de investigación es benéfico para la empresa en estudio, ya que el resultado ayudará a mejorar la infraestructura y la calidad del servicio, además de ellos presenta la integridad humana, ya que en ningún momento se excluye a las personas por su raza, sexo o religión. También esta investigación tiene carácter de justicia ya que a todos los encuestados se les dio un trato amable, además se actuó con probidad ya que los datos obtenidos de los cuestionarios realizados en un centro estético del balneario de Huanchaco, Trujillo, son legítimos y transparentes, no se manipuló en absoluto y son totalmente bajo la responsabilidad del autor. Asimismo para aplicar los instrumentos se deberá explicar con responsabilidad y detalladamente la finalidad del proyecto, para que los colaboradores entiendan la forma en que se está desarrollando la investigación, con total reserva de los implicados y serán aplicados con los fines correspondientes. Cabe resaltar que la información recaudada de libros, tesis o artículos, serán citados según normas APA.

## IV. RESULTADOS

### a. Resultados descriptivos sobre infraestructura sostenible

Como resultado de la aplicación del cuestionario sobre infraestructura sostenible se presentan los niveles según la opinión de los encuestados:

**Tabla 1:**

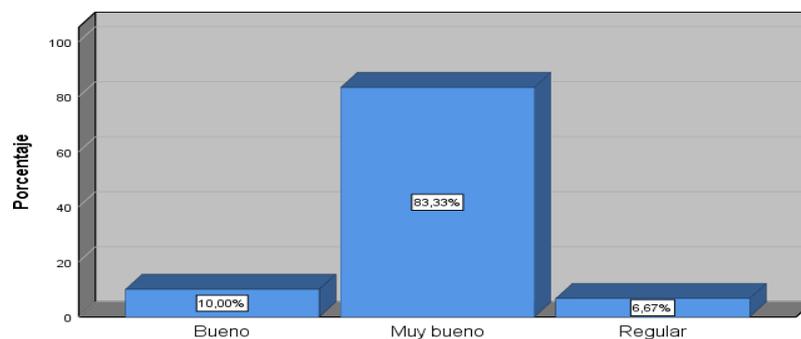
*Resultados sobre niveles de infraestructura sostenible*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	3	10,0
	Muy bueno	25	83,3
	Regular	2	6,7
	Total	30	100,0

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre infraestructura sostenible

**Figura 2:**

*Niveles de infraestructura sostenible*



*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre infraestructura sostenible

Elaboración: Propia

Apreciación crítica:

En ambas imágenes se logra apreciar que la mayoría de encuestados, con el 93.3%, categorizan a la infraestructura sostenible en los niveles de bueno y muy bueno, mientras que solamente el 6,7 % opina que es regular. Es decir, que de los 30 participantes la mayoría considera que infraestructura sostenible es adecuada para brindar el servicio de estética, sin embargo es necesario precisar que se percibe que aún falta mejorar la infraestructura para que sea sostenible en el tiempo.

## b. Resultados descriptivos sobre calidad del servicio

**Tabla 2:**

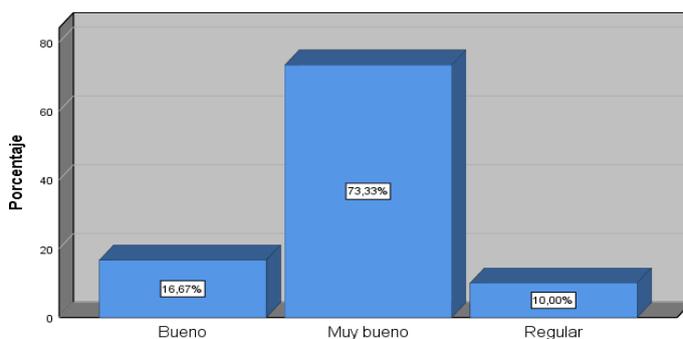
*Resultados sobre niveles de Calidad del servicio*

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Bueno	5	16,7
Muy bueno	22	73,3
Regular	3	10,0
Total	30	100,0

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre calidad del servicio

**Figura 3:**

*Niveles de Calidad del servicio*



*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre calidad del servicio

Elaboración: Propia

Apreciación crítica:

En ambas imágenes se logra apreciar que el 90 % de los encuestados define que la calidad posee un nivel de bueno y muy bueno, mientras que para el nivel de regular apenas el 10 %. Es decir que de los 30 participantes la mayoría considera que la calidad del servicio es adecuada para brindar el servicio de estética, sin embargo es necesario precisar que se percibe que aún falta mejorar la calidad del servicio para que sea sostenible en el tiempo. Es más, (Crosby, 1987), manifiesta que la calidad no cuesta en tal sentido la organización deberá desarrollar una administración estratégica con la finalidad de ofertar un servicio de calidad.

### c. Resultados para la prueba de normalidad

**Tabla 3:**

*Resultados para la prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
INFRAESTRUCTURA _SOSTENIBLE	,290	30	,000	,727	30	,000
CALIDAD DEL SERVICIO	,220	30	,001	,845	30	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre los cuestionarios de infraestructura y calidad del servicio

Apreciación crítica:

Para la muestra se determinó trabajar con el coeficiente de Pearson ya que la muestra es  $N < 50$ , ya que la investigación se realizó a 30 encuestados, además podemos identificar que existe un nivel significativo de correlación entre las variables infraestructura sostenible y calidad de servicio.

#### d. Prueba de hipótesis general

Ha: La infraestructura sostenible se relaciona de manera significativa con la calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

Ho: La infraestructura sostenible no se relaciona de manera significativa con la calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

**Tabla 4:**

*Nivel de correlación entre la infraestructura sostenible y calidad de servicio*

		INFRAESTRUCTURA _SOSTENIBLE	CALIDAD DEL SERVICIO
INFRAESTRUCTURA _SOSTENIBLE	Correlación de Pearson	1	,768**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
CALIDAD DEL SERVICIO	Correlación de Pearson	,768**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

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

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre los cuestionarios de infraestructura y calidad del servicio

Análisis e interpretación:

En la tabla N° 4 se puede observar que existe relación significativa de  $Rho = 0.768$  entre infraestructura sostenible y la calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.01$  (bilateral). Esto significa que se acepta Ha y se rechaza Ho. Lo cual indica que si se mejora la infraestructura sostenible también se mejorará la calidad del servicio, ya que los clientes se sienten más satisfechos si se le ofrece un servicio acorde a sus exigencias y preferencias.

**e. Resultado para la hipótesis específica 1**

Ha: La tangibilidad tiene una relación significativa respecto a la calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

Ha: La tangibilidad no tiene una relación significativa respecto a la calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022

**Tabla 5:**

*Nivel de correlación entre la tangibilidad y la calidad del servicio*

		TANGIBILIDAD	CALIDAD DEL SERVICIO
TANGIBILIDAD	Correlación de Pearson	1	,505**
	Sig. (bilateral)		,004
	N	30	30
CALIDAD DEL SERVICIO	Correlación de Pearson	,505**	1
	Sig. (bilateral)	,004	
	N	30	30

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

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre los cuestionarios de infraestructura y calidad del servicio

Apreciación crítica:

En la tabla 5 se puede observar que existe relación significativa de  $Rho = 0.505$  entre tangibilidad y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.01$  (bilateral). Esto significa que se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_o$ . Lo cual indica que si se mejora la tangibilidad también se mejorará la calidad del servicio, ya que al tener un local ambientado, cuidado y con temática mejoramos la experiencia del cliente a su vez satisfacemos su necesidad brindándole un servicio de calidad.

**f. Resultados para la hipótesis específica 2**

Ha: La fiabilidad guarda una relación significativa respecto a la calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

Ha: La fiabilidad no guarda una relación significativa respecto a la calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

**Tabla 6:**

*Nivel de correlación entre la fiabilidad y la calidad del servicio*

		FIABILIDAD	CALIDAD DEL SERVICIO
FIABILIDAD	Correlación de Pearson	1	,891**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
CALIDAD DEL SERVICIO	Correlación de Pearson	,891**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

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

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre los cuestionarios de infraestructura y calidad del servicio

Apreciación crítica:

En la tabla 6 se puede observar que existe relación significativa de  $Rho = 0.891$  entre fiabilidad y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.01$  (bilateral). Esto significa que se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_o$ . Lo cual indica que si se mejora la fiabilidad también se mejorará notablemente la calidad del servicio, porque es fundamental que la empresa cumpla con sus promociones, resuelva las inquietudes y estén dispuestos a mejorar la experiencia del servicio a los clientes, además de brindarles un servicio de calidad.

### g. Contrastación de la hipótesis específica 3

Ha: La capacidad de respuesta se relaciona de manera significativa con la calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

Ha: La capacidad de respuesta no se relaciona de manera significativa con la calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

**Tabla 7:**

*Nivel de correlación de la capacidad de respuesta y calidad del servicio*

		CAPACIDAD_DE_ RESPUESTA	CALIDAD DEL SERVICIO
CAPACIDAD_DE_ RESPUESTA	Correlación de Pearson	1	,778**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
CALIDAD DEL SERVICIO	Correlación de Pearson	,778**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

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

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre los cuestionarios de infraestructura y calidad del servicio

Apreciación crítica:

En la tabla 7 se puede observar que existe relación significativa de  $Rho = 0.778$  entre capacidad de respuesta y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.01$  (bilateral). Esto significa que se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_o$ . Lo cual indica que si se mejora la capacidad de respuesta también se mejorará la calidad del servicio. Porque si mantenemos una correcta comunicación con el cliente se puede satisfacer sus exigencias y preferencias, brindándoles un trabajo rápido, eficiente y de calidad.

#### h. Contrastación de la hipótesis específica 4

Ha: La seguridad tiene relación significativa con calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

Ha: La seguridad no tiene relación significativa con calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

**Tabla 8:**

*Nivel de correlación entre la seguridad y la calidad del servicio*

		SEGURIDAD	CALIDAD DEL SERVICIO
SEGURIDAD	Correlación de Pearson	1	,164
	Sig. (bilateral)		,387
	N	30	30
CALIDAD DEL SERVICIO	Correlación de Pearson	,164	1
	Sig. (bilateral)	,387	
	N	30	30

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre los cuestionarios de infraestructura y calidad del servicio

Apreciación crítica:

En la tabla 8 se puede observar que existe relación de  $Rho = 0.164$  entre seguridad y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.5$ . Esto significa que se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_o$ . Lo cual indica que si se mejora la seguridad también se mejorará la calidad del servicio. Ya que el comportamiento de los colaboradores influye mucho en la experiencia del servicio, por ello brindar un servicio de calidad ayudará a que los clientes estén conformes y seguros que el servicio elegido está dentro de su satisfacción.

### i. Contrastación de la hipótesis específica 5

Ha: La empatía tiene relación significativa con calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

Ha: La empatía no tiene relación significativa con calidad del servicio en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

**Tabla 9:**

*Nivel de correlación entre la empatía y la calidad del servicio*

		EMPATIA	CALIDAD DEL SERVICIO
EMPATIA	Correlación de Pearson	1	,369*
	Sig. (bilateral)		,045
	N	30	30
CALIDAD DEL SERVICIO	Correlación de Pearson	,369*	1
	Sig. (bilateral)	,045	
	N	30	30

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre los cuestionarios de infraestructura y calidad del servicio

Apreciación crítica:

En la tabla 9 se puede observar que existe relación de  $Rho = 0.369$  entre empatía y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.5$ . Esto significa que se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_o$ . Lo cual indica que si se mejora la empatía también se mejorará la calidad del servicio. Porque brindar un servicio personalizado ayuda a mejorar la experiencia del cliente, además el horario de atención es muy importante para que todos los clientes tengan la opción de elegir la hora que desean solicitar el servicio con un ambiente adecuado, buen trato y seguros.

**j. Prueba de hipótesis específica 06:**

Ha: La infraestructura sostenible se relaciona de manera significativa con la satisfacción en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

Ho: La infraestructura sostenible no se relaciona de manera significativa con la satisfacción en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

**Tabla 10:**

*Nivel de correlación entre la infraestructura sostenible y satisfacción*

		INFRAESTRUCTURA	
		_SOSTENIBLE	SATISFACCION
INFRAESTRUCTURA _SOSTENIBLE	Correlación de Pearson	1	,578**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	30	30
SATISFACCION	Correlación de Pearson	,578**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	30	30

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

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre los cuestionarios de infraestructura y calidad del servicio

Apreciación crítica:

En la tabla 10 se puede observar que existe relación significativa de  $Rho = 0.578$  entre infraestructura sostenible y satisfacción para un nivel de significación de  $p < 0.01$ . Esto significa que se acepta Ha y se rechaza Ho. Lo cual indica que si se mejora la infraestructura sostenible también se mejorará la satisfacción. Porque tener un local ambientado al servicio que se realiza, además de tener un trato amable, ayuda a mejorar la satisfacción del cliente y puede llegar a recomendarlo.

**k. Contrastación de la hipótesis específica 7**

Ha: La infraestructura sostenible se relaciona de manera significativa con la expectativa del cliente en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

Ho: La infraestructura sostenible no se relaciona de manera significativa con la expectativa del cliente en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

**Tabla 11:**

*Nivel de correlación entre la infraestructura sostenible y la expectativa del cliente*

		INFRAESTRUCTURA	
		_SOSTENIBLE	EXPECTATIVA
INFRAESTRUCTURA _SOSTENIBLE	Correlación de Pearson	1	,420*
	Sig. (bilateral)		,021
	N	30	30
EXPECTATIVA	Correlación de Pearson	,420*	1
	Sig. (bilateral)	,021	
	N	30	30

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre los cuestionarios de infraestructura y calidad del servicio

Apreciación crítica:

En la tabla 11 se aprecia que existe relación significativa entre infraestructura sostenible y expectativa del cliente, para  $Rho = 0.420$  y nivel de significación  $< 0.5$ . Es decir se acepta la hipótesis Ha y se rechaza Ho. En consecuencia si se mejora la infraestructura sostenible se logrará mejorar las expectativas de los clientes de la organización. Ya que si se ofrece un buen servicio a un buen precio y de calidad se cubre la necesidad del cliente y sus expectativas.

## I. Contrastación de la hipótesis específica 8

Ha: La infraestructura sostenible se relaciona de manera significativa con la organización, orden y limpieza en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

Ho: La infraestructura sostenible no se relaciona de manera significativa con la organización, orden y limpieza en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

**Tabla 12:**

*Nivel de correlación entre la infraestructura sostenible y la organización, orden y limpieza*

		INFRAESTRUCTURA_ SOSTENIBLE	ORGANIZACION, ORDEN Y LIMPIEZA
INFRAESTRUCTURA_ SOSTENIBLE	Correlación de Pearson	1	,887**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
ORGANIZACION, ORDEN Y LIMPIEZA	Correlación de Pearson	,887**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

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

*Nota:* Base de datos del cuestionario sobre los cuestionarios de infraestructura y calidad del servicio

Interpretación:

En la tabla 12 se aprecia que existe relación significativa entre infraestructura sostenible y organización, orden y limpieza, para  $Rho = 0.887$  y nivel de significación = 0.01 (bilateral). Es decir se acepta la hipótesis Ha y se rechaza Ho. En consecuencia si se mejora la infraestructura sostenible se logrará mejorar notablemente la organización, orden y limpieza y ese aspecto es importante porque además de generar buen expectativa ayudamos a contribuir con el medio ambiente.

**m. Contrastación de la hipótesis específica 9**

Ha: La infraestructura sostenible se relaciona de manera significativa con la preferencia del cliente en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

Ho: La infraestructura sostenible no se relaciona de manera significativa con la preferencia del cliente en un centro de estética privado en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.

**Tabla 13:**

*Nivel de correlación entre la infraestructura sostenible y preferencias del cliente*

		INFRAESTRUCTURA _SOSTENIBLE	PREFERENCIA DEL CLIENTE
INFRAESTRUCTURA _SOSTENIBLE	Correlación de Pearson	1	,755**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
PREFERENCIA DEL CLIENTE	Correlación de Pearson	,755**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

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

Interpretación:

En la tabla 13 se aprecia que existe relación significativa entre infraestructura sostenible y las preferencias de los clientes, para  $Rho = 0.755$  y nivel de significación = 0.01 (bilateral). Es decir se acepta la hipótesis Ha y se rechaza Ho. En consecuencia si se mejora la infraestructura sostenible se logrará mejorar notablemente las preferencias del cliente. Ya que al cliente le gusta usar productos de calidad acompañado de una atención rápida y eficiente, con personal capacitado y que las herramientas que usen cumplan con los protocolos de seguridad.

## V. DISCUSIÓN

1ª. En la presente investigación se ha logrado determinar que existe relación significativa con coeficiente Rho de Pearson de 0.768 entre la infraestructura sostenible y la calidad del servicio, tal es así que la mayoría de encuestados opinan con 93.3% y 90% son de niveles bueno y muy bueno, mientras que solamente el 6,7% y 10% opina que es regular, de un total de 30 participantes la mayoría considera que infraestructura sostenible es adecuada para brindar el servicio de estética, sin embargo es necesario precisar que se percibe que aún falta mejorar la infraestructura para que sea sostenible en el tiempo. Es más, (Crosby, 1987), manifiesta que la calidad no cuesta en tal sentido la organización deberá desarrollar una administración estratégica con la finalidad de ofertar un servicio de calidad.

Los resultados concuerdan con lo manifestado por Del Carpio Jiménez, Gladys Matilde y Marín Ruíz, Diego Arturo (2018), en su estudio sobre el nivel de calidad del servicio y la satisfacción de los clientes masculinos en servicios de barbería en el distrito de Los Olivos, quienes utilizaron como instrumentos de medición el cuestionario y uno de los resultados para dicha investigación, refiere que el nivel de calidad del servicio en las barberías es regular y la satisfacción de los clientes es media.

2ª. En la presente investigación se ha logrado establecer que existe relación significativa de  $Rho = 0.505$  entre tangibilidad y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.01$  (bilateral). Esto significa que si se mejora la tangibilidad también se mejorará la calidad del servicio estético, ya que es necesario que el negocio este muy bien implemento tanto en equipos y materiales como en diseño e infraestructura moderna, porque esto potenciará la calidad del servicio que se brinda.

Los resultados coinciden con los estudios de Elka Panduro (2022), en su investigación que tuvo como finalidad representar como la infraestructura sostenible impacta en el desarrollo económico del Municipio de Trujillo con factor del Rho de Spearman de 0.817 y con  $p = 0.000 < 0.01$ , por ello se concluye que la sostenibilidad de la infraestructura impacta notablemente en calidad de vida de la

sociedad, enmarcado por parte del Municipio de la Provincia de Trujillo, 2021.

3ª. En este estudio se logró hallar que existe un nivel de correlación significativa de  $Rho = 0.891$  entre fiabilidad y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.01$  (bilateral). Lo cual indica que si se mejora la fiabilidad también se mejorará notablemente la calidad del servicio, ya que al cumplir con las promociones y/o descuentos, soluciona las dudas del cliente y le brinda un servicio de excelencia, hará que el negocio sea más confiable e impactará no sólo en la calidad, sino que también en la rentabilidad, ya que los clientes pueden recomendar el servicio.

Los resultados concuerdan con estudio realizado por Córdova Navarro, Luz Yanet (2021) donde encuestó a 17 clientes del negocio Kashiri estética y salud, ubicado en la ciudad de Pucallpa, Ucayali en el año 2021, y que tuvo un Alpha de Cronbach del 0.871 para la fiabilidad, donde un 23.5% de los encuestados manifiestan estar ni acuerdo ni en desacuerdo respecto a la fiabilidad, frente a un 76.5% que indican estar de acuerdo con la fiabilidad del negocio.

4ª. En la investigación se logró analizar que existe relación significativa de  $Rho = 0.778$  entre capacidad de respuesta y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.01$  (bilateral). Lo cual indica que si se mejora la capacidad de respuesta también se mejorará la calidad del servicio del negocio de servicios estéticos del balneario de Huanchaco, ya que es necesario mantener una buena comunicación de manera asertiva con el fin de brindarles un mejor servicio y rápido además de resolver las inquietudes de manera oportuna.

Los resultados concuerdan con el estudio realizado por Marco Ernesto Valverde Silva (2013). La finalidad fue establecer el impacto del servicio al cliente en la satisfacción del mismo en las farmacéuticas de Huaraz en el año 2011, donde se halló que el 50% de los encuestados manifiestan que los empleados les brindan ayuda y hacen su trabajo rápido, también el 41% opina que los empleados no se encuentran muy ocupados para responder preguntas, lo que ocasiona insatisfacción.

5ª. En el presente estudio se logró conocer que existe relación con un coeficiente Rho de Pearson = 0.164 entre seguridad y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.5$ . Lo cual indica que si se mejora la seguridad también se mejorará la calidad del servicio en la empresa de servicios estético en el balneario de Huanchaco en el año 2022, por lo que es necesario tener personal capacitado y con buen comportamiento, asimismo que muestren cortesía ante los clientes con la finalidad de que estos se sientan seguros al elegir cualquier tipo servicio.

Los resultados se ajustan a lo manifestado por Córdova Navarro, Luz Yanet (2021) donde encuestó a 17 clientes del negocio Kashiri estética y salud, ubicado en la ciudad de Pucallpa, Ucayali en el año 2021. Donde se logró identificar que sólo un 58.82% de los participantes indican que están de acuerdo con la seguridad de la empresa, mientras que el 41.18% se encuentra en desacuerdo, a diferencia que su grado de correlación arrojó un  $r = 0.678$  para un  $p\text{valor} < 0.01$ .

6ª. En la presente investigación se logró identificar que existe una relación de Rho = 0.369 entre empatía y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p\text{valor} < 0.5$ . Lo cual indica que si se mejora la empatía también se mejorará la calidad del servicio, es necesario priorizar la atención de las solicitudes de los clientes asimismo tener horarios flexibles para los mismos, de igual forma brindar una atención personalizada y que los colaboradores estén dispuestos a recibir consejos o recomendaciones.

Los resultados concuerdan con lo mencionado por Del Carpio Jiménez, Gladys Matilde y Marín Ruíz, Diego Arturo (2018), donde al relacionar las variables con las dimensiones, señala que la Empatía posee un Rho = 0.42, y se recomienda diseñar un sistema de gestión adecuado asimismo aplicar el Esquema del Triángulo de Servicio que entrelaza sistema, personal y estrategias, teniendo como eje central al cliente.

7ª. En la investigación se logró encontrar que existe relación significativa de  $Rho = 0.578$  entre infraestructura sostenible y satisfacción para un nivel de significación de  $p < 0.01$ . Lo cual indica que si se mejora la infraestructura sostenible también se mejorará la satisfacción de los clientes de la empresa estética del balneario de Huanchaco en el año 2022, ya que es muy importante evaluar el desempeño de los colaboradores al igual que el trato que brindan a los clientes, con el fin de lograr que los clientes recomienden los servicios de la empresa.

Los resultados se asemeja con el estudio realizado por (Vargas, 2021). Donde se aplicó un cuestionario a 383 clientes de una empresa de taxi ubicado en el departamento de Tacna en el año 2021, obteniéndose un resultado que ubica la satisfacción del cliente en un nivel muy alto, donde el 72.8% de los clientes se encuentran complacidos, refiriendo que servicio es considerado de buena calidad.

8ª. En la presente tesis se determinó que existe relación significativa entre infraestructura sostenible y expectativa del cliente, para  $Rho = 0.420$  y nivel de significación  $< 0.5$ . Por lo que podemos afirmar que si se mejora la infraestructura sostenible se logrará mejorar las expectativas de los clientes de la organización que se dedica a prestar servicios estéticos en el balneario de Huanchaco en el año 2022. Para ello debemos de brindar un servicio de calidad a un buen precio y que esté acorde del mercado para conseguir fidelizar a los clientes.

Los resultados coinciden con lo mencionado por (Dutka, 1998), en su libro hace referencia que debemos comprender las exigencias y expectativas de los clientes, ya que ellos son el componente principal de la calidad total, pues quien más que ellos para poder calificar el servicio, además es de suma importancia identificar y analizar como las empresas del mismo rubro obtienen éxito en dicho objetivo, ya que ayuda a reforzar y reflejar en que se está fallando para poder mejorar.

9ª. En este estudio se logró concretar que existe relación significativa entre infraestructura sostenible y organización, orden y limpieza, para  $Rho = 0.887$  y nivel de significación  $= 0.01$  (bilateral). Por lo que se puede afirmar que si se mejora la infraestructura sostenible se logrará mejorar notablemente la organización, orden y limpieza de la organización que se dedica a prestar servicios estéticos, ya que es

parte de la infraestructura sostenible tener una correcta señalización, área de trabajo limpio y ordenado, además los objetos (herramientas y materiales) deben encontrarse organizados para poder ubicarlos mejor, también es necesario que cuente con sitios adecuados para el desecho de residuos sólidos.

Los resultados concuerdan con el estudio realizado por Mendoza López, Gloria Esperanza (2018), el cual describe las características principales sobre gestión de calidad bajo la perspectiva de las 5 "S" en empresas de rubro peluquerías en el distrito de Huaraz, 2016. Donde determina que el 31,1% declara que las áreas de trabajo casi nunca se encuentran lo suficientemente limpias y correctamente señalizadas, un 35,6% manifiestan que raras veces existe un lugar para cada cosa, un 36,7% señala que raras veces se buscan nuevos métodos para la realización de la limpieza, un 42,2% indica nunca se mantiene el monitoreo de la clasificación, orden y la limpieza en la organización y que el 25,6% señala que las basuras y los desperdicios se encuentran bien localizados y ordenados.

10<sup>a</sup>. En la presente investigación se logró establecer relación significativa entre infraestructura sostenible y las preferencias de los clientes, para  $Rho = 0.755$  y nivel de significación = 0.01 (bilateral). Por ello se puede afirmar que si se mejora la infraestructura sostenible se logrará mejorar notablemente las preferencias de los clientes de la organización que se dedica a prestar servicios estéticos en el balneario de Huanchaco en el año 2022, por lo que es importante que la infraestructura sostenible deba contar con un correcto protocolo de bioseguridad, atención rápida y eficiente además de materiales de calidad.

Los resultados concuerdan con lo referido por (López, 2013), donde menciona que la clasificación de las preferencias de los clientes se encuentran expresadas en los productos que se utilizan al momento de brindar el servicio, y si estos son de su agrado, para poder medirlo tenemos indicadores como la marca de los productos, los equipos de higiene, protocolo de bioseguridad, entusiasmo, rendimiento y publicidad de la atención brindada.

## VI. CONCLUSIONES

1ª. Se ha logrado determinar que existe relación significativa entre la infraestructura sostenible y la calidad del servicio, para  $p$ valor  $< 0.05$  y un Rho de Pearson = 0.768. Tal es así que 93.3% y 90 % de los encuestados manifiestan que la infraestructura y la calidad del servicio es considerada como buena y muy buena, de un total de 30 clientes del centro de estética del balneario de Huanchaco en el año 2022.

2ª. Se estableció la presencia de un nivel de relación de Rho = 0.505 entre tangibilidad y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.01$  (bilateral). Esto significa que al mejorar la tangibilidad como tener el local en buenas condiciones asimismo los equipos y materiales, diseño e infraestructura moderna esto ayudará a potenciar la calidad del servicio del centro estético del balneario de Huanchaco.

3ª. Se halló que hubo un nivel de correlación significativa de Rho = 0.891 entre fiabilidad y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.01$  (bilateral). Lo cual indica que si se mejora la fiabilidad cumpliendo con las promociones y/o descuentos, soluciona las dudas del cliente y le brinda un servicio de excelencia también se mejorará notablemente la calidad del servicio y por ende la rentabilidad.

4ª. Se percibió una relación significativa de Rho = 0.778 entre capacidad de respuesta y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.01$  (bilateral). Lo cual indica que si se mejora la capacidad de respuesta manteniendo una buena comunicación de manera asertiva, brindando un buen y rápido servicio además de resolver las inquietudes de manera oportuna se podrá mejorar la calidad del servicio de la empresa de servicios estéticos del balneario de Huanchaco en el año 2022.

5ª. Se logró conocer una relación con coeficiente Rho de Pearson = 0.164 entre seguridad y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p < 0.5$ . Lo cual indica que si se mejora la seguridad al tener personal capacitado, cortés y con buen comportamiento se mejorará la calidad del servicio en la empresa de servicios estético en el balneario de Huanchaco en el año 2022.

6ª. Se logró identificar un coeficiente Rho de Pearson = 0.369 entre empatía y calidad del servicio para un nivel de significación de  $p$ valor < 0.5. Lo cual indica que si se mejora la empatía priorizando la atención de las solicitudes de los clientes con horarios flexibles y con atención personalizada se podrá mejorar la calidad del servicio del centro de estética del balneario de Huanchaco en el año 2022.

7ª. Se encontró relación significativa con coeficiente Rho de Pearson = 0.578 entre infraestructura sostenible y satisfacción para un nivel de significación de  $p$  < 0.01. Lo cual indica que si se mejora la infraestructura sostenible en tema de desempeño de los colaboradores y el trato que brindan a los clientes se mejorará la satisfacción de los clientes de la empresa estética del balneario de Huanchaco en el año 2022.

8ª. Se determinó relación significativa entre infraestructura sostenible y expectativa del cliente, para un Rho = 0.420 y nivel de significación < 0.5. Por lo que podemos afirmar que si se mejora la infraestructura sostenible brindando un servicio de calidad y a un precio acorde del mercado logrará mejorar las expectativas de los clientes del centro estético en el balneario de Huanchaco en el año 2022.

9ª. Se logró determinar relación significativa entre infraestructura sostenible y organización, orden y limpieza, con coeficiente Rho de Pearson = 0.887 y nivel de significación = 0.01 (bilateral). Por lo que se puede afirmar que si se mejora la infraestructura sostenible con una correcta señalización, área de trabajo organizado, limpio y ordenado, se logrará mejorar notablemente la organización, orden y limpieza de la organización que se dedica a prestar servicios estéticos.

10ª. Se estableció relación significativa entre infraestructura sostenible y las preferencias de los clientes, con coeficiente Rho de Pearson = 0.755 y nivel de significación = 0.01 (bilateral). Por ello se puede afirmar que si se mejora la infraestructura sostenible con un correcto protocolo de bioseguridad, atención rápida y eficiente además de materiales de calidad se logrará mejorar notablemente las preferencias de los clientes del centro estético.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1ª. Se recomienda a la empresa de servicios estéticos mejorar la tangibilidad de la empresa, para que cumpla con tener el local en buenas condiciones, equipos y materiales de calidad, diseño e infraestructura moderna enfocado en el medio ambiente para potenciar la calidad del servicio de la empresa.

2ª. Se recomienda mejorar la dimensión seguridad: capacitando al personal tanto en conocimientos como en temas de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio en la empresa de servicios estético en el balneario de Huanchaco en el año 2022.

3ª. Se recomienda a la empresa mejorar la infraestructura sostenible con una correcta señalización, área de trabajo organizado, limpio y ordenado, para mejorar la organización, orden y limpieza de la organización que se dedica a prestar servicios estéticos en el balneario de Huanchaco en el año 2022.

4ª. Se recomienda a la empresa implementar un correcto protocolo de bioseguridad, brindar atención rápida y eficiente además de tener materiales de calidad se logrará mejorar las preferencias de los clientes del centro estético del balneario de Huanchaco en el año 2022.

5ª. Se recomienda mejorar la empatía priorizando la atención de las solicitudes de los clientes, tener horarios flexibles y brindando atención personalizada se podrá mejorar la calidad del servicio del centro de estética del balneario de Huanchaco en el año 2022.

6ª. Se recomienda evaluar el desempeño de los colaboradores y el trato que brindan a los clientes con la finalidad de mejorar la satisfacción de los clientes de la empresa de servicios estéticos del balneario de Huanchaco en el año 2022.

## REFERENCIAS

- Daniella Terreros. (25 de Octubre de 2021). *Hubspot*. Obtenido de Gestión de clientes: <https://blog.hubspot.es/service/diferencia-servicio-cliente-y-atencion-cliente#:~:text=La%20principal%20diferencia%20es%20que,respone%20a%20una%20petici%C3%B3n%20espec%C3%ADfica>.
- Abanto, D. J. (2017). *Gestión de la movilidad urbana sostenible y su incidencia en el desarrollo turístico del distrito de Cajamarca - 2017*. Cajamarca: Universidad César Vallejo.
- Adriana, M. (28 de Enero de 2019). *HRTRENDES*. Obtenido de HRTRENDES: <https://empresas.infoempleo.com/hrtrends/metodo-5s-como-funciona>
- Alvarado, E. P. (2022). *La infraestructura sostenible para el desarrollo económico en el contexto de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2021*. Trujillo - Perú: Universidad César Vallejo.
- Angúlo, P. L. (1991). *Calidad de Servicio - Del marketing a la estrategia*. Madrid, España: Diaz de Santos S.A.
- Bhattacharya, Amar; Contreras Casado, Cristina; Jeong, Minji; Amin, Amal-Lee; Watkins, Graham George; Silva Zuniga, Mariana C. (Junio de 2019). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: [https://publications.iadb.org/es/atributos-y-marco-para-la-infraestructura-sostenible#:~:text=La%20infraestructura%20sostenible%20\(IS\)%20ahora,U nidas%20sobre%20el%20Cambio%20Clim%C3%A1tico](https://publications.iadb.org/es/atributos-y-marco-para-la-infraestructura-sostenible#:~:text=La%20infraestructura%20sostenible%20(IS)%20ahora,U nidas%20sobre%20el%20Cambio%20Clim%C3%A1tico).
- Cárcamo, E. J. (2017). *Análisis Organizativo - Financiero de la Barbería Santiago Elegancia & Discrecion*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- COPECOH. (05 de Marzo de 2020). *La Cámara*. Obtenido de Revista de la Camara de Comercio de Lima: <https://lacamara.pe/copecoh-sector-cosmeticos-e-higiene-creceria-entre-31-y-41-el-2020/#:~:text=Impulsado%20por%20un%20mayor%20empoderamiento%20de%20la%20mujer%20en%20la%20sociedad>
- Cordova Navarro, L. Y. (2021). *Calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Kashiri Estética & Salud de la ciudad de Pucallpa, 2021*. Pucallpa - Coronel Portillo - Ucayali: Universidad Privada de

- Pucallpa.
- Crosby, P. B. (1987). *La calidad no cuesta - El arte de cerciorarse de la calidad*. EE.UU: MCGRAW HILL BOOK COMPANY.
- Del Carpio Jimenez, Gladys Matilde; Marín Ruiz, Diego Arturo. (2018). *LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES MASCULINOS EN LOS SERVICIOS DE BARBERÍA*. Lima. Lima - Lima: Universidad Privada de Ciencias Aplicadas.
- Desarrollo, B. I. (15 de Junio de 2019). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: [https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Atributos\\_y\\_marco\\_para\\_la\\_infraestructura\\_sostenible\\_es\\_es.pdf](https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Atributos_y_marco_para_la_infraestructura_sostenible_es_es.pdf)
- Desarrollo, B. I. (15 de Junio de 2019). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: [https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Atributos\\_y\\_marco\\_para\\_la\\_infraestructura\\_sostenible\\_es\\_es.pdf](https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Atributos_y_marco_para_la_infraestructura_sostenible_es_es.pdf)
- Dutka, A. (1998). *Manual de American Marketing Association (AMA) para la satisfacción del cliente*. Argentina: Granica S.A.
- Eslava, J. d. (2008). *Las claves del análisis económico - financiero de la empresa*. Madrid - España: ESIC.
- Eurofins. (25 de Abril de 2020). *Envira*. Obtenido de Envira Ingenieros: <https://envira.es/es/en-que-consiste-el-metodo-de-las-5/>
- Goicochea, S. V. (2020). *Proyectos de infraestructura urbana y el desarrollo sostenible en la Municipalidad de Chimbote, 2019*. Chimbote - Ancash: Universidad César Vallejo.
- Hayes, B. E. (202). *Cómo medir la satisfacción del cliente - Desarrollo y utilización de cuestionarios*. Barcelona - Madrid: Ediciones Gestión 200 S.A.
- Horna, F. (27 de Agosto de 2021). *Desafíos PWC*. Obtenido de Desafíos PWC: <https://desafios.pwc.pe/infraestructura-sostenible-desafios-y-oportunidades-en-el-futuro/>
- Juan Bautista, Josemariano Castro, Mercedes Crisólogo y Sandro Miranda. (2019). *Análisis de rentabilidad de la fabricación y comercialización de un Yogurt frutado "Cusure"*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Larico Quispe, B. (2022). *Calidad del servicio en restaurantes de Cañete – Perú*. Lima: Universidad Cesar Vallejo. doi:10.52080/rvgluz.27.7.37

- León, H. S. (2017). *Evaluación de la gestión de calidad y la satisfacción del cliente según el modelo Servqual del servicio de delivery en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Huaraz, 2016*. Huaraz - Perú: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- López, G. S. (15 de Julio de 2013). *Instituto Tecnológico de Sonora*. Obtenido de El buzón de Pacioli:  
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Luis Elvis Herbozo Candela y Pedro Isaías Florez Chumpitaz. (2022). *Relación entre la calidad en el servicio y la satisfacción del cliente de las empresas prestadoras de servicios de hardware y software en Lima, año 2020*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Martha Elena Vargas Quiñones y Luzángela Aldana de Vega. (2014). *Calidad y Servicio - Concepto y herramientas*. Bogotá - Colombia: Ecoe Ediciones.
- Martínez Casanova, M. (3 de Enero de 2022). IMPORTANCIA DE LOS ESTUDIOS SOCIOCULTURALES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS METAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE. *Universidad y Sociedad*, 564 - 575.
- Matsumoto, N. R. (Octubre de 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad de servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*, 34.
- Mendez Picazo, Maria Teresa; Galindo Martin, Miguel Angel y Castaño Martinez, Maria Soledad. (1 de Abril de 2021). Efectos de los factores socioculturales y económicos sobre el emprendimiento social y el desarrollo sostenible. *Journal of Innovation and Knowledge*, 69 - 77. doi:10.1016/j.jik.2020.06.001
- Mundial, B. (19 de Febrero de 2019). *Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial:  
<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2019/02/19/price-tag-for-sustainable-infrastructure-spending-in-developing-countries-is-45-of-gdp>
- Nabih Abuapara Herrera, Jorge Enriquez Ramos, Jhon Gallegos Fernández y Roberto Reyes Paheco. (2017). *Plan de negocio para la implementación de una barber shop en la ciudad de Arequipa*. Arequipa: Universidad ESAN.
- Paz, E. d. (1997). *Guía práctica para lograr calidad en el servicio*. México: Grupo Editorial ISEF.
- Publicaciones Vértice. (2008). *La Calidad en el servicio al cliente*. Madrid - España: Editorial Vértice.

- QuestionPro. (20 de Octubre de 2022). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/es/satisfaccion-al-cliente.html>
- Quiroa, M. (09 de Noviembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/ciclo-de-deming.html>
- Razumovskiy, D. V. (2021). DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA AGENDA DE INTEGRACIÓN LATINOAMERICANA. *Iberoamérica (Federación Rusa)*, 5 - 29. Recuperado el 10.37656/S20768400-2021-4-01
- Real Academia Española. (01 de Octubre de 2014). *RAE*. Obtenido de Diccionario de la Real Academia Española: <https://dle.rae.es/cliente>
- Rosillón, M. A. (2009). Análisis Financiero: Una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 609-619.
- Salinas, K. (21 de Octubre de 2014). *Gestiopolis*. Obtenido de Clientes internos y externos de una organización: <https://www.gestiopolis.com/clientes-internos-y-externos-en-una-organizacion/>
- Sánchez Castillo, C. D. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE LAS 5“S” EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS - RUBRO PELUQUERIAS Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2016*. Huaraz - Ancash: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Sánchez Castillo, C. D. (2018). *Gestión de calidad y rentabilidad en Las mype del sector servicio-rubro Peluquerías, del centro comercial el Virrey, distrito de trujillo, la libertad 2018*. Trujillo - La Libertad: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Sarayasi, E. S. (2017). *Gestión turístico municipal y desarrollo rural sostenible en la provincia de Espinar*. Cusco - Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- Scribano, A. O. (2007). *El proceso de investigación social cualitativo*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros.
- Silva, M. E. (2012). *Servicio al cliente y satisfacción del cliente en las cadenas de boticas de la ciudad de Huaraz, año 2011*. Huaraz - Perú: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.
- Silva, M. E. (2013). *Servicio al cliente y satisfaccion del cliente en las cadenas de boticas de la ciudad de Huaraz, año 2011*. Huaraz - Ancash: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.

Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield y Jeffrey F. Jaffe. (2012). *Finanzas Corporativas*. EE.UU: Mc Graw-Hill.

Thompson, I. (10 de Julio de 2005). *Promonegocios*. Obtenido de Promonegocios.Net: <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>

Vargas, E. A. (2021). *Calidad del servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa de radio taxi PAVILL S.A, Tacna, 2018*. Arequipa - Perú: Universidad Católica de Santa María.

Watkins, G. (17 de Junio de 2019). *El País*. Obtenido de El País: [https://elpais.com/elpais/2019/06/12/planeta\\_futuro/1560353888\\_707195.html](https://elpais.com/elpais/2019/06/12/planeta_futuro/1560353888_707195.html)

## ANEXOS

### Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
Infraestructura Sostenible	Son proyectos de inversión en infraestructura que hayan sido pensados y construidos de acuerdo a una adecuada planificación y con una proyección a futuro en todo el ciclo de vida. Eduardo Alatriza (2021)	Para medir la variable, es necesario elaborar los instrumentos de recolección de datos como es el cuestionario sobre Infraestructura sostenible, considerando las dimensiones e indicadores; estructurado bajo la escala de Likert.	Tangibilidad	Infraestructura del local	1) ¿Considera que el local está en buenas condiciones?	1. TOTALMENTE EN DESACUERDO
				Diseño de interior	2) ¿El diseño y apariencia de las instalaciones son de su agrado?	
				Empleados con buena apariencia	3) ¿Considera que los empleados tienen buena apariencia y saben realizar su trabajo?	
				Folleto llamativos	4) ¿Cuenta con revistas, folletos o banners que sean atractivos?	
			Fiabilidad	Herramientas y materiales de calidad	5) ¿Considera que las herramientas, materiales, equipos y muebles son de calidad?	2. DESACUERDO
				Promoción	6) ¿La empresa suele cumplir con sus promociones, descuentos o avisos en el tiempo ofrecido?	
				Nivel de respuesta	7) ¿La empresa suele tener interés por solucionar los problemas, dudas o inconvenientes con los clientes?	
				Servicio de calidad sin errores	8) ¿La empresa suele realizar el servicio a la primera vez y con el mínimo de errores?	3. NI ACUERDO /

				Procesos adecuados para brindar el servicio	9) ¿Considera que el servicio atendido cumple con todos los procesos requeridos?	NI DESACUERDO
		Capacidad de respuesta		Grado de comunicación	10) ¿Se mantiene una comunicación con el cliente para un mejor servicio?	
				Tiempo para la realización del servicio	11) ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los clientes?	
				Nivel de disposición	12) ¿Los empleados suelen estar disponibles para atender a las preguntas del cliente?	
		Seguridad		Nivel de confianza	13) ¿Se siente cómodo con el comportamiento de los colaboradores?	4. DE ACUERDO
				Seguridad de los clientes con el servicio brindado	14) ¿Los clientes se sienten seguros al elegir algún tipo de servicio?	
				Grado de amabilidad	15) ¿Los colaboradores muestran cortesía respecto a la atención con los clientes?	
		Empatía		Nivel de atención especializado	16) ¿La empresa brinda un servicio de atención individualizada?	5. TOTALMENTE DE ACUERDO
					17) ¿La empresa cuenta con un ambiente adecuado?	
				Horarios de trabajo	18) ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos los clientes?	
			Grado de atención a las solicitudes de los clientes	19) ¿La empresa se preocupa por priorizar la atención de las solicitudes de sus clientes?		

					20) ¿Los colaboradores están abiertos a recibir consejos y/o recomendaciones?			
Calidad del Servicio	Es un conjunto de estrategias y acciones que buscan mejorar el servicio al cliente, así como la relación entre el cliente y la empresa. Philip B. Crosby (1987)	Para medir la variable, es necesario elaborar los instrumentos de recolección de datos como es el cuestionario sobre Calidad del servicio, considerando las dimensiones e indicadores; estructurado bajo la escala de Likert.	DESEMPEÑO	SATISFACCIÓN	21) ¿Considera que el desempeño percibido coincide con sus expectativas de cliente?	1. TOTALMENTE EN DESACUERDO		
					22) ¿Considera que el desempeño percibido excede sus expectativas?			
				ATENCIÓN AL CLIENTE	23) ¿Los colaboradores tienen un trato amable?			
					24) ¿Recomendaría a sus amigos y familiares este centro estético?			
			EXPECTATIVA	PRECIO	25) ¿Está conforme con el precio del servicio?		2. DESACUERDO	
				RECOMENDACIÓN	26) ¿Volvería a solicitar el servicio en esta empresa?			
				CALIDAD	27) ¿El servicio que ofrece el centro estético es de calidad?			
			ORGANIZACIÓN, ORDEN Y LIMPIEZA	ORGANIZACIÓN	28) ¿Considera que el tiempo en desarrollar el servicio es el adecuado?			3. NI ACUERDO / NI DESACUERDO
					29) ¿Considera que los equipos y herramientas están correctamente organizados?			
				ORDEN	30) ¿La empresa mantiene el orden de todos los elementos existentes?			
31) ¿Cree que la empresa cuenta con una debida señalización?								

				LIMPIEZA	32) ¿Cree que la rutina de limpieza del local es la correcta?	4. DE ACUERDO
				LIMPIEZA	33) ¿Considera que la empresa cuenta con sitios adecuados para el desecho de residuos sólidos?	
			PREFERENCIA DEL CLIENTE	MARCA DE LOS PRODUCTOS	34) ¿Las marcas de los productos que se utilizan en el centro estético son de calidad?	4. DE ACUERDO
				EQUIPOS DE HIGIENE	35) ¿La empresa cuenta con equipos esterilizadores y desinfectantes?	
				PROTOCOLO DE SEGURIDAD	36) ¿La empresa cuenta con protocolo de bioseguridad?	
				ENTUSIASMO	37) ¿Al ingresar al centro estético le brindan alguna cortesía, obsequio, aperitivo?	
				RENDIMIENTO	38) ¿La empresa tiene experiencia en las nuevas técnicas nacionales como extranjeras?	5. TOTALMENTE DE ACUERDO
				PUBLICIDAD DE LA ATENCIÓN	40) ¿La empresa publica en sus redes sociales fotos de los servicios que le brindó?	

### Matriz de Consistencia

Planteamiento del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores
<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Existe relación entre la infraestructura sostenible y la calidad del servicio en un centro estético del balneario de huanchaco, Trujillo?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar la relación existente entre la infraestructura sostenible y la calidad del servicio en un centro estético del balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b></p> <p><b>Ho:</b> Existe relación entre la infraestructura sostenible y la calidad del servicio en un centro de estética del balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.</p> <p><b>Ha:</b> No existe relación entre la infraestructura sostenible y la calidad del servicio en un centro de estética del balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.</p>	<p><b>Infraestructura Sostenible</b></p>	<p><b>Tangibilidad</b></p>	<p>1) Infraestructura del local.</p> <p>2) Diseño de interior.</p> <p>3) Empleados con buena apariencia.</p> <p>4) Folletos llamativos.</p> <p>5) Herramientas y materiales de calidad.</p>

<p><b>Problema Específico 1:</b></p> <p>¿Cómo se relaciona la tangibilidad y la calidad del servicio en un centro estético del balneario de huanchaco, Trujillo?</p>	<p><b>Objetivo específico 1:</b></p> <p>Establecer el nivel de relación que existe entre la tangibilidad y la calidad del servicio de un centro estético en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022</p>	<p><b>Hipótesis específico 1:</b></p> <p><b>Ho:</b> La tangibilidad tiene relación significativa con la calidad del servicio.</p> <p><b>Ha:</b> La tangibilidad no tiene relación significativa con la calidad del servicio.</p>			
<p><b>Problema Específico 2:</b></p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la Fiabilidad y la calidad del servicio en un centro estético del balneario de huanchaco, Trujillo?</p>	<p><b>Objetivo específico 2:</b></p> <p>Hallar el nivel de relación que existe entre la fiabilidad y la calidad del servicio de un centro estético en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022</p>	<p><b>Hipótesis específico 2:</b></p> <p><b>Ho:</b> La fiabilidad tiene relación significativa con la calidad del servicio.</p> <p><b>Ha:</b> La fiabilidad no tiene relación significativa con la calidad del servicio.</p>	<p><b>Infraestructura Sostenible</b></p>	<p><b>Fiabilidad</b></p>	<p>1) Promoción</p> <p>2) Nivel de respuesta</p> <p>3) Servicio de calidad y sin errores.</p> <p>4) Procesos adecuados para brindar el servicio.</p>

<p><b>Problema Específico 3:</b></p> <p>¿De qué manera la capacidad de respuesta se relaciona con la calidad del servicio en un centro estético del balneario de huanchaco, Trujillo?</p>	<p><b>Objetivo específico 3:</b></p> <p>Analizar el nivel de relación que existe entre la capacidad de respuesta y la calidad del servicio de un centro estético en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022</p>	<p><b>Hipótesis específico 3:</b></p> <p><b>Ho:</b> La capacidad de respuesta tiene relación significativa con la calidad del servicio.</p> <p><b>Ha:</b> La capacidad de respuesta no tiene relación significativa con la calidad del servicio.</p>	<p><b>Infraestructura Sostenible</b></p>	<p><b>Capacidad de respuesta</b></p>	<p>1) Grado de comunicación.</p> <p>2) Tiempo del servicio</p> <p>3) Nivel de disposición.</p>
<p><b>Problema Específico 4:</b></p> <p>¿La seguridad y la calidad del servicio tienen alguna relación en un centro estético del balneario de huanchaco, Trujillo?</p>	<p><b>Objetivo específico 4:</b></p> <p>Conocer el nivel de relación que existe entre la seguridad y la calidad del servicio de un centro estético en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022</p>	<p><b>Hipótesis específico 4:</b></p> <p><b>Ha:</b> La seguridad tiene relación significativa con la calidad del servicio.</p> <p><b>Ho:</b> La seguridad no tiene relación significativa con la calidad del servicio.</p>		<p><b>Seguridad</b></p>	<p>1) Nivel de confianza.</p> <p>2) Seguridad de los clientes respecto al servicio</p> <p>3) Grado de amabilidad.</p>

<p><b>Problema Específico 5:</b></p> <p>¿Cómo influye la empatía en la calidad del servicio de un centro estético en el balneario de huanchaco, Trujillo?</p>	<p><b>Objetivo específico 5:</b></p> <p>Identificar el nivel de relación que existe entre la empatía y la calidad del servicio de un centro estético en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022</p>	<p><b>Hipótesis específico 5:</b></p> <p><b>Ha:</b> La empatía tiene relación significativa con la calidad del servicio.</p> <p><b>Ho:</b> La empatía no tiene relación significativa con la calidad del servicio.</p>	<p><b>Infraestructura Sostenible</b></p>	<p><b>Empatía</b></p>	<p>1) Nivel atención especializado.</p> <p>2) Horarios de trabajo.</p> <p>3) Grado de atención a las solicitudes de los clientes.</p>
<p><b>Problema Específico 6:</b></p> <p>¿Existe relación entre la infraestructura sostenible y la satisfacción en un centro estético del balneario de huanchaco, Trujillo?</p>	<p><b>Objetivo específico 6:</b></p> <p>Encontrar el nivel de relación que existe entre la infraestructura sostenible y la satisfacción de un centro estético en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022</p>	<p><b>Hipótesis específico 6:</b></p> <p><b>Ha:</b> La infraestructura sostenible tiene relación significativa con la satisfacción.</p> <p><b>Ho:</b> La infraestructura sostenible no tiene relación significativa con la satisfacción.</p>	<p><b>Calidad del servicio</b></p>	<p><b>Satisfacción</b></p>	<p>1) Desempeño</p> <p>2) Atención al cliente</p>

<p><b>Problema Específico 7:</b></p> <p>¿Tiene relación la infraestructura sostenible con la expectativa en un centro estético del balneario de huanchaco, Trujillo?</p>	<p><b>Objetivo específico 7:</b></p> <p>Determinar el nivel de relación que existe entre la infraestructura sostenible y la expectativa de un centro estético en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022</p>	<p><b>Hipótesis específico 7:</b></p> <p><b>Ha:</b> La infraestructura sostenible tiene relación significativa con la expectativa.</p> <p><b>Ho:</b> La infraestructura sostenible no tiene relación significativa con la expectativa.</p>	<p><b>Calidad del servicio</b></p>	<p><b>Expectativa</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Precio</li> <li>2) Recomendación</li> <li>3) Calidad</li> </ol>
<p><b>Problema Específico 8:</b></p> <p>¿De qué manera la infraestructura sostenible influye en la organización, orden y limpieza en un centro estético del balneario de huanchaco, Trujillo?</p>	<p><b>Objetivo específico 8:</b></p> <p>Concretar el nivel de relación que existe entre la infraestructura sostenible y la organización, orden y limpieza de un centro estético en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022</p>	<p><b>Hipótesis específico 8:</b></p> <p><b>Ha:</b> La infraestructura sostenible tiene relación significativa con la organización, orden y limpieza.</p> <p><b>Ho:</b> La infraestructura sostenible no tiene relación significativa con la organización, orden y limpieza.</p>		<p><b>Organización, orden y limpieza</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Organización</li> <li>2) Orden</li> <li>3) Limpieza</li> </ol>

<p><b>Problema Específico 9:</b></p> <p>¿Existe relación entre la infraestructura sostenible y las preferencias de los clientes en un centro estético del balneario de huanchaco, Trujillo?</p>	<p><b>Objetivo específico 9:</b></p> <p>Establecer el nivel de relación que existe entre la infraestructura sostenible y las preferencias del cliente de un centro estético en el balneario de Huanchaco, Trujillo 2022</p>	<p><b>Hipótesis específico 9:</b></p> <p><b>Ha:</b> La infraestructura sostenible tiene relación significativa con la preferencia del cliente.</p> <p><b>Ho:</b> La infraestructura sostenible no tiene relación significativa con la preferencia del cliente.</p>	<p><b>Calidad del servicio</b></p>	<p><b>Preferencia del cliente</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Marca de los productos</li> <li>2) Equipos de higiene</li> <li>3) Protocolo de bioseguridad</li> <li>4) Entusiasmo</li> <li>5) Rendimiento</li> <li>6) Publicidad de la atención</li> </ol>
---	---	--	------------------------------------	---------------------------------------	---



		<b>HERRAMIENTAS Y MATERIALES DE CALIDAD</b>	<b>P5.- ¿Considera que las herramientas, materiales, equipos y muebles son de calidad?</b>						X	X	X	X	X						
<b>V1 : INFRAESTRUCTURAS SOSTENIBLE</b>	<b>FIABILIDAD</b>	<b>GRADO DE CUMPLIMIENTO DE PROMOCIONES</b>	<b>P6. ¿La empresa suele cumplir con sus promociones, descuentos o avisos en el tiempo ofrecido?</b>						X	X	X	X	X						
		<b>NIVEL DE RESPUESTA ANTE INQUIETUDES DEL CLIENTE</b>	<b>P7. ¿La empresa suele tener interés por solucionar los problemas, dudas o inconvenientes con los clientes?</b>						X	X	X	X	X	X					
		<b>CALIDAD DEL SERVICIO SIN ERRORES</b>	<b>P8. ¿La empresa suele realizar el servicio a la primera vez y con el mínimo de errores?</b>							X	X	X	X	X	X				
		<b>PROCEDIMIENTO ADECUADO PARA BRINDAR EL SERVICIO</b>	<b>P9. ¿Considera que el servicio atendido cumple con todos los procesos requeridos?</b>							X	X	X	X	X	X				
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	<b>GRADO DE COMUNICACIÓN</b>	<b>P10. ¿Se mantiene una comunicación con el cliente para un mejor servicio?</b>							X	X	X	X	X					
		<b>TIEMPO EMPLEADO PARA LA REALIZACION DEL SERVICIO</b>	<b>P11. ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los clientes?</b>							X	X	X	X	X					
		<b>Nivel de disposición para la solución de dudas e inconvenientes</b>	<b>P12. ¿Los empleados suelen estar disponibles para atender a las preguntas del cliente?</b>							X	X	X	X	X					

V1 : INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE	SEGURIDAD	NIVEL DE CONFIANZA	P13. ¿Se siente cómodo con el comportamiento de los colaboradores?						X		X		X		X						
		SEGURIDAD DE LOS CLIENTES CON EL SERVICIO BRINDADO	P14. ¿Los clientes se sienten seguros al elegir algún tipo de servicio?						X		X		X		X		X				
		GRADO DE AMABILIDAD	P15. ¿Los colaboradores muestran cortesía respecto a la atención con los clientes?						X		X		X		X		X				
	AMABILIDAD	NIVEL DE ATENCIÓN ESPECIALIZADO	P16. ¿La empresa brinda un servicio de atención individualizada?							X		X		X		X					
			P17. ¿La empresa cuenta con un ambiente adecuado?							X		X		X		X		X			
		HORARIOS DE TRABAJO	P18. ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos los clientes?							X		X		X		X		X			
		GRADO DE ATENCIÓN A LAS SOLICITUDES DE LOS CLIENTES	P19. ¿La empresa se preocupa por priorizar la atención de las solicitudes de sus clientes?								X		X		X		X		X		
			P20. ¿Los colaboradores están abiertos a recibir consejos y/o recomendaciones?								X		X		X		X		X		

## Matriz de validación para el instrumento 2

Título: La Infraestructura sostenible en la calidad del servicio en barberías públicas en el distrito de Trujillo, 2022

Autor: ARIE VAISMAN GONZALEZ

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES		
				1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	REPRESENTATIVIDAD		PERTINENCIA		COHERENCIA		CONSISTENCIA		CLARIDAD		OBSERVACIÓN
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
V2: CALIDAD DE ATENCIÓN	DESEMPEÑO	SATISFACCIÓN	P1. ¿Considera que el desempeño percibido coincide con sus expectativas de cliente?						X		X		X		X		X		
			P2. ¿Considera que el desempeño percibido excede sus expectativas?						X		X		X		X		X		
		ATENCIÓN AL CLIENTE	P3. ¿Los colaboradores tienen un trato amable?						X		X		X		X		X		
			P4. ¿Recomendaría a sus amigos y familiares esta barbería?						X		X		X		X		X		

	EXPECTATIVA	PRECIO	P5. ¿Está conforme con el precio del servicio?						X		X		X		X			
		RECOMENDACIÓN	P6. ¿Volvería a solicitar el servicio en esta empresa?						X		X		X		X		X	
		CALIDAD	P7. ¿El servicio que ofrece la barbería es de calidad?						X		X		X		X		X	
V2: CALIDAD DE ATENCIÓN	ORGANIZACIÓN, ORDEN Y LIMPIEZA	ORGANIZACIÓN	P8. ¿Considera que el tiempo en desarrollar el servicio es el adecuado?						X		X		X		X			
			P9. ¿Considera que los equipos y herramientas están correctamente organizados?						X		X		X		X		X	
		ORDEN	P10. ¿La empresa mantiene el orden de todos los elementos existentes?						X		X		X		X		X	
			P11. ¿Cree que la empresa cuenta con una debida señalización?						X		X		X		X		X	
		LIMPIEZA	P12. ¿Cree que la rutina de limpieza del local es la correcta?						X		X		X		X		X	
			P13. ¿Considera que la empresa cuenta con sitios adecuados para el desecho de residuos sólidos?						X		X		X		X		X	



## Validez de contenido por juicio de experto (instrumento 1)

*Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta:*

*A.- Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario:*

Representatividad	Consistencia	Pertinencia	Coherencia	Claridad
Es lo más representativo.	Está fundamentado en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados hay correspondencia.	Redactado con lenguaje claro.

*B.-Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems puede usar la escala de Likert.*

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

### VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTO DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	José Elías Sandoval Ríos	DNI N°	16800090
Nombre de los Instrumentos	Cuestionario sobre infraestructura sostenible		
Título Profesional/Especialidad	Economista	Teléfono / Celular	958880005
Grado Académico	Doctor en Administración		
Mención	Administración		
Firma y sello.	 Dr. José Elías Sandoval Ríos CPPeN°273427	Lugar y Fecha	Trujillo, 10 de noviembre de 2022.

## Validez de contenido por juicio de experto (instrumento 2)

*Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta:*

*A.- Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario:*

Representatividad	Consistencia	Pertinencia	Coherencia	Claridad
Es lo más representativo.	Está fundamentado en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados hay correspondencia.	Redactado con lenguaje claro.

*B.-Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems puede usar la escala de Likert.*

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

### VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTO DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	José Elías Sandoval Ríos	DNI N°	16800090
Nombre de los Instrumentos	Cuestionario sobre calidad del servicio		
Título Profesional/Especialidad	Economista	Teléfono / Celular	958880005
Grado Académico	Doctor en Administración		
Mención	Administración.		
Firma y sello.	 Dr. José Elías Sandoval Ríos CPPeN°273427	Lugar y Fecha	Trujillo, 10 de noviembre de 2022.

## Matriz de validación para el instrumento 1

Título: La Infraestructura sostenible en la calidad del servicio en barberías públicas en el distrito de Trujillo, 2022

Autor: ARIE VAISMAN GONZALEZ

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O  RECOMENDACIONES			
				1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	REPRESENTATIVIDAD		PERTINENCIA		COHERENCIA		CONSISTENCIA			CLARIDAD		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO	
V1 : INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE	TANGIBILIDAD	INFRAESTRUCTURA DEL LOCAL	P1. ¿Considera que el local se encuentra en buenas condiciones?						X		X		X		X					
		DISEÑO DE INTERIOR	P2. ¿El diseño y apariencia de las instalaciones son de su agrado?						X		X		X		X					
		APARIENCIA E HIGIENE	P3. ¿Considera que los empleados tienen buena apariencia y saben realizar su trabajo?						X		X		X		X					
		FOLLETOS LLAMATIVOS	P4. ¿Cuenta con revistas, folletos o banners que sean atractivos?						X		X		X		X					

		<b>HERRAMIENTAS Y MATERIALES DE CALIDAD</b>	P5.- ¿Considera que las herramientas, materiales, equipos y muebles son de calidad?						X		X		X		X		X			
V1 : INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE	FIABILIDAD	<b>GRADO DE CUMPLIMIENTO DE PROMOCIONES</b>	P6. ¿La empresa suele cumplir con sus promociones, descuentos o avisos en el tiempo ofrecido?						X		X		X		X		X			
		<b>NIVEL DE RESPUESTA ANTE INQUIETUDES DEL CLIENTE</b>	P7. ¿La empresa suele tener interés por solucionar los problemas, dudas o inconvenientes con los clientes?						X		X		X		X		X			
		<b>CALIDAD DEL SERVICIO SIN ERRORES</b>	P8. ¿La empresa suele realizar el servicio a la primera vez y con el mínimo de errores?							X		X		X		X		X		
		<b>PROCEDIMIENTO ADECUADO PARA BRINDAR EL SERVICIO</b>	P9. ¿Considera que el servicio atendido cumple con todos los procesos requeridos?							X		X		X		X		X		
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	<b>GRADO DE COMUNICACIÓN</b>	P10. ¿Se mantiene una comunicación con el cliente para un mejor servicio?							X		X		X		X		X		
		<b>TIEMPO EMPLEADO PARA LA REALIZACION DEL SERVICIO</b>	P11. ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los clientes?							X		X		X		X		X		
		<b>Nivel de disposición para la solución de dudas e inconvenientes</b>	P12. ¿Los empleados suelen estar disponibles para atender a las preguntas del cliente?							X		X		X		X		X		

V1 : INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE	SEGURIDAD	NIVEL DE CONFIANZA	P13. ¿Se siente cómodo con el comportamiento de los colaboradores?						X		X		X		X		X		
		SEGURIDAD DE LOS CLIENTES CON EL SERVICIO BRINDADO	P14. ¿Los clientes se sienten seguros al elegir algún tipo de servicio?						X		X		X		X		X		
		GRADO DE AMABILIDAD	P15. ¿Los colaboradores muestran cortesía respecto a la atención con los clientes?						X		X		X		X		X		
	AMABILIDAD	NIVEL DE ATENCIÓN ESPECIALIZADO	P16. ¿La empresa brinda un servicio de atención individualizada?						X		X		X		X		X		
			P17. ¿La empresa cuenta con un ambiente adecuado?						X		X		X		X		X		
		HORARIOS DE TRABAJO	P18. ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos los clientes?						X		X		X		X		X		
		GRADO DE ATENCIÓN A LAS SOLICITUDES DE LOS CLIENTES	P19. ¿La empresa se preocupa por priorizar la atención de las solicitudes de sus clientes?						X		X		X		X		X		
			P20. ¿Los colaboradores están abiertos a recibir consejos y/o recomendaciones?						X		X		X		X		X		

## Matriz de validación para el instrumento 2

Título: La Infraestructura sostenible en la calidad del servicio en barberías públicas en el distrito de Trujillo, 2022

Autor: ARIE VAISMAN GONZALEZ

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES		
				1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	REPRESENTATIVIDAD		PERTINENCIA		COHERENCIA		CONSISTENCIA		CLARIDAD		OBSERVACIÓN
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
V2: CALIDAD DE ATENCIÓN	DESEMPEÑO	SATISFACCIÓN	P1. ¿Considera que el desempeño percibido coincide con sus expectativas de cliente?						X		X		X		X		X		
			P2. ¿Considera que el desempeño percibido excede sus expectativas?						X		X		X		X		X		
		ATENCIÓN AL CLIENTE	P3. ¿Los colaboradores tienen un trato amable?						X		X		X		X		X		
			P4. ¿Recomendaría a sus amigos y familiares esta barbería?						X		X		X		X		X		



V2: CALIDAD DE ATENCIÓN	PREFERENCIA DEL CLIENTE	MARCA DE LOS PRODUCTOS	P14. ¿Las marcas de los productos que se utilizan en la barbería son de calidad?						X		X			X		X				
		EQUIPOS DE HIGIENE	P15. ¿La empresa cuenta con equipos esterilizadores y desinfectantes?						X		X			X		X		X		
		PROTOCOLO DE SEGURIDAD	P16. ¿La barbería cuenta con protocolo de bioseguridad?						X		X			X		X		X		
		ENTUSIASMO	P17. ¿Al ingresar al de la barbería le brindan alguna cortesía, obsequio, aperitivo?						X		X			X		X		X		
		RENDIMIENTO	P18. ¿La empresa tiene experiencia en las nuevas técnicas nacionales como extranjeras?						X		X			X		X		X		
			P19. ¿La atención que brinda la barbería es rápida y eficiente?						X		X			X		X		X		
		PUBLICIDAD DE LA ATENCIÓN	P20. ¿La barbería publica en sus redes sociales fotos de los servicios que le brindó?						X		X			X		X		X		

## Validez de contenido por juicio de experto (instrumento 1)

*Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta:*

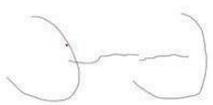
**A.- Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario:**

Representatividad	Consistencia	Pertinencia	Coherencia	Claridad
Es lo más representativo.	Está fundamentado o en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados hay correspondencia.	Redactado con lenguaje claro.

**B.-Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems puede usar la escala de Likert.**

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

### VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTO DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Juan José Salgado Portugal	DNI N°	40350560
Nombre de los Instrumentos	INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE		
Título Profesional/Especialidad	Economista	Teléfono / Celular	992243482
Grado Académico	MBA / Maestro en educación		
Mención	Marketing		
Firma y sello.		Lugar y Fecha	22-12-22

## Validez de contenido por juicio de experto (instrumento 2)

*Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta:*

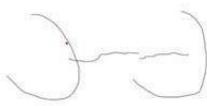
*A.- Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario:*

Representatividad	Consistencia	Pertinencia	Coherencia	Claridad
Es lo más representativo.	Está fundamentado en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados hay correspondencia.	Redactado con lenguaje claro.

*B.-Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems puede usar la escala de Likert.*

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

## VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTO DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Juan José Salgado Portugal	DNI N°	40350560
Nombre de los Instrumentos	CALIDAD DEL SERVICIO		
Título Profesional/Especialidad	Economista	Teléfono / Celular	992243482
Grado Académico	MBA / Maestro en educación		
Mención	Marketing		
Firma y sello.		Lugar y Fecha	22-12-22

### Matriz de validación para el instrumento 1

Título: La Infraestructura sostenible en la calidad del servicio en barberías públicas en el distrito de Trujillo, 2022

Autor: ARIE VAISMAN GONZALEZ

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O  RECOMENDACIONES			
				1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	REPRESENTATIVIDAD		PERTINENCIA		COHERENCIA		CONSISTENCIA			CLARIDAD		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO	
V1: INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE	TANGIBILIDAD	INFRAESTRUCTURA DEL LOCAL	P1. ¿Considera que el local se encuentra en buenas condiciones?						X		X		X		X					
		DISEÑO DE INTERIOR	P2. ¿El diseño y apariencia de las instalaciones son de su agrado?						X		X		X		X					
		APARIENCIA E HIGIENE	P3. ¿Considera que los empleados tienen buena apariencia y saben realizar su trabajo?						X		X		X		X					
		FOLLETOS LLAMATIVOS	P4. ¿Cuenta con revistas, folletos o banners que sean atractivos?						X		X		X		X					

		<b>HERRAMIENTAS Y MATERIALES DE CALIDAD</b>	P5.- ¿Considera que las herramientas, materiales, equipos y muebles son de calidad?						X		X		X		X		X			
V1 : INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE	FIABILIDAD	<b>GRADO DE CUMPLIMIENTO DE PROMOCIONES</b>	P6. ¿La empresa suele cumplir con sus promociones, descuentos o avisos en el tiempo ofrecido?						X		X		X		X		X			
		<b>NIVEL DE RESPUESTA ANTE INQUIETUDES DEL CLIENTE</b>	P7. ¿La empresa suele tener interés por solucionar los problemas, dudas o inconvenientes con los clientes?						X		X		X		X		X			
		<b>CALIDAD DEL SERVICIO SIN ERRORES</b>	P8. ¿La empresa suele realizar el servicio a la primera vez y con el mínimo de errores?							X		X		X		X		X		
		<b>PROCEDIMIENTO ADECUADO PARA BRINDAR EL SERVICIO</b>	P9. ¿Considera que el servicio atendido cumple con todos los procesos requeridos?							X		X		X		X		X		
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	<b>GRADO DE COMUNICACIÓN</b>	P10. ¿Se mantiene una comunicación con el cliente para un mejor servicio?							X		X		X		X		X		
		<b>TIEMPO EMPLEADO PARA LA REALIZACION DEL SERVICIO</b>	P11. ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los clientes?							X		X		X		X		X		
		<b>Nivel de disposición para la solución de dudas e inconvenientes</b>	P12. ¿Los empleados suelen estar disponibles para atender a las preguntas del cliente?							X		X		X		X		X		

V1 : INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE	SEGURIDAD	NIVEL DE CONFIANZA	P13. ¿Se siente cómodo con el comportamiento de los colaboradores?						X		X		X		X		X		
		SEGURIDAD DE LOS CLIENTES CON EL SERVICIO BRINDADO	P14. ¿Los clientes se sienten seguros al elegir algún tipo de servicio?						X		X		X		X		X		
		GRADO DE AMABILIDAD	P15. ¿Los colaboradores muestran cortesía respecto a la atención con los clientes?						X		X		X		X		X		
	AMABILIDAD	NIVEL DE ATENCIÓN ESPECIALIZADO	P16. ¿La empresa brinda un servicio de atención individualizada?						X		X		X		X		X		
			P17. ¿La empresa cuenta con un ambiente adecuado?						X		X		X		X		X		
		HORARIOS DE TRABAJO	P18. ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos los clientes?						X		X		X		X		X		
		GRADO DE ATENCIÓN A LAS SOLICITUDES DE LOS CLIENTES	P19. ¿La empresa se preocupa por priorizar la atención de las solicitudes de sus clientes?						X		X		X		X		X		
			P20. ¿Los colaboradores están abiertos a recibir consejos y/o recomendaciones?						X		X		X		X		X		

## Matriz de validación para el instrumento 2

Título: La Infraestructura sostenible en la calidad del servicio en barberías públicas en el distrito de Trujillo, 2022

Autor: ARIE VAISMAN GONZALEZ

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES		
				1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	REPRESENTATIVIDAD		PERTINENCIA		COHERENCIA		CONSISTENCIA		CLARIDAD		OBSERVACIÓN
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
V2: CALIDAD DE ATENCIÓN	DESEMPEÑO	SATISFACCIÓN	P1. ¿Considera que el desempeño percibido coincide con sus expectativas de cliente?						X		X		X		X		X		
			P2. ¿Considera que el desempeño percibido excede sus expectativas?						X		X		X		X		X		
		ATENCIÓN AL CLIENTE	P3. ¿Los colaboradores tienen un trato amable?						X		X		X		X		X		
			P4. ¿Recomendaría a sus amigos y familiares esta barbería?						X		X		X		X		X		



V2: CALIDAD DE ATENCIÓN	PREFERENCIA DEL CLIENTE	MARCA DE LOS PRODUCTOS	P14. ¿Las marcas de los productos que se utilizan en la barbería son de calidad?						X		X		X		X				
		EQUIPOS DE HIGIENE	P15. ¿La empresa cuenta con equipos esterilizadores y desinfectantes?						X		X		X		X		X		
		PROTOCOLO DE SEGURIDAD	P16. ¿La barbería cuenta con protocolo de bioseguridad?						X		X		X		X		X		
		ENTUSIASMO	P17. ¿Al ingresar al de la barbería le brindan alguna cortesía, obsequio, aperitivo?						X		X		X		X		X		
		RENDIMIENTO	P18. ¿La empresa tiene experiencia en las nuevas técnicas nacionales como extranjeras?						X		X		X		X		X		
			P19. ¿La atención que brinda la barbería es rápida y eficiente?						X		X		X		X		X		
		PUBLICIDAD DE LA ATENCIÓN	P20. ¿La barbería publica en sus redes sociales fotos de los servicios que le brindó?						X		X		X		X		X		

## Validez de contenido por juicio de experto (instrumento 1)

*Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta:*

*A.- Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario:*

Representatividad	Consistencia	Pertinencia	Coherencia	Claridad
Es lo más representativo.	Está fundamentado en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados hay correspondencia.	Redactado con lenguaje claro.

*B.-Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems puede usar la escala de Likert.*

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

### VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTO DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	<b>Jorge Humberto Ninatanta Alva</b>		DNI N°	<b>18189264</b>
Nombre de los Instrumentos	<b>INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE</b>			
Título Profesional/Especialidad	<b>Ingeniero de Computación y sistemas</b>		Teléfono / Celular	
Grado Académico	<b>Maestro en Administración</b>			
Mención	<b>Administración de Negocios – MBA</b>			
Firma y sello.		Lugar y Fecha	<b>18/12/2022</b>	

## Validez de contenido por juicio de experto (instrumento 2)

Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta:

A.- Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario:

Representatividad	Consistencia	Pertinencia	Coherencia	Claridad
Es lo más representativo.	Está fundamentado en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados hay correspondencia.	Redactado con lenguaje claro.

B.-Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems puede usar la escala de Likert.

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

### VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTO DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	<b>Jorge Humberto Ninatanta Alva</b>	DNI N°	<b>18189264</b>
Nombre de los Instrumentos	<b>CALIDAD DEL SERVICIO</b>		
Título Profesional/Especialidad	<b>Ingeniero de Computación y sistemas</b>	Teléfono / Celular	
Grado Académico	<b>Maestro en Administración</b>		
Mención	<b>Administración de Negocios – MBA</b>		
Firma y sello.		Lugar y Fecha	<b>18/12/2022</b>

## Guía de observación

**Objetivo:** Recolectar información de las personas que se atienden en un centro estético.

**Sujeto de Estudio:** Centro estético

**Actividad Comercial:** Salón y Spa para damas y caballeros.

**Observador:** Arie Vaisman Gonzalez

**Tiempo de observación:** 8 horas diarias, turno (día y tarde) durante tres días

**Aspectos a evaluar/observar:** Clientes que son atendidos

Nº de Cliente	Fecha	Sexo	Hora de ingreso	Servicio solicitado	Hora de salida	Compra insumos
1	05/11/2022	Masculino	10:13 am	Corte	10:49 am	No
2	05/11/2022	Femenino	10:28 am	Pintado de cabello	11:53 am	No
3	05/11/2022	Masculino	11:15 am	Corte	11:51 am	No
4	05/11/2022	Femenino	11:57 am	Manicure	12:24 pm	No
5	05/11/2022	Masculino	01:25 pm	Corte	02:02 pm	No
6	05/11/2022	Femenino	02:21 pm	Corte y Peinado	03:32 pm	No
7	05/11/2022	Masculino	02:34 pm	Corte	03:13 pm	No
8	05/11/2022	Masculino	03:15 pm	Corte	04:04 pm	No
9	05/11/2022	Femenino	03:25 pm	Manicure y Pedicure	04:21 pm	No
10	05/11/2022	Femenino	04:28 pm	Pintado de cabello	05:46 pm	No
11	05/11/2022	Masculino	05:30 pm	Corte	06:22 pm	No
12	05/11/2022	Femenino	07:24 pm	Pintado y peinado	09:14 pm	No
13	06/11/2022	Masculino	09:36 am	Corte	10:11 am	Gel
14	06/11/2022	Masculino	11:22 am	Corte	12:06 pm	No
15	06/11/2022	Femenino	03:28 pm	Pintado de cabello	04:49 pm	No
16	06/11/2022	Femenino	04:23 pm	Manicure	05:00 pm	Esmalte
17	06/11/2022	Femenino	05:11 pm	Corte y Peinado	06:18 pm	Keratina
18	06/11/2022	Femenino	06:12 pm	Manicure	06:48 pm	No
19	06/11/2022	Femenino	07:28 pm	Pintado de cabello	08:42 pm	No
20	06/11/2022	Femenino	08:15 pm	Manicure y Pedicure	09:27 pm	No
21	06/11/2022	Femenino	08:45 pm	Pintado de cabello	09:30 pm	No
22	12/11/2022	Masculino	09:47 am	Corte	10:38 am	No
23	12/11/2022	Masculino	10:23 am	Corte	11:14 am	Gel
24	12/11/2022	Femenino	11:02 am	Pintado de cabello	12:15 pm	No
25	12/11/2022	Femenino	11:27 am	Manicure	12:07 pm	No
26	12/11/2022	Masculino	01:25 pm	Corte	02:16 pm	No
27	12/11/2022	Masculino	02:22 pm	Corte	03:16 pm	No
28	12/11/2022	Femenino	05:12 pm	Pintado de cabello	06:18 pm	No
29	12/11/2022	Femenino	06:13 pm	Manicure y Pedicure	07:24 pm	No
30	12/11/2022	Femenino	07:15 pm	Pintado de cabello	08:23 pm	No

## Cuestionario sobre Infraestructura sostenible

Señor cliente:

El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información sobre la infraestructura sostenible según su apreciación. Dicha información correspondiente se mantendrá en absoluta reserva y de manera confidencial.

Solicitamos se sirva marcar con una "x" en el recuadro correspondiente según la siguiente escala:

Escala valorativa				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo/ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSION 1: TANGIBILIDAD	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
1) ¿Considera que el local se encuentra en buenas condiciones?					
2) ¿El diseño y apariencia de las instalaciones son de su agrado?					
3) ¿Considera que los empleados tienen buena apariencia y son competentes?					
4) ¿Cuenta con revistas, folletos o banners que sean de su agrado?					
5) ¿Considera que las herramientas, materiales, equipos y muebles son de calidad?					
DIMENSION 2: FIABILIDAD					
6) ¿La empresa suele cumplir con sus promociones, descuentos o avisos?					
7) ¿La empresa suele tener interés por solucionar las inquietudes de los clientes?					
8) ¿Los colaboradores suelen realizar el servicio a la primera vez y sin errores?					
9) ¿Considera que el servicio atendido cumple con todos los procesos requeridos?					
DIMENSION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
10) ¿Se mantiene una comunicación con el cliente para un mejor servicio?					
11) ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los clientes?					
12) ¿Los empleados suelen estar disponibles para atender a las preguntas del cliente?					
DIMENSION 4: SEGURIDAD					
13) ¿Se siente cómodo con el comportamiento de los colaboradores?					
14) ¿Se siente seguro al elegir el tipo de servicio?					
15) ¿Los colaboradores muestran cortesía respecto a la atención con los clientes?					
DIMENSION 5: EMPATÍA					
16) ¿La empresa brinda un servicio de atención personalizada?					
17) ¿La empresa cuenta con un ambiente adecuado?					
18) ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos los clientes?					
19) ¿La empresa se preocupa por priorizar la atención de las solicitudes de sus clientes?					
20) ¿Los colaboradores están abiertos a recibir consejos y/o recomendaciones?					

Gracias por su participación.

\_\_\_\_\_  
**FIRMA**

## Cuestionario sobre Calidad del servicio

Señor cliente:

El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información sobre la infraestructura sostenible según su apreciación. Dicha información correspondiente se mantendrá en absoluta reserva y de manera confidencial.

Solicitamos se sirva marcar con una "x" en el recuadro correspondiente según la siguiente escala:

Escala valorativa				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo/ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSION 1: SATISFACCION	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
1) ¿Considera que el desempeño percibido coincide con sus expectativas de cliente?					
2) ¿Considera que el desempeño percibido excede sus expectativas?					
3) ¿Los colaboradores tienen un trato amable?					
4) ¿Recomendaría a sus amigos y familiares este centro estético?					
DIMENSION 2: EXPECTATIVA					
5) ¿Está conforme con el precio del servicio?					
6) ¿Volvería a solicitar el servicio en esta empresa?					
7) ¿El servicio que ofrece el centro estético es de calidad?					
DIMENSION 3: ORGANIZACIÓN, ORDEN Y LIMPIEZA					
8) ¿Considera que el tiempo en desarrollar el servicio es el adecuado?					
9) ¿Considera que los equipos y herramientas están correctamente organizados?					
10) ¿La empresa mantiene el orden de todos los elementos existentes?					
11) ¿Cree que la empresa cuenta con una debida señalización?					
12) ¿Cree que la rutina de limpieza del local es la correcta?					
13) ¿Considera que la empresa cuenta con sitios adecuados para el desecho de residuos sólidos?					
DIMENSION 4: PREFERENCIA DEL CLIENTE					
14) ¿Las marcas de los productos que se utilizan en el centro estético son de calidad?					
15) ¿La empresa cuenta con equipos esterilizadores y desinfectantes?					
16) ¿El centro estético cuenta con protocolo de bioseguridad?					
17) ¿Al ingresar al centro estético le brindan alguna cortesía, obsequio, aperitivo?					
18) ¿La empresa tiene experiencia en las nuevas técnicas nacionales como extranjeras?					
19) ¿La atención que brinda el centro estético es rápida y eficiente?					
20) ¿La empresa publica en sus redes sociales fotos de los servicios que le brindó?					

Gracias por su participación.

\_\_\_\_\_  
**FIRMA**

## Base de datos para la confiabilidad

BASE DE DATOS V1 PARA PROCESAMIENTO DE DATOS																				
V1: INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE																				
D1: TANGIBILIDAD					D2: FIABILIDAD				D3: CAPACIDAD DE RESPUESTA			D4: SEGURIDAD			D5: EMPATÍA					
Nº	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
6	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
14	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
15	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
17	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
20	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5

BASE DATOS V2- PROCESAMIENTO DATOS																				
V2 : CALIDAD DEL SERVICIO																				
	D1: SATISFACCIÓN				D2: ESPECTATIVA			D3: ORGANIZACIÓN, ORDEN Y LIMPIEZA						D4: PREFERENCIA DEL CLIENTE						
Nº	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	5	4
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
13	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
15	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3
16	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	5	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
20	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4

## Tablas de confiabilidad

### **Tabla 14:**

*Nivel de confiabilidad de infraestructura sostenible*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,808	20

### **Tabla 15:**

*Nivel de confiabilidad de Calidad del servicio*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,814	20

## Base de datos variable Infraestructura sostenible

BASE DE DATOS V1 PARA PROCESAMIENTO DE DATOS																				
V1: INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE																				
D1: TANGIBILIDAD					D2: FIABILIDAD				D3: CAPACIDAD DE RESPUESTA			D4: SEGURIDAD			D5: EMPATÍA					
Nº	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
6	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
14	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
15	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
17	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
20	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
21	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
22	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
23	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

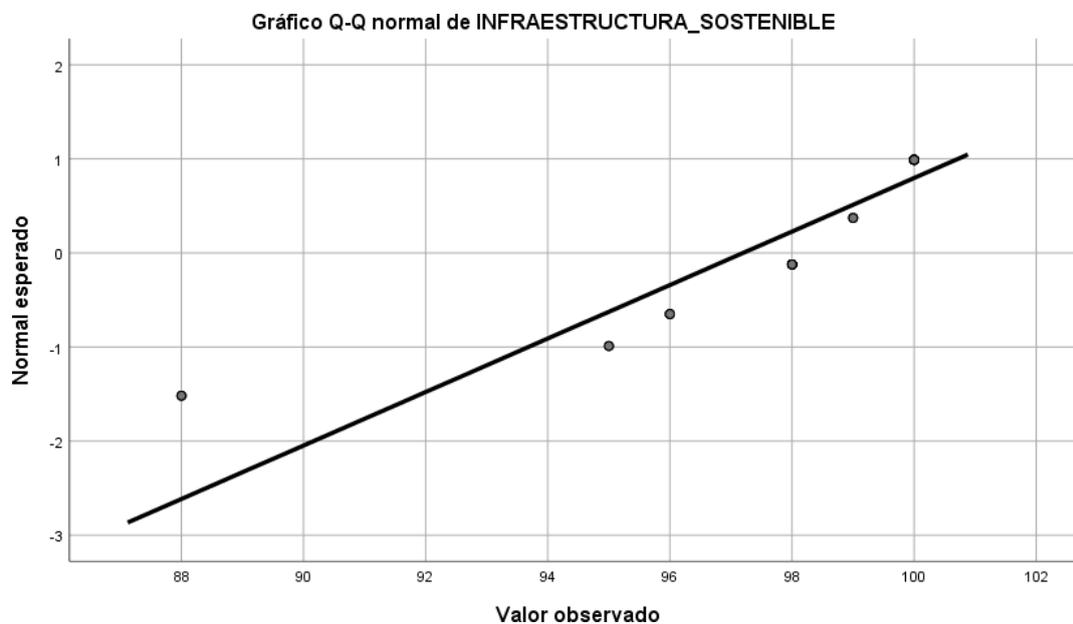
## Base de datos variable Calidad del servicio

BASE DATOS V2- PROCESAMIENTO DATOS																				
V2 : CALIDAD DEL SERVICIO																				
Nº	D1:SATISFACCIÓN				D2: ESPECTATIVA			D3: ORGANIZACIÓN, ORDEN Y LIMPIEZA					D4: PREFERENCIA DEL CLIENTE							
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	5	4
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
13	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
15	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3
16	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	5	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
20	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
22	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	5	4

## Regresiones lineales de las variables

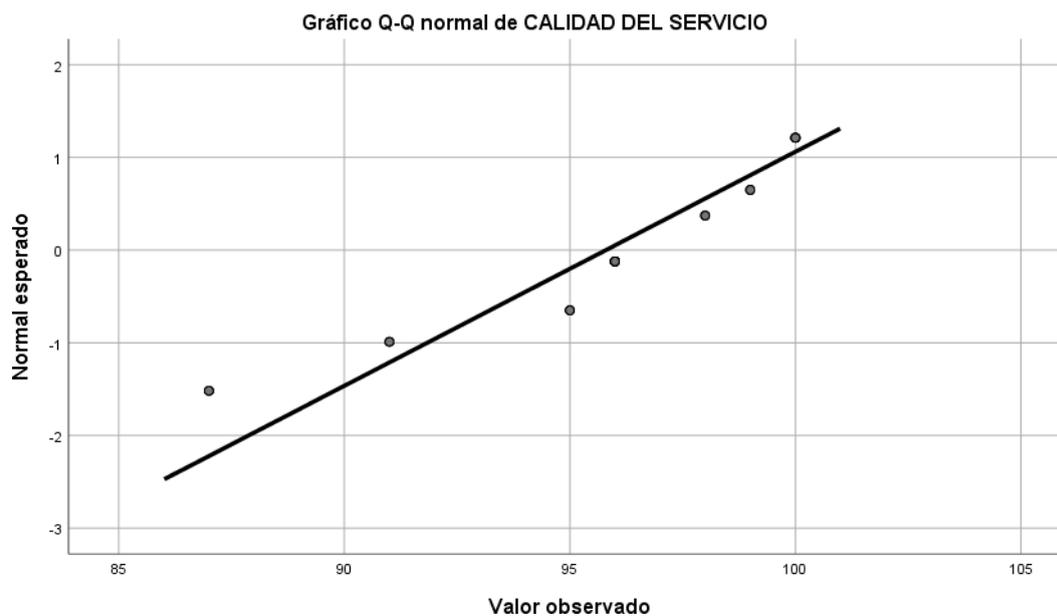
**Figura 4:**

*Regresión de Infraestructura sostenible*



**Figura 5:**

*Regresión de Calidad del servicio*



## Recursos y presupuesto

De complemento para el desarrollo de la presente investigación, se estimó la utilización de los siguientes bienes y servicios:

**Tabla 16:**

*Listado de ítems*

<b>BIENES</b>	<b>SERVICIOS</b>
Laptop Acer	Energía Eléctrica
USB 4 Gb Kingston	Movilidad
Papel Bond A4 80 gr	Internet
Lapiz	Fotocopias
Folder manila con FASTER	
Fáster	
Grapas	
Engrapador	
Perforador	
Lapiceros	
Corrector	
Post-it	

Fuente: Elaboración Propia

En la misma línea, se procedió a estimar los costos presupuestales que incurren el aprovisionamiento de los bienes y servicios precitados, detallándose según el clasificador de gastos del Ministerio de Economía y Finanzas.

**Tabla 17:**

*Bienes de Consumo*

<b>CÓDIGO DE CLASIFICADOR DE GASTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO (S/.)</b>	<b>TOTAL (S/.)</b>
	<b>Papelería en general, útiles y materiales de oficina</b>			
	Papel Bond A4			
	80 gr.	1 millar	28.00	28.00
	Engrapador	01 Unid.	8.00	8.00
	Perforador	01 Unid.	10.00	10.00
	Grapas	01 Caja	2.50	2.50
2.3.1 5.1 2	Post-it	01 Unid.	4.00	4.00
	Folder manila con Fáster	06 Unid.	1.50	9.00
	Lápiz	02 Unid.	2.00	4.00
	Lapiceros	06 Unid.	1.00	6.00
	Corrector	02 Unid.	3.00	6.00
	<b>Subtotal</b>			<b>S/. 77.50</b>

Fuente: CopyVentas

**Tabla 18:***Bienes de Inversión*

CÓDIGO DE CLASIFICADOR DE GASTOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	
			UNITARIO (S/.)	TOTAL (S/.)
<b>Equipos computacionales y periféricos</b>				
2.6.3 2.3 1	Laptop Acer	01 Unid.....	2 300.00	2 300.00
	USB	01 Unid.	45.00	45.00
<b>Subtotal</b>				<b>S/. 2 345.00</b>

Fuente: Saga Falabella

**Tabla 19:***Bienes de Servicio*

<b>CÓDIGO DE CLASIFICAD OR DE GASTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO (S/.)</b>	<b>TOTAL (S/.)</b>
<b>Servicio de internet</b>				
2.3.2 2 .2 3	Internet	6 meses	120	720.00
	Energía eléctrica	220 KW-H	1.20	264.00
<b>Servicio de impresiones, encuadernado y empastado</b>				
2.3.2 7.11 6	Fotocopias	Varios	50.00	50.00
<b>Gastos de transporte</b>				
2.3.2 5.1 2	Pasajes de movilidad	Varios	200.00	200.00
<b>Investigaciones</b>				
2.3.2 7.1 7	Realización de la investigación	1	1 200.00	1 200.00
<b>Subtotal</b>				<b>S/. 2 434.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 20:***Aportes no monetarios*

<b>Aportes no monetarios</b>					
<b>Rubros</b>	<b>Códigos de clasificador de gastos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costos Unitarios (S/.)</b>	<b>Costo Total (S/.)</b>
Recursos Humanos	<b>2.3.2 7.17</b>	Investigación personal	1	300.00	300.00
<b>Subtotal</b>					<b>S/. 300.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 21:***Costo total del Proyecto de Investigación*

<b>ACTIVIDAD DE INVERSIÓN</b>	<b>PRESUPUESTO</b>	
	<b>Monetario (S/.)</b>	<b>No Monetario (S/.)</b>
Bienes de consumo	77.50	
Bienes de inversión	2 345.00	
Bienes de servicio	2 434.00	300.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 5 156.50</b>	

Fuente: Elaboración propia

**a. Financiamiento**

El presupuesto total del presente proyecto es de CINCO MIL CIENTO CINCUENTA Y SEIS Y 50/100 (S/. 5,156.50), el cual será financiado al 100% con recursos propios del investigador.



## Evidencias fotográficas





## CUESTIONARIO N° 01

### CUESTIONARIO SOBRE INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE

Señor cliente:

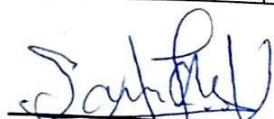
El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información sobre la infraestructura sostenible según su apreciación. Dicha información correspondiente se mantendrá en absoluta reserva y de manera confidencial.

Solicitamos se sirva marcar con una "x" en el recuadro correspondiente según la siguiente escala:

Escala valorativa				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo/ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSION 1: TANGIBILIDAD	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
1) ¿Considera que el local se encuentra en buenas condiciones?				x	
2) ¿El diseño y apariencia de las instalaciones son de su agrado?					x
3) ¿Considera que los empleados tienen buena apariencia y son competentes?					x
4) ¿Cuenta con revistas, folletos o banners que sean de su agrado?					x
5) ¿Considera que las herramientas, materiales, equipos y muebles son de calidad?					x
DIMENSION 2: FIABILIDAD					
6) ¿La empresa suele cumplir con sus promociones, descuentos o avisos?				x	
7) ¿La empresa suele tener interés por solucionar las inquietudes de los clientes?					x
8) ¿Los colaboradores suelen realizar el servicio a la primera vez y sin errores?					x
9) ¿Considera que el servicio atendido cumple con todos los procesos requeridos?					x
DIMENSION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
10) ¿Se mantiene una comunicación con el cliente para un mejor servicio?					x
11) ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los clientes?					x
12) ¿Los empleados suelen estar disponibles para atender a las preguntas del cliente?					x
DIMENSION 4: SEGURIDAD					
13) ¿Se siente cómodo con el comportamiento de los colaboradores?					x
14) ¿Se siente seguro al elegir el tipo de servicio?					x
15) ¿Los colaboradores muestran cortesía respecto a la atención con los clientes?					x
DIMENSION 5: EMPATÍA					
16) ¿La empresa brinda un servicio de atención personalizada?					x
17) ¿La empresa cuenta con un ambiente adecuado?					x
18) ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos los clientes?					x
19) ¿La empresa se preocupa por priorizar la atención de las solicitudes de sus clientes?					x
20) ¿Los colaboradores están abiertos a recibir consejos y/o recomendaciones?					x

Gracias por su participación.

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA

## CUESTIONARIO N° 02

### CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DEL SERVICIO

Señor cliente:

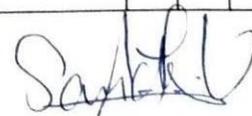
El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información sobre la infraestructura sostenible según su apreciación. Dicha información correspondiente se mantendrá en absoluta reserva y de manera confidencial.

Solicitamos se sirva marcar con una "x" en el recuadro correspondiente según la siguiente escala:

Escala valorativa				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo/ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSION 1: SATISFACCION	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
1) ¿Considera que el desempeño percibido coincide con sus expectativas de cliente?					x
2) ¿Considera que el desempeño percibido excede sus expectativas?					x
3) ¿Los colaboradores tienen un trato amable?					x
4) ¿Recomendaría a sus amigos y familiares esta barbería?					x
DIMENSION 2: EXPECTATIVA					
5) ¿Está conforme con el precio del servicio?					x
6) ¿Volvería a solicitar el servicio en esta empresa?					x
7) ¿El servicio que ofrece la barbería es de calidad?					x
DIMENSION 3: ORGANIZACIÓN, ORDEN Y LIMPIEZA					
8) ¿Considera que el tiempo en desarrollar el servicio es el adecuado?					x
9) ¿Considera que los equipos y herramientas están correctamente organizados?					x
10) ¿La empresa mantiene el orden de todos los elementos existentes?					x
11) ¿Cree que la empresa cuenta con una debida señalización?				x	
12) ¿Cree que la rutina de limpieza del local es la correcta?				x	
13) ¿Considera que la empresa cuenta con sitios adecuados para el desecho de residuos sólidos?					x
DIMENSION 4: PREFERENCIA DEL CLIENTE					
14) ¿Las marcas de los productos que se utilizan en la barbería son de calidad?					x
15) ¿La empresa cuenta con equipos esterilizadores y desinfectantes?					x
16) ¿La barbería cuenta con protocolo de bioseguridad?					x
17) ¿Al ingresar al de la barbería le brindan alguna cortesía, obsequio, aperitivo?				x	
18) ¿La empresa tiene experiencia en las nuevas técnicas nacionales como extranjeras?					x
19) ¿La atención que brinda la barbería es rápida y eficiente?					x
20) ¿La barbería publica en sus redes sociales fotos de los servicios que le brindó?				x	

Gracias por su participación.



FIRMA

## CUESTIONARIO N° 01

### CUESTIONARIO SOBRE INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE

Señor cliente:

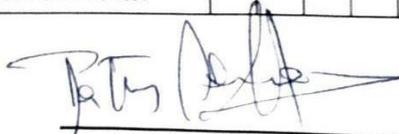
El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información sobre la infraestructura sostenible según su apreciación. Dicha información correspondiente se mantendrá en absoluta reserva y de manera confidencial.

Solicitamos se sirva marcar con una "x" en el recuadro correspondiente según la siguiente escala:

Escala valorativa				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo/ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSION 1: TANGIBILIDAD	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
1) ¿Considera que el local se encuentra en buenas condiciones?					x
2) ¿El diseño y apariencia de las instalaciones son de su agrado?					x
3) ¿Considera que los empleados tienen buena apariencia y son competentes?					x
4) ¿Cuenta con revistas, folletos o banners que sean de su agrado?					x
5) ¿Considera que las herramientas, materiales, equipos y muebles son de calidad?					x
DIMENSION 2: FIABILIDAD					
6) ¿La empresa suele cumplir con sus promociones, descuentos o avisos?					x
7) ¿La empresa suele tener interés por solucionar las inquietudes de los clientes?					x
8) ¿Los colaboradores suelen realizar el servicio a la primera vez y sin errores?					x
9) ¿Considera que el servicio atendido cumple con todos los procesos requeridos?					x
DIMENSION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
10) ¿Se mantiene una comunicación con el cliente para un mejor servicio?					x
11) ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los clientes?					x
12) ¿Los empleados suelen estar disponibles para atender a las preguntas del cliente?					x
DIMENSION 4: SEGURIDAD					
13) ¿Se siente cómodo con el comportamiento de los colaboradores?					x
14) ¿Se siente seguro al elegir el tipo de servicio?					x
15) ¿Los colaboradores muestran cortesía respecto a la atención con los clientes?					x
DIMENSION 5: EMPATÍA					
16) ¿La empresa brinda un servicio de atención personalizada?					x
17) ¿La empresa cuenta con un ambiente adecuado?					x
18) ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos los clientes?					x
19) ¿La empresa se preocupa por priorizar la atención de las solicitudes de sus clientes?					x
20) ¿Los colaboradores están abiertos a recibir consejos y/o recomendaciones?					x

**Gracias por su participación.**

  
 \_\_\_\_\_  
**FIRMA**

## CUESTIONARIO N° 02

### CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DEL SERVICIO

Señor cliente:

El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información sobre la infraestructura sostenible según su apreciación. Dicha información correspondiente se mantendrá en absoluta reserva y de manera confidencial.

Solicitamos se sirva marcar con una "x" en el recuadro correspondiente según la siguiente escala:

Escala valorativa				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo/ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSION 1: SATISFACCION	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
1) ¿Considera que el desempeño percibido coincide con sus expectativas de cliente?					X
2) ¿Considera que el desempeño percibido excede sus expectativas?					X
3) ¿Los colaboradores tienen un trato amable?					X
4) ¿Recomendaría a sus amigos y familiares esta barbería?					X
DIMENSION 2: EXPECTATIVA					
5) ¿Está conforme con el precio del servicio?					X
6) ¿Volvería a solicitar el servicio en esta empresa?					X
7) ¿El servicio que ofrece la barbería es de calidad?					X
DIMENSION 3: ORGANIZACIÓN, ORDEN Y LIMPIEZA					
8) ¿Considera que el tiempo en desarrollar el servicio es el adecuado?					X
9) ¿Considera que los equipos y herramientas están correctamente organizados?					X
10) ¿La empresa mantiene el orden de todos los elementos existentes?					X
11) ¿Cree que la empresa cuenta con una debida señalización?					X
12) ¿Cree que la rutina de limpieza del local es la correcta?					X
13) ¿Considera que la empresa cuenta con sitios adecuados para el desecho de residuos sólidos?					X
DIMENSION 4: PREFERENCIA DEL CLIENTE					
14) ¿Las marcas de los productos que se utilizan en la barbería son de calidad?					X
15) ¿La empresa cuenta con equipos esterilizadores y desinfectantes?					X
16) ¿La barbería cuenta con protocolo de bioseguridad?					X
17) ¿Al ingresar al de la barbería le brindan alguna cortesía, obsequio, aperitivo?					X
18) ¿La empresa tiene experiencia en las nuevas técnicas nacionales como extranjeras?					X
19) ¿La atención que brinda la barbería es rápida y eficiente?					X
20) ¿La barbería publica en sus redes sociales fotos de los servicios que le brindó?					X

Gracias por su participación.

  
 FIRMA

## CUESTIONARIO N° 01

### CUESTIONARIO SOBRE INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE

Señor cliente:

El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información sobre la infraestructura sostenible según su apreciación. Dicha información correspondiente se mantendrá en absoluta reserva y de manera confidencial.

Solicitamos se sirva marcar con una "x" en el recuadro correspondiente según la siguiente escala:

Escala valorativa				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo/ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSION 1: TANGIBILIDAD	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
1) ¿Considera que el local se encuentra en buenas condiciones?					X
2) ¿El diseño y apariencia de las instalaciones son de su agrado?					X
3) ¿Considera que los empleados tienen buena apariencia y son competentes?					X
4) ¿Cuenta con revistas, folletos o banners que sean de su agrado?					X
5) ¿Considera que las herramientas, materiales, equipos y muebles son de calidad?					X
DIMENSION 2: FIABILIDAD					
6) ¿La empresa suele cumplir con sus promociones, descuentos o avisos?				X	
7) ¿La empresa suele tener interés por solucionar las inquietudes de los clientes?					X
8) ¿Los colaboradores suelen realizar el servicio a la primera vez y sin errores?					X
9) ¿Considera que el servicio atendido cumple con todos los procesos requeridos?					X
DIMENSION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
10) ¿Se mantiene una comunicación con el cliente para un mejor servicio?					X
11) ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los clientes?					X
12) ¿Los empleados suelen estar disponibles para atender a las preguntas del cliente?					X
DIMENSION 4: SEGURIDAD					
13) ¿Se siente cómodo con el comportamiento de los colaboradores?					X
14) ¿Se siente seguro al elegir el tipo de servicio?					X
15) ¿Los colaboradores muestran cortesía respecto a la atención con los clientes?				X	
DIMENSION 5: EMPATÍA					
16) ¿La empresa brinda un servicio de atención personalizada?					X
17) ¿La empresa cuenta con un ambiente adecuado?					X
18) ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos los clientes?					X
19) ¿La empresa se preocupa por priorizar la atención de las solicitudes de sus clientes?					X
20) ¿Los colaboradores están abiertos a recibir consejos y/o recomendaciones?					X

Gracias por su participación.

  
**FIRMA**



CUESTIONARIO N° 01

CUESTIONARIO SOBRE INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE

Señor cliente:

El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información sobre la infraestructura sostenible según su apreciación. Dicha información correspondiente se mantendrá en absoluta reserva y de manera confidencial.

Solicitamos se sirva marcar con una "x" en el recuadro correspondiente según la siguiente escala:

Escala valorativa				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo/ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSION 1: TANGIBILIDAD	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
1) ¿Considera que el local se encuentra en buenas condiciones?					X
2) ¿El diseño y apariencia de las instalaciones son de su agrado?				X	
3) ¿Considera que los empleados tienen buena apariencia y son competentes?					X
4) ¿Cuenta con revistas, folletos o banners que sean de su agrado?				X	
5) ¿Considera que las herramientas, materiales, equipos y muebles son de calidad?				X	
<b>DIMENSION 2: FIABILIDAD</b>					
6) ¿La empresa suele cumplir con sus promociones, descuentos o avisos?			X		
7) ¿La empresa suele tener Interés por solucionar las inquietudes de los clientes?				X	
8) ¿Los colaboradores suelen realizar el servicio a la primera vez y sin errores?					X
9) ¿Considera que el servicio atendido cumple con todos los procesos requeridos?				X	
<b>DIMENSION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>					
10) ¿Se mantiene una comunicación con el cliente para un mejor servicio?			X		
11) ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los clientes?				X	
12) ¿Los empleados suelen estar disponibles para atender a las preguntas del cliente?					X
<b>DIMENSION 4: SEGURIDAD</b>					
13) ¿Se siente cómodo con el comportamiento de los colaboradores?					X
14) ¿Se siente seguro al elegir el tipo de servicio?					X
15) ¿Los colaboradores muestran cortesía respecto a la atención con los clientes?					X
<b>DIMENSION 5: EMPATÍA</b>					
16) ¿La empresa brinda un servicio de atención personalizada?				X	
17) ¿La empresa cuenta con un ambiente adecuado?					X
18) ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos los clientes?					X
19) ¿La empresa se preocupa por priorizar la atención de las solicitudes de sus clientes?				X	
20) ¿Los colaboradores están abiertos a recibir consejos y/o recomendaciones?					X

Gracias por su participación.

  
FIRMA

## CUESTIONARIO N° 02

### CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DEL SERVICIO

Señor cliente:

El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información sobre la infraestructura sostenible según su apreciación. Dicha información correspondiente se mantendrá en absoluta reserva y de manera confidencial.

Solicitamos se sirva marcar con una "x" en el recuadro correspondiente según la siguiente escala:

Escala valorativa				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo/ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSION 1: SATISFACCION	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
1) ¿Considera que el desempeño percibido coincide con sus expectativas de cliente?				X	
2) ¿Considera que el desempeño percibido excede sus expectativas?					X
3) ¿Los colaboradores tienen un trato amable?					X
4) ¿Recomendaría a sus amigos y familiares esta barbería?					X
DIMENSION 2: EXPECTATIVA					
5) ¿Está conforme con el precio del servicio?					X
6) ¿Volvería a solicitar el servicio en esta empresa?					X
7) ¿El servicio que ofrece la barbería es de calidad?					X
DIMENSION 3: ORGANIZACIÓN, ORDEN Y LIMPIEZA					
8) ¿Considera que el tiempo en desarrollar el servicio es el adecuado?					X
9) ¿Considera que los equipos y herramientas están correctamente organizados?				X	
10) ¿La empresa mantiene el orden de todos los elementos existentes?				X	
11) ¿Cree que la empresa cuenta con una debida señalización?					X
12) ¿Cree que la rutina de limpieza del local es la correcta?				X	
13) ¿Considera que la empresa cuenta con sitios adecuados para el desecho de residuos sólidos?				X	
DIMENSION 4: PREFERENCIA DEL CLIENTE					
14) ¿Las marcas de los productos que se utilizan en la barbería son de calidad?				X	
15) ¿La empresa cuenta con equipos esterilizadores y desinfectantes?				X	
16) ¿La barbería cuenta con protocolo de bioseguridad?			X		
17) ¿Al ingresar al de la barbería le brindan alguna cortesía, obsequio, aperitivo?			X		
18) ¿La empresa tiene experiencia en las nuevas técnicas nacionales como extranjeras?				X	
19) ¿La atención que brinda la barbería es rápida y eficiente?					X
20) ¿La barbería publica en sus redes sociales fotos de los servicios que le brindó?				X	

Gracias por su participación.

  
**FIRMA**

## CUESTIONARIO N° 01

### CUESTIONARIO SOBRE INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE

Señor cliente:

El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información sobre la infraestructura sostenible según su apreciación. Dicha información correspondiente se mantendrá en absoluta reserva y de manera confidencial.

Solicitamos se sirva marcar con una "x" en el recuadro correspondiente según la siguiente escala:

Escala valorativa				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo/ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSION 1: TANGIBILIDAD	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
1) ¿Considera que el local se encuentra en buenas condiciones?					X
2) ¿El diseño y apariencia de las instalaciones son de su agrado?				X	
3) ¿Considera que los empleados tienen buena apariencia y son competentes?					X
4) ¿Cuenta con revistas, folletos o banners que sean de su agrado?				X	
5) ¿Considera que las herramientas, materiales, equipos y muebles son de calidad?					X
DIMENSION 2: FIABILIDAD					
6) ¿La empresa suele cumplir con sus promociones, descuentos o avisos?					X
7) ¿La empresa suele tener interés por solucionar las inquietudes de los clientes?					X
8) ¿Los colaboradores suelen realizar el servicio a la primera vez y sin errores?					X
9) ¿Considera que el servicio atendido cumple con todos los procesos requeridos?					X
DIMENSION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
10) ¿Se mantiene una comunicación con el cliente para un mejor servicio?					X
11) ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los clientes?					X
12) ¿Los empleados suelen estar disponibles para atender a las preguntas del cliente?					X
DIMENSION 4: SEGURIDAD					
13) ¿Se siente cómodo con el comportamiento de los colaboradores?					X
14) ¿Se siente seguro al elegir el tipo de servicio?					X
15) ¿Los colaboradores muestran cortesía respecto a la atención con los clientes?					X
DIMENSION 5: EMPATÍA					
16) ¿La empresa brinda un servicio de atención personalizada?					X
17) ¿La empresa cuenta con un ambiente adecuado?				X	
18) ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos los clientes?					X
19) ¿La empresa se preocupa por priorizar la atención de las solicitudes de sus clientes?				X	
20) ¿Los colaboradores están abiertos a recibir consejos y/o recomendaciones?					X

Gracias por su participación.

*Carlos Romero*

**FIRMA**

## CUESTIONARIO N° 02

### CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DEL SERVICIO

Señor cliente:

El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información sobre la infraestructura sostenible según su apreciación. Dicha información correspondiente se mantendrá en absoluta reserva y de manera confidencial.

Solicitamos se sirva marcar con una "x" en el recuadro correspondiente según la siguiente escala:

Escala valorativa				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo/ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSION 1: SATISFACCION	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
1) ¿Considera que el desempeño percibido coincide con sus expectativas de cliente?					X
2) ¿Considera que el desempeño percibido excede sus expectativas?					X
3) ¿Los colaboradores tienen un trato amable?					X
4) ¿Recomendaría a sus amigos y familiares esta barbería?					X
DIMENSION 2: EXPECTATIVA					
5) ¿Está conforme con el precio del servicio?					X
6) ¿Volvería a solicitar el servicio en esta empresa?					X
7) ¿El servicio que ofrece la barbería es de calidad?					X
DIMENSION 3: ORGANIZACIÓN, ORDEN Y LIMPIEZA					
8) ¿Considera que el tiempo en desarrollar el servicio es el adecuado?					X
9) ¿Considera que los equipos y herramientas están correctamente organizados?					X
10) ¿La empresa mantiene el orden de todos los elementos existentes?					X
11) ¿Cree que la empresa cuenta con una debida señalización?					X
12) ¿Cree que la rutina de limpieza del local es la correcta?					X
13) ¿Considera que la empresa cuenta con sitios adecuados para el desecho de residuos sólidos?					X
DIMENSION 4: PREFERENCIA DEL CLIENTE					
14) ¿Las marcas de los productos que se utilizan en la barbería son de calidad?					X
15) ¿La empresa cuenta con equipos esterilizadores y desinfectantes?					X
16) ¿La barbería cuenta con protocolo de bioseguridad?					X
17) ¿Al ingresar al de la barbería le brindan alguna cortesía, obsequio, aperitivo?			X		
18) ¿La empresa tiene experiencia en las nuevas técnicas nacionales como extranjeras?					X
19) ¿La atención que brinda la barbería es rápida y eficiente?					X
20) ¿La barbería publica en sus redes sociales fotos de los servicios que le brindó?					X

Gracias por su participación.

*Carlos Romero*

**FIRMA**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, SALGADO PORTUGAL JUAN JOSÉ, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Infraestructura sostenible en la calidad del servicio en una empresa de servicios estéticos del balneario de Huanchaco, Trujillo 2022.", cuyo autor es VAISMAN GONZALEZ ARIE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 03 de Enero del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
SALGADO PORTUGAL JUAN JOSÉ <b>DNI:</b> 40350560 <b>ORCID:</b> 0000-0002-6291-6984	Firmado electrónicamente por: SALGADO el 22-01- 2023 12:16:59

Código documento Trilce: TRI - 0507631