



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Lean service para promover la satisfacción del cliente en la peluquería
unisex Jarumy, Piura 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTOR:

Castañeda Pizarro, Edgar David (orcid.org/0000-0002-9476-5623)

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (orcid.org/0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA — PERÚ

2023

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres, a mi esposa Pamela Tatiana Rosas Santos y a todas aquellas personas que depositaron su confianza en mí, porque gracias a ellos soy una persona humilde que se esfuerza cada día.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los docentes que a lo largo de mi carrera universitaria han sido parte de mi formación, dándome su apoyo y enseñanzas; además de inspirarme a amar aún más mi carrera.

Al asesor de mi investigación Dr. Freddy Castillo, gracias por todo su profesionalismo y dedicación en encaminar el desarrollo de la tesis.

A la Gerente y dueña de la Peluquería Unisex Jarumy la Sr. Julissa Zeta Peña, gracias por su apoyo y comprensión al brindar la información requerida para el desarrollo de la presente investigación.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CASTILLO PALACIOS FREDDY WILLIAM, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Lean service para promover la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022", cuyo autor es CASTAÑEDA PIZARRO EDGAR DAVID, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 11.00%, 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.

PIURA, 12 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CASTILLO PALACIOS FREDDY WILLIAM DNI: 02842237 ORCID: 0000-0001-5815-6559	Firmado electrónicamente por: FWCASTILLOP el 13- 07-2023 00:22:15

Código documento Trilce: TRI - 0588438





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CASTAÑEDA PIZARRO EDGAR DAVID estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Lean service para promover la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
CASTAÑEDA PIZARRO EDGAR DAVID DNI: 77169982 ORCID: 0000-0002-9476-5623	Firmado electrónicamente por: EDCASTANEDAP el 16-07-2023 16:26:13

Código documento Trilce: INV - 1328464



Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria De Autenticidad Del Asesor	iv
Declaratoria De Originalidad Del Autor	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	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.....	16
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5. Procedimientos	20
3.6. Método de análisis de datos.....	20
3.7. Aspectos éticos	21
IV. RESULTADOS	22
V. DISCUSIÓN	40
VI. CONCLUSIONES.....	51
VII. RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS.....	53
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1 Cantidad de clientes de la Peluquería Unisex Jarumy	17
Tabla 2 Resultados de la herramienta 5S en la Peluquería Unisex Jarumy.....	22
Tabla 3 Resultados de la herramienta VSM en la Peluquería Unisex Jarumy	24
Tabla 4 Resultados de las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy	25
Tabla 5 Resultados del rendimiento percibido en la Peluquería Unisex Jarumy ..	27
Tabla 6 Distribución de frecuencia del lean service en la Peluquería Unisex Jarumy	28
Tabla 7 Distribución de frecuencia de la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy	30

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo central determinar el lean service para la promoción de la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura. La metodología fue aplicada, descriptiva, cuantitativa, no experimental y transeccional. La población fueron los clientes de la peluquería y tuvo como muestra 135 clientes y tuvo un muestreo intencional. Los instrumentos fueron el cuestionario, la guía de entrevista y la ficha de observación. Los resultados arrojados fueron que en su gran mayoría el personal de la peluquería aplicó de manera eficiente las 5S, sin embargo, el personal nuevo o practicante en ocasiones cometieron errores al realizar sus funciones en la peluquería, asimismo, al analizar el protocolo de servicio de la peluquería mediante la herramienta mapa de flujo de valor los clientes indicaron que este podría mejorar aún más. Por otro lado, las expectativas del cliente, al igual que el rendimiento percibido del cliente tuvieron valoraciones altas por el servicio experto del personal de la peluquería. En conclusión, desarrollar la metodología lean service ayudó a conocer cuál era la satisfacción del cliente en la peluquería, asimismo los resultados permitieron saber que estrategias se podrían emplear para incrementar la satisfacción de los clientes en la Peluquería Unisex Jarumy.

Palabras clave: Lean service, satisfacción del cliente, 5S, expectativas y rendimiento percibido.

ABSTRACT

The main objective of the research was to determine the lean service for the promotion of customer satisfaction in the Unisex Hairdresser Jarumy, Piura. The methodology was applied, descriptive, quantitative, non-experimental and cross-sectional. The population was the clients of the hairdressing salon and the sample consisted of 135 clients with a purposive sampling. The instruments were the questionnaire, the interview guide and the observation sheet. The results showed that most of the salon staff applied the 5S efficiently; however, new staff or trainees sometimes made mistakes when performing their functions in the salon. Also, when analyzing the salon's service protocol using the value flow map tool, clients indicated that it could be improved even more. On the other hand, customer expectations as well as perceived customer performance were highly rated by the salon staff's expert service. In conclusion, developing the lean service methodology helped to know what was the customer satisfaction in the hairdressing salon, also the results allowed to know what strategies could be used to increase customer satisfaction in the Unisex Hairdressing Salon Jarumy.

Keywords: Lean service, customer satisfaction, 5S, expectations and perceived performance.

I. INTRODUCCIÓN

El rubro de belleza ha sido afectado considerablemente por distintos motivos empezando hace años con la emergencia sanitaria dada a nivel mundial y también con el panorama político y económico que afronta el país actualmente, ocasionando que el sector de belleza tenga un declive económico, el cual cuenta con un crecimiento de negocio de apenas un 2%, mientras que antes oscilaba entre un 15% y 20% (Antezana, 2020). También, se debe tener en cuenta que el Covid-19, no solo afectó a nivel de salud en la población, sino que también paralizó a nivel global a las organizaciones siendo el sector de servicios el más afectado (Chebly et al., 2020).

Por otro lado, Diaz (2021) expresa que, en Colombia, las empresas de servicio implementaron dos herramientas de mejora continua las cuales son Implementación de la Función de Calidad – QFD y Flujo de Mapa de Valor – VSM, lo cual permitió identificar en los procesos de servicio, los desperdicios y la percepción que tienen los clientes. Asimismo, Tlapa et al. (2022) manifiestan que, en varios países del mundo, la metodología lean aplicada en tecnologías digitales, dio efectos positivos relacionados con el acceso al servicio y la utilización de los servicios, incluyendo la duración de la estadía, el tiempo de rotación, el tiempo de espera y el tiempo de respuesta. Por su parte, Lins et al. (2021) expresan que, en Brasil, las empresas donde se aplica una sinergia de los factores de éxito de la innovación y los factores de éxito de las herramientas de mejora continua lean en las empresas, proporciona una ventaja competitiva y el éxito de las organizaciones. Además, Zambrano et al. (2020) mencionan que, en Cuba, el Lean Service aplicada en el sector de servicio turístico, afectado por la contingencia mundial del Covid-19, hizo que las empresas implementaran métodos de mejora continua para su supervivencia el cual se dio de manera positiva en este sector.

Por otro lado, Carbajal et al. (2019) manifiestan que, en Arequipa, el sector de servicios hotelero ante la competitividad del mercado se vio obligado a implementar metodologías lean para optimizar sus procesos de servicio y aumentar la satisfacción del cliente, teniendo un impacto positivo y cumpliendo con las metas establecidas. También, Barbachan y Quintana (2019) expresan que, en Lima, las empresas que adoptaron la metodología lean, contengan herramientas que les

permita disminuir o eliminar los desperdicios, minimizar gastos y tomar decisiones para mejorar el servicio de los clientes. Asimismo, Chávez y Rodríguez (2020) concluyeron que, las empresas peruanas optan por varias metodologías de mejora continua, olvidando su estructura interna; en la cual, optimizaron sus procesos añadiendo valor, por consiguiente, el cliente gastaría más por el servicio.

Ante esto la problemática abordará la falta de un lean service enfocado al cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, dedicada al rubro de belleza, localizada en la ciudad de Piura, donde se observó que en la peluquería dentro de su sistema de proceso de servicio del cliente hay procedimientos que no agregan valor, el cual genera que el servicio que da a sus clientes se vea entorpecido por un procedimiento repetitivo e innecesario, sumado a la falta de integración de procesos que pueden facilitar y anticipar la gestión dentro de la organización. Ante esto, la implementación del lean service, da como resultado que la Peluquería Unisex Jarumy mejore su eficiencia y eficacia, ocasionando un aumento de satisfacción en sus clientes; además, de identificar y eliminar los cuellos de botellas que se encuentran dentro del proceso de servicio.

Ante esto, la Peluquería Unisex Jarumy, no alcance las metas propuestas en cuestión, puede ocasionar que la empresa utilice de forma ineficiente sus recursos, además de aumentar la insatisfacción de sus clientes. Por lo tanto, se identificará los cuellos de botellas que puede presentar la Peluquería Unisex Jarumy, a causa de la ausencia de metodologías lean service, la cual afecta la satisfacción del cliente. Para contrarrestar esta situación, se propone estrategias y métodos de mejora continua, donde se tiene en cuenta herramientas de mejora continua lean service más usadas en empresas de servicio, logrando mejorar el servicio teniendo en cuenta al cliente como producto.

Es por ello que la formulación de la problemática general fue ¿Cómo el lean service promueve la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022?; mientras que los problemas específicos son ¿Cómo se desarrolla la herramienta 5S en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022?; ¿Cuál es el análisis de la herramienta VSM del proceso de servicio en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022?; ¿Cuáles son las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022?; y para finalizar ¿Cuál es el rendimiento percibido del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022?

El estudio cuenta con una justificación práctica, debido a que la determinación del lean service para promover la satisfacción de los clientes, dará a conocer la problemática de la Peluquería Unisex Jarumy, para diseñar una serie de estrategias que conduzcan a garantizar un mejor proceso de atención al cliente. Ante esto, contribuirá como un aporte que sirva para aumentar la satisfacción del cliente.

Desde una perspectiva económica, porque parte de la economía del Perú se basa en el rubro de belleza teniendo en cuenta que en el 2020 este rubro cayó un 40% a causa de la pandemia, que tuvo una aportación de 300 millones de soles (Probela, 2021). Consiguiente a lo mencionado, el rubro de belleza representa el 2% del Producto Bruto Interno – PBI del Perú (INEI, 2020). Ante esto, La Peluquería Unisex Jarumy contribuye de manera significativa en la economía del Perú.

Para finalizar desde una perspectiva social, el cual permite mejorar el proceso de atención de los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy, que involucra a los agentes externos e internos como son los trabajadores, proveedores, entidades financieras, mobiliarias y hacia los mismo clientes; para eliminar desperfectos o deficiencias en los procesos que realiza la Peluquería Unisex Jarumy.

Para concluir se planteó como objetivo general, determinar el lean service para la promoción de la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022; mientras que los objetivos específicos son, evaluar la herramienta 5S en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022; analizar la herramienta VSM del proceso de servicio en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022; conocer las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022; y para finalizar identificar el rendimiento percibido del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Con respecto a las variables lean service y la satisfacción del cliente, se consideraron los aportes internacionales, nacionales y regionales para poder fundamentar dichas variables. Los antecedentes internacionales son; Ochoa (2022) en su tesis *Diseño de guía de implementación de metodologías ágiles para emprendedores del sector servicios, Medellín 2022*. Realizado en la Universidad de Medellín, Colombia. El objetivo primordial fue diseñar una propuesta de metodología de modelos de negocio que oriente a los emprendedores en empresas del sector de servicios de la ciudad de Medellín. Es descriptiva mixta, no experimental, de corte transeccional y tuvo una recolección de varias fuentes sobre el tema propuesto. Los resultados fueron que el uso de metodologías de mejora continua y GAP como por ejemplo Andon, Lean Thinking, Lean canvas, Lean startup y Autocalidad tuvieron un impacto positivo en las empresas; además, se concluyó que varias metodologías se complementan entre sí para lograr el resultado esperado dentro de las empresas de servicio.

Díaz (2021) en su tesis *Propuesta de mejora del servicio de hospedaje en el Hotel Maracos utilizando Lean Service*. Realizado en la Universidad Antonio Nariño, Colombia. El objetivo central fue elaborar una propuesta para mejorar el servicio de hospedaje en el Hotel Maracos basándose en la metodología Lean Service. Es descriptiva mixta, no experimental, de corte transeccional, empleando el instrumento cuestionario y con una muestra de 82 clientes. Los resultados fueron que la empresa tiene una variedad de falencias, como por ejemplo la falta de atención al cliente, escasez de medios de pago, no cuenta con protocolos básicos para la limpieza y el orden de la empresa; además, de desperfectos con los materiales dados a los clientes como son la apariencia del hotel, sábanas y toallas sucias. Ante esto se propuso planes de acción enfocados en eliminación y reducción de los desperdicios, que fueron, planes de acción de publicidad, incrementar la atención del cliente, renovación de inmuebles y enseres, formulación y desarrollo de protocolos al cliente.

Rodríguez (2019) en su trabajo de investigación *Lean Service como filosofía para la mejora de los procesos*. Realizado en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia. Su objetivo central fue evaluar el proceso de implementación

de Lean y los beneficios generados en los procesos de las organizaciones de servicios. Es descriptiva, no experimental, de corte transeccional y teniendo una recolección de varias fuentes sobre el tema propuesto. Se concluyó mediante el análisis de las teorías que el sector servicio mejora al utilizar las herramientas Lean Manufacturing teniendo como las más representativas 5S, VSM, Kanban, Justo a tiempo y ciclo PDCA, además, el sector se divide en Front office y Back office, dependiendo a eso se utiliza la metodología Lean Service que mejor se adapte. También, esta metodología se ha expandido en el sector de servicio ante la necesidad de que las empresas buscan ser más competitivas, sin embargo, aún falta conocimiento y adaptación de la cultura Lean al rubro de servicio.

Barba (2019) en su tesis *Propuesta de implementación de las herramientas lean para la reducción de desperdicios en el BBVA*. Realizado en la Universidad Católica de Colombia. Su objetivo central fue describir qué herramienta lean se debe aplicar para la reducción de desperdicios en la entidad financiera. Es descriptiva, enfoque cualitativo, no experimental, transeccional, la técnica que empleó fue la observación. Dio como resultado que el área no cuenta con estrategias ante inconvenientes que se presentan rutinariamente dentro de la organización. Se concluyó que la herramienta 5S, no representa costos monetarios altos, dado que, todos los implementos a utilizar para el desarrollo de esta metodología son proporcionados por la organización. Además, se necesita la colaboración de los trabajadores de las áreas, para la implementación de nuevas medidas de la herramienta 5S.

Angarita (2018) en su tesis *Implementación del Lean Service en el proceso de gestión de las vacaciones de los trabajadores de Avianca S.A. Colombia, Zona Oriente*. Realizado en la Universidad Pontificia Bolivariana. Su objetivo central fue implementar la metodología Lean Service en el proceso de gestión de vacaciones de los trabajadores de Avianca. Tiene una metodología aplicada, no experimental, enfoque práctico, análisis de datos y todos los trabajadores como muestra. En conclusión, las herramientas a utilizar en la empresa Avianca de Colombia fueron 5S, Kanban, VSM y la estandarización de trabajo, todos ellos ayudaron a mejorar el proceso de servicio. Además, se identificaron y eliminaron 14 procesos como, por ejemplo, escaneo de archivos, generación de cartas de aprobación, enviar formatos, entre otros; también, el tiempo de respuesta del proceso final del cliente

disminuyó un 99.6% en un marco de 1 hora incrementando su satisfacción y para el empleado logró bajar un 38.4% teniendo un marco de espera de 5 días donde enfatizó que tener un personal debidamente descansado afecta positivamente la perspectiva del cliente ante un buen trato.

A nivel nacional, Paytan (2022) en su tesis de investigación *Aplicación de herramientas de la metodología Lean Service para mejorar el proceso crediticio en el área de créditos de la Caja Arequipa, Agencia Villa El Salvador, 2022*. Realizado en la Universidad Alas Peruanas, filial Arequipa. El objetivo central fue la aplicación del Lean Service para mejorar el proceso de otorgamiento de crédito en la Caja Arequipa. Es descriptiva, no experimental, de corte transeccional, enfoque cualitativo, herramientas de observación y cuestionario y la muestra fueron todos los analistas de créditos. Los resultados la identificación de los problemas que son excesos de expediente, bajo nivel de desempeño y desorden laboral; se redujo el tiempo de entrega de créditos en un 30%; y, por consiguiente, los factores como los desperfectos en equipos, excesos de documentación y falta de cumplimiento de las normas, fueron los factores que entorpecen y no agregan valor al servicio de otorgación de créditos al cliente. Además, la productividad enfocada en el desempeño aumentó un 80% en el mes de marzo.

Borja (2021) en su tesis *Implementación de un plan de mejoras basadas en la metodología Lean Service para mejorar la gestión de atención al cliente en la empresa Aserfex S.A.* Realizado en la Universidad Privada del Norte. El objetivo central fue implementar un plan de mejora continua, basado en la metodología Lean Service para mejorar la gestión de atención al cliente en la empresa Aserfex S.A. Fue correlacional, no experimental, de corte transeccional, la herramienta fue el cuestionario y la observación, la muestra fueron los trabajadores de la organización. El resultado fue que tiene una correlación afirmativa y se empleó una serie de mejoras continuas como por ejemplo 5S y Mapa de flujo de valor – VMS; analizando una serie de procesos el cual se identificaron cuellos de botellas, como por ejemplo la visualización de acciones que no aportan valor al servicio final, lo cual solo generaba demoras e incomodidades en los clientes. Además, se ejecutó una serie de técnicas lean como QFD, Diagrama SIPOC y Kanban que complementaron las metodologías aplicadas.

Fuster (2020) en su trabajo de investigación *Impacto de las metodologías Lean Service, lean Six sigma y lean management en el sector consultoría y servicio*. Realizado en la Universidad Católica del Perú. El objetivo central fue evaluar cómo la aplicación de las metodologías Lean Service, Lean Six Sigma y Lean Management impacta en la mejora continua del sector de consultoría y servicio. La metodología fue no experimental, cualitativa, alcance descriptivo, transeccional y tuvo una recolección de varias fuentes sobre el tema propuesto. Lo que se concluyó es que, existen metodologías, herramientas y características que se aplican a todos los sectores, tuvo impactos positivos en la producción y atención al cliente, además, aumenta la calidad, eficiencia e indicadores de la gestión dentro de las organizaciones. También se dio como resultados en el sector de Essalud, educación o Pymes, la mejor metodología es el Six Sigma, el cual reduce los tiempos de espera, aumenta la calidad, disminuye los costes y elimina o minimiza el retraso en el flujo del proceso.

Rivera (2020) en su tesis *Implementación de Lean Service para mejorar la calidad de servicio en el área de ATC del Banco Interbank, Lima 2020*. Realizado en la Universidad César Vallejo, filial Lima. El objetivo central fue determinar de qué manera el Lean Service mejora la calidad de servicio en el área de ATC del Banco Interbank, Lima 2020. El estudio fue correlacional causal, experimental, de corte transeccional, la muestra fue todas las transacciones de atenciones del día en ejecución determinado por el autor y la técnica fue análisis documental. Los resultados fueron, un 58.8% aumentó la calidad de servicios gracias al Lean Service implementado dentro de la empresa, un 8.8% incrementó la capacidad de respuesta de la entidad financiera y la confiabilidad del área ATC del banco Interbank se elevó a un 47.7%; ante esto, la conclusión de esta investigación fue óptima, brindando así un mejor servicio lo cual aumentó la percepción y retención de clientes de la empresa financiera.

Tandaypan (2018) en su tesis *Lean Service y su influencia en la calidad del servicio en la empresa Vamecara Asesores Aduaneros, Callao, 2018*. Realizado en la Universidad César Vallejo, filial Lima. El objetivo central fue determinar la influencia de Lean Service sobre la calidad técnica en la empresa Vamecara Asesores Aduaneros, Callao. Es correlacional, aplicada, no experimental, con nivel explicativo, de corte transeccional y con una población de 32 clientes (7 internos y

25 externos) y el instrumento es el cuestionario. El coeficiente Rho de Spearman entre lean service y calidad de servicio fue de un 54.3%, ante esto, se recomienda implementar de manera constante las herramientas de mejora continua para incrementar la calidad del servicio al cliente, por consiguiente, los trabajadores den mejores soluciones a los clientes para aumentar la percepción del servicio; además, la influencia del Lean Service ante la calidad técnica fue moderada con un 65.7%, la influencia de la calidad funcional fue moderada con un 51.4% y sobre la imagen corporativa tuvo una influencia moderada del 49%.

A nivel regional, Cruz y Guerrero (2021) en su tesis *Mejora continua y productividad en el área de servicio al cliente de la Oficina Principal de Caja Piura, 2021*. Realizado en la Universidad César Vallejo, filial Piura, Perú. El objetivo central fue determinar la relación entre mejora continua y productividad en el área de servicio al cliente de la Oficina Principal de Caja Piura, 2021. La metodología fue no experimental, transeccional, enfoque correlacional-mixto, muestra censal de 14 colaboradores y se aplicó el cuestionario y la guía de entrevista. El resultado arrojó que la mejora .continua y productividad tienen una correlación muy alta con los colaboradores el cual es del 0.845, las dimensiones proceso, tecnología, calidad, utilidad, recurso humano, sistema productivo y medio ambiente fueron de vital importancia y tuvieron una aceptación positiva en los colaboradores reflejado en la encuesta realizada; además, se concluye que, se entiende que si la mejora continua se aplica de forma eficiente y constante este tendrá un impacto positivo en la productividad dentro de la empresa.

Seminario (2021) en su tesis *La metodología 5S para la mejora continua del área de admisión - COVID del Instituto Médico "Soy Diabético" E.I.R.L., Piura 2021*. Realizado en la Universidad César Vallejo. El objetivo central fue el desarrollo de un plan de implementación de la metodología 5S, que permita mejorar continuamente el proceso del área de admisión COVID del Instituto Médico "Soy Diabético". La investigación fue no experimental, transeccional, de tipo aplicada, una muestra de 20 trabajadores y se aplicó el cuestionario y la ficha de observación. El primer resultado en la etapa de clasificar se indicó que existen implementos para desarrollar de manera óptima las funciones pero no tienen un lugar adecuado, en la etapa de ordenar se necesita mejorar las áreas para que las cosas tengan un lugar fijo, en la etapa de limpiar, la limpieza de los ambientes se da de manera

eficiente por parte de los colaboradores, en las etapas de estandarizar y disciplina, el cual se tiene un conocimiento claro y existe una preocupación por cumplir las metas propuestas.

Murillo (2021) en su tesis *Método Kaizen para optimizar la calidad del servicio postventa en una cadena de bienes durables, ciudad de Piura 2020*. Realizado en la Universidad César Vallejo, filial Piura, Perú. El objetivo central fue diseñar el método Kaizen para optimizar la calidad del servicio postventa en una cadena de bienes durables, Piura. Fue aplicada, no experimental, mixta, deductiva, con una muestra de 57 clientes, los instrumentos aplicados fueron ficha documentaria, guía de entrevista y cuestionario. El resultado al analizar la cadena de bienes durables se concluyó que se debe aplicar estrategias en cuestión a los hábitos de los consumidores para mejorar la calidad de servicio; también, los factores Planear, Hacer, Verificar y Actuar – PHVA se deben fortalecer para que los resultados sean más eficientes; además, los aspectos claves son los elementos tangibles, seguridad, empatía y por último capacidad de respuesta; y para concluir, el *Kokyaku* tiene los elementos necesarios para que la calidad sea excelente para cualquier cadena de bienes durables.

Infante (2019) en su tesis *Las 5S como herramientas para orientar la gestión administrativa en la I.E. 15285-C María Auxiliadora, Sullana- Piura, 2019*. Realizado en la Universidad César Vallejo, filial Piura, Perú. El objetivo central fue determinar las 5S como herramientas para la gestión administrativa en la I.E. 15285-C María Auxiliadora, Sullana - Piura, 2019. Metodología fue no experimental, transversal, aplicada, enfoque mixto, la muestra fue el total de la población 123 trabajadores y las técnicas a utilizar fueron la entrevista y encuesta. El resultado fue que al analizar las dimensiones eliminar, ordenar, limpiar, estandarizar y disciplina se obtuvo resultados como gestionar el hábito en reutilización de elementos; además, se concluyó que, la optimización en la implementación de la herramienta 5S, la cual está orientada la gestión administrativa dará excelentes resultados; también, una de las falencias que se identificaron dentro del entorno organizacional son la falta de orden, escasez de limpieza y una deficiente estandarización interna; ante esto, la organización necesita mejoras.

Mogollón (2018) en su tesis *Propuesta de implementación de Lean Service para mejorar la calidad de servicio en la compañía de transporte PARIÑAS S.R.L.*,

Talara 2018 - Piura. Realizado en la Universidad César Vallejo. El objetivo central fue diseñar una propuesta de implementación de Lean Service para mejorar la calidad de servicio en la compañía de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2018. Metodología aplicada, descriptiva, cuantitativa, no experimental, transeccional, muestra de 171 clientes y se empleó el cuestionario. Al utilizar la herramienta Servqual fueron que la calidad de servicio es baja con una media de 2.99 siendo menor a la expectativa, no satisfacción del cliente el cual arroja una media baja de 6.13, existe una baja atención de quejas o reclamos con una media de 5.47, por otro lado, en el tema de seguridad arrojó una media de 6.67 cumpliendo con las expectativas de los clientes. En conclusión, se tiene que la calidad de la empresa de transportes en relación al Lean Service es bajo, lo cual se debe implementar el Lean Service con mayor eficiencia y eficacia.

Continuando con el marco teórico, la variable Lean Service; Pérez y Morato (2021) mencionan que, es una metodología que muestra una filosofía y cultura mediante sus siete pilares, además, el lean service se focaliza al rubro de servicios, a esto, menciona que es la evolución del Lean Manufacturing, sin tener un proceso productivo asociado, pero sí con relación a las actividades relacionadas con servicios tangibles.

Además, el primer pilar del lean service son las personas, el cual sitúa en el centro de todo, mediante las competencias, formación y capacitación; como segundo pilar se tiene a la cultura, es la estructura interna de la organización que son la misión, la visión, la forma de trabajo y los valores; el tercer pilar la gestión del propósito a la acción, donde se trabaja bajo el *modelo learning by doing* y la integración de las estrategias con el Gemba; el cuarto pilar se refiere al mindset, el cual es la creencia mental del poder hacer las cosas y creer que se puede mejorar; el quinto pilar es la estrategia, donde se formulan las estrategias a implementar; el sexto pilar la tecnología, se incorpora la digitalización y se ejecutan las estrategias tecnoleas para la eficiencia de procesos; y como último, el séptimo pilar el modelo, el cual está basado en un modelo hoshin kanri con apoyo de herramientas Lean para la optimización de procesos y por ende maximizar su valor (Pérez y Morato, 2021).

Arango y Rojas (2018) definen que, el lean service no tiene una serie de herramientas definitivas por lo que se aplica diversas herramientas que mejor se

adapte al sector de servicios en la cual se desea mejorar. Además, el sector de servicios representa el 50% del PBI en economías desarrolladas y afirman que el Value Stream Map – VSM y 5S son unas de las herramientas más usadas en el rubro de servicios. Por otro lado, los autores mencionan que para conocer la satisfacción del cliente y el nivel de calidad de servicio algunas organizaciones emplean el método Servqual.

Socconini (2019) menciona que, Lean Service como filosofía está direccionada en la identificación y disminución de procesos en el servicio al cliente que no agregan valor, mejorando la satisfacción del colaborador y clientes. Además de identificar todas las oportunidades de mejora para aumentar el valor del servicio que se le da al cliente. Asimismo, esta filosofía integra a todos los colaboradores de todas las áreas a colaborar entre sí, con el fin de cumplir los objetivos que tiene la empresa.

El lean service en empresas del sector servicios se centra en el cliente, este mismo es quien define la generación de valor al servicio el cual está recibiendo, después de esto, todo lo demás es considerado desperdicio (Rodríguez, 2019). También, Díaz (2021) detalló que, los objetivos del lean service son: eliminar todo desperdicio que no genere valor, aumentar el valor al cliente, integrar a los colaboradores, la gerencia se involucre como facilitadora y mejora continua. También menciona que la herramienta más usada en el Lean Service son 5S y VSM de amplia aplicación en el sector servicios hoteleros.

Socconini (2019) señala que, los beneficios de aplicar dicha metodología lean service en empresas o en procesos de servicios, permite brindar calidad de servicio al cliente. También, reduce costos, aumenta la satisfacción al cliente final y aumenta la productividad; pero como beneficio más usual es la disminución de costos y es el aumento de eficiencia y eficacia.

A continuación, se define la primera dimensión de la variable lean service, la herramienta 5S; Megías (2021) expresa que, la herramienta 5S es aplicable al sector de servicios, el cual se desarrolla en todas las áreas y los procesos que tienen vínculo con el cliente. También, determina y define los conceptos: eliminar aquello que no aporte valor al servicio, la limpieza, mantener el orden, establecer una estandarización óptima y resaltar el esfuerzo de una implementación de

herramientas para mantener resultados favorables; Además, el desarrollo e implementación aumenta la calidad de servicios al cliente.

González y Moreno (2018) manifiestan que, las deficientes organizaciones generan desperdicios, desorden y falta control; donde la herramienta 5S tiene como objetivo revertir estas incidencias ocasionadas por las deficientes organizaciones (Separar, Organizar, Limpiar, Estandarizar, Sostener). Aldavert et al. (2018) definen que, la herramienta 5S es la metodología donde el equipo tiene la oportunidad de ejecutar mejoras intangibles como calidad, seguridad y productividad. Y también tangibles en el colaborador como liderazgo, eficiente, proactivo y sinergia del equipo. Además, las 5S permite ver un mejor panorama de la organización, idónea para un cambio de cultura de excelencia y mejora continua, mejor control de recursos, ayuda a que las personas tengan iniciativas de mejoras, ayuda a obtener certificados como por ejemplo los estándares de calidad ISO, OSHAS, SQAS, entre otros; en conclusión, es la herramienta idónea aplicable en cualquier organización

A continuación, los indicadores de la primera dimensión 5S; Sócola et al. (2020) mencionan que, la herramienta 5S consta de cinco pasos los cuales cuentan con definición y aplicación propia que se complementan entre sí: Clasificación o *seiri*, es la separación de las cosas categorizados como necesarias e innecesarias; orden o *seiton*, es ordenar las cosas o elementos que se necesitan con el fin de tener un ambiente de trabajo mejor ordenado; limpieza o *seiso*, es minimizar, erradicar o eliminar todo aquello que genere suciedad y así tener un ambiente más pulcro; estandarización o *seiketsu*, es la correcta realización de las tres primeras S y la uniformización de actividades de tal manera que el personal realice las mismas pautas o procedimiento para llegar al mismo servicio de calidad, además evita todo tipo de riesgo o accidente dentro del turno laboral; y disciplina o *shitsuke*, es la realización de las cosas a voluntad propia creando hábitos en el personal para obtener una ventaja competitiva y mantiene las cuatro anteriores de manera permanente a pesar de cualquier adversidad.

A continuación, la segunda dimensión de la variable Lean Service la herramienta VSM, López (2020) expresa que, el VSM es una metodología de lápiz y papel, usado en sistemas esbeltos de cualquier organización, dado que, se tiene una mejor visión para entender el flujo del producto o servicio mientras recorre la cadena de valor mediante un análisis de la información proporcionada.

García y Amador (2019) definen que, el VSM es una técnica que se desarrolla ante un modelo o proceso ya preestablecido por la organización para mejorarlo con el fin de que las empresas sean más productivas aumentando la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. También, Murcia y Idrobo (2019) manifiestan que, el VSM es una herramienta esencial que informa mediante una descripción simbólica el estado actual de un proceso, con la información que el cliente desea; además de identificar qué procedimientos requieren una mejor optimización dando valor agregado al servicio que se brinda al cliente.

A continuación, los indicadores de la segunda dimensión VSM; Díaz (2021) clasifica el VSM en dos partes; la primera fase es el mapa de flujo de valor actual, que es la actual situación de la organización, donde se analiza cada proceso e identifica cada desperdicio; y la segunda parte es la realización de un VSM ideal, donde se ejecuta planes y estrategias para eliminar dichos desperdicios. Además, esta técnica de diagnóstico se caracteriza en: la simbología, debe ser clara y precisa la cual representa los servicios que se ofrece; e identificación, es encontrar todas las fuentes de desperdicio del producto o servicio (Murcia y Idrobo, 2019).

Con respecto a la segunda variable satisfacción del cliente se tiene los siguientes conceptos, Gil (2020) expresa que, es la reacción o consecuencia de las expectativas que se da de una necesidad o carencia del cliente, la cual nosotros debemos satisfacer; por lo tanto, si el cliente queda satisfecho, cumpliendo sus expectativas del producto o servicio percibido, habremos cumplido nuestro objetivo. Además de que se debe tener cuidado con los servicios y los productos que el cliente recibe, dado que, si este queda insatisfecho o tiene una mala experiencia, el cliente tendrá una impresión negativa de nosotros. Asimismo, en base al avance tecnológico y nuevas tendencias, Kotler et al. (2019) definen que, para llegar a la satisfacción del cliente se tiene la ayuda del Big Data, donde cada organización consigue adaptarse a las necesidades emocionales que tiene el cliente, porque se anticipará o predecirá lo que el cliente necesita antes que lo pida.

Monroy (2019) manifiesta que, el mercado es cada vez más competitivo, por lo que los consumidores son a su vez más exigentes, ya no solo buscan calidad sino también buscan satisfacer sus necesidades al adquirir un servicio o producto, esto es un factor clave para que cliente vuelva a necesitar nuevos productos o servicios, adicionalmente de recomendarlo. Por su parte, Romero et al. (2018)

expresan que, actualmente las organizaciones tienen como objetivo primordial la satisfacción de sus clientes, lo cual se esfuerzan para ser eficientes en un entorno competitivo que es medido por el cliente. A esto, toda organización define su reputación frente a sus competidores. Además, Murillo (2018) define que, la satisfacción total del consumidor en toda organización está fundamentada en dos aspectos; la calidad del servicio y productos que adquieren los consumidores y la calidad de atención que el cliente percibe de la empresa.

Por otro lado, la satisfacción del cliente se puede incrementar y optimizar mediante varias herramientas Lean enfocadas en desarrollar un servicio de excelencia, donde las herramientas que más resaltan son la herramienta de autocalidad que se emplea al conocer características de buen trato al cliente, que se definen mediante una documentación previa al trato realizado anteriormente y la herramienta donde el personal de la organización tiene la capacidad de intervenir ante la observación de una deficiencia en el proceso, esto se define como andon (IMPConsultores, 2021).

A continuación, se tiene la definición de la primera dimensión de la segunda variable satisfacción del cliente, las expectativas; Gil (2020) refiere que, las expectativas del cliente se expresan a la experiencia de compra que el cliente espera conseguir con el servicio o producto adquirido. Por lo tanto, cada cliente es único e irrepetible donde influye nuestra imagen o calidad ofrecida; además, caracteriza diez indicadores claves para identificar las expectativas del cliente.

Los indicadores de la primera dimensión las expectativas son: La flexibilidad, es la creación, la confianza y la calidad constante que tiene la organización; la capacidad de respuesta, es cuando los colaboradores tienen la confianza de responder de manera oportuna a los clientes; el profesionalismo, son los conocimientos y las habilidades del personal de la empresa; la accesibilidad, donde la organización se contacta de manera fácil con su público objetivo mediante sus canales de publicidad; la cortesía, donde los colaboradores tienen un trato cordial y tienen la disposición mediante una escucha activa hacia los clientes de la empresa; la comunicación, se caracteriza cuando la empresa representa una comunicación fluida o activa de forma bidireccional (Gil, 2020).

Además, la credibilidad, cuando los colaboradores expresan valores y se ganan la confianza de sus clientes en sus acciones, ante esto se ganan su respeto;

la seguridad, cuando se ejecuta de forma profesional el servicio, además de la forma como se dan solución a las quejas o reclamos que se presentan; el conocimiento y comprensión, cuando se identifican las los deseos y necesidades de los consumidores para poder efectuar un mejor servicio; y para finalizar los elementos tangibles, donde se tienen en cuenta las evidencias que demuestran un óptimo servicio al cliente (Gil, 2020).

Además, se tiene como segunda dimensión de la segunda variable satisfacción del cliente el rendimiento percibido; Según Gil (2020) la define como el concepto que el cliente percibe de nosotros como organización, por lo tanto, el cliente tiene una interpretación subjetiva de nosotros mismos siendo una interpretación sensorial o personal, también interviene la capacidad de imaginación humana.

Los indicadores de la segunda dimensión el rendimiento percibido se caracteriza por; percepción consciente, el cual se centraliza en canales sensoriales que generalmente son dos; y percepción inconsciente, son aquellos mensajes sensoriales percibidos por los sentidos que llegan directamente al plano consciente del cliente. También, surgen dos características fundamentales donde se involucran los recuerdos y las creencias del cliente, estas son: Neurológicas; se tiene una percepción a través de los sentidos, donde la visión del mundo es creada por nuestro cerebro; y socio genética, donde la percepción es percibida por factores socioculturales, donde la visión del mundo está condicionada por la cultura, sociedad y estructura lingüística (Gil, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Es de tipo aplicada, porque se analizó de manera detallada el lean service para la promoción de la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy. Además, la investigación es descriptiva, dado que, dichas investigaciones se enfocaron a la descripción de la realidad de los hechos y los sucesos que pretenden analizar, porqué se tomó en cuenta las variables y la factibilidad de la recolección de datos (Álvarez, 2020).

También, el enfoque fue mixto, porque la medición de los datos fue medible y cuantificable, además de recolectar datos cualitativos para un mejor análisis de dicha investigación, además, se obtuvo datos numéricos o susceptibles a expresarse en forma numérica, el cual es útil para todo tipo de empresas donde el costo de aplicación es menor (Hernández y Mendoza, 2018).

Tiene un diseño no experimental y es transeccional, porque, las situaciones se describen tal y como se desarrollan, sin modificar las variables en cuestión; asimismo, se desarrolla en un periodo de tiempo, el cual se define como una investigación que debe ser definida con precisión, definiendo el tiempo de estudio, identificando el espacio temporal y teniendo una muestra representativa para analizarlos con éxito (Rodríguez y Mendivelso, 2018).

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Lean Service

Pérez y Morato (2021) mencionan que, es una metodología que muestra una filosofía y cultura mediante sus siete pilares, además, el lean service se focaliza al rubro de servicios, a esto, menciona que es la evolución del Lean Manufacturing, sin tener un proceso productivo asociado, pero sí con relación a las actividades relacionadas con servicios tangibles.

Variable 2: Satisfacción del cliente

Gil (2020) expresa que, es la reacción o consecuencia de las expectativas que se da de una necesidad o carencia del cliente, la cual nosotros debemos satisfacer; por lo tanto, si el cliente queda satisfecho, cumpliendo sus expectativas del producto o servicio percibido, habremos cumplido nuestro objetivo.

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

3.3.1. Población

Se constituyó por criterios de selección de forma clara y precisa por sus características definidas; además se prioriza antes de ser constituida el lugar y tiempo establecido por el autor (Mucha et al., 2021). Ante esto, la población de esta investigación, fueron todos aquellos clientes de la Peluquería Unisex Jarumy que fueron atendidos dentro de la organización teniendo un promedio de 414 clientes mensuales según el sistema de facturación de servicios llamado sistema Viutify.

Tabla 1

Cantidad de clientes de la Peluquería Unisex Jarumy

CANTIDAD	CLIENTES
Mayo	487
Junio	401
Julio	457
Agosto	349
Septiembre	397
Octubre	393
PROMEDIO	414

Nota. Base de datos sistema Viutify de clientes en la Peluquería Unisex Jarumy

3.3.2. Muestra

Es un subgrupo del total de la población general que contiene sus mismas características, en ocasiones no se puede analizar la población, por ese motivo se define la muestra, a esto, se espera la muestra determinada sea el reflejo representativo del conjunto total de la población (Condori, 2020). Por consiguiente, la muestra a encuestar en esta investigación fueron todos aquellos clientes que asistieron a la Peluquería Unisex Jarumy dentro de un periodo establecido por el autor, lo cual se consideró a todas las personas que asistieron en los días de mayor afluencia que fueron los días viernes y sábado con un total de 135 clientes según el resultado de la fórmula aplicada de población finita.

3.3.3. Muestreo

Es no probabilístico con caracterización por conveniencia o intencional, porque la investigación busca conseguir muestras representativas, ante la conformación de grupos de apariencia típica (Hernández y Carpio, 2019). Ante esto, se procedió a la recolección de datos cuantitativos de todos aquellos clientes que asistieron a la Peluquería Unisex Jarumy en el período establecido por el autor arrojando un total de 135 clientes.

3.3.4. Unidad de análisis

- Criterios de inclusión

Todos los clientes que concurren de manera frecuente a la Peluquería Unisex Jarumy de ambos sexos que cuenten con una edad de 18 a 60 años.

- Criterios de exclusión

Se descartó a los clientes que asistan a la Peluquería Unisex Jarumy de forma fortuita y aquellos clientes menores de edad con el fin de tener una opinión objetiva.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

- Encuesta

Useche et al. (2019) mencionan que, la encuesta es una recaudación de información, la cual puede efectuarse de manera oral o escrita conformada de una muestra amplia de sujetos identificados por el autor que tiene relación con las variables que se pretenden investigar. Ante esto, la encuesta fue direccionada a los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy, con la finalidad de dar respuesta a nuestras variables Lean Service y Satisfacción del cliente.

- Entrevista

Useche et al. (2019) definen que es una actividad que se da con un mínimo de dos personas denominados entrevistador y entrevistado, el cual se extrae de manera oral la información de acuerdo al objetivo de estudio propuesto. Ante esto, la entrevista estuvo dirigida a la gerenta Julissa Zeta

Peña, con la finalidad de puntualizar que acciones se implementará para aumentar la satisfacción del cliente dentro de la organización.

- **Observación**

González et al. (2021) expresan que, es una técnica que se desarrolla al observar de forma atenta una actividad, donde se toma la información para analizarla, además el investigador se apoya con esta técnica para obtener más datos para luego brindar opciones de mejora. Ante esto, dicha técnica fue dirigida al colaborador que realiza el proceso de atención al cliente, con el propósito de identificar de qué manera se realiza dicho proceso.

3.4.2. Instrumentos

- **Cuestionario**

Useche et al. (2019) mencionan que es un instrumento de recolección de datos, el cual consiste en una lista de enunciados de forma estandarizada referente al objetivo de estudio. Ante esto, el cuestionario se desarrolló y aplicó con una escala de Likert para una óptima cuantificación y mejor análisis de las respuestas, al momento de evaluar las variables Lean Service y Satisfacción al Cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, que fue conformado por 28 ítems dirigida a los clientes de la organización.

- **Guía de entrevista**

Useche et al. (2019) definen que, la guía de entrevista está diseñada de forma precisa para recaudar información dentro de un tiempo establecido por el autor, además se centra en temas concretos de acuerdo a los objetivos de la investigación. Ante esto, se desarrolló y aplicó una guía de entrevista a la gerenta para evaluar las variables Lean Service y Satisfacción del Cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, el cual fue mediante un conversatorio que dio respuesta a 28 interrogantes para identificar la problemática en cuestión y brindar posibles soluciones a las mismas.

- **Ficha de observación**

González (2020) expresa que, el instrumento está dirigido a cuantificar una población ya establecida con criterios e indicadores establecidos. Ante esto, para la presente investigación se desarrolló y aplicó dos fichas de

observación teniendo en cuenta las dimensiones 5S y VSM con el fin de tener un mejor análisis de dichas variables.

Ante esto, se tuvo en cuenta a expertos y/o especialistas de los temas en desarrollo de esta investigación con las variables lean service y satisfacción del cliente, quienes analizaron las premisas e interrogantes con el fin de que sean claras, objetivas, relevantes y coherentes con los indicadores dados por las dimensiones de cada variable a evaluar. Además, se aplicó la confiabilidad de Cronbach, el cual debe estar comprendido entre 0.81 a 1.00, para que la corroboración del instrumento sea de alto nivel de confianza.

3.5. Procedimientos

En la ejecución de los instrumentos desarrollados de esta investigación, se aplicó el cuestionario a todos aquellos clientes de la Peluquería Unisex Jarumy que asistieron los días viernes y sábado en un periodo de horas determinadas por el autor para la recopilación de sus respuestas y luego se realizó de forma eficiente, previa coordinación y autorización con la gerenta de la Peluquería Unisex Jarumy con el fin de evitar los inconvenientes correspondientes. Posteriormente, se aplicó la guía de entrevista previa cita coordinada con la gerenta Julissa Zeta Peña que se dio lugar dentro de las instalaciones de la Peluquería Unisex Jarumy, el cual fue una sesión de un promedio de 45 minutos, que trató las variables en cuestión lean service y satisfacción del cliente de la Peluquería Unisex Jarumy, luego se procedió al análisis de datos cualitativos que se adquirieron en ese momento. Y para finalizar se aplicó las fichas de observación desarrolladas teniendo la autorización de la dueña y gerenta de la empresa para su aplicación correspondiente.

3.6. Método de análisis de datos

Se recopiló los datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy y para su procesamiento de dichos datos el programa Microsoft Excel, luego se desarrolló las tablas y gráficas correspondientes para su interpretación. También, con la información obtenida del segundo instrumento la guía de entrevista aplicado a la gerenta de la Peluquería Unisex Jarumy se amplió el análisis desde una perspectiva descriptiva de las variables lean service y satisfacción del cliente mediante resúmenes, cruce de datos y cuadros sinópticos.

Además, con la información recolectada de las fichas de observación se reforzó el análisis de las dimensiones 5S y VSM dentro de la Peluquería Unisex Jarumy.

3.7. Aspectos éticos

Se gestionó una carta de autorización para publicar la identidad de la empresa firmada por la gerenta de la empresa Julissa Zeta Peña, la cual fue direccionada a la escuela de Administración para fines propios. Por otro lado, se garantizó que los datos recopilados y resultados reflejan fielmente la realidad y veracidad de esta investigación; además, para el resguardo de las definiciones empleadas en esta investigación se implementó las citas y referencias bibliográficas correspondientes teniendo un formato APA 7ma Edición, también de respetar el código de ética desarrollado por la UCV RCU N° 0470-2022/UCV.

IV. RESULTADOS

4.1. Informe de aplicación del cuestionario

La ejecución del cuestionario que fue dirigido a los 135 clientes de la Peluquería Unisex Jarumy, con el propósito principal de conocer las valoraciones de las variables lean service y satisfacción del cliente, por lo que los datos obtenidos han sido procesados y representados estadísticamente mediante las tablas de frecuencia con el fin de responder a nuestros objetivos presentados en esta investigación.

4.1.1. Objetivo específico 1: Evaluar la herramienta 5S en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022.

Tabla 2

Resultados de la herramienta 5S en la Peluquería Unisex Jarumy.

5S	Alternativas promedio										Total	
	(5) Totalmente de acuerdo		(4) De acuerdo		(3) Indeciso		(2) En desacuerdo		(1) Totalmente en desacuerdo			
	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%
- Se utilizaron las herramientas necesarias para una mejor atención en la Peluquería Unisex Jarumy.	51	38%	42	31%	22	16%	16	12%	4	3%	135	100%
- Las herramientas de trabajo estaban ordenadas y listas para usarse.	41	30%	45	33%	12	9%	25	19%	12	9%	135	100%
- Las herramientas utilizadas para su atención se encontraban limpias y en perfecto estado.	35	26%	61	45%	28	21%	11	8%	0	0%	135	100%
- El área donde se realizó su servicio estaba limpia y en buen estado.	38	28%	48	36%	13	10%	31	23%	5	4%	135	100%
- Usted recibe la misma calidad de servicios en las distintas ocasiones que concurre a la peluquería.	51	38%	65	48%	19	14%	0	0%	0	0%	135	100%
- Usted considera que los colaboradores de la peluquería cumplen con el mismo procedimiento de atención al cliente en todos los casos.	13	10%	116	86%	4	3%	2	1%	0	0%	135	100%
- Los colaboradores demuestran disciplina para mantener el orden y la limpieza en las instalaciones de la peluquería.	44	33%	56	41%	14	10%	20	15%	1	1%	135	100%
- Las actitudes del personal son favorables para asegurar la mejor organización y mantenimiento de las instalaciones.	43	32%	60	44%	12	9%	18	13%	2	1%	135	100%

Nota. Respuestas obtenidas de la aplicación del cuestionario.

Se observó en la tabla 2 que las valoraciones de los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy respecto a la evaluación de los cinco pasos de la herramienta 5S, reflejaron que un 38% estuvieron totalmente de acuerdo que se utilizaron las herramientas necesarias para una mejor atención; un 33% estuvieron de acuerdo que las herramientas de trabajo estaban ordenadas y listas para usarse; un 45% estuvieron de acuerdo que las herramientas utilizadas para su atención se encontraban limpias y en perfecto estado; un 36% estuvieron de acuerdo que el área donde se realizó su servicio estaba limpia y en buen estado.

Además, un 48% estuvieron de acuerdo que recibieron la misma calidad de servicios en las distintas ocasiones que concurrieron a la peluquería; un 86% estuvieron de acuerdo que los colaboradores de la peluquería cumplen con el mismo procedimiento de atención al cliente; un 41% estuvieron de acuerdo que los colaboradores demuestran disciplina para mantener el orden y la limpieza en las instalaciones de la peluquería; y un 44% estuvieron de acuerdo que las actitudes del personal son favorables para asegurar la mejor organización y mantenimiento de las instalaciones.

De acuerdo a los datos analizados, se evidenció que el personal de la peluquería emplea las herramientas necesarias de manera eficiente con el propósito de brindar un buen desempeño de sus funciones, esto se debe a la experiencia que el personal tiene al momento de realizar sus actividades, lo que originó que los clientes se sientan satisfechos por el servicio adquirido dentro de los ambientes de la peluquería. En conclusión, el personal en la mayoría de los casos aplicó de manera correcta las 5S y con el fin de mejorar estos resultados se propone establecer formatos de evaluación para analizar las actividades que realiza el personal de la empresa al momento de realizar sus funciones.

4.1.2. Objetivo específico 2: Analizar la herramienta mapa de flujo de valor - VSM del proceso de servicio en la Peluquería *Unisex Jarumy*, Piura 2022.

Tabla 3

Resultados de la herramienta mapa de flujo de valor - VSM en la Peluquería Unisex Jarumy.

Mapa de flujo de valor VSM	Alternativas promedio										(Σ) Total	
	(5)		(4)		(3)		(2)		(1)			
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo			
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%
- Usted considera que el conjunto de actividades desarrolladas por el personal para su atención es satisfactorio.	58	43%	68	50%	9	7%	0	0%	0	0%	135	100%
- Usted cree que el proceso de atención podría mejorar aún más.	71	53%	49	36%	12	9%	3	2%	0	0%	135	100%
- Los ambientes de la peluquería están perfectamente señalizados.	20	15%	42	31%	19	14%	47	35%	7	5%	135	100%
- El personal identifica correctamente las herramientas a usar en el servicio.	47	35%	70	52%	11	8%	7	5%	0	0%	135	100%

Nota: Respuestas obtenidas de la aplicación del cuestionario.

Se observó en la tabla 3 que las valoraciones de los clientes en la Peluquería *Unisex Jarumy* respecto al análisis de la herramienta mapa de flujo de valor – VSM, reflejaron que un 50% estuvieron de acuerdo que el conjunto de actividades desarrolladas por el personal para su atención fue satisfactorio; un 53% estuvieron totalmente de acuerdo que el proceso de atención podría mejorar aún más; sin embargo un 35% estuvieron en desacuerdo que los ambientes de la peluquería están perfectamente señalados; y para finalizar un 52% estuvieron de acuerdo que el personal identifica correctamente las herramientas a usar en el servicio.

De acuerdo a los datos analizados, se evidenció que la peluquería no cuenta con un protocolo de atención formal, dado que no existe el personal idóneo para desarrollarlo, esto ocasiona que la atención que recibe el cliente no sea óptima y no se pueda evaluar, con el propósito de ver las fallas que el personal comete al momento de atender al cliente es fundamental desarrollar un protocolo de atención con el propósito de identificar las fallas. Por otro lado, existe un déficit de señalización en los ambientes de la peluquería, esto puede ocasionar inseguridad

por parte de los clientes por lo que se propone implementar estrategias de señalización para que los ambientes de la peluquería sean seguros.

4.1.3. Objetivo específico 3: Conocer las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022.

Tabla 4

Resultados de las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

Expectativas	Alternativas promedio										(Σ)	
	(5)		(4)		(3)		(2)		(1)			
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%
- El personal se adapta a sus gustos y preferencias.	60	44%	55	41%	16	12%	4	3%	0	0%	135	100%
- La atención que recibió del personal fue rápida y oportuna.	60	44%	37	27%	6	4%	32	24%	0	0%	135	100%
- Usted considera que el personal está altamente capacitado.	56	41%	64	47%	11	8%	4	3%	0	0%	135	100%
- La Peluquería Unisex Jarumy fue fácil de encontrar.	46	34%	72	53%	11	8%	6	4%	0	0%	135	100%
- Los precios de la Peluquería Unisex Jarumy es acorde al servicio que brinda.	59	44%	63	47%	13	10%	0	0%	0	0%	135	100%
- El personal que lo atendió fue cortés y amable.	44	33%	55	41%	16	12%	20	15%	0	0%	135	100%
- Sus requerimientos fueron escuchados/os y atendidos/os.	17	13%	108	80%	7	5%	3	2%	0	0%	135	100%
- Usted considera que el trabajo del personal de la Peluquería tiene credibilidad.	51	38%	73	54%	11	8%	0	0%	0	0%	135	100%
- Se siente seguro del servicio que el personal de la peluquería le brindó.	54	40%	69	51%	12	9%	0	0%	0	0%	135	100%
- El personal fue comprensivo con usted ante sus requerimientos.	58	43%	70	52%	7	5%	0	0%	0	0%	135	100%
- La Peluquería Unisex Jarumy cuenta con un ambiente agradable.	58	43%	73	54%	4	3%	0	0%	0	0%	135	100%
- La peluquería cuenta con las herramientas para un buen servicio.	53	39%	69	51%	12	9%	1	1%	0	0%	135	100%

Nota. Respuestas obtenidas de la aplicación del cuestionario.

Se observó en la tabla 4 que las valoraciones de los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy respecto a conocer las expectativas del cliente, reflejaron que un

44% estuvieron totalmente de acuerdo que el personal se adapta a sus gustos y preferencias; un 44% estuvieron totalmente de acuerdo que la atención que recibió del personal fue rápida y oportuna; un 47% estuvieron de acuerdo que el personal está altamente capacitado; un 53% estuvieron de acuerdo que la peluquería fue fácil de encontrar; un 47% estuvieron de acuerdo que los precios de la peluquería están de acorde al servicio que brinda; y un 41% estuvieron de acuerdo que el personal es cortés y amable.

Además, un 80% estuvieron de acuerdo que sus requerimientos fueron escuchados/os y atendidos/os; un 54% estuvieron de acuerdo que el trabajo del personal de la peluquería tiene credibilidad; un 51% estuvieron de acuerdo que se sienten seguros del servicio que el personal de la peluquería le brindó; un 52% estuvieron de acuerdo que el personal fue comprensivo ante sus requerimientos; un 54% estuvieron de acuerdo que la Peluquería Unisex Jarumy cuenta con un ambiente agradable; y para finalizar un 51% estuvieron de acuerdo que la peluquería cuenta con las herramientas para un buen servicio.

De acuerdo a los datos analizados, se evidenció que la atención que reciben los clientes de la peluquería fue satisfactoria, esto da a entender que el personal toma en cuenta los requerimientos, los gustos y preferencias del cliente, además, que tienen una capacidad profesional y una buena actitud hacia los clientes, esto generó una valoración positiva; con el propósito de optimizar los resultados se propone aplicar capacitaciones sobre habilidades blandas para que el personal mejore su trato personal con los clientes.

4.1.4. Objetivo específico 4: Identificar el rendimiento percibido del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022.

Tabla 5

Resultados del rendimiento percibido del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

Rendimiento percibido	Alternativas promedio										(Σ) Total	
	(5)		(4)		(3)		(2)		(1)			
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		f	%
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%		
- Su cambio de look le generó satisfacción.	61	45%	45	33%	20	15%	9	7%	0	0%	135	100%
- Le gustó el look ejecutado por el personal de la peluquería.	62	46%	62	46%	11	8%	0	0%	0	0%	135	100%
- El servicio que se realizó en la peluquería fue lo esperado por usted.	80	59%	53	39%	2	1%	0	0%	0	0%	135	100%
- El servicio que se realizó en la peluquería se adecua a su apariencia.	59	44%	60	44%	15	11%	1	1%	0	0%	135	100%

Nota. Respuestas obtenidas de la aplicación del cuestionario.

Se observó en la tabla 5 que las valoraciones de los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy respecto a la identificación del rendimiento percibido del cliente, reflejaron que un 45% estuvieron totalmente de acuerdo que su cambio de look le generó satisfacción; un 46% estuvieron totalmente de acuerdo que le gustó el look ejecutado por el personal de la peluquería; un 59% estuvieron totalmente de acuerdo que el servicio que se realizó en la peluquería fue lo esperado; y para finalizar un 44% estuvieron totalmente de acuerdo que el servicio que se realizó en la peluquería se adecua a su apariencia.

De acuerdo a los datos analizados, se evidenció que el cliente tuvo una percepción idónea ante el servicio adquirido por lo que generó satisfacción y una buena impresión al cliente, por el buen trabajo que recibieron de los colaboradores dentro de las instalaciones de la peluquería, esto se debe a que la peluquería cuenta con un personal capacitado y experimentado, por otro lado, para mejorar la percepción del servicio adquirido por el cliente se pretende implementar un feedback enfocado a identificar qué emociones generó el servicio adquirido en la peluquería y cómo mejorar dicho servicio.

4.1.5. Objetivo general: Determinar el lean service para la promoción de la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022.

Tabla 6

Distribución de frecuencia del lean service en la Peluquería Unisex Jarumy.

Lean Service	Alternativas promedio											
	(5)		(4)		(3)		(2)		(1)		(Σ)	
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	F	%
– Se utilizaron las herramientas necesarias para una mejor atención en la Peluquería Unisex Jarumy.	51	38%	42	31%	22	16%	16	12%	4	3%	135	100%
– Las herramientas utilizadas para su atención se encontraban limpias y en perfecto estado.	35	26%	61	45%	28	21%	11	8%	0	0%	135	100%
– Usted recibe la misma calidad de servicios en las distintas ocasiones que concurre a la peluquería.	51	38%	65	48%	19	14%	0	0%	0	0%	135	100%
– Los colaboradores demuestran disciplina para mantener el orden y la limpieza en las instalaciones de la peluquería.	44	33%	56	41%	14	10%	20	15%	1	1%	135	100%
– Usted cree que el proceso de atención podría mejorar aún más.	71	53%	49	36%	12	9%	3	2%	0	0%	135	100%
– Los ambientes de la peluquería están perfectamente señalizados.	20	15%	42	31%	19	14%	47	35%	7	5%	135	100%

Nota. Respuestas obtenidas de la aplicación del cuestionario.

Se observó en la tabla 6 que mediante las valoraciones de los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy de un total de 135 encuestados respecto a la variable lean service, un 16% estuvieron indecisos que no se utilizaron las herramientas necesarias para una mejor atención; un 19% estuvieron en desacuerdo en que las herramientas estaban ordenadas y listas para usarse; un 21% estuvieron indecisos que las herramientas estaban limpias y en perfecto estado; un 23% estuvieron en desacuerdo que el ambiente donde se realizó el servicio estaba limpio; un 15% estuvieron en desacuerdo que los colaboradores demuestran disciplina para aumentar el orden y la limpieza en las instalaciones de la peluquería; un 13%

estuvieron en desacuerdo que las actitudes del personal son favorables para asegurar la organización en las instalaciones de la peluquería y para finalizar se tuvo que un 35% estuvieron en desacuerdo que las instalaciones o ambientes de la peluquería estuvieron perfectamente señalizados.

De acuerdo a los datos analizados, se evidenció que existe una falta de herramientas de mejora continua Lean service lo que ocasiona que en algunos casos el personal de la peluquería no realice sus funciones de organizar, ordenar y limpiar los ambientes de la peluquería y las herramientas de manera frecuente, además de ocasionar en algunos casos insatisfacción con el cliente, ante esto, para mitigar esta falencia se propone estrategias de mejora continua y protocolos definidos para una supervisión eficiente donde se pueda apreciar de manera detallada las fallas que tiene el personal al momento de realizar sus funciones con el propósito de poder corregirlas. Además, la peluquería no cuenta con señalizaciones de seguridad correspondientes, esto genera que se incurra a una falta grave en la seguridad del establecimiento, a esto se puede realizar un plan de señalización donde no solo se considera implementar las señalizaciones correspondientes sino también considerar la formación e información sobre señalización a todos los colaboradores de la peluquería.

Tabla 7

Distribución de frecuencia de la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

Satisfacción del Cliente	Alternativas promedio										(Σ) Total	
	(5) Totalmente de acuerdo		(4) De acuerdo		(3) Indeciso		(2) En desacuerdo		(1) Totalmente en desacuerdo			
	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	F	%
	- El personal se adapta a sus gustos y preferencias.	60	44%	55	41%	16	12%	4	3%	0	0%	135
- La atención que recibió del personal fue rápida y oportuna.	60	44%	37	27%	6	4%	32	24%	0	0%	135	100%
- La Peluquería Unisex Jarumy fue fácil de encontrar.	46	34%	72	53%	11	8%	6	4%	0	0%	135	100%
- Sus requerimientos fueron escuchados/os y atendidas/os.	17	13%	108	80%	7	5%	3	2%	0	0%	135	100%
- La peluquería cuenta con las herramientas para un buen servicio.	53	39%	69	51%	12	9%	1	1%	0	0%	135	100%
- Su cambio de look le generó satisfacción.	61	45%	45	33%	20	15%	9	7%	0	0%	135	100%
- Le gustó el look ejecutado por el personal de la peluquería.	62	46%	62	46%	11	8%	0	0%	0	0%	135	100%

Nota. Respuestas obtenidas de la aplicación del cuestionario.

Se observó en la tabla 7 que mediante las valoraciones de los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy de un total de 135 encuestados respecto a la variable satisfacción del cliente, un 24% estuvieron en desacuerdo que la atención que recibieron en la Peluquería Unisex Jarumy fue rápida y oportuna; un 10% estuvieron indecisos que los precios que tiene la peluquería van acorde al servicio que brinda; un 15% estuvieron en desacuerdo que el personal de la peluquería fue cortés y amable; un 9% estuvieron indecisos de que el servicio que el personal brinda es seguro; un 15% estuvieron indecisos que el cambio de look que se realizó en la peluquería le generó satisfacción y para finalizar se tuvo que un 11% estuvieron indecisos que el servicio que se realizó en la peluquería se adecua a su apariencia.

De acuerdo a los datos analizados, se evidenció que la falta de herramientas de lean enfocado a la satisfacción del cliente, esto fomenta que en ocasiones

algunos clientes de la peluquería se sientan insatisfechos con el servicio que se les brinda, para contrarrestar esta inconformidad que presentan los clientes se puede implementar una herramienta de mejora continua, el método SERVQUAL para saber cuál es la satisfacción de los cliente y el nivel de servicio que brinda la peluquería, para luego definir y aplicar las estrategias con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente.

Además, se puede aplicar estrategias para contrarrestar los ítems donde algunos clientes dieron una valorización negativa, como por ejemplo estrategias para que la estadía del cliente dentro de la peluquería sea más agradable brindando un aperitivo o entretenimiento visual; por otro lado, dado que en ocasiones el cliente no está conforme con el precio del servicio brindado se puede proporcionar un valor agregado a cada servicio que el cliente se realiza; también aplicar herramientas de autocalidad o “Andon” enfocado en el servicio de excelencia que se basan en brindar capacitaciones al cliente sobre la atención del cliente para mejorar sus habilidades blandas.

4.2. Informe de aplicación de la guía de entrevista

En esta sección, que contiene el análisis de los datos obtenidos de la guía de entrevista realizada con la colaboración de la gerenta y dueña de la empresa Julissa Zeta Peña, con la finalidad de tener una evaluación cualitativa de nuestras dos variables en cuestión lean service y satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, que se encuentra ubicada en la ciudad de Piura, a esto, mediante un conversatorio se fueron estructurando para obtener los datos relevantes para complementar el análisis del primer instrumento el cuestionario.

Variable 1: Lean Service

En cuanto al lean service que comprende la dimensión 5S, en la Peluquería Unisex Jarumy se detalla que, la organización cuenta con una clasificación de herramientas definida donde resulta más fácil y rápida la atención que le brinda a los clientes de la peluquería, teniendo a la mano las herramientas necesarias para brindar un excelente servicio, esto se dio por la experiencia que tiene la gerenta de la empresa la cual adquirió en todos los años que lleva trabajando en el rubro de belleza, ante esto, la peluquería cuenta con la aplicación de forma eficiente de la primera S, sin embargo, esta clasificación no está supervisada de forma continua, lo que genera en ocasiones que cuando se tiene una gran afluencia de gente, el personal de la empresa concurra a no tener las herramientas organizadas.

Además, la Peluquería Unisex Jarumy cuenta con las herramientas en perfecto estado y de marcas reconocidas, dichas herramientas son llevadas a un técnico especialista para la limpieza y mantenimiento respectivo con el fin de extender su durabilidad; sin embargo, la limpieza de estas herramientas no tienen una fecha establecida donde en ocasiones las herramientas son llevadas ante un especialista cuando están fallando y no puedan cumplir su función de manera óptima, es por eso que se pretende establecer un Kardex donde se señala las fechas periódicas que las herramientas tienen que ir para su respectivo mantenimiento; además, la peluquería cuenta con productos de belleza que son proporcionados por distribuidores reconocidos en el mercado como Alfaparf Milano, los cuales están en orden dentro de su lugar establecido en la peluquería; ante esto, la experiencia que tiene el personal hace posible que el servicio de la peluquería

sea eficiente, sin embargo, un declive que presenta la empresa es que no existe una supervisión rutinaria para el cumplimiento de las tres primeras S.

La Peluquería Unisex Jarumy no cuenta con formatos administrativos para el buen funcionamiento del negocio, por lo que, el protocolo de atención al cliente que tiene la peluquería solo se socializa de manera verbal y dinámica, es por eso que, con la ayuda de la gerenta de la empresa se pretende implementar los protocolos correspondientes de forma escrita y formal, porque, al no tener un formato de atención al cliente establecido no se puede visualizar cuales son los aspectos que se deben mejorar o que se debe implementar para optimizar la atención del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

Por otro lado, se tiene que el personal de la peluquería en ocasiones incurre en fomentar el uso excesivo del celular o cuentan con el mal hábito de conversar entre sí, al momento de atender a un cliente, esto perjudica la correcta realización de las 5 S, a esto, se debe realizar de manera urgente los formatos, protocolos y normas de la Peluquería Unisex Jarumy con el fin de supervisar, analizar y aplicar métodos de mejora continua para luego corregir las faltas que incurren los colaboradores al momento de atender al cliente.

Con respecto a la segunda dimensión de la variable lean service, mapa de flujo de Valor - VSM, la empresa cuenta con un protocolo verbal y dinámico de atención al cliente establecido, la cual es fundamental para brindar un buen servicio desde que el cliente entra a la peluquería hasta su salida, ante esto, no se puede analizar de forma eficiente el protocolo para establecer puntos de mejora para que el servicio y la satisfacción del cliente mejore como, por ejemplo, al momento de interactuar con el cliente, debe observar de manera atenta al cliente y siempre con una sonrisa.

Además, la empresa no cuenta con todas las señalizaciones correspondientes, lo que incurriría en una falta grave, cabe recalcar que la importancia de una correcta señalización de ambientes previene los accidentes y posibles daños a la empresa, ante esto, junto con la gerenta de la empresa se realizará un plan para mitigar esta falta que se viene dando dentro de la organización. Por otro lado, se relató que con la experiencia que tiene el personal en la organización, no existe problema alguno con la identificación de herramientas al momento de realizar un buen servicio, pero cuando se tiene personal nuevo o

practicantes se incurre a una falta de identificación de herramientas lo que generaría desorden dentro de las instalaciones de la peluquería.

La Peluquería Unisex Jarumy no cuenta con protocolos de supervisión, ni manuales de procedimientos, por lo que la implementación de un manual de organización y funciones es fundamental para que el personal realice de forma eficiente todos los procesos que realizan en la peluquería y que el personal nuevo se adapte de forma más rápida al trabajo que se viene realizando dentro de la peluquería.

Variables 2: Satisfacción del cliente

En cuanto a la variable satisfacción del cliente, la cual comprende como primera dimensión las expectativas, la Peluquería Unisex Jarumy cuenta con el personal adecuado y capacitado en temas de atención al cliente, el personal se adapta a los requerimientos que el cliente menciona para la realización del servicio, además, el personal contratado debe contar con la experiencia en el rubro de belleza y en el caso que no lo tengan deben tener estudios técnicos de las academias como por ejemplo Montalvo o Barber, para asegurar que la calidad de servicio no se vea afectada de manera drástica, ante esto, se pretende implementar protocolos de selección con el fin de que el personal nuevo comparta la visión y la razón de la empresa, también con el objetivo de que el personal contratado tenga la experiencia requerida y la capacidad idónea para ofrecer un buen servicio de atención al cliente

La Peluquería Unisex Jarumy cuenta con una ubicación estratégica en la Av. Grau donde está rodeada de negocios de diferentes rubros, los cuales aumentan la afluencia de gente en la zona, cabe recalcar que los ambientes de la empresa son amplios y de gran acogida por los clientes por lo que los clientes se sienten a gusto de poder realizarse los distintos servicios que ofrece la Peluquería Unisex Jarumy. Por otro lado, la supervisión del personal no está definida por un protocolo, ni Check List o algún formato que garantice la correcta realización de las actividades del personal, esto genera que el personal no pueda ver sus fallas y mejorarlas para aumentar la satisfacción del cliente, ante esto, es fundamental definir de manera precisa los formatos y protocolos para una óptima supervisión

por el gerente de la empresa y así poder mejorar la atención del cliente dentro de la peluquería.

Además, la empresa cuenta con un plan a mediano plazo para ampliar el sistema de aire acondicionado dentro de las instalaciones del local, dado que, este sistema solo lo tiene en la entrada de dicho establecimiento, en la zona de espera y de cortes, en los demás ambientes solo cuenta con ventiladores que en ocasiones son ruidosos y molestos por el levantamiento de cabello que originan al estar encendidos, por ende la compra de un sistema de aire acondicionado para todos los ambientes de la peluquería es fundamental para que el cliente se sienta más cómodos al realizarse un servicio dentro de la empresa.

Por otro lado, respecto al uso del uniforme que el personal viste en horario laboral, se pudo conocer que los trabajadores no se encuentran correctamente uniformados, generando en ellos una mala expectativa en el cliente, lo cual se debe corregir, exigiendo el uso del uniforme en horario laboral. Ante este déficit del uso del uniforme, se pretende implementar y adquirir un stock suficiente de uniformes para todo el personal de la empresa. Ante la coyuntura de la inseguridad ciudadana la Peluquería Unisex Jarumy cuenta con cámaras de vigilancia dentro de sus instalaciones con el fin de registrar algún siniestro que pueda ocurrir dentro de los ambientes de la peluquería, a esto, una forma de aumentar la seguridad de la peluquería se viene realizando las gestiones para instalar una puerta de apertura y cierre automático con el propósito de que solos los clientes y personal autorizado ingresen a las instalaciones de la peluquería.

Con respecto a los proveedores que suministran a la Peluquería Unisex Jarumy en herramientas de belleza, productos del cuidado personal y mobiliarias para los ambientes de la peluquería, la empresa no cuenta con un sistema de base de datos formal con esta información, lo cual genera que en ocasiones no pueda abastecerse de forma inmediata ante cualquier desabastecimiento, ante esto, se pretende realizar una base de datos en Excel con la coordinación de la gerenta de la empresa con el fin de obtener la información de proveedores de forma rápida y eficaz.

Con respecto a la segunda dimensión, el rendimiento percibido, se tiene que, los clientes siempre manifiestan sus sensaciones o sentimientos al terminar el servicio que se le realizó, ante esto, si el cliente queda insatisfecho con el servicio

recibido, se le brinda el asesoramiento correspondiente y modificación del look que se le realizó sin ningún costo adicional este procedimiento genera que el cliente quede satisfecho por el servicio, pero también fomenta el malestar con los clientes que están esperando su turno; una forma de mitigar estos sucesos es siempre brindarle el asesoramiento correspondiente luego de escuchar los requerimientos del cliente para así evitar que el tiempo de servicio ejecutado se prolongue más de lo debido.

Para incrementar la satisfacción del cliente con el servicio recibido en la Peluquería Unisex Jarumy se propone dar un valor agregado a los distintos servicios que la peluquería ofrece hacia sus clientes, lo cual se propone implementar con la autorización de la gerenta y dueña de la peluquería como por ejemplo, en el servicio de corte se le ofrece al cliente lavar el cabello al terminar dicho servicio sin ningún costo adicional, en el servicio de tinte antes de ejecutar el servicio se le ofrece un lavado y posteriormente al termino se realiza un peinado o cepillado sin alterar el costo de servicio de aplicación de tinte y como otra opción de dar un valor agregado al servicio de maquillaje se le aplica una mascarilla y una crema rehidratante en el cutis del cliente para posteriormente realizar el servicio de maquillaje.

4.3. Informe de aplicación de la guía de observación

El desarrollo del instrumento de la guía de observación que se ejecutó con la colaboración del personal de la peluquería dio respuesta a nuestra variable lean service la cual fue estructurada con las dimensiones 5S y VSM, con el fin de saber si el personal realiza de forma eficiente sus actividades dentro de la organización.

Variable 1: Lean Service

- Dimensión 5S

Al aplicar la primera guía de observación se analizó el comportamiento del personal al momento de realizar el conjunto de actividades en la atención del cliente, el personal tiene una clara idea del manejo de herramientas y tienen definidas qué herramientas emplear para dicho servicio por lo que no existe un exceso de herramientas al atender al cliente; pero, se observó que luego de realizar el servicio, el personal antiguo de la peluquería guardaba y almacenaba de forma adecuada las herramientas, pero el personal de apoyo y nuevo lo realizaba de forma precaria, ante esto, con la implementación de fichas de supervisión se mitigará dichas deficiencias con el personal de la peluquería luego de analizarlas y conversar con el personal que incurra a la desorganización en el servicio que realiza, cabe recalcar que todo el personal ubica de forma adecuada las herramientas dentro de los ambientes de la peluquería. Asimismo, se observó que la mayor parte del personal no fomenta la limpieza al momento de proseguir con el siguiente cliente, ni existe una colaboración de apoyo en la limpieza entre los colaboradores por lo que se pretende implementar métodos de mejora continua para supervisar que la limpieza la realicen de forma correcta, capacitaciones de desarrollo personal y actividades integradoras para aumentar el compañerismo entre los colaboradores.

El protocolo de atención al cliente que se socializa de forma verbal y dinámica por parte de la gerenta es fundamental para el desarrollo de un eficiente servicio por lo que el personal antiguo de la peluquería lo tiene claro y lo aplica de manera competente; además, se observó que al no tener un protocolo de servicio formal es difícil identificar los puntos de mejora que se puedan dar a futuro, dicho protocolo de atención al cliente tiene puntos de los cuales se debe mejorar como por ejemplo el sonreír y mirar fijamente al cliente al momento de atenderlo. Por otro

lado, el personal respeta de forma adecuada las prohibiciones que tiene la peluquería como, por ejemplo, no comer en las instalaciones donde se atiende el cliente o fumar dentro del establecimiento. Además, se observó que al momento de atender al cliente los colaboradores conversaban entre sí de sus cosas personales o en ocasiones se distraen con el celular al momento de realizar el servicio, antes esto, se debe conversar en privado con el personal para corregir dichas actitudes y asegurar que dichas faltas de atención al cliente no se vuelvan a repetir.

- **Dimensión Mapa de flujo de valor – VSM**

La presente ficha de observación se basa en las actividades de atención al cliente que se da en la Peluquería Unisex Jarumy, donde al observar y analizar al personal, se visualizó que todos los colaboradores saludan a cada cliente, sin embargo, la postura que tiene el personal en ocasiones no es el adecuado como, por ejemplo, en algunas ocasiones el personal utiliza y se distrae con el celular al momento de atender al cliente, una recomendación que se le da a los colaboradores al momento de atender al cliente es mirarlo fijamente y siempre con una sonrisa, expresando su disposición de querer atenderlo.

Por otro lado, el personal usa un lenguaje correcto con el cliente, teniendo un tono de voz adecuado y fomentando un lenguaje atractivo y preciso con el cliente al momento de atenderlo, sin embargo, en ocasiones los colaboradores conversan entre sí, lo cual incurre en una falta grave frente al cliente, por lo que se pretende conversar y corregir en privado al personal de la peluquería que incurra a dicha falta de manera frecuente.

Y para finalizar se tiene que, los colaboradores antiguos de la Peluquería Unisex Jarumy crean un ambiente de confianza con los clientes al realizarle el servicio, porque en ocasiones los clientes que asisten a la peluquería ven dicho establecimiento como un lugar donde pueden relajarse y charlar sobre asuntos sociales con los colaboradores al momento de ser atendidos, además, se observó que los colaboradores identifican de manera rápida las herramientas a usarse en los distintos servicios, por otro lado el personal practicante y nuevo le es difícil establecer un ambiente de confianza con los clientes y en ocasiones no identifican de manera clara las diferentes herramientas que van a utilizar al momento de

realizar el servicio, dicho esto, se pretende capacitar al personal para aumentar y mejorar sus habilidades blandas para mejorar la atención que se le da al cliente.

El desarrollo de las fichas de observación sobre las dimensiones 5S y VSM permitió conocer más a detalle el proceso de atención que realiza el personal de la peluquería y como se realiza dichas actividades con el fin de analizar y aplicar métodos de mejora continua para incrementar la satisfacción de los clientes, ante esto, se propone ejecutar las fichas de observación de manera mensual para dar un diagnóstico sobre como el personal de la peluquería realiza sus funciones y como es la atención del cliente al momento de realizar los distintos servicio que ofrece la Peluquería Unisex Jarumy.

V. DISCUSIÓN

Con el análisis de los datos obtenidos del instrumento aplicado a los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy, se procedió a contrastar los resultados de la investigación en función a las teorías y los antecedentes internacionales, nacionales y regionales de este estudio.

En primer lugar, se procedió con el *objetivo específico 1* que se formuló en evaluar la herramienta 5S en la Peluquería Unisex Jarumy Piura 2022, donde Megías (2021) afirma que la herramienta 5S se desarrolla en toda actividad o proceso donde se tiene interacción con el cliente y su objetivo principal es aumentar la calidad de servicio. Ante este contexto, los resultados reflejaron que un 86% estuvieron de acuerdo que los colaboradores de la peluquería cumplen con el mismo procedimiento de atención al cliente; un 41% estuvieron de acuerdo que los colaboradores demuestran disciplina para mantener el orden y la limpieza en las instalaciones de la peluquería; y un 44% estuvieron de acuerdo que las actitudes del personal son favorables para asegurar la mejor organización y mantenimiento de las instalaciones. Asimismo, la información recolectada de la guía de entrevista, menciona que el personal experimentado es un factor importante para que se desarrollen de manera eficiente las actividades que se realizan en la peluquería y se conoció que no existen protocolos de supervisión al personal. Ante estos resultados mencionados, la Peluquería Unisex Jarumy debe centrarse en aplicar formatos de supervisión o Check List enfocado en la herramienta 5S, para que la atención de la peluquería sea satisfactoria y por ende el personal de la peluquería ofrezca uniformidad en el servicio otorgado al cliente.

Al tener en cuenta los resultados de esta investigación, se tiene relación con las tesis de Rodríguez (2019) y Angarita (2018) donde los autores detallaron que la herramienta 5S es adaptable a las empresas de servicios, mejorando la calidad del proceso donde se tiene interacción con el cliente y en ambas investigaciones los resultados fueron satisfactorios al aplicar la herramienta 5S. Con respecto a lo que concluyen ambos autores mencionados, en el presente estudio realizado en la peluquería, la herramienta 5S se aplicó favorablemente al proceso de atención de

servicio, donde se identificó que en promedio más del 80% de clientes valoraron de manera satisfactoria el servicio recibido.

Además, en la tesis de Barba (2019) presenta similitud en la aplicación de la herramienta 5S al utilizar la técnica de la observación donde se debe tener colaboración con el personal de la organización y dicha herramienta no ocasiona ningún costo monetario excepcional dado que los implementos a usarse son de compra frecuente en la empresa. En comparación se tiene que en la peluquería se aplicó una ficha de observación donde guarda semejanza con la investigación de Barba al momento de ejecutarla, dado que con la colaboración del personal de la peluquería se observó el desarrollo de las actividades dentro de las instalaciones de la empresa, con el propósito de identificar las falencias del proceso, donde el personal nuevo y practicante no realizaba de manera correcta sus funciones a comparación del personal antiguo y experimentado que trabaja en la peluquería.

Otras investigaciones que presentan similitud son las de Borja (2021) y Seminario (2021) que al momento de aplicar la herramienta 5S identificaron los cuellos de botellas y las fallas que la empresa tiene como por ejemplo el desorden de las herramientas, la falta de limpieza y falta de trabajo en equipo, además de tener como propósito principal mejorar en aquellas áreas y procesos donde se encontraron dichas deficiencias. Al tener en cuenta estas investigaciones donde se aplicó la técnica de la observación, se observó que en ocasiones en la peluquería no se ejecuta de manera eficiente las tres primeras S, por lo que las herramientas no se encontraron de forma rápida debido a que no se colocaban en su lugar asignado después de usarse y la limpieza del ambiente donde se realizaba el servicio se dejaba de lado por la afluencia de clientes que tenía la peluquería en ese momento.

Por otro lado, en los resultados de la tesis de Infante (2019) denominada las 5S como herramientas para orientar la gestión administrativa, en la aplicación de su cuestionario los resultados sobre la clasificación, orden, limpieza, estandarización y disciplina tuvieron resultados negativos por lo que se tiene que mejorar, sin embargo, el autor menciona que la implementación de la herramienta 5S la cual está orientada a la gestión administrativa puede dar resultados positivos en la organización. En contradicción a estos resultados del autor mencionado, los

datos arrojados del cuestionario aplicado a los clientes de la peluquería, tuvieron valoraciones positivas donde en la mayoría de las veces el personal de la empresa era organizado, ordenado y limpio al momento de realizar el servicio a los clientes de la peluquería.

Por consiguiente, se infiere que la herramienta 5S permite evaluar el proceso o actividad actual de la empresa con el propósito de aumentar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, donde este puede tener resultados positivos o negativos como lo mencionado en las investigaciones anteriores, además de que al identificar las deficiencias en los procesos de servicio se puedan aplicar estrategias para mitigar las falencias y alcanzar los resultados esperados.

Asimismo, con respecto al *objetivo específico 2* que se formuló en analizar la herramienta VSM del proceso de servicio en la Peluquería Unisex Jarumy Piura 2022. López (2020) define el VSM como una herramienta de lápiz y papel, donde se tiene una mejor visión del proceso o servicio que se le da al cliente, identificando los cuellos de botellas del proceso de servicio. Ante este contexto, los resultados reflejaron que un 50% estuvieron de acuerdo que el conjunto de actividades desarrolladas por el personal para su atención fue satisfactorio; un 53% estuvieron totalmente de acuerdo que el proceso de atención podría mejorar aún más; sin embargo, un 35% estuvieron en desacuerdo que los ambientes de la peluquería están perfectamente señalados. Asimismo, al aplicar la guía de observación enfocado hacia un VSM ideal sobre el protocolo de atención en la peluquería se pudo observar que el personal en ocasiones presenta conductas inapropiadas al momento de atender al cliente como por ejemplo conversar entre compañeros y hacer uso del celular al momento de atender al cliente. Ante estos resultados mencionados, la Peluquería Unisex Jarumy debe centrarse en optimizar el servicio brindado a sus clientes desarrollando un VSM ideal en el proceso de atención al cliente; además, debe enfocarse en realizar un plan de señalización en la peluquería y orientación a sus colaboradores con el propósito de que los ambientes de la peluquería sean más seguros.

Al tener en cuenta los resultados antes mencionados, las investigaciones de Borja (2021) y Díaz (2021) guardan relación con este estudio, porque los autores utilizaron la herramienta mapa de flujo de valor con el propósito de optimizar el

servicio dado al cliente, donde identificaron el servicio de atención al aplicar un VSM actual para posteriormente proponer un VSM ideal en la empresa mediante la aplicación de estrategias, dando mejores resultados en optimización de tiempo y eliminación de actividades innecesarias. Con respecto a estas dos investigaciones, en la peluquería se analizó el protocolo informal sobre el proceso de atención al cliente para posteriormente desarrollar un VSM ideal aplicado en la guía de observación con el propósito de ver las falencias que el personal comete al momento de atender al cliente y por consiguiente proponer capacitaciones y estrategias para mejorar el servicio de atención del personal hacia el cliente.

Por otro lado, Angarita (2018) en su tesis usó la herramienta mapa de flujo de valor para mejorar el proceso de vacaciones del personal en la organización desarrollando un proceso dinámico y fácil de usar, además concluye que mejoró la calidad de servicio y aumentó la satisfacción del cliente al tener un personal debidamente descansado. Ante esto, la investigación antes mencionada no guarda relación con el presente estudio aplicado en la peluquería porque se aplicó la herramienta mapa de flujo de valor en el proceso y actividad donde se tiene interacción con el cliente, sin embargo, ambas investigaciones tuvieron el mismo fin que es promover la satisfacción del cliente.

Por consiguiente, se infiere que al analizar la herramienta mapa de flujo en los procesos o actividades ya sea en la atención del cliente o algún proceso interno de la empresa donde involucra al personal y clientes, este cuenta con dos fases como se mencionó en el marco teórico de este estudio, en primer lugar, la fase de VSM actual para luego aplicar las estrategias de mejora correspondientes y concluir con la fase de VSM ideal, aumentando la calidad de servicio y satisfacción del cliente. Por consiguiente, al aplicar el VSM en el proceso de atención al cliente en la peluquería se logró encontrar las falencias que tiene el personal al momento de atender al cliente y ante esto desarrollar las estrategias correspondientes para mitigar dichas falencias.

En cuanto al *objetivo específico 3* que se formuló en conocer las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy Piura 2022, donde Gil (2020) define las expectativas en la experiencia de compra que el cliente espera percibir de un producto o servicio adquirido. Ante este contexto, los resultados reflejaron que un

47% estuvieron de acuerdo que los precios de la peluquería están de acorde al servicio que brinda; un 80% estuvieron de acuerdo que sus requerimientos fueron escuchados/os y atendidas/os; y un 54% estuvieron de acuerdo que el trabajo del personal de la peluquería tiene credibilidad. Ante estos resultados mencionados, la Peluquería Unisex Jarumy brinda una buena atención a sus clientes, pero con el propósito de optimizar este servicio, la peluquería debe ejecutar capacitaciones de habilidades blandas a su personal con el fin de que las expectativas del servicio brindado en la peluquería sean lo esperado por los clientes.

Al tener en cuenta los resultados de esta investigación, se tiene relación con la tesis de Murillo (2018) donde al aplicar su cuestionario a 57 clientes sobre el servicio que la empresa brinda, da como resultados que más del 70% de clientes encuestados valorizaron en totalmente de acuerdo y de acuerdo a los diferentes ítems del cuestionario que son: el servicio brindado, actitudes del personal y elementos tangibles de la organización, donde se pudo conocer las expectativas que tienen los clientes ante el servicio adquirido en la empresa. Ante este contexto, en la peluquería al aplicar el cuestionario, los clientes tuvieron una valoración de un promedio del 80% en totalmente de acuerdo y de acuerdo, donde enfatizaron que sus requerimientos fueron atendidos, los precios fueron acorde al servicio y el personal tuvo credibilidad, esto ocasionó que sus expectativas por el servicio adquirido sean buenas.

Además, en las investigaciones de Cruz y Guerrero (2021) y Rivera (2020) guardan relación con el estudio aplicado en la peluquería, al tener resultados positivos respecto a las expectativas del cliente donde mencionaron que el proceso de atención al cliente cubre una expectativa de un 71% y que las expectativas el área de servicio al cliente en la empresa mejoró un 58.80% respectivamente, donde concluyen que se cumplió con las expectativas esperadas por el cliente y enfatizan que una de las herramientas más usadas para medir la calidad y saber las expectativas del cliente es el modelo Servqual. Respecto a las investigaciones mencionadas anteriormente, la peluquería arrojó resultados positivos donde las expectativas de los clientes tienen un promedio de más del 80%.

Por otro lado, Borja (2021) en su tesis utilizó el diagrama de SIPOC como herramienta visual y estrategia de integración con el propósito de tener información

sobre las expectativas del cliente, la cual tuvo una variación positiva de 7.75% llegando a un nivel de satisfacción de 92.6%. Esta investigación antes mencionada presenta similitud con el presente estudio aplicado en la peluquería porque también se pretende aplicar herramientas de mejora continua con el propósito de incrementar las expectativas del cliente en la peluquería.

Sin embargo, una de las investigaciones con la que no cuenta similitud en resultados positivos fue la tesis de Mogollón (2018) la cual realizó una propuesta de implementación del Lean Service para mejorar la calidad de servicio donde los resultados arrojaron que las expectativas tuvieron una media de 3.31 lo que determinó que la empresa cuenta con expectativas bajas por parte del cliente. Ante esto, se aplicaron las diferentes estrategias como capacitaciones al personal, implementación de indumentaria, mantenimientos de activos de la empresa, entre otros. Ante este contexto, la peluquería a pesar de tener resultados adversos al antecedente antes mencionado, se pretende implementar estrategias con el propósito de optimizar o mantener las expectativas del cliente en la peluquería.

Por consiguiente, se infiere que existen una gran variedad de herramientas lean service donde cada investigador puede implementar dependiendo al tipo de actividad o proceso de servicio que se desea mejorar con el propósito de identificar y desarrollar estrategias para aumentar las expectativas del cliente. Este estudio aplicado en la Peluquería Unisex Jarumy no es ajeno a esto, donde se pretende desarrollar una propuesta de mejora para incrementar las expectativas del cliente sobre el servicio adquirido.

Por otro lado, con respecto al *objetivo específico 4* que se formuló en identificar el rendimiento percibido del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy Piura 2022, donde Gil (2020) define que el rendimiento percibido es el concepto que el cliente tiene de nosotros como organización. Ante este contexto, los resultados reflejaron que un 45% estuvieron totalmente de acuerdo que su cambio de look le generó satisfacción; un 46% estuvieron totalmente de acuerdo que le gustó el look ejecutado por el personal de la peluquería; un 59% estuvieron totalmente de acuerdo que el servicio que se realizó en la peluquería fue lo esperado; y para

finalizar un 44% estuvieron totalmente de acuerdo que el servicio que se realizó en la peluquería se adecua a su apariencia. Asimismo, en la guía de entrevista respondida por la gerente de la empresa se pudo conocer que la peluquería no cuenta con un valor agregado de los servicios que brinda la peluquería a sus clientes. Ante estos resultados mencionados, la Peluquería Unisex Jarumy se debe centrar en proponer un valor agregado a los distintos servicios que brinda a sus clientes, con el propósito de que el rendimiento percibido del servicio aumente, además, se debe implementar un feedback para conocer la percepción del cliente sobre el servicio adquirido en los ambientes de la peluquería.

Ante estos resultados donde se aplicó la metodología lean service para identificar la percepción del cliente en la peluquería, las investigaciones que presentan cierta similitud de aplicación de herramientas de mejora continua fue la de Cruz y Guerrero (2021) en los resultados de su tesis la cual guarda relación con el presente estudio donde sus resultados señalaron que existe una percepción alta mediante la aplicación de las herramientas de mejora continua. Además, Fuster (2020) que en su trabajo de investigación utilizó la herramienta Lean Six Sigma para identificar la percepción del cliente donde se obtuvo resultados positivos y posteriormente aplicar las estrategias correspondientes con el fin de mejorar la percepción del cliente. Asimismo, Tandaypan (2018) menciona que con la ayuda de la herramienta técnica Control de la Calidad Total – TQC mejoró la calidad del proceso desde la percepción del cliente, ante esto demuestra que las herramientas lean enfocadas al sector de servicio ayudan a mejorar la percepción del cliente.

Al tener en cuenta los antecedentes mencionados en el párrafo anterior, dichas investigaciones guardan relación con la teoría de Arango y Rojas (2018) donde mencionan que el Lean Service es una metodología que no tiene una serie de herramientas definidas por lo que se aplica la herramienta que mejor se adapte a la organización y tiene el propósito de aumentar la calidad de servicio y satisfacción del cliente. Ante este contexto, en el presente estudio aplicado en la peluquería se empleó las herramientas 5S y VSM con el fin de identificar y mejorar mediante estrategias la percepción del cliente, donde se identificó una percepción positiva por parte del cliente.

Además, Rivera (2020) y Rodríguez (2019) en su tesis mencionaron que los índices de capacidad de respuesta y confiabilidad aumentaron en un 8.86% y 47.77% respectivamente y ayudó a mejorar la percepción del cliente, donde ya se tiene una percepción óptima en la organización. Al tener en cuenta los resultados positivos de las investigaciones mencionadas, el estudio aplicado en la peluquería concluyó que el rendimiento percibido del cliente fue positivo donde los clientes cliente en su gran mayoría la calificó en totalmente de acuerdo y de acuerdo donde enfatizan que el cambio de look les generó satisfacción y el servicio adquirido fue lo esperado.

Por otro lado, las investigaciones que no guardan relación ni presentan similitud con el estudio aplicado en la peluquería son, Borja (2021) detalló que no cuenta con herramientas definidas para medir la percepción, sin embargo, el autor mencionó que la herramienta tarjeta Kanban enfocada al servicio podría definir estrategias basadas en la percepción del cliente. Además, en la investigación de Mogollón (2018) en su tesis concluyó que la percepción del cliente tuvo una media de 2.99 lo que determinó que la empresa cuenta con una percepción baja por parte del cliente. Lo que originó que se aplicaran diferentes estrategias como capacitaciones al personal, implementación de indumentaria, mantenimientos de activos de la empresa, entre otros. Con respecto al primer antecedente mencionado, el presente estudio si contó con herramientas definidas en este caso la herramienta 5S y VSM. Asimismo, con respecto al segundo antecedente mencionado, el estudio aplicado en la peluquería muestra resultados contradictorios donde la percepción del cliente en la peluquería fue alta por la valoración positiva del cliente.

Por consiguiente, se infiere que los diferentes autores mencionados identificaron el rendimiento percibido del cliente utilizando diferentes herramientas de mejora continua de forma directa e indirectamente y concluyeron que dependiendo a los resultados arrojados se puede definir y aplicar estrategias para incrementar el rendimiento percibido en la organización.

Y para concluir con el presente capítulo se tiene el *objetivo general* que fue determinar el lean service para la promoción de la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy Piura 2022, donde Pérez y Morato (2021) mencionan

que, es una metodología que muestra una filosofía y cultura mediante sus siete pilares, además, el Lean Service se focaliza al rubro de servicios, a esto, menciona que es la evolución del Lean Manufacturing, sin tener un proceso productivo asociado, pero si con relación a las actividades relacionadas con servicios tangibles. Por otro lado, Gil (2020) expresa que, la satisfacción del cliente es la respuesta o consecuencia de las expectativas que se da de una necesidad o carencia del cliente, la cual nosotros debemos satisfacer; por lo tanto, si el cliente queda satisfecho, cumpliendo sus expectativas del producto o servicio percibido, habremos cumplido nuestro objetivo.

Ante este contexto mencionado en el párrafo anterior, los resultados reflejaron que un 86% estuvieron de acuerdo que los colaboradores de la peluquería cumplen con el mismo procedimiento de atención al cliente; un 53% estuvieron totalmente de acuerdo que el proceso de atención podría mejorar aún más; un 80% estuvieron de acuerdo que sus requerimientos fueron escuchados/os y atendidos/os; y para finalizar un 59% estuvieron totalmente de acuerdo que el servicio que se realizó en la peluquería fue lo esperado. Mediante estos resultados se pudo conocer como las herramientas del lean service identifican las falencias de las actividades o procesos de la peluquería y ayuda a definir que estrategias o acciones de mejora que se necesitan con el propósito de promover la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

Al tener en cuenta los resultados de esta investigación, se tiene relación con las tesis de Borja (2021) y Fuster (2020) donde aplicaron la metodología lean service en sus respectivas investigaciones donde tuvieron como propósito promover la satisfacción del cliente, sin embargo, las herramientas que usaron en sus investigaciones no fueron las mismas dado que el lean service tiene una gran cantidad de herramientas de mejoras continua las cuales se emplean dependiendo a la actividad o proceso que se desea mejorar. Ante esto en el presente estudio aplicado en la peluquería se empleó las herramientas 5S y VSM para analizar el servicio brindado a los clientes e identificar las deficiencias del servicio para posteriormente aplicar las estrategias correspondientes.

Además, Rivera (2020) en su tesis usó las herramientas VSM y el trabajo estandarizado; Tandypan (2018) en su trabajo de investigación aplicó la

herramienta 5S y mejora continua; y Mogollón (2018) desarrolló en su tesis la mejora continua, estos autores antes mencionados ejecutaron las distintas herramientas lean service con el propósito de analizar los procesos y ver como el lean service mejora e influye en la calidad de servicio al cliente en sus organizaciones. Asimismo, Cruz y Guerrero (2021) en su investigación aplicaron la mejora continua para incrementar la productividad teniendo resultados altos. Con respecto a las investigaciones antes mencionadas, se debe tener en cuenta que estos autores si bien se enfocaron en la calidad y productividad respectivamente, al momento de analizar sus resultados obtenidos mencionaron que al aplicar dichas herramientas lean service se logró identificar las falencias del servicio y aplicar estrategias para aumentar la satisfacción del cliente.

Otra investigación que guarda relación con los resultados del presente estudio es Rodríguez (2019) donde menciona que la metodología lean service no cuenta con herramientas definidas por lo que se aplica la herramienta que mejor se adapte al servicio que se desea mejorar, a esto concluyó que mediante la utilización de las herramientas eliminó las mudas, niveló la carga laboral y optimizó el tiempo de desarrollo, a esto pudo conocer que estrategias se pueden implementar para mejorar la satisfacción de los clientes y proveedores. Ante esto, en el presente estudio aplicado en la peluquería mediante la guía de observación se identificó el mal comportamiento del personal en la atención al cliente y cuáles son las faltas que comete el personal en sus actividades dentro de los ambientes de la peluquería, al tener en cuenta esto se definen las estrategias para mitigar las falencias observadas.

Por otro lado, se tienen las investigaciones que no guardan relación con el presente estudio donde Ochoa (2022) en su tesis diseño una guía de implementación de metodologías ágiles, describió dichas metodologías para poder aplicarlas en el rubro de servicio con el fin de lograr los resultados esperados, sin embargo, su aplicación no generó los resultados esperados. también, Paytan (2022) en su investigación menciona que los resultados obtenidos en primera instancia fueron negativos donde la calidad y satisfacción del servicio al cliente en la organización financiera eran bajo, a esto con la aplicación de las herramientas lean service el tiempo de colocación crediticio disminuyó un 30% e identificó las

actividades que no agregan valor las cuales son el exceso de expedientes, caída de sistema, falta de procedimientos prácticos y problemas de equipo. Al analizar las investigaciones antes mencionadas, el presente estudio aplicado en la peluquería tuvo resultados esperados por el autor y mediante la interpretación de los resultados se puede desarrollar estrategias para optimizar los resultados de esta investigación.

Por consiguiente, se infiere que la metodología Lean Service cuenta con un gran repertorio de herramientas de mejora continua que tienen como propósito analizar el proceso e identificar los desperdicios que estos pueden generar para posteriormente desarrollar y aplicar las estrategias para mitigar las falencias identificadas. Por otro lado, la Peluquería Unisex Jarumy tuvo resultados satisfactorios al aplicar el cuestionario a sus clientes, sin embargo, en la guía de observación se visualizó las deficiencias que el personal comete al realizar sus funciones dentro de las instalaciones de la peluquería, esto alentó a desarrollar una propuesta de mejora enfocado en proponer estrategias para mejorar el servicio de la peluquería y aumentar la satisfacción del cliente al recibir dicho servicio.

VI. CONCLUSIONES

1. En la peluquería la realización de las tres primeras S (clasificación, orden y limpieza) se aplicaron en la mayoría de los casos de manera eficiente, generando uniformidad en el servicio brindado al cliente, sin embargo, se observó que en ocasiones el personal nuevo y practicante no cumple de manera correcta con las 5S por la falta de protocolos de supervisión y orientación sobre las actividades que debería realizar.
2. A pesar de no contar con un protocolo de atención formal, la peluquería tuvo valoraciones positivas respecto al servicio de atención brindado al cliente, sin embargo, la atención que da el personal de la peluquería podría ser más eficiente; por otro lado, los ambientes de la peluquería no son seguros debido a la falta de un plan de señalización.
3. Las expectativas de los clientes de la peluquería tuvieron en su gran mayoría una valoración positiva debido a la calidad de servicio que los colaboradores brindan en los ambientes de la peluquería, donde se resaltó que el personal cumple con requerimientos del cliente, experiencia del personal y se adapta a los gustos y preferencia de los clientes de la peluquería.
4. La percepción recibida sobre el servicio dado al cliente en los ambientes de la peluquería tuvo resultados positivos, porque el servicio que se brinda el personal de la peluquería a los clientes dentro de las instalaciones de la peluquería les generó satisfacción, el sentimiento de la alegría y el servicio fue lo esperado por el cliente.
5. Determinar el lean service en la Peluquería Unisex Jarumy, ayudó a analizar las actividades del personal en horario laboral y analizar un VSM ideal sobre el protocolo de atención con el propósito de incrementar la satisfacción del cliente en la peluquería, asimismo, identificar las deficiencias del personal y falencias del servicio para luego mitigarlas mediante la proposición de estrategias.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la gerenta y dueña de la empresa de la Peluquería Unisex Jarumy.

1. Supervisar las actividades del personal mediante un Check List enfocado en las 5S aplicándolo tres veces durante el día, con el fin de que el personal realice sus actividades de manera eficiente durante toda la jornada laboral, asimismo, realizar una inducción al personal nuevo o practicante enfocado en clasificación, orden y limpieza de las herramientas y ambientes de trabajo.
2. Implementar un protocolo de atención tomando como referencia la ficha de observación desarrollada en esta investigación y con el propósito de que cumplan con dicho protocolo se debe contratar un cliente incógnito con el fin de evaluar el protocolo de servicio aplicado a los clientes de la peluquería para luego aplicar las mejoras correspondientes.
3. Diseñar y aplicar un plan de señalización en los ambientes de la Peluquería Unisex Jarumy con el propósito de que el cliente se sienta más seguro en su estadía en la peluquería, asimismo, capacitar al personal sobre uso de extintores ante cualquier siniestro que pueda ocurrir en los ambientes de la peluquería.
4. Con el propósito de aumentar las expectativas y el rendimiento percibido del cliente y por consiguiente incrementar la satisfacción del cliente, se debería implementar herramientas lean sobre autocalidad y “andon” que se basan en capacitaciones para mejorar las habilidades blandas del personal y capacitaciones especializadas al personal en los diferentes servicios que tiene la peluquería para incrementar su trato con el cliente y profesionalismo del servicio dado al cliente.
5. La peluquería debería implementar de manera recurrente herramientas de mejora continua. Ante esto, la empresa debería diseñar y aplicar estrategias lean services con el propósito de desarrollar estrategias para una mejora continua en la calidad de servicio y por consiguiente incrementar la satisfacción de sus clientes.

REFERENCIAS

- Aldavert, J., Vidal, E., Lorente, J, y Aldavert, X. (2018). Guía Práctica 5S para la Mejora Continua. La base del Lean. España: ALDA TALENT, S.L.
- Álvarez, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10818>
- Angarita, A. (2018). Implementación del lean service en el proceso de gestión de las vacaciones de los trabajadores de Avianca S.A Colombia, Zona Oriente. Obtenido de Repositorio UPB: <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/5644>
- Antezana, R. (2020). Gestión. Obtenido de Asociación Peruana de Empresarios de Belleza: <https://gestion.pe/economia/empresas/cae-apertura-de-salones-de-belleza-y-crece-el-servicio-a-domicilio-noticia/?ref=gesr>
- Antezana, R. (2023). Salones de belleza se alistan: desde cambios de régimen hasta un proyecto para reducir IGV. Gestión. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/salones-de-belleza-en-peru-situacion-actual-buscan-impulso-para-no-quebrar-plantean-proyecto-de-reduccion-de-igv-peluquerias-en-peru-impuesto-general-a-las-ventas-noticia/>
- Arango, F., y Rojas, M. (2018). Una revisión crítica a Lean Service. Revista ESPACIOS, 39(7). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/18390709.html>
- Arias, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. Para ciencias administrativas, aplicadas, artísticas, humanas. Perú.
- Barba, D. (2019). Propuesta de implementación de las herramientas lean para la reducción de desperdicios en el BBVA. Obtenido de Repositorio ucatolica: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24016/2/RAE.pdf>
- Barbachan, A., y Quintana, I. (2019). La metodología lean para mejorar el proceso de atención al cliente en empresas de telecomunicaciones. 9-13. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30310/Barbachan%20Ferrer%2c%20Angela->

Quintana%20Vasquez%2c%20Ingrid%20Lisette.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Bentura, M. (2019). Las 5s y la atención al cliente en Soho Color Salón y Spa. 2-5.
- Borja, J. (2021). Implementación de un plan de mejoras basadas en la metodología Lean Service para mejorar la gestión de atención al cliente en la empresa Aserfex S. A. Obtenido de Repositorio Institucional UNP: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30247>
- Carbajal, N., y Gonzales, J. (2019). Exploración de técnicas de lean service para el sector. 10-17. Obtenido de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16611/1/CARBAJAL_MORILLO_NIC_EXP.pdf
- Chávez, D., y Rodríguez, A. (2020). Lean Management y la satisfacción del cliente en el sector de servicios en el período 2010-2020. Una revisión de la literatura científica. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25858>
- Chebly, J., Schiano, A., y Mehra, D. (2020). The Value of Work: Rethinking Labor Productivity in Times of COVID-19 and Automation. *The American Journal of Economics and Sociology*, 79, 1345-1365. doi:10.1111/ajes.12357
- Condori, P. (2020). Universo, población y muestra. Obtenido de Acta Académica: <https://www.aacademica.org/cporfirio/18>
- Cruz, A., y Guerrero, A. (2021). Mejora continua y productividad en el área de servicio al cliente de la Oficina Principal de Caja Piura, 2021. Obtenido de Repositorio UCV: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/66221>
- Díaz, L. (2021). Propuesta de mejora del servicio de hospedaje en el Hotel Maracos utilizando Lean Service. Obtenido de Repositorio UAN: <http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/6329>
- Fuster, L. (2020). Impacto de las metodologías lean service, lean Six sigma y lean management en el sector consultoría y servicio. Obtenido de Repositorio PUCP: https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18231/FUSTER_ROJAS_LUIS_IMPACTO_METODOLOGIAS_LEAN.pdf

- García, M., y Amador, A. (2019). How to apply "Value Stream Mapping" (VSM). 3c Tecnología: glosas de innovación aplicadas a la pyme, 8(2), 68-83. doi:i: <http://dx.doi.org/10.17993/3ctecno/2019>.
- Gil, J. (2020). COMT004PO - Fundamentos de atención al cliente. España: Editorial Elearning, SL.
- González, A., y Moreno, G. (2018). El gran libro de los procesos esbeltos: los principios actuales de manufactura esbelta y mejora continua. México: Ignius media innovation.
- González, A., Vázquez, L., y Ramos, J. (2021). La observación en el estudio de las organizaciones. *New Trends in Qualitative Research*, 5, 71-82. doi:<https://doi.org/10.36367/ntqr.5.2021.71-82>
- Hernández, C., y Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista ALERTA*, 2(1). doi:<https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p
- IMP (2021). IMP Consultores de Operaciones S. L. Obtenido de <https://www.impconsultores.com/2021/04/27/aplicacion-de-herramientas-lean-en-servicios/>
- INEI. (2020). Instituto Nacional de Estadística e Información. Obtenido de <https://www2.congreso.gob.pe/Sicr/Prensa/heraldo.nsf/CNtitulares2/f302d387f8514f790525836400018ff7/?OpenDocument>
- Infante, Y. (2019). Las 5S como herramientas para orientar la gestión administrativa en la I.E. 15285-C María Auxiliadora, Sullana- Piura, 2019. Obtenido de Repositorio UCV: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/89568>
- Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0 (Versión México): Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital. Lid Editorial Mexicana Sa De CV.
- Liker, J., y Franz, J. (2020). El modelo Toyota para la mejora continua: Conectando la estrategia y la excelencia operacional para conseguir un rendimiento superior. Barcelona: Profit Editorial.

- Lins, M., Zotes, L., y Caiado, R. (2021). Critical factors for lean and innovation in services: from a systematic review to an empirical investigation. 32(5-6), 606-631. doi:10.1080/14783363.2019.1624518
- López, X. (2020). V. S. M: herramienta clave de la mejora continua metodología y aplicación. Tesis para la obtención del título de posgrado de Magister en Dirección de Empresas. Obtenido de http://pa.bibdigital.ucc.edu.ar/2805/1/TM_Lopez_Ximena.pdf
- Megías, J. (2021). Lean Management en empresas del sector servicios o Lean Services.
- Mogollón, G. (2018). Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la compañía de transporte PARIÑAS S.R.L., Talara - 2018. Obtenido de Repositorio UCV: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55567>
- Monroy, M. (2019). Customer satisfaction factors: prospects in fast food restaurants. Sinapsis, 11(1), 70-87. Obtenido de <http://app.eam.edu.co/ojs/index.php/sinapis/article/view/208>
- Mucha, L., Chamorro, R., Oseda, M., y Alania, R. (2021). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. Revista Desafíos, 12(1). doi:<https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>
- Murcia, J., y Idrobo, E. (2019). Propuesta de mejoramiento a través de la técnica VSM (Value Stream Mapping). Fundación universitaria de Popayán. Obtenido de <http://unividafulp.edu.co/repositorio/files/original/667eb3414a802013ab5886bf80f4eb3b.pdf>
- Murillo, R. (2021). Método Kaizen para optimizar la calidad del servicio postventa en una cadena de bienes durables, ciudad de Piura 2020. Obtenido de Repositorio UCV: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/56614>
- Murillo, L. (2018). Fundamentos de servicio al cliente. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Ochoa, C. (Junio de 2022). Diseño de guía de implementación de metodologías ágiles para emprendedores del sector servicios, Medellín 2022 : una

- propuesta metodológica. Obtenido de Repositorio UDEM: <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/7083>
- Paytan, G. (2022). Aplicación de herramientas de la metodología lean service para mejorar el proceso crediticio en el área de créditos de la Caja Arequipa, Agencia Villa El Salvador, 2022. Obtenido de Repositorio UAP: <https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12990/10071>
- Pérez, G., y Morato, J. (2021). Lean Service, management total liderando el futuro de las empresas. España: Centro de Libros PAPP, SLU.
- Pons, J., y Rubio, I. (2019). Lean Construction y la planificación colaborativa. Metodología del Last Planner® System. Madrid: © de la edición, Consejo General de la Arquitectura Técnica de España.
- Probela. (2021). Gestión. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/el-sector-de-productos-de-belleza-cayo-40-en-2020-a-raiz-de-la-pandemia-nndc-noticia/?ref=gesr>
- Rajadell, N. (2019). Creatividad, emprendimiento y mejora continua. Barcelona: Editorial Reverté.
- Rivera, T. (2020). Implementación de Lean Service para mejorar la calidad de servicio en el área de ATC del Banco Interbank, Lima 2020. Obtenido de Repositorio UCV: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/59734>
- Rodríguez, Y. (2019). Lean service como filosofía para la mejora de los procesos. Estudio de caso. Obtenido de Repositorio Institucional udistrital: <https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/22319>
- Rodríguez, M., y Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. Revista médica sanitas, 21(3), 141-146. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Fredy-Mendivelso/publication/329051321_Diseño_de_investigación_de_Corte_Transversal/links/5c1aa22992851c22a3381550/Diseño-de-investigación-de-Corte-Transversal.pdf
- Romero, A., Álvarez, G., y Álvarez, S. (2018). Evaluación de la satisfacción del cliente en empresas de servicio. Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores(50). Obtenido de <https://eds.s.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=80fd0b40-02e5-447f-a6e1->

503fef1d723e%40redisybdata=JmxhbmC9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d
%3d#db=eueyAN=132932889

- Seminario, F. (2021). La metodología 5s para la mejora continua del área de admisión - COVID del Instituto Médico "Soy Diabético" E. I. R. L., Piura 2021. Obtenido de Repositorio UCV: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/94038>
- Socconini, L. (2019). Lean Company más allá de la manufactura. Barcelona: ICG Marge, SL.
- Socconini, L. (2019). LEAN MANUFACTURING. Paso a paso. Barcelona: ICG Marge, SL.
- Socconini, L., y Reato, C. (2019). LEAN SIX SIGMA: Sistema de gestión para liderar empresas. Barcelona: ICG Marge, SL.
- Sócola, A., Medina, A., y Olaya, L. (2020). Las 5S, herramienta innovadora para mejorar la productividad. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(3), 41-47.
- Tandaypan, S. (2018). Lean service y su influencia en la calidad del servicio en la empresa Vamecara Asesores Aduaneros, Callao, 2018. Obtenido de Repositorio UCV: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/25232>
- Tlapa, D., Tortorella, G., Fogliatto, F., Kumar, M., Mac Cawley, A., Vassolo, R., . . . Báez, Y. (2022). Effects of Lean Interventions Supported by Digital Technologies on Healthcare Services: A Systematic Review. 19(15). doi:10.3390/ijerph19159018
- Useche, M., Artigas, W., Queipo, B., y Perozo, É. (2019). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos. Colombia: Editorial Gente Nueva.
- Zambrano, C., Lao, Y., y Moreno, M. (2021). Model of organizational change management with lean thinking in touristic services. 16-39. Obtenido de <https://rid.unam.edu.ar/handle/20.500.12219/2512>

ANEXOS

Anexo 1

FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

Título de la investigación: Lean Service para promover la Satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022

Investigador principal: Castañeda Pizarro, Edgar David

Asesor: Dr. Castillo Palacios, Freddy William

Propósito del estudio

Saludo, somos investigadores que le invitamos a participar en la investigación: **Lean Service para promover la Satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022**, cuyo propósito es **Determinar el Lean Service para la promoción de la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022**. Esta investigación es desarrollada por **estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo**, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad (y de ser el caso agregar el permiso de la institución **Peluquería Unisex Jarumy si ha autorizado explícitamente el uso del nombre en anexo 2**).

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se le presentará un cuestionario en el que tendrá preguntas generales sobre usted como edad, zona de domicilio, lugar de nacimiento y otros, no es necesario que se anote su nombre, pues cada encuesta tendrá un código; luego se le presentarán preguntas sobre variables específicas de la investigación.
2. El tiempo que tomará responder la encuesta será de aproximadamente **10 minutos**, si gusta, puede responder ahora o comprometerse a hacerlo en otro momento o lugar, nosotros lo buscaremos.

Información general: se le brindará a cada persona, la información para cumplimiento de los principios de ética, se permitirá cualquier interrupción de parte del entrevistado para esclarecer sus dudas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que **NO** existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Información específica: Una vez que se haya terminado de brindar la información general, se debe compartir la información específica sobre la investigación: los datos que se

requerirán, el hecho que se observará, o la acción que se realizará en el cuerpo (medir, examinar) o alguno de los elementos de él (exámenes de sangre, orina, células, tejidos u otro material biológico), haciendo énfasis que los resultados sólo serán utilizados para la investigación, sin identificar a la persona. De desearlo, se puede brindar algún resultado de interés clínico al participante voluntario.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Docente Asesor **Dr. Castillo Palacios, Freddy William** al correo electrónico **fwcastillo@ucvvirtual.edu.pe** o con el Comité de Ética de la **Escuela de Administración (etica-administracion@ucv.edu.pe)**.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas].

Anexo 2

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 002-2022-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
PELUQUERÍA UNISEX JARUMY	10028549046
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos JULISSA ZETA PEÑA	DNI: 02854904

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Lean Service para promover la Satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022	
Nombre del Programa Académico:	
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN	
Autor: Nombres y Apellidos EDGAR DAVID CASTAÑEDA PIZARRO	DNI: 77169982

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: **Piura, 18 de octubre del 2022**

Firma y sello:




(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "f" **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.**

Anexo 3

FICHA DE EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

Título del proyecto de Investigación: Lean Service para promover la Satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022

Autor/es: Edgar David Castañeda Pizarro

Especialidad del autor principal del proyecto: Marketing

Coautores del proyecto: Ninguno.

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Piura, Perú

Criterios de evaluación	Alto	Medio	Bajo	No precisa
I. Criterios metodológicos				
1. El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación.	Cumple totalmente	----	No cumple	-----.
2. Establece claramente la población/participantes de la investigación.	La población/participantes están claramente establecidos	----	La población/participantes no están claramente establecidos	-----
II. Criterios éticos				
1. Establece claramente los aspectos éticos a seguir en la investigación.	Los aspectos éticos están claramente establecidos	----	Los aspectos éticos no están claramente establecidos	-----
2. Cuenta con documento de autorización de la empresa o institución (Anexo 3 Directiva de Investigación N° 001-2022-VI-UCV).	Cuenta con documento debidamente suscrito	----	No cuenta con documento debidamente suscrito	No es necesario
3. Ha incluido el anexo 1 del consentimiento informado.	Ha incluido el ítem	----	No ha incluido el ítem	-----


Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya

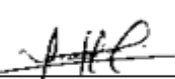
Presidente


Dr. Jorge Alberto Vargas Merino

Vicepresidente


Dr. Miguel Bardales Cárdenas

Vocal 1


Mgtr. Diana Lucila Huamani Cajaleon

Vocal 2

Anexo 4

DICTAMEN DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Escuela Profesional de Administración, deja constancia que el proyecto de investigación titulado **“Lean Service para promover la Satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022”**, presentado por el autor **Edgar David Castañeda Pizarro**, ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable¹ (X) observado () desfavorable ().

14, de noviembre de 2022



Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya
Presidente del Comité de Ética en Investigación
Escuela Profesional de Administración

C/c

- Sr. Edgar David Castañeda Pizarro, investigador principal.

¹ *El dictamen favorable tendrá validez en función a la vigencia del proyecto.*

Anexo 5

MATRIZ OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Variable 1: Lean Service	Pérez y Morato (2021) mencionan que, es una metodología que muestra una filosofía y cultura mediante sus siete pilares, además, el Lean Service se focaliza al rubro de servicios, a esto, menciona que es la evolución del Lean Manufacturing, sin tener un proceso productivo asociado, pero si con relación a las actividades relacionadas con servicios tangibles.	Se midió la variable Lean Service, el cual se desarrolla en base a la técnica de la encuesta aplicando el instrumento del cuestionario en base a la escala Likert. Este instrumento está compuesto por 12 ítems. Por lo tanto, fue dirigido a los clientes de la peluquería Jarumy.	5S	<ul style="list-style-type: none"> - Seiri (Clasificación) - Seiton (Orden) - Seiso (Limpieza) - Seiketsu (Estandarización) - Shitsuke (disciplina) 	Ordinal
			Mapa de Flujo de Valor - VSM	<ul style="list-style-type: none"> - Mapa de flujo actual - Mapa de flujo ideal - Simbología - Identificación 	
Variable 2: Satisfacción del cliente	Gil (2020) expresa que, la satisfacción del cliente es la respuesta o consecuencia de las expectativas que se da de una necesidad o carencia del cliente, la cual nosotros debemos satisfacer; por lo tanto, si el cliente queda satisfecho, cumpliendo sus expectativas del producto o servicio percibido, habremos cumplido nuestro objetivo.	Se midió la variable satisfacción al cliente, el cual se desarrolla en base a la técnica de la encuesta aplicando el instrumento del cuestionario en base a la escala Likert. Este instrumento está compuesto por 16 ítems. Por lo tanto, fue dirigido a los clientes de la peluquería Jarumy.	Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> - Flexibilidad - Capacidad de respuesta - Profesionalidad - Accesibilidad - Cortesía - Comunicación - Credibilidad - Seguridad - Conocimiento y comprensión del cliente - Elementos tangibles 	Ordinal
			Rendimiento Percibido	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción inconsciente - Percepción consciente - Percepción Neurológicas - Percepción Socio-genética 	

Anexo 6

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	MÉTODO
	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	
Lean Service para promover la Satisfacción del Cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022	¿Cómo el Lean Service promueve la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022?	Determinar el Lean Service para la promoción de la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022.	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: Aplicada, mixta, no experimental, transversal y descriptiva. POBLACIÓN Y MUESTREO: La población promedio mensual es de 414 clientes, teniendo un muestreo de 135 clientes. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS: Encuesta con su cuestionario, Entrevista con su guía de entrevista y Observación con su ficha de observación MÉTODO DE ANÁLISIS: Se aplicó el tipo de análisis descriptivo, en función a los datos recopilados.
	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
	a) ¿Cómo se desarrolla la herramienta 5S en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022?	a) Evaluar la herramienta 5S en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022.	
	b) ¿Cuál es el análisis de la herramienta VSM en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022?	b) Analizar la herramienta VSM del proceso de servicio en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022.	
	c) ¿Cuáles son las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022?	c) Conocer las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022.	
	d) ¿Cuál es el rendimiento percibido del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022?	d) Identificar el rendimiento percibido del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022.	

Anexo 7: Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO

Estimado/a participante,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de **Administración de Empresas de la Universidad César Vallejo**; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo **Determinar el Lean Service para la promoción de la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022**, Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta entrevista puede enviarla al correo: **edcastanedap@ucvvirtual.edu.pe**

Escala de medición consta:

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Me es indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1

ÍTEMS		Escala de Medición				
VARIABLE LEAN SERVICE						
Dimensión 1: 5S		5	4	3	2	1
1	Se utilizaron las herramientas necesarias para una mejor atención en la Peluquería Unisex Jarumy.					
2	Las herramientas de trabajo estaban ordenadas y listas para usarse.					
3	Las herramientas utilizadas para su atención se encontraban limpias y en perfecto estado.					
4	El área donde se realizó su servicio estaba limpia y en buen estado.					
5	Usted recibe la misma calidad de servicios en las distintas ocasiones que concurre a la peluquería.					
6	Usted considera que los colaboradores de la peluquería cumplen con el mismo procedimiento de atención al cliente en todos los casos.					
7	Los colaboradores demuestran disciplina para mantener el orden y la limpieza en las instalaciones de la peluquería.					
8	Las actitudes del personal son favorables para asegurar la mejor organización y mantenimiento de las instalaciones.					
Dimensión 2: Mapa de Flujo de Valor - VSM		5	4	3	2	1
9	Usted considera que el conjunto de actividades desarrolladas por el personal para su atención es satisfactorio.					
10	Usted cree que el proceso de atención podría mejorar aún más.					
11	Los ambientes de la peluquería están perfectamente señalizados.					
12	El personal identifica correctamente las herramientas a usar en el servicio.					

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Me es indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1

VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE		Escala de Medición				
Dimensión 3: Expectativas		5	4	3	2	1
13	El personal se adapta a sus gustos y preferencias.					
14	La atención que recibió del personal fue rápida y oportuna.					
15	Usted considera que el personal está altamente capacitado.					
16	La Peluquería Unisex Jarumy fue fácil de encontrar.					
17	Los precios de la Peluquería Unisex Jarumy es acorde al servicio que brinda.					
18	El personal que lo atendió fue cortés y amable.					
19	Sus requerimientos fueron escuchados/os y atendidas/os.					
20	Usted considera que el trabajo del personal de la Peluquería tiene credibilidad.					
21	Se siente seguro del servicio que el personal de la peluquería le brindó.					
22	El personal fue comprensivo con usted ante sus requerimientos.					
23	La Peluquería Unisex Jarumy cuenta con un ambiente agradable.					
24	La peluquería cuenta con las herramientas para un buen servicio.					
Dimensión 4: Rendimiento Percibido		5	4	3	2	1
25	Su cambio de look le generó satisfacción.					
26	Le gustó el look ejecutado por el personal de la peluquería.					
27	El servicio que se realizó en la peluquería fue lo esperado por usted.					
28	El servicio que se realizó en la peluquería se adecua a su apariencia.					

DATOS GENERALES

Fecha:

1. Edad : _____

3. Estado civil : _____

2. Sexo : _____

4. Ocupación : _____

GUÍA DE ENTREVISTA

Fecha: 28/04/2023

Nombre del entrevistado: Julissa Zeta Peña

Entidad: Peluquería Unisex Jarumy

Yo, **Julissa Zeta Peña** con DNI **02854904** en forma voluntaria; SÍ (X) NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo **Determinar el Lean Service para la promoción de la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022**. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta entrevista puede enviarla al correo:

edcastanedap@ucvvirtual.edu.pe

VARIABLE LEAN SERVICE	
DIMENSIÓN 5S	
1	<p>¿Cómo clasifican las herramientas de trabajo del personal para una mejor atención del cliente?</p> <p>Las herramientas se clasifican dependiendo al ambiente donde se da el servicio por ejemplo en el ambiente de corte solo se tienen los instrumentos necesarios para que se del servicio, en donde se hace el tinte de pelo las herramientas y material necesario para ejecutar dicho servicio. Gracias a esto se realiza el servicio de manera más rápida.</p>
2	<p>¿Cómo califica usted el orden que presenta el área de atención al público en la peluquería? ¿Por qué? Y ¿Qué podría mejorarse al respecto?</p> <p>Bueno, No la califico como excelente por que en ocasiones en la peluquería se genera desorden por diferentes motivos como por ejemplo cuando hay mucha gente, o cuando se distraen con el celular en tiempo de ocio y se olvidan de ordenar algunos detalles. Lo que podría mejorar para subir esta calificación es establecer horarios fijos de supervisión en el local para visualizar que estén haciendo correctamente su trabajo.</p>
3	<p>¿Cuáles son los motivos que podrían incidir en un escaso orden dentro de la peluquería? ¿Por qué?</p> <p>En ocasiones tengo personal nuevo o de apoyo donde no se adaptan de manera rápida en la peluquería y desconocen dónde van las cosas o las dejan en un lugar donde no debería ir. Otro motivo sería cuando tenemos mucha gente y el personal deja de hacer muchas cosas lo cual genera desorden en el local.</p>

4	<p>¿Cómo se organizan para ejecutar la limpieza dentro de la peluquería? El personal de apertura junto conmigo nos encargamos de ejecutar la limpieza total del local antes de empezar a atender a los clientes. En el transcurso del día el personal de turno se encarga de mantener limpias las zonas donde se acumula el polvo y antes de cerrar el local el personal de cierre junto conmigo realizamos un barrido general de todo el local.</p>
5	<p>¿Qué implementos y utensilios usan los colaboradores para mantener limpios los ambientes de la peluquería y sus herramientas de trabajo? Los guantes de látex, la lejía, la escoba, el recogedor son los implementos que más uso para la limpieza de los ambientes de la peluquería. En ocasiones llevé las herramientas de alto valor a un especialista para la limpieza y mantenimiento. Y el personal como trae sus herramientas de trabajo se encargan en ocasiones de darles mantenimiento ellos mismo.</p>
6	<p>¿La peluquería tiene estandarizada las actividades de atención al cliente? Explique. No existe un protocolo de actividades definido para la atención, pero si como jefa les doy pautas al personal de cómo atender a los clientes desde que entran al local hasta su salida, donde ellos mismo se desarrollan de manera natural dando siempre un respeto al cliente.</p>
7	<p>¿Cómo se asegura usted que el personal cumpla con los protocolos de atención al público? Mientras estoy en la peluquería y atiando también a los clientes siempre estoy atenta de como el personal atiende al cliente, si hay que corregir o aconsejar a los chicos se les dice en privado luego de que el cliente se allá ido con el fin de que no se vuelva a repetir y mejorar el servicio.</p>
8	<p>¿Qué hábitos en el personal considera usted que no contribuyen al orden, la limpieza y el cumplimiento del protocolo en la peluquería? Uno de los malos hábitos que tienen los chicos son que en ocasiones cuando no hay gente se distraen con el celular y no ven lo que hace falta en la peluquería, y es ahí donde en ocasiones les tengo que indicar que tienen que hacer para que recién lo hagan.</p>
DIMENSIÓN VSM	
9	<p>¿Cuál es el protocolo de atención al cliente? El protocolo de atención que considero que debería ser, es que cuando el cliente va entrando el personal debe ir donde el cliente de manera inmediata saludos con buenos días/tardes/noches, preguntar por lo que se quiere realizar, brindar la información adecuada con el cliente, realizar el servicio y una vez cuando el cliente se vaya despedirlo con un muchas gracias vuelva pronto o que tenga un buen día.</p>
10	<p>¿Con respecto a la pregunta anterior, en qué podría mejorar dicho protocolo de atención? Ser más carismático al atender al cliente, sonreírle mientras lo atiende, conversar con el cliente de manera espontánea, y ganarse la confianza del cliente para mejorar su estadía.</p>

11	<p>¿Los ambientes están correctamente señalizados? ¿Falta implementar? Explique.</p> <p>Si están correctamente señalizados, pero si falta implementar en algunas zonas, por ejemplo, la señalización del botiquín o la del extintor, por falta de tiempo y por olvidadiza no he podido comprar la señalización correspondiente.</p>
12	<p>¿Cuáles son las herramientas de trabajo que usualmente no están en el lugar asignado?</p> <p>Tenemos dos tipos de toallas dependiendo al uso que se les dé, en ocasiones no están en su lugar adecuado y se combinan o se confunden de lugar.</p>
<p>VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</p>	
<p>DIMENSIÓN EXPECTATIVAS</p>	
13	<p>¿Cuáles son los problemas que usualmente el personal ha tenido sobre los gustos, preferencia o requerimiento de los clientes?</p> <p>Cuando el personal la orienta de lo que mejor le quedaría al cliente luego de escucharlo, y al final de terminar el servicio en ocasiones el cliente no le gusta como quedo a pesar de seguir todas sus indicaciones.</p>
14	<p>¿La atención al cliente es rápida o hay demoras? ¿Por qué?</p> <p>Depende, porque a veces hay uno que otro chico que falta y es donde se recarga el trabajo y se empieza acumular la gente; y en ocasiones el cliente se va porque no le gusta esperar.</p>
15	<p>¿Cuáles son los requisitos que tiene su personal contratado para poder laborar dentro de la peluquería?</p> <p>Debe tener experiencia trabajando en otras peluquerías y tener referencias. Se les da más opciones a ser contratados si tienen una especialidad o vienen de las academias se les brinda el apoyo a los chicos que recién están empezando.</p>
16	<p>¿Por qué instaló su peluquería en la AV. Grau - Piura?</p> <p>Porque se presentó la oportunidad de comprar el local con el tiempo. El antiguo dueño me dio la facilidad de pagarlo por partes y como está en buena zona opté por comprar el local.</p>
17	<p>¿Cómo supervisa el buen trato que tiene su personal hacia sus clientes?</p> <p>Mientras estoy en el local los observo desde principio a fin, de cómo trata al personal y como lo atiende y el servicio que le da y como quedó dicho servicio. Si hay que corregir se hace y los oriento de cómo debería ser dándole ideas.</p>
18	<p>¿Cómo se comunica con su personal sobre su rendimiento dentro de la peluquería?</p> <p>En privado, en las tardes después de almuerzo donde la afluencia de gente es mínima cada cierto tiempo me comunico con el personal para hablar de cómo van en la empresa, viendo los puntos donde se debe mejorar.</p>

19	<p>¿Cuáles son las marcas reconocidas de los productos que usa hacia sus clientes?</p> <p>Las marcas que compro a mis proveedores son de marca reconocida para el cuidado y uso personal hacia mis clientes como por ejemplo las marcas Revlon, Loreal, Redken, Kérastase, Baor y KS Kerasilk.</p>
20	<p>¿Con qué protocolos de seguridad cuenta el establecimiento?</p> <p>Actualmente el local cuenta con cámaras de seguridad donde es monitoreado por personal externo de Prosegur para un mejor cuidado ante cualquier siniestro que se pueda presentar.</p>
21	<p>¿De qué forma el cliente hace saber su disgusto sobre el servicio ejecutado?</p> <p>El cliente que paga por un servicio, siempre dará a notar cualquier disgusto que tenga hacia el servicio que se le da. Cuando son clientas conocidas que vienen frecuentemente al local hacen sentir su malestar sobre el servicio de forma personal o por llamada.</p>
22	<p>¿El personal cumple con una correcta presentación física para brindar el servicio a los clientes? Explique.</p> <p>En ocasiones, porque no siempre se presentan con el polo que se les da para laborar, en ocasiones vienen desarregladas y en el transcurso del día se van arreglando poco a poco lo cual está mal por que deberían venir bien presentables para iniciar con sus labores en la peluquería.</p>
23	<p>¿De qué manera mejora los ambientes de la peluquería para que los clientes se sientan más cómodos?</p> <p>Ante la ola de calor que se vino desarrollando de forma frecuente se implementó recientemente el aire acondicionado que se encuentra en la zona de espera al ingresar al local. En un futuro muy cercano implementaré otro aire acondicionado para el calor o incomodidad que se presenta en el fondo del local.</p>
24	<p>¿Cuáles son las herramientas de trabajo que usa dentro de la peluquería?</p> <p>Existen una gran variedad de herramientas que se usan en el local, pero las herramientas de más uso son las tijeras profesionales, la plancha, el cepillo electrónico y las secadoras. Estas herramientas se usan con mucha frecuencia en los servicios que presta la peluquería.</p>
<p>DIMENSIÓN RENDIMIENTO PERCIBIDO</p>	
25	<p>¿Qué sensación o sentimientos generan los clientes al terminar su servicio adquirido en la peluquería?</p> <p>Pueden presentar diferentes tipos de sentimientos como por ejemplo cuando les gustó y se vieron al espejo luego de culminar el servicio presentó felicidad en su sonrisa, pero por el contrario si es al revés presentan sentimientos de frustración, tristeza o hasta incluso irá por el mal servicio ejecutado.</p>

26	<p>¿En qué circunstancias el cliente ha presentado incomodidad o disgustos al visualizar el servicio ejecutado?</p> <p>Al finalizar el servicio, donde el cliente al ver el servicio que se realizó no siguió sus indicaciones.</p>
27	<p>¿El servicio que brinda es lo esperado por el cliente? ¿Por qué?</p> <p>Mayormente sí, porque el servicio que se presenta hacia el cliente muy rara vez ha sido criticado por el cliente, la gran mayoría de los clientes se van satisfecho por el servicio realizado en el local.</p>
28	<p>¿De qué manera identifica y sugiere un cambio de look adecuado al cliente?</p> <p>Primero se visualiza el perfil del cliente junto con la simetría de su cara y se le da opinión de que podría realizar por que en muchas ocasiones vienen clientes por un cambio de look y no sabes que realizarse.</p>

Firma y sello: _____




FICHAS DE OBSERVACIÓN DE LAS DIMENSIONES 5S Y VSM

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA DIMENSIÓN 5S

NOMBRE DEL OBSERVADOR: Edgar David Castañeda Pizarro

EMPRESA: Peluquería Unisex Jarumy

NOMBRE DEL EVALUADO: JULISSA ZETA PEÑA

FECHA: 28/04/2023

DESCRIPCIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
SEIRI – CLASIFICACIÓN				
Al momento de realizar un servicio existe exceso de herramientas innecesarias.				X
Los artículos se almacenan y guardan de forma correcta.	X			
SEITON – ORDEN				
Existe un lugar específico para cada herramienta de trabajo.	X			
Reconoce los lugares para cada herramienta.	X			
Las herramientas se colocan en su lugar asignado luego de ejecutar el servicio.	X			
SEISO – LIMPIEZA				
El equipo se mantiene en buenas condiciones.	X			
Los ambientes se mantienen de forma limpia luego de ejecutar un servicio.		X		
Se realiza la limpieza correspondiente luego de cada servicio.	X			
Se usan de forma adecuada los elementos de limpieza.	X			
SEKEITSU – ESTANDARIZACIÓN				
El protocolo de atención al cliente se realizó de forma correcta.	X			
Shitsuke – Disciplina				
El personal realizó de forma precisa los protocolos de bioseguridad.	X			
Respetar los ambientes de no fumar.	X			

Observaciones:

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA DIMENSIÓN VSM

ÁREA/PROCESO: Proceso de atención al cliente

NOMBRE DEL OBSERVADOR: Edgar David Castañeda Pizarro

NOMBRE DEL EVALUADO: JULISSA ZETA PEÑA

EMPRESA: Peluquería Unisex Jarumy

FECHA: 28/04/2023

DESCRIPCIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
MAPA DE FLUJO ACTUAL				
Al momento de entrar el cliente a la peluquería el personal inicia el saludo y presentación.	X			
El trato del personal hacia el cliente es amable.	X			
Ejecuta el protocolo de despedida con el cliente de forma cortés.	X			
MAPA DE FLUJO IDEAL				
El colaborador tiene contacto visual con el cliente al momento de atenderlo.	X			
El colaborador establece un clima de cordialidad y amable con el cliente.	X			
El colaborador responde de forma acertada los requerimientos del cliente.	X			
Utiliza los diversos tipos de preguntas para obtener y ratificar información.	X			
Adapta las pausas, tono y ritmo de la conversación con el cliente.	X			
El colaborador crea un ambiente de confianza con el cliente.	X			
Usa el lenguaje comercial: atractivo, preciso y sugerente.	X			
SIMBOLOGÍA				
Espera al cliente en la zona de entrada.			X	
Realiza el servicio en el ambiente adecuado.	X			
IDENTIFICACIÓN				
El colaborador identifica de forma clara el servicio que desea realizar el cliente.	X			
Identifica de forma clara las herramientas a usarse.	X			

Observaciones:

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA DIMENSIÓN 5S

NOMBRE DEL OBSERVADOR: Edgar David Castañeda Pizarro

EMPRESA: Peluquería Unisex Jarumy

NOMBRE DEL EVALUADO: MARÍA PIZARRO VILLEGAS

FECHA: 28/04/2023

DESCRIPCIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
SEIRI – CLASIFICACIÓN				
Al momento de realizar un servicio existe exceso de herramientas innecesarias.			X	
Los artículos se almacenan y guardan de forma correcta.	X			
SEITON – ORDEN				
Existe un lugar específico para cada herramienta de trabajo.	X			
Reconoce los lugares para cada herramienta.	X			
Las herramientas se colocan en su lugar asignado luego de ejecutar el servicio.		X		
SEISO – LIMPIEZA				
El equipo se mantiene en buenas condiciones.	X			
Los ambientes se mantienen de forma limpia luego de ejecutar un servicio.	X			
Se realiza la limpieza correspondiente luego de cada servicio.		X		
Se usan de forma adecuada los elementos de limpieza.	X			
SEKEITSU – ESTANDARIZACIÓN				
El protocolo de atención al cliente se realizó de forma correcta.	X			
Shitsuke – Disciplina				
El personal realizó de forma precisa los protocolos de bioseguridad.		X		
Respetar los ambientes de no fumar.	X			

Observaciones:

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA DIMENSIÓN VSM

ÁREA/PROCESO: Proceso de atención al cliente

NOMBRE DEL OBSERVADOR: Edgar David Castañeda Pizarro

NOMBRE DEL EVALUADO: MARÍA PIZARRO VILLEGAS

EMPRESA: Peluquería Unisex Jarumy

FECHA: 28/04/2023

DESCRIPCIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
MAPA DE FLUJO ACTUAL				
Al momento de entrar el cliente a la peluquería el personal inicia el saludo y presentación.	X			
El trato del personal hacia el cliente es amable.	X			
Ejecuta el protocolo de despedida con el cliente de forma cortés.	X			
MAPA DE FLUJO IDEAL				
El colaborador tiene contacto visual con el cliente al momento de atenderlo.		X		
El colaborador establece un clima de cordialidad y amable con el cliente.	X			
El colaborador responde de forma acertada los requerimientos del cliente.	X			
Utiliza los diversos tipos de preguntas para obtener y ratificar información.		X		
Adapta las pausas, tono y ritmo de la conversación con el cliente.	X			
El colaborador crea un ambiente de confianza con el cliente.	X			
Usa el lenguaje comercial: atractivo, preciso y sugerente.	X			
SIMBOLOGÍA				
Espera al cliente en la zona de entrada.			X	
Realiza el servicio en el ambiente adecuado.	X			
IDENTIFICACIÓN				
El colaborador identifica de forma clara el servicio que desea realizar el cliente.	X			
Identifica de forma clara las herramientas a usarse.	X			

Observaciones:

:

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA DIMENSIÓN 5S

NOMBRE DEL OBSERVADOR: Edgar David Castañeda Pizarro

EMPRESA: Peluquería Unisex Jarumy

NOMBRE DEL EVALUADO: PAMELA ROSAS SANTOS

FECHA: 29/04/2023

DESCRIPCIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
SEIRI – CLASIFICACIÓN				
Al momento de realizar un servicio existe exceso de herramientas innecesarias.			X	
Los artículos se almacenan y guardan de forma correcta.	X			
SEITON – ORDEN				
Existe un lugar específico para cada herramienta de trabajo.	X			
Reconoce los lugares para cada herramienta.	X			
Las herramientas se colocan en su lugar asignado luego de ejecutar el servicio.		X		
SEISO – LIMPIEZA				
El equipo se mantiene en buenas condiciones.		X		
Los ambientes se mantienen de forma limpia luego de ejecutar un servicio.		X		
Se realiza la limpieza correspondiente luego de cada servicio.	X			
Se usan de forma adecuada los elementos de limpieza.	X			
SEKEITSU - ESTANDARIZACIÓN				
El protocolo de atención al cliente se realizó de forma correcta.		X		
Shitsuke – Disciplina				
El personal realizó de forma precisa los protocolos de bioseguridad.		X		
Respetar los ambientes de no fumar.	X			

Observaciones:

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA DIMENSIÓN VSM

ÁREA/PROCESO: Proceso de atención al cliente

NOMBRE DEL OBSERVADOR: Edgar David Castañeda Pizarro

NOMBRE DEL EVALUADO: PAMELA ROSAS SANTOS

EMPRESA: Peluquería Unisex Jarumy

FECHA: 29/04/2023

DESCRIPCIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
MAPA DE FLUJO ACTUAL				
Al momento de entrar el cliente a la peluquería el personal inicia el saludo y presentación.	X			
El trato del personal hacia el cliente es amable.	X			
Ejecuta el protocolo de despedida con el cliente de forma cortés.	X			
MAPA DE FLUJO IDEAL				
El colaborador tiene contacto visual con el cliente al momento de atenderlo.		X		
El colaborador establece un clima de cordialidad y amable con el cliente.		X		
El colaborador responde de forma acertada los requerimientos del cliente.	X			
Utiliza los diversos tipos de preguntas para obtener y ratificar información.		X		
Adapta las pausas, tono y ritmo de la conversación con el cliente.		X		
El colaborador crea un ambiente de confianza con el cliente.		X		
Usa el lenguaje comercial: atractivo, preciso y sugerente.		X		
SIMBOLOGÍA				
Espera al cliente en la zona de entrada.			X	
Realiza el servicio en el ambiente adecuado.	X			
IDENTIFICACIÓN				
El colaborador identifica de forma clara el servicio que desea realizar el cliente.	X			
Identifica de forma clara las herramientas a usarse.		X		

Observaciones:

Atiende al cliente con el celular en la mano.

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA DIMENSIÓN 5S

NOMBRE DEL OBSERVADOR: Edgar David Castañeda Pizarro

EMPRESA: Peluquería Unisex Jarumy

NOMBRE DEL EVALUADO: FIORELLA ZETA PIZARRO

FECHA: 29/04/2023

DESCRIPCIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
SEIRI – CLASIFICACIÓN				
Al momento de realizar un servicio existe exceso de herramientas innecesarias.		X		
Los artículos se almacenan y guardan de forma correcta.		X		
SEITON – ORDEN				
Existe un lugar específico para cada herramienta de trabajo.	X			
Reconoce los lugares para cada herramienta.			X	
Las herramientas se colocan en su lugar asignado luego de ejecutar el servicio.		X		
SEISO – LIMPIEZA				
El equipo se mantiene en buenas condiciones.		X		
Los ambientes se mantienen de forma limpia luego de ejecutar un servicio.			X	
Se realiza la limpieza correspondiente luego de cada servicio.		X		
Se usan de forma adecuada los elementos de limpieza.		X		
SEKEITSU – ESTANDARIZACIÓN				
El protocolo de atención al cliente se realizó de forma correcta.		X		
Shitsuke – Disciplina				
El personal realizó de forma precisa los protocolos de bioseguridad.		X		
Respetar los ambientes de no fumar.	X			

Observaciones:

No busca apoyo ni ayuda cuando lo necesita.

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA DIMENSIÓN VSM

ÁREA/PROCESO: Proceso de atención al cliente

NOMBRE DEL OBSERVADOR: Edgar David Castañeda Pizarro

NOMBRE DEL EVALUADO: FIORELLA ZETA PIZARRO

EMPRESA: Peluquería Unisex Jarumy

FECHA: 29/04/2023

DESCRIPCIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
MAPA DE FLUJO ACTUAL				
Al momento de entrar el cliente a la peluquería el personal inicia el saludo y presentación.	X			
El trato del personal hacia el cliente es amable.	X			
Ejecuta el protocolo de despedida con el cliente de forma cortés.	X			
MAPA DE FLUJO IDEAL				
El colaborador tiene contacto visual con el cliente al momento de atenderlo.		X		
El colaborador establece un clima de cordialidad y amable con el cliente.	X			
El colaborador responde de forma acertada los requerimientos del cliente.	X			
Utiliza los diversos tipos de preguntas para obtener y ratificar información.		X		
Adapta las pausas, tono y ritmo de la conversación con el cliente.		X		
El colaborador crea un ambiente de confianza con el cliente.	X			
Usa el lenguaje comercial: atractivo, preciso y sugerente.		X		
SIMBOLOGÍA				
Espera al cliente en la zona de entrada.		X		
Realiza el servicio en el ambiente adecuado.	X			
IDENTIFICACIÓN				
El colaborador identifica de forma clara el servicio que desea realizar el cliente.	X			
Identifica de forma clara las herramientas a usarse.			X	

Observaciones:

Conversa con otro compañero de trabajo al momento de atender al cliente.

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA DIMENSIÓN 5S

NOMBRE DEL OBSERVADOR: Edgar David Castañeda Pizarro
EMPRESA: Peluquería Unisex Jarumy
NOMBRE DEL EVALUADO: GUILIANA CHANDUVI CORTEZ
FECHA: 29/04/2023

DESCRIPCIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
SEIRI – CLASIFICACIÓN				
Al momento de realizar un servicio existe exceso de herramientas innecesarias.				X
Los artículos se almacenan y guardan de forma correcta.		X		
SEITON – ORDEN				
Existe un lugar específico para cada herramienta de trabajo.	X			
Reconoce los lugares para cada herramienta.	X			
Las herramientas se colocan en su lugar asignado luego de ejecutar el servicio.		X		
SEISO – LIMPIEZA				
El equipo se mantiene en buenas condiciones.		X		
Los ambientes se mantienen de forma limpia luego de ejecutar un servicio.		X		
Se realiza la limpieza correspondiente luego de cada servicio.		X		
Se usan de forma adecuada los elementos de limpieza.		X		
SEKEITSU - ESTANDARIZACIÓN				
El protocolo de atención al cliente se realizó de forma correcta.		X		
Shitsuke – Disciplina				
El personal realizó de forma precisa los protocolos de bioseguridad.		X		
Respetar los ambientes de no fumar.	X			

Observaciones:

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA DIMENSIÓN VSM

ÁREA/PROCESO: Proceso de atención al cliente
NOMBRE DEL OBSERVADOR: Edgar David Castañeda Pizarro
NOMBRE DEL EVALUADO: GUILIANA CHANDUVI CORTEZ
EMPRESA: Peluquería Unisex Jarumy
FECHA: 29/04/2023

DESCRIPCIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
MAPA DE FLUJO ACTUAL				
Al momento de entrar el cliente a la peluquería el personal inicia el saludo y presentación.	X			
El trato del personal hacia el cliente es amable.		X		
Ejecuta el protocolo de despedida con el cliente de forma cortés.	X			
MAPA DE FLUJO IDEAL				
El colaborador tiene contacto visual con el cliente al momento de atenderlo.		X		
El colaborador establece un clima de cordialidad y amable con el cliente.		X		
El colaborador responde de forma acertada los requerimientos del cliente.	X			
Utiliza los diversos tipos de preguntas para obtener y ratificar información.		X		
Adapta las pausas, tono y ritmo de la conversación con el cliente.	X			
El colaborador crea un ambiente de confianza con el cliente.		X		
Usa el lenguaje comercial: atractivo, preciso y sugerente.	X			
SIMBOLOGÍA				
Espera al cliente en la zona de entrada.			X	
Realiza el servicio en el ambiente adecuado.	X			
IDENTIFICACIÓN				
El colaborador identifica de forma clara el servicio que desea realizar el cliente.	X			
Identifica de forma clara las herramientas a usarse.	X			

Observaciones:

Atiende al cliente distraído con el celular
 Conversa con otro compañero de trabajo y no se enfoca en su trabajo.

Anexo 8: MATRIZ DE INSTRUMENTOS: Cuestionario, guía de entrevista y ficha de observación

			INSTRUMENTO CUESTIONARIO			
Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	N° de ítems	Ítems	
Lean Service	X1.1	Seiri (Clasificación)	Encuesta / Cuestionario	1	Se utilizaron las herramientas necesarias para una mejor atención en la Peluquería Unisex Jarumy.	
	X1.2	Seiton (Orden)		1	Las herramientas de trabajo estaban ordenadas y listas para usarse.	
	X1.3	Seiso (Limpieza)		2	Las herramientas utilizadas para su atención se encontraban limpias y en perfecto estado. El área donde se realizó su servicio estaba limpia y en buen estado.	
	X1.4	Seiketsu (Estandarización)		2	Usted recibe la misma calidad de servicios en las distintas ocasiones que concurre a la peluquería. Usted considera que los colaboradores de la peluquería cumplen con el mismo procedimiento de atención al cliente en todos los casos.	
	X1.5	Shitsuke (disciplina)		2	Los colaboradores demuestran disciplina para mantener el orden y la limpieza en las instalaciones de la peluquería. Las actitudes del personal son favorables para asegurar la mejor organización y mantenimiento de las instalaciones.	
	X2.1	Mapa de flujo actual		Encuesta / Cuestionario	1	Usted considera que el conjunto de actividades desarrolladas por el personal para su atención es satisfactorio.
	X2.2	Mapa de flujo ideal			1	Usted cree que el proceso de atención podría mejorar aún más.
	X2.3	Simbología			1	Los ambientes de la peluquería están perfectamente señalizados.
	X2.4	Identificación			1	El personal identifica correctamente las herramientas a usar en el servicio.
	Satisfacción del cliente	Y1.1		Flexibilidad	Encuesta / Cuestionario	1
Y1.2		Capacidad de respuesta	1	La atención que recibió del personal fue rápida y oportuna.		
Y1.3		Profesionalidad	1	Usted considera que el personal está altamente capacitado.		
Y1.4		Accesibilidad	2	La Peluquería Unisex Jarumy fue fácil de encontrar. Los precios de la Peluquería Unisex Jarumy es acorde al servicio que brinda.		
Y1.5		Cortesía	1	El personal que lo atendió fue cortés y amable.		
Y1.6		Comunicación	1	Sus requerimientos fueron escuchados/os y atendidos/os.		
Y1.7		Credibilidad	1	Usted considera que el trabajo del personal de la Peluquería tiene credibilidad.		
Y1.8		Seguridad	1	Se siente seguro del servicio que el personal de la peluquería le brindó.		
Y1.9		Conocimiento y comprensión	1	El personal fue comprensivo con usted ante sus requerimientos.		
Y1.10		Elementos tangibles	2	La Peluquería Unisex Jarumy cuenta con un ambiente agradable. La peluquería cuenta con las herramientas para un buen servicio.		
Y2.1		P. inconsciente	Encuesta / Cuestionario	1		Su cambio de look le generó satisfacción.
Y2.2		P. consciente		1		Le gustó el look ejecutado por el personal de la peluquería.
Y2.3		P. Neurológicas		1		El servicio que se realizó en la peluquería fue lo esperado por usted.
Y2.4		P. Socio genética		1		El servicio que se realizó en la peluquería se adecua a su apariencia.

			INSTRUMENTO GUÍA DE ENTREVISTA		
Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	N° de ítems	Ítems
Lean Service	X1.1	Seiri (Clasificación)	Entrevista / Guía de entrevista	1	¿Cómo clasifican las herramientas de trabajo del personal para una mejor atención del cliente?
	X1.2	Seiton (Orden)		2	¿Cómo califica usted el orden que presenta el área de atención al público en la peluquería? ¿Por qué? ¿Cuáles son los motivos que podrían incidir en un escaso orden dentro de la peluquería? ¿Por qué?
	X1.3	Seiso (Limpieza)		2	¿Cómo se organizan para ejecutar la limpieza dentro de la peluquería? ¿Qué implementos y utensilios usan los colaboradores para mantener limpios los ambientes de la peluquería y sus herramientas de trabajo?
	X1.4	Seiketsu (Estandarización)		2	¿La peluquería tiene estandarizada las actividades de atención al cliente? Explique. ¿Cómo se asegura usted que el personal cumpla con los protocolos de atención al público?
	X1.5	Shitsuke (disciplina)		1	¿Qué hábitos en el personal considera usted que no contribuyen al orden, la limpieza y el cumplimiento del protocolo en la peluquería?
	X2.1	VSM actual	Entrevista / Guía de entrevista	1	¿Cuál es el protocolo de atención al cliente?
	X2.2	VSM ideal		1	¿Con respecto a la pregunta anterior, en qué podría mejorar dicho protocolo de atención?
	X2.3	Simbología		1	¿Los ambientes están correctamente señalizados? ¿Falta implementar? Explique.
X2.4	Identificación	1		¿Cuáles son las herramientas de trabajo que usualmente no están en el lugar asignado?	
Satisfacción del cliente	Y1.1	Flexibilidad	Entrevista / Guía de entrevista	1	¿Cuáles son los problemas que usualmente el personal ha tenido sobre los gustos, preferencia o requerimiento de los clientes?
	Y1.2	Capacidad de respuesta		1	¿La atención al cliente es rápida o hay demoras? ¿Por qué?
	Y1.3	Profesionalidad		1	¿Cuáles son los requisitos que tiene su personal contratado para poder laborar dentro de la peluquería?
	Y1.4	Accesibilidad		1	¿Por qué instaló su peluquería en la AV. Grau - Piura?
	Y1.5	Cortesía		1	¿Cómo supervisa el buen trato que tiene su personal hacia sus clientes?
	Y1.6	Comunicación		1	¿Cómo se comunica con su personal sobre su rendimiento dentro de la peluquería?
	Y1.7	Credibilidad		1	¿Cuáles son las marcas reconocidas de los productos que usa hacia sus clientes?
	Y1.8	Seguridad		1	¿Con qué protocolos de seguridad cuenta el establecimiento?
	Y1.9	Conocimiento y comprensión		1	¿De qué forma el cliente hace saber su disgusto sobre el servicio ejecutado?
	Y1.10	Elementos tangibles		3	¿El personal cumple con una correcta presentación física para brindar el servicio a los clientes? Explique. ¿De qué manera mejora los ambientes de la peluquería para que los clientes se sientan más cómodos? ¿Cuáles son las herramientas de trabajo que usa dentro de la peluquería?
	Y2.1	P. inconsciente	Entrevista / Guía de entrevista	1	¿Qué sensación o sentimientos generan los clientes al terminar su servicio adquirido en la peluquería?
	Y2.2	P. consciente		1	¿En qué circunstancias el cliente ha presentado incomodidad o disgustos al visualizar el servicio ejecutado?
	Y2.3	P. Neurológicas		1	¿El servicio que brinda es lo esperado por el cliente? ¿Por qué?
Y2.4	P. Socio genética	1		¿De qué manera identifica y sugiere un cambio de look adecuado al cliente?	

INSTRUMENTO FICHA DE OBSERVACIÓN N°1					
Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	N° de ítems	Ítems
Lean Service	X1.1	Seiri (Clasificación)	Observación / Ficha de Observación	2	Al momento de realizar un servicio existe exceso de herramientas innecesarias.
					Los artículos se almacenan y guardan de forma correcta.
	X1.2	Seiton (Orden)		3	Existe un lugar específico para cada herramienta de trabajo.
					Reconoce los lugares para cada herramienta.
	X1.3	Seiso (Limpieza)		4	Las herramientas se colocan en su lugar asignado luego de ejecutar el servicio.
					El equipo se mantiene en buenas condiciones.
		Los ambientes se mantienen de forma limpia luego de ejecutar un servicio.			
X1.4	Seiketsu (Estandarización)	1	Se realiza la limpieza correspondiente luego de cada servicio.		
			Se usan de forma adecuada los elementos de limpieza.		
X1.5	Shitsuke (disciplina)	2	El protocolo de atención al cliente se realizó de forma correcta.		
			El personal realizó de forma precisa los protocolos de bioseguridad.		
			2	Respetar los ambientes de no fumar.	
INSTRUMENTO FICHA DE OBSERVACIÓN N°2					
Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	N° de ítems	Ítems
Lean Service	X2.1	Mapa de flujo actual	Observación / Ficha de Observación	3	Al momento de entrar el cliente a la peluquería el personal inicia el saludo y presentación.
					El trato del personal hacia el cliente es amable.
					Ejecuta el protocolo de despedida con el cliente de forma cortés.
	X2.2	Mapa de flujo ideal		7	El colaborador tiene contacto visual con el cliente al momento de atenderlo.
					El colaborador establece un clima de cordialidad y amable con el cliente.
					El colaborador responde de forma acertada los requerimientos del cliente.
					Utiliza los diversos tipos de preguntas para obtener y ratificar información.
					Adapta las pausas, tono y ritmo de la conversación con el cliente.
	X2.3	Simbología		2	El colaborador crea un ambiente de confianza con el cliente.
					Usa el lenguaje comercial: atractivo, preciso y sugerente.
X2.4	Identificación	2	Espera al cliente en la zona de entrada.		
			Realiza el servicio en el ambiente adecuado.		
			2	El colaborador identifica de forma clara el servicio que desea realizar el cliente.	
				2	Identifica de forma clara las herramientas a usarse.

Anexo 9

Muestra De La Peluquería Unisex Jarumy

Procesamiento realizado mediante el programa Microsoft Excel.

Formula de muestra finita:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Ítems		Valor porcentual	Valor relativo
Tamaño de la población	N	414	
Proporción de éxito	p	50.0%	0.50
Proporción sin éxito	q	50.0%	0.50
Valor tabulado	Z_a	1.960	1.96
Nivel de significancia	a	5.0%	0.05
Error o precisión	d	5.0%	0.05
Tamaño de muestra inicial	n_o	200	
Factor de corrección por muestreo	f	0.482	> 0.05 (5%) se corrige la muestra inicial ≤ 0.05 (5%)
Tamaño de muestra final	n_f	135	

Nota. Resultados de la muestra a encuestar en la Peluquería Unisex Jarumy.

**Anexo 10 Validación por jueces expertos****Evaluación por juicio de expertos**

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario aplicado a los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Colomer Winter Adrian		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa ()	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	MARKETING		
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años	(X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)			

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario a los clientes.
Autor:	Edgar David Castañeda Pizarro
Procedencia:	PIURA
Administración:	PROPIA
Tiempo de aplicación:	10 – 15 min
Ámbito de aplicación:	PIURA
Significación:	Escala de Likert - Ordinal (5) Totalmente de acuerdo, (4) De acuerdo (3) Me es indiferente (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo



4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala / ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Lean Service	- 5S - Mapa de flujo de valor (VSM)	Pérez y Morato (2021) mencionan que, es una metodología que muestra una filosofía y cultura mediante sus siete pilares, además, el Lean Service se focaliza al rubro de servicios, a esto, menciona que es la evolución del Lean Manufacturing, sin tener un proceso productivo asociado, pero sí con relación a las actividades relacionadas con servicios tangibles.
Satisfacción del cliente	- Expectativa - Rendimiento Percibido	Gil (2020) expresa que, la satisfacción del cliente es la respuesta o consecuencia de las expectativas que se da de una necesidad o carencia del cliente, la cual nosotros debemos satisfacer; por lo tanto, si el cliente queda satisfecho, cumpliendo sus expectativas del producto o servicio percibido, habremos cumplido nuestro objetivo.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy elaborado por **Edgar David Castañeda Pizarro** en el año **2022**. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Cuestionario

- Primera dimensión: 5S
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la herramienta 5S en la Peluquería Unisex Jarumy.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Seiri (Clasificación)	Se utilizaron las herramientas necesarias para una mejor atención en la Peluquería Unisex Jarumy.	4	4	4	
Seiton (Orden)	Las herramientas de trabajo estaban ordenadas y listas para usarse.	4	4	4	
Seiso (Limpieza)	Las herramientas utilizadas para su atención se encontraban limpias y en perfecto estado.	4	4	4	
	El área donde se realizó su servicio estaba limpia y en buen estado.	4	4	4	
Seiketsu (Estandarización)	Usted recibe la misma calidad de servicios en las distintas ocasiones que concurre a la peluquería.	4	4	4	
	Usted considera que los colaboradores de la peluquería cumplen con el mismo procedimiento de atención al cliente en todos los casos.	4	4	4	
Shitsuke (disciplina)	Los colaboradores demuestran disciplina para mantener el orden y la limpieza en las instalaciones de la peluquería.	4	4	4	
	Las actitudes del personal son favorables para asegurar la mejor organización y mantenimiento de las instalaciones.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Mapa de flujo de valor – VSM
- Objetivos de la Dimensión: Analizar la herramienta VSM del proceso de servicio en la Peluquería Unisex Jarumy.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Mapa de flujo actual	Usted considera que el conjunto de actividades desarrolladas por el personal para su atención es satisfactorio.	4	4	4	
Mapa de flujo ideal	Usted cree que el proceso de atención podría mejorar aún más.	4	4	4	
Simbología	Los ambientes de la peluquería están perfectamente señalizados.	4	4	4	
Identificación	El personal identifica correctamente las herramientas a usar en el servicio.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Expectativas
- Objetivos de la Dimensión: Conocer las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Flexibilidad	El personal se adapta a sus gustos y preferencias.	4	4	4	
Capacidad de respuesta	La atención que recibió del personal fue rápida y oportuna.	4	4	4	
Profesionalidad	Usted considera que el personal está altamente capacitado.	4	4	4	
Accesibilidad	La Peluquería Unisex Jarumy fue fácil de encontrar.	4	4	4	
	Los precios de la Peluquería Unisex Jarumy es acorde al servicio que brinda.	4	4	4	
Cortesía	El personal que lo atendió fue cortés y amable.	4	4	4	
Comunicación	Sus requerimientos fueron escuchados/os y atendidos/os.	4	4	4	
Credibilidad	Usted considera que el trabajo del personal de la Peluquería tiene credibilidad.	4	4	4	
Seguridad	Se siente seguro del servicio que el personal de la peluquería le brindó.	4	4	4	
Conocimiento y comprensión del cliente	El personal fue comprensivo con usted ante sus requerimientos.	4	4	4	
Elementos tangibles	La Peluquería Unisex Jarumy cuenta con un ambiente agradable.	4	4	4	
	La peluquería cuenta con las herramientas para un buen servicio.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Rendimiento percibido
- Objetivos de la Dimensión: Identificar el rendimiento percibido del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Percepción inconsciente	Su cambio de look le generó satisfacción.	4	4	4	
Percepción consciente	Le gustó el look ejecutado por el personal de la peluquería.	4	4	4	
Percepción Neurológicas	El servicio que se realizó en la peluquería fue lo esperado por usted.	4	4	4	
Percepción Socio genética	El servicio que se realizó en la peluquería se adecua a su apariencia.	4	4	4	




Lic. Adm. Adrian Colomer Wintb
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 2439
 Firma del evaluador
 CE 000969101

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen y Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario aplicado a los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Angulo Corcuera Carlos Antonio	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	MARKETING	
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario a los clientes.
Autor:	Edgar David Castañeda Pizarro
Procedencia:	PIURA
Administración:	PROPIA
Tiempo de aplicación:	10 – 15 min
Ámbito de aplicación:	PIURA
Significación:	Escala de Likert - Ordinal (5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Me es indiferente (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala / ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Lean Service	- 5S - Mapa de flujo de valor (VSM)	Pérez y Morato (2021) mencionan que, es una metodología que muestra una filosofía y cultura mediante sus siete pilares, además, el Lean Service se focaliza al rubro de servicios, a esto, menciona que es la evolución del Lean Manufacturing, sin tener un proceso productivo asociado, pero sí con relación a las actividades relacionadas con servicios tangibles.
Satisfacción del cliente	- Expectativa - Rendimiento Percibido	Gil (2020) expresa que, la satisfacción del cliente es la respuesta o consecuencia de las expectativas que se da de una necesidad o carencia del cliente, la cual nosotros debemos satisfacer; por lo tanto, si el cliente queda satisfecho, cumpliendo sus expectativas del producto o servicio percibido, habremos cumplido nuestro objetivo.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario **dirigido a los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy** elaborado por **Edgar David Castañeda Pizarro** en el año **2022**. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Cuestionario

- Primera dimensión: 5S
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la herramienta 5S en la Peluquería Unisex Jarumy.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Seiri (Clasificación)	Se utilizaron las herramientas necesarias para una mejor atención en la Peluquería Unisex Jarumy.	4	4	4	
Seiton (Orden)	Las herramientas de trabajo estaban ordenadas y listas para usarse.	4	4	4	
Seiso (Limpieza)	Las herramientas utilizadas para su atención se encontraban limpias y en perfecto estado.	4	4	4	
	El área donde se realizó su servicio estaba limpia y en buen estado.	4	4	4	
Seiketsu (Estandarización)	Usted recibe la misma calidad de servicios en las distintas ocasiones que concurre a la peluquería.	4	4	4	
	Usted considera que los colaboradores de la peluquería cumplen con el mismo procedimiento de atención al cliente en todos los casos.	4	4	4	
Shitsuke (disciplina)	Los colaboradores demuestran disciplina para mantener el orden y la limpieza en las instalaciones de la peluquería.	4	4	4	
	Las actitudes del personal son favorables para asegurar la mejor organización y mantenimiento de las instalaciones.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Mapa de flujo de valor – VSM
- Objetivos de la Dimensión: Analizar la herramienta VSM del proceso de servicio en la Peluquería Unisex Jarumy.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Mapa de flujo actual	Usted considera que el conjunto de actividades desarrolladas por el personal para su atención es satisfactorio.	4	4	4	
Mapa de flujo ideal	Usted cree que el proceso de atención podría mejorar aún más.	4	4	4	
Simbología	Los ambientes de la peluquería están perfectamente señalizados.	4	4	4	
Identificación	El personal identifica correctamente las herramientas a usar en el servicio.	4	4	4	



- Tercera dimensión: Expectativas
- Objetivos de la Dimensión: Conocer las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

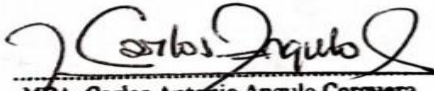
Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Flexibilidad	El personal se adapta a sus gustos y preferencias.	4	4	4	
Capacidad de respuesta	La atención que recibió del personal fue rápida y oportuna.	4	4	4	
Profesionalidad	Usted considera que el personal está altamente capacitado.	4	4	4	
Accesibilidad	La Peluquería Unisex Jarumy fue fácil de encontrar.	4	4	4	
	Los precios de la Peluquería Unisex Jarumy es acorde al servicio que brinda.	4	4	4	
Cortesía	El personal que lo atendió fue cortés y amable.	4	4	4	
Comunicación	Sus requerimientos fueron escuchados/os y atendidos/os.	4	4	4	
Credibilidad	Usted considera que el trabajo del personal de la Peluquería tiene credibilidad.	4	4	4	
Seguridad	Se siente seguro del servicio que el personal de la peluquería le brindó.	4	4	4	
Conocimiento y comprensión del cliente	El personal fue comprensivo con usted ante sus requerimientos.	4	4	4	
Elementos tangibles	La Peluquería Unisex Jarumy cuenta con un ambiente agradable.	4	4	4	
	La peluquería cuenta con las herramientas para un buen servicio.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Rendimiento percibido
- Objetivos de la Dimensión: Identificar el rendimiento percibido del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Percepción inconsciente	Su cambio de look le generó satisfacción.	4	4	4	
Percepción consciente	Le gustó el look ejecutado por el personal de la peluquería.	4	4	4	
Percepción Neurológicas	El servicio que se realizó en la peluquería fue lo esperado por usted.	4	4	4	
Percepción Socio genética	El servicio que se realizó en la peluquería se adecua a su apariencia.	4	4	4	

DNI: 06437510

Teléfono: 947055845


MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera
 Magister en Administración de Negocios
 Licenciado en Administración
 CLAD. N° 18480

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen y Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario aplicado a los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Gómez Zúñiga Cecilia Paula Luisa		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa ()	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	MARKETING		
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años	(X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)			

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario a los clientes.
Autor:	Edgar David Castañeda Pizarro
Procedencia:	PIURA
Administración:	PROPIA
Tiempo de aplicación:	10 – 15 min
Ámbito de aplicación:	PIURA
Significación:	Escala de Likert – Ordinal (5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Me es indiferente (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo



4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala / ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Lean Service	- 5S - Mapa de flujo de valor (VSM)	Pérez y Morato (2021) mencionan que, es una metodología que muestra una filosofía y cultura mediante sus siete pilares, además, el Lean Service se focaliza al rubro de servicios, a esto, menciona que es la evolución del Lean Manufacturing, sin tener un proceso productivo asociado, pero sí con relación a las actividades relacionadas con servicios tangibles.
Satisfacción del cliente	- Expectativa - Rendimiento Percibido	Gil (2020) expresa que, la satisfacción del cliente es la respuesta o consecuencia de las expectativas que se da de una necesidad o carencia del cliente, la cual nosotros debemos satisfacer; por lo tanto, si el cliente queda satisfecho, cumpliendo sus expectativas del producto o servicio percibido, habremos cumplido nuestro objetivo.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy elaborado por **Edgar David Castañeda Pizarro** en el año **2022**. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Cuestionario

- Primera dimensión: 5S
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la herramienta 5S en la Peluquería Unisex Jarumy.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Seiri (Clasificación)	Se utilizaron las herramientas necesarias para una mejor atención en la Peluquería Unisex Jarumy.	4	4	4	
Seiton (Orden)	Las herramientas de trabajo estaban ordenadas y listas para usarse.	4	4	4	
Seiso (Limpieza)	Las herramientas utilizadas para su atención se encontraban limpias y en perfecto estado.	4	4	4	
	El área donde se realizó su servicio estaba limpia y en buen estado.	4	4	4	
Seiketsu (Estandarización)	Usted recibe la misma calidad de servicios en las distintas ocasiones que concurre a la peluquería.	4	4	4	
	Usted considera que los colaboradores de la peluquería cumplen con el mismo procedimiento de atención al cliente en todos los casos.	4	4	4	
Shitsuke (disciplina)	Los colaboradores demuestran disciplina para mantener el orden y la limpieza en las instalaciones de la peluquería.	4	4	4	
	Las actitudes del personal son favorables para asegurar la mejor organización y mantenimiento de las instalaciones.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Mapa de flujo de valor – VSM
- Objetivos de la Dimensión: Analizar la herramienta VSM del proceso de servicio en la Peluquería Unisex Jarumy.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Mapa de flujo actual	Usted considera que el conjunto de actividades desarrolladas por el personal para su atención es satisfactorio.	4	4	4	
Mapa de flujo ideal	Usted cree que el proceso de atención podría mejorar aún más.	4	4	4	
Simbología	Los ambientes de la peluquería están perfectamente señalizados.	4	4	4	
Identificación	El personal identifica correctamente las herramientas a usar en el servicio.	4	4	4	


- Tercera dimensión: Expectativas

- Objetivos de la Dimensión: Conocer las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Flexibilidad	El personal se adapta a sus gustos y preferencias.	4	4	4	
Capacidad de respuesta	La atención que recibió del personal fue rápida y oportuna.	4	4	4	
Profesionalidad	Usted considera que el personal está altamente capacitado.	4	4	4	
Accesibilidad	La Peluquería Unisex Jarumy fue fácil de encontrar.	4	4	4	
	Los precios de la Peluquería Unisex Jarumy es acorde al servicio que brinda.	4	4	4	
Cortesía	El personal que lo atendió fue cortés y amable.	4	4	4	
Comunicación	Sus requerimientos fueron escuchados/os y atendidos/os.	4	4	4	
Credibilidad	Usted considera que el trabajo del personal de la Peluquería tiene credibilidad.	4	4	4	
Seguridad	Se siente seguro del servicio que el personal de la peluquería le brindó.	4	4	4	
Conocimiento y comprensión del cliente	El personal fue comprensivo con usted ante sus requerimientos.	4	4	4	
Elementos tangibles	La Peluquería Unisex Jarumy cuenta con un ambiente agradable.	4	4	4	
	La peluquería cuenta con las herramientas para un buen servicio.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Rendimiento percibido
- Objetivos de la Dimensión: Identificar el rendimiento percibido del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Percepción inconsciente	Su cambio de look le generó satisfacción.	4	4	4	
Percepción consciente	Le gustó el look ejecutado por el personal de la peluquería.	4	4	4	
Percepción Neurológicas	El servicio que se realizó en la peluquería fue lo esperado por usted.	4	4	4	
Percepción Socio genética	El servicio que se realizó en la peluquería se adecua a su apariencia.	4	4	4	



Mgtr Cecilia Gomez Zuñiga
CIAD. 15719

Firma del evaluador
DNI 03490490

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen y Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 14

Evidencias de la ejecución de la guía de entrevista en la Peluquería Unisex Jarumy.

Figura 1

Aplicación de la guía de entrevista con la Gerenta de la peluquería



Figura 2

Foto con la dueña y gerenta de la empresa Sr. Julissa Zeta Peña



Anexo 15

Análisis de Confiabilidad de Cronbach de la variable Lean Service

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	--------------------------

I. DATOS INFORMATIVOS


1.1. ESTUDIANTE :	Castañeda Pizarro Edgar David
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	Lean Service para promover la Satisfacción del Cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022
1.3. ESCUELA PROFESIONAL :	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	Cuestionario
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 Kuder Richardson () Alfa de Cronbach. (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN :	4/05/2023
1.7. MUESTRA APLICADA :	14

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0,903
---------------------------------------	-------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

Se desarrolló un cuestionario que está conformado por 12 ítems que se aplicó a los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy de la variable **Lean Service**, donde se obtuvo un índice de confiabilidad alcanzado alto resultando un



Estudiante: Edgar David Castañeda Pizarro
DNI: 77169982



FIRMA
Mg. Felix Fabian Pintado Rodríguez
LICENCIADO EN ESTADÍSTICA

Docente: Felix Fabian Pintado Rodríguez
DNI: 45246550

Análisis de Confiabilidad de Cronbach de la variable Satisfacción del Cliente

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	--------------------------

IV. DATOS INFORMATIVOS

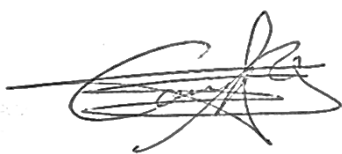
4.1. ESTUDIANTE :	Castañeda Pizarro Edgar David
4.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	Lean Service para promover la Satisfacción del Cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2022
4.3. ESCUELA PROFESIONAL :	Administración
4.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	Cuestionario
4.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 Kuder Richardson () Alfa de Cronbach. (X)
4.6. FECHA DE APLICACIÓN :	4/05/2023
4.7. MUESTRA APLICADA :	14

V. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0,930
---------------------------------------	-------

VI. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

Se desarrolló un cuestionario que está conformado por 16 Ítems que se aplicó a los clientes de la Peluquería Unisex Jarumy de la variable **Satisfacción del Cliente**, donde se obtuvo un índice de confiabilidad alcanzado alto resultando



Estudiante: Edgar David Castañeda Pizarro
DNI: 77169982



FIRMA
Mg. Felix Fabian Pintado Rodríguez
LICENCIADO EN ESTADÍSTICA

Docente: Felix Fabian Pintado Rodríguez
DNI: 45246550

Anexo 16

PROPUESTA

1. Título de la propuesta: Estrategias de lean service en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2023

2. Introducción

El rubro de belleza ha sido afectado a nivel económico por distintos motivos como por ejemplo hace algunos años por la pandemia COVID 19, el panorama político y económico del Perú y recientemente con las precipitaciones fluviales que han azotado algunas zonas del país. Ante esto, el mercado de belleza ha tenido una recesión donde los salones de belleza han disminuido de 90,000 a 50,000 locales formales (Antezana, 2023).

Ante lo mencionado, es indispensable que las empresas de servicios apliquen herramientas de mejora continua con el propósito de trascender en el mercado competitivo donde su principal objetivo es generar la satisfacción de sus clientes. A esto, las estrategias del lean service se enfocan en mejorar los procesos de la empresa y el servicio donde se tiene interacción con el cliente. Ante este contexto, la Peluquería Unisex Jarumy debe implementar herramientas de mejora continua para incrementar sus ingresos, aumentar la satisfacción del cliente y persistir en el mercado laboral. Por otro lado, con respecto a los resultados arrojados en el presente estudio, se propone la propuesta de mejora titulada estrategias de lean service en la Peluquería Unisex Jarumy con el propósito de contrarrestar las falencias encontradas en esta investigación, mejorar la calidad de servicio e incrementar la satisfacción del cliente.

3. Descripción organizacional

La Peluquería Unisex Jarumy con RUC 10028549046, dispone de más de 22 años en el mercado laboral y se encuentra ubicada estratégicamente en la Av. Grau 1718 de la ciudad de Piura, porque la zona cuenta con varios locales de diferentes rubros que aumentan la afluencia de gente en el área. Por otro lado, es un salón de belleza que brinda a sus clientes una gran variedad de servicios propios de un salón de belleza como corte, cuidado y tratamiento capilar, maquillaje,

tratamiento de manos y pies, entre otros. Asimismo, ofrece un servicio de calidad gracias al personal capacitado y experimentado de la peluquería.

Visión: Ser dentro de 5 años un salón de belleza reconocido en la ciudad de Piura por su servicio innovador, calidad y buen trato al cliente.

Misión: Somos un salón de belleza que contribuye al bienestar del público en general, brindando un servicio de calidad, con precios accesibles y un trato personalizado gracias a nuestro personal profesional.

4. Objetivos de la propuesta

El objetivo general de la propuesta fue: Diseñar estrategias de lean service en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2023

Como objetivos específicos se tiene: QUE QUEREMOS LOGRAR

- Optimizar las actividades del personal en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2023.
- Mejorar el proceso de atención del personal en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2023.
- Incrementar las expectativas del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2023.
- Ofrecer un servicio idóneo a los clientes en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2023.

5. Justificación

La presente propuesta tiene como objetivo general diseñar estrategias de lean service en la Peluquería Unisex Jarumy, Piura 2023. Ante esto se pretende establecer estrategias de mejora continua derivadas a lo que la peluquería quiere lograr (optimizar las actividades, mejorar el proceso de atención, incrementar las expectativas y ofrecer un servicio idóneo al cliente); asimismo, dichas estrategias tienen el propósito de incrementar la satisfacción de los clientes en la peluquería.

Las herramientas de mejora continua de la metodología lean service ayudarán a conocer cuál es el nivel de satisfacción que tienen los clientes y saber

que estrategias se podrían diseñar para aumentar dicha satisfacción, además, permite a la peluquería incrementar sus ganancias, fidelizar a sus clientes, mejorar el servicio y aumentar la capacidad de respuesta del personal hacia los clientes de la peluquería.

Este objetivo se planteó porque se observó en la peluquería que no existe ninguna metodología de mejora continua, por lo que existen procedimientos innecesarios y cuellos de botella en la organización, a esto, las estrategias sobre la filosofía lean service ayudarán a incrementar las expectativas del cliente y saber que estrategias implementar con el propósito de incrementar la satisfacción del cliente en la Peluquería Unisex Jarumy.

6. Matriz MEFI y MEFE de la Peluquería Unisex Jarumy

Matriz de evaluación de los factores internos - MEFI

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)			
Valoración de la matriz			
Valoración total: 0.0 = Relatividad baja / 1.0 = Relatividad alta			
Calificación: (1) Debilidad menor - (2) Debilidad mayor - (3) Fortaleza menor - (4) Fortaleza mayor			
FACTOR EXTERNO CLAVE	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
FORTALEZAS			
1. Calidad de servicio.	0.10	3	0.30
2. Creatividad de acuerdo a la tendencia.	0.05	3	0.15
3. Personal experto.	0.10	4	0.40
4. Insumos de marca reconocida	0.10	4	0.40
5. Espacios cómodos de espera	0.05	4	0.20
6. Ubicación estratégica del local	0.10	3	0.30
DEBILIDADES			
7. Altos costos fijos	0.05	1	0.05
8. Rotación del personal	0.05	2	0.10
9. Redes sociales y publicidad limitada	0.15	2	0.30
10. Falta de indumentaria.	0.15	2	0.30
11. Falta de protocolos de supervisión.	0.10	2	0.20
TOTAL	1		2.70

El resultado de la matriz EFI de la Peluquería Unisex Jarumy tuvo una puntuación de 2.70, donde la peluquería se posiciona en un entorno intermedio superior en comparación a sus competidores, la organización se debe enfocar en pulir sus fortalezas para diferenciarse de los demás y aplicar estrategias para mejorar sus habilidades. En conclusión, la peluquería debe identificar, eliminar o minimizar las debilidades que se presentan.

Matriz de evaluación de los factores externos – MEFE

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)			
Valoración de la matriz			
Valoración total: 0.0 = Relatividad baja / 1.0 = Relatividad alta			
Calificación: (1) Amenaza menor - (2) Amenaza mayor - (3) Oportunidad menor - (4) Oportunidad mayor			
FACTOR EXTERNO CLAVE	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1. Aumento de interés por la belleza y cuidado personal.	0.1	3	0.3
2. Difusión de la moda y tendencia.	0.15	3	0.45
3. Redes sociales en constante desarrollo.	0.15	4	0.6
4. Diversificación de los servicios en un salón de belleza.	0.1	4	0.4
AMENAZAS			
5. Alta competencia e informalidad en el sector.	0.1	1	0.1
6. Incertidumbre política y económica.	0.1	2	0.2
7. Aumento del precio del insumo.	0.15	2	0.3
8. Aumento de la inseguridad ciudadana.	0.15	2	0.3
TOTAL	1		2.65

El resultado de la matriz evaluación de factores externo es 2.65, coloca a la Peluquería Unisex Jarumy como una organización que ante el entorno externo se puede posicionar en un lugar intermedio dentro del mercado donde brinda sus servicios; ante esto, debe aprovechar las oportunidades que tiene la peluquería para tener un mejor posicionamiento en el mercado y posteriormente, eliminar o minimizar sus amenazas para que la organización tenga más estabilidad y brinde los resultados esperados.

7. Análisis FODA

Análisis FODA de la Peluquería Unisex Jarumy.

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS	FACTORES INTERNOS	F1: Calidad de servicio. F2: Creatividad de acuerdo a la tendencia. F3: Personal experto. F4: Insumos de marca reconocida. F5: Espacios cómodos de espera. F6: Ubicación estratégica del local.	D1: Altos costos fijos. D2: Rotación del personal. D3: Redes sociales y publicidad limitada. D4: Falta de indumentaria al personal. D5: Falta de protocolos de supervisión
	OPORTUNIDADES	Estrategias FO	Estrategias DO
	O1: Aumento de interés por la belleza y cuidado personal. O2: Difusión de la moda y tendencia. O3: Redes sociales en constante desarrollo. O4: Diversificación de los servicios en un salón de belleza.	Incrementar la calidad de servicio mediante herramientas Lean en la peluquería.	Desarrollar un VSM ideal sobre el proceso de atención del personal en la peluquería.
	AMENAZAS	Estrategias FA	Estrategias DA
	A1: Alta competencia e informalidad en el sector. A2: Incertidumbre política y económica. A3: Aumento del precio del insumo. A4: Aumento de la inseguridad ciudadana.	Implementar el método Servqual en la peluquería.	Implementar formatos de supervisión enfocado en la 5S.

Estrategia DA: Implementar formatos de supervisión enfocados en la 5S.

a. Descripción

La estrategia se comprende en implementar formatos de supervisión enfocados en las 5S, donde se busca optimizar las actividades del personal, especialmente al personal nuevo o practicante que con frecuencia no realizan de manera eficiente todas sus actividades dentro del ambiente de la peluquería, esto tiene como consecuencia que el servicio brindado al cliente se vea afectado de forma negativa, generando una falta de clasificación, desorganización, falta de limpieza en la peluquería y generando insatisfacción al cliente.

b. Metas

- Aumentar la clasificación de herramientas en un 50%.
- Aumentar el orden en los ambientes de la peluquería en un 50%.
- Minimizar los desperdicios en la peluquería en un 80%.

c. Tácticas

- Crear formatos de supervisión para el personal de la peluquería.
- Implementar un protocolo de inducción al personal nuevo o practicante.

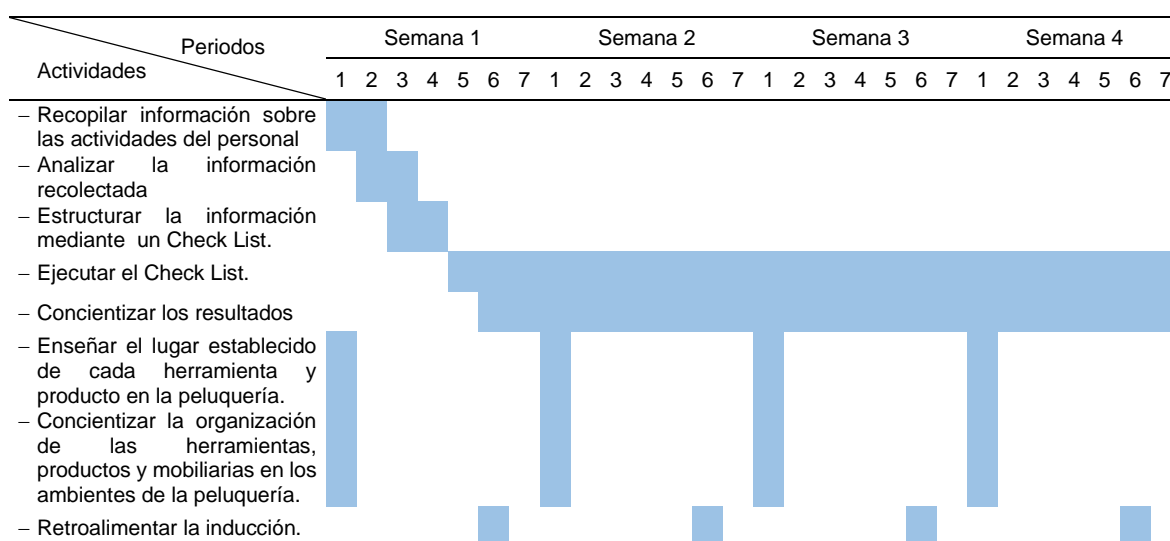
d. Programa estratégico

La ejecución de la estrategia estará a cargo del asistente administrativo y será supervisada por la gerenta y dueña de la Peluquería Unisex Jarumy, con el propósito de desarrollar de manera eficiente dicha estrategia, asimismo, la implementación de la estrategia estará comprendida en un mes del año 2023. Por otro lado, se debe tomar a detalle todas las actividades que comprenden el desarrollo de la estrategia, las cuales son:

- Crear formatos de supervisión para el personal de la peluquería.
 - Recopilar información sobre las actividades del personal.
 - Analizar la información recolectada.
 - Estructurar la información mediante un Check List.
 - Ejecutar el Check List.
 - Concientizar los resultados.

- Implementar un protocolo de inducción al personal nuevo o practicante.
 - Enseñar el lugar establecido de cada herramienta y producto en la peluquería.
 - Concientizar la organización de las herramientas, productos y mobiliarias en los ambientes de la peluquería.
 - Retroalimentar la inducción

e. Cronograma de actividades



f. Costos

Cód.	Descripción	Med.	Cant.	C.U	C.T
1.1.	Materiales				S/. 35.50
1.1.1	Lapiceros	Doc.	1/2	S/. 15.00	S/. 7.50
1.1.2	Hoja A4	Millar	1	S/. 20.00	S/. 20.00
1.1.3	Folder	Unid.	1	S/. 8.00	S/. 8.00
1.2.	Servicios				S/. 120.00
1.2.2	Break	Unid.	4	S/. 30.00	S/. 120.00
Costo total de la estrategia					S/. 155.50

g. Viabilidad

La Peluquería Unisex Jarumy, cuenta con los medios económicos suficientes para el desarrollo de la estrategia, debido a que cuenta con un capital de inversión acumulado por todos los años que viene realizando sus actividades, asimismo, cuenta con un nivel de financiamiento bancario alto. Ante esto, el costo total de la

estrategia es de **S/. 155.50** donde se consideraron todos los costos de las actividades que se requiere para el desarrollo de la estrategia.

h. Mecanismo de control

Nivel de eficiencia de las 5S.

Nivel de aprobación del Check List mayor al 95%.

Modelo de formato de supervisión de las actividades del personal

DESCRIPCIÓN
SEIRI – CLASIFICACIÓN <ul style="list-style-type: none">- Al momento de realizar un servicio existe exceso de herramientas innecesarias.- Los artículos se almacenan y guardan de forma correcta.
SEITON – ORDEN <ul style="list-style-type: none">- Existe un lugar específico para cada herramienta de trabajo.- Reconoce los lugares para cada herramienta.- Las herramientas se colocan en su lugar asignado luego de ejecutar el servicio.
SEISO – LIMPIEZA <ul style="list-style-type: none">- El equipo se mantiene en buenas condiciones.- Los ambientes se mantienen de forma limpia luego de ejecutar un servicio.- Se realiza la limpieza correspondiente luego de cada servicio.- Se usan de forma adecuada los elementos de limpieza.
SEKEITSU – ESTANDARIZACIÓN <ul style="list-style-type: none">- El protocolo de atención al cliente se realizó de forma correcta.
Shitsuke – Disciplina <ul style="list-style-type: none">- El personal realizó de forma precisa los protocolos de bioseguridad.- Respeta los ambientes de no fumar.

Estrategia DO: Desarrollar un VSM ideal sobre el proceso de atención del personal en la peluquería.

a. Descripción

La estrategia se comprende en desarrollar un VSM ideal sobre el proceso de atención del personal en la peluquería, debido a que se busca mejorar el protocolo informal que tiene la peluquería, el cual se dio a conocer que es un protocolo simple que se limita a saludar y preguntar que servicio se va a realizar. Ante esto, la realización de la presente estrategia ayudará al personal a tratar e interactuar de manera idónea con los clientes que asistan a la peluquería.

b. Metas

- Incrementar el servicio de atención al cliente en un 90%.
- Incrementar la percepción del cliente en un 70%.

c. Tácticas

- Desarrollar e implementar los procesos de un protocolo de atención en la peluquería.

d. Programa estratégico

La ejecución de la estrategia estará a cargo del asistente administrativo y será supervisada por la gerenta y dueña de la Peluquería Unisex Jarumy, con el propósito de desarrollar de manera eficiente dicha estrategia, asimismo, la implementación de la estrategia estará comprendida en un mes del año 2023. Por otro lado, se debe tomar a detalle todas las actividades que comprenden el desarrollo de la estrategia, las cuales son:

- Desarrollar e implementar los procesos de un protocolo de atención en la peluquería.
 - Conocer la visión y misión de la empresa.
 - Enumerar la secuencia de pasos a seguir.
 - Establecer el formato del protocolo de atención.
 - Socializar el protocolo con el personal.
 - Ejecutar el protocolo de atención.
 - Supervisar el protocolo de atención.

e. Cronograma de actividades

Actividades \ Periodos	Semana 1							Semana 2							Semana 3							Semana 4						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
- Conocer la visión y misión de la empresa.	■																											
- Enumerar la secuencia de pasos a seguir.		■																										
- Establecer el formato del protocolo de atención.			■	■	■	■	■																					
- Socializar el protocolo con el personal.						■	■																					
- Ejecutar el protocolo de atención.								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
- Supervisar el protocolo de atención.								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

f. Costos

Cód.	Descripción	Med.	Cant.	C.U	C.T
1.1.	Materiales				S/. 34.00
1.1.1	Lapiceros	Unid.	5	S/. 10.00	S/. 10.00
1.1.2	Hoja A4	Millar	1	S/. 20.00	S/. 20.00
1.1.3	Folder	Unid.	1	S/. 4.00	S/. 4.00
Costo total de la estrategia					S/. 34.00

g. Viabilidad

La Peluquería Unisex Jarumy, cuenta con los medios económicos suficientes para el desarrollo de la estrategia, debido a que cuenta con un capital de inversión acumulada por todos los años que viene realizando sus actividades, asimismo, cuenta con un nivel de financiamiento bancario alto. Ante esto, el costo total de la estrategia es de **S/. 34.00** donde se consideraron todos los costos de las actividades que se requiere para el desarrollo de la estrategia.

h. Mecanismo de control

Aprobación de 80% del protocolo de atención

DESCRIPCIÓN

MAPA DE FLUJO ACTUAL

- Al momento de entrar el cliente a la peluquería el personal inicia el saludo y presentación.
- El trato del personal hacia el cliente es amable.
- Ejecuta el protocolo de despedida con el cliente de forma cortés.

MAPA DE FLUJO IDEAL

- El colaborador tiene contacto visual con el cliente al momento de atenderlo.
- El colaborador establece un clima de cordialidad y amable con el cliente.
- El colaborador responde de forma acertada los requerimientos del cliente.
- Utiliza los diversos tipos de preguntas para obtener y ratificar información.
- Adapta las pausas, tono y ritmo de la conversación con el cliente.
- El colaborador crea un ambiente de confianza con el cliente.
- Usa el lenguaje comercial: atractivo, preciso y sugerente.

SIMBOLOGÍA

- Espera al cliente en la zona de entrada.
- Realiza el servicio en el ambiente adecuado.

IDENTIFICACIÓN

- El colaborador identifica de forma clara el servicio que desea realizar el cliente.
 - Identifica de forma clara las herramientas a usarse.
-

Estrategia FO: Incrementar la calidad de servicio mediante herramienta Lean en la peluquería.

a. Descripción

La estrategia se comprende en incrementar la calidad de servicio del personal en la peluquería, donde se empleará la herramienta de autocalidad que se basa en que el personal es a su vez un inspector de calidad, es decir, el colaborador debe contribuir a que los clientes de la peluquería salgan satisfechos, para conseguirlo, es necesario que los empleados conozcan los atributos de bondad del servicio. Por otro lado, otra herramienta para satisfacer al cliente es la capacidad de cualquier colaborador de detener o apoyar el proceso cuando se detecta alguna irregularidad, esto se conoce como “Andon”, donde se resalta la experiencia que tiene el personal sobre el servicio que ejecuta. Estas herramientas tienen el propósito de aumentar la percepción y expectativas del cliente de la peluquería.

b. Metas

- Incrementar las expectativas de los clientes en un 20%.
- Incrementar la percepción recibida del cliente en un 20%.
- Incrementar la confianza del personal en un 30%.

c. Tácticas

- Capacitar al personal sobre habilidades blandas.
- Capacitar al personal sobre servicios especializados propios de una peluquería.

.

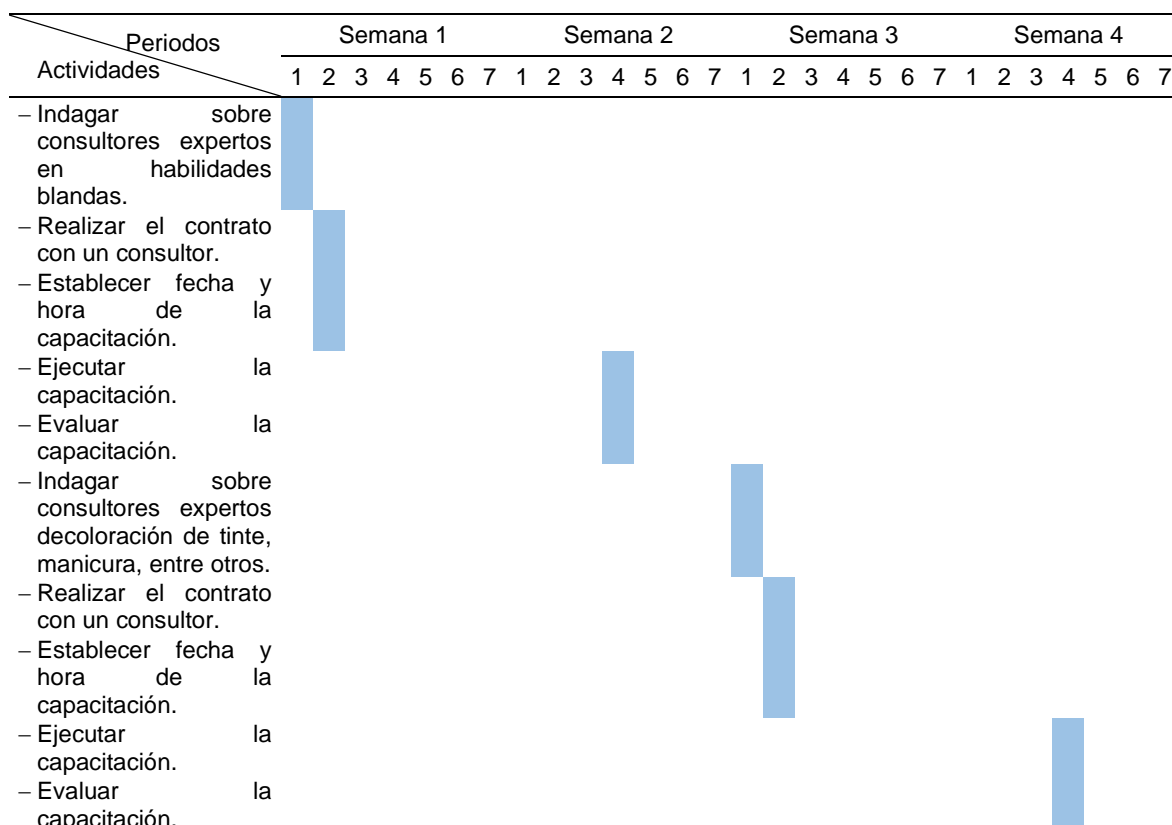
d. Programa estratégico

La ejecución de la estrategia estará a cargo del asistente administrativo y será supervisada por la gerenta y dueña de la Peluquería Unisex Jarumy, con el propósito de desarrollar de manera eficiente dicha estrategia, asimismo, la implementación de la estrategia estará comprendida en un mes del año 2023. Por

otro lado, se debe tomar a detalle todas las actividades que comprenden el desarrollo de la estrategia, las cuales son:

- Capacitar al personal sobre habilidades blandas.
 - Indagar sobre consultores expertos habilidades blandas.
 - Realizar el contrato con un consultor.
 - Establecer fecha y hora de la capacitación.
 - Ejecutar la capacitación.
 - Evaluar la capacitación.
- Capacitar al personal sobre servicios especializados propios de una peluquería.
 - Indagar sobre consultores expertos en decoloración de tinte, manicura, entre otros.
 - Realizar el contrato con un consultor.
 - Establecer fecha y hora de la capacitación.
 - Ejecutar la capacitación.
 - Evaluar la capacitación.

e. Cronograma de actividades



f. Costos

Cód.	Descripción	Med.	Cant.	C.U	C.T
1.1.	Materiales				S/. 35.50
1.1.1	Lapiceros	Doc.	1/2	S/. 15.00	S/. 7.50
1.1.2	Hoja A4	Millar	1	S/. 20.00	S/. 20.00
1.1.3	Folder	Unid.	1	S/. 8.00	S/. 8.00
1.2.	Servicios				S/. 890.00
1.2.1	Transporte	Unid.	4	S/. 15.00	S/. 60.00
1.2.2	Break	Unid.	2	S/. 15.00	S/. 30.00
1.2.3	Capacitador habilidades blandas	Unid.	1	S/. 300.00	S/. 300.00
1.2.4	Capacitador especialista	Unid	1	S/. 500.00	S/. 500.00
1.2.5	Curso capacitador	Unid.	2	S/. 50.00	S/. 100.00
Costo total de la estrategia					S/. 925.50

g. Viabilidad

La Peluquería Unisex Jarumy, cuenta con los medios económicos suficientes para el desarrollo de la estrategia, debido a que cuenta con un capital de inversión acumulada por todos los años que viene realizando sus actividades, asimismo, cuenta con un nivel de financiamiento bancario alto. Ante esto, el costo total de la estrategia es de **S/. 925.50** donde se consideraron todos los costos de las actividades que se requiere para el desarrollo de la estrategia.

h. Mecanismo de control

Nivel de aprobación de la capacitación de habilidades blandas.

Nivel de aprobación de la capacitación de especialización.

Estrategia FA: Implementar el método Servqual en la peluquería.

a. Descripción

El método Servqual es una herramienta de mejora que se realiza para conocer cuál es la satisfacción de los clientes en las organizaciones de servicios. Ante esto, la implementación de esta estrategia tiene como propósito conocer el nivel de satisfacción del cliente y calidad de servicio de la peluquería, donde se aplicará un cuestionario Servqual a los clientes de forma recurrente cada cierto periodo, con el fin de que la peluquería desarrolle estrategias de acuerdo a la valoración del cliente fomentando una mejora continua en la Peluquería Unisex Jarumy.

b. Metas

- Incrementar las expectativas del cliente en un 20%.
- Incrementar la percepción del cliente en un 20%.

c. Tácticas

- Crear un cuestionario del método Servqual.

d. Programa estratégico

La ejecución de la estrategia estará a cargo del asistente administrativo y será supervisada por la gerenta y dueña de la Peluquería Unisex Jarumy, con el propósito de desarrollar de manera eficiente dicha estrategia, asimismo, la implementación de la estrategia estará comprendida en un mes del año 2023. Por otro lado, se debe tomar a detalle todas las actividades que comprenden el desarrollo de la estrategia, las cuales son:

- Crear un cuestionario del método Servqual.
 - Desarrollar el modelo de encuesta de mejora continua Servqual.
 - Hacer uso de medios digitales para difundir el método Servqual a los clientes.
 - Creación de un QR para que los clientes escaneen y accedan a la encuesta Servqual de forma fácil y dinámica.
 - Recopilar y analizar la información proporcionada por los clientes

- Desarrollar e implementar estrategias de mejora para la Peluquería Unisex Jarumy.

e. Cronograma de actividades

Periodos Actividades	Semana 1							Semana 2							Semana 3							Semana 4						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
- Desarrollar el modelo de encuesta de mejora continua Servqual.	■																											
- Hacer uso de medios digitales para difundir el método Servqual a los clientes.								■																				
- Creación de un QR para que los clientes escaneen y accedan a la encuesta Servqual de forma fácil y dinámica.								■																				
- Recopilar y analizar la información proporcionada por los clientes															■													
- Desarrollar e implementar estrategias de mejora para la Peluquería Unisex Jarumy.																						■						

f. Costos

Cód.	Descripción	Med.	Cant.	C.U	C.T
1.1.	Materiales				S/. 580.00
1.1.1	Tablet	Unid.	1	S/. 500.00	S/. 500.00
1.1.2	Formato QR	Unid.	1	S/. 80.00	S/. 80.00
1.2.	Servicios				S/. 80.00
1.2.1	Internet	Unid.	1	S/. 80.00	S/. 80.00
Costo total de la estrategia					S/. 660.00

g. Viabilidad

La Peluquería Unisex Jarumy, cuenta con los medios económicos suficientes para el desarrollo de la estrategia, debido a que cuenta con un capital de inversión acumulada por todos los años que viene realizando sus actividades, asimismo, cuenta con un nivel de financiamiento bancario alto. Ante esto, el costo total de la

estrategia es de **S/. 660.00** donde se consideraron todos los costos de las actividades que se requiere para el desarrollo de la estrategia.

h. Mecanismo de control

Nivel de alcance de cliente.

Número de respuesta de la encuesta Servqual

Modelo de matriz del cuestionario de la herramienta de mejora continua Servqual

Método	Indicadores	Ítems
Método de mejora continua Servqual	Aspectos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Usted considera que la Peluquería Unisex Jarumy tiene equipos de apariencia moderna. - Las instalaciones físicas de la Peluquería Unisex Jarumy, son visualmente atractivas. - Los empleados de la Peluquería Unisex Jarumy tienen apariencia pulcra. - Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la Peluquería Unisex Jarumy (folletos, herramientas, etc.), son visualmente atractivos.
	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando un cliente tiene un problema, el personal de la Peluquería Unisex Jarumy muestran un sincero interés en solucionarlo. - El personal de la Peluquería Unisex Jarumy realiza bien el servicio a la primera. - El personal de la Peluquería Unisex Jarumy concluye el servicio en el tiempo prometido.
	Sensibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Los empleados de la Peluquería Unisex Jarumy, informan con precisión a los clientes cuándo concluirá la realización de un servicio. - En la Peluquería Unisex Jarumy, los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes. - Los empleados de la Peluquería Unisex Jarumy, nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - El comportamiento de los empleados de la peluquería transmite confianza a sus clientes. - Los ambientes de la peluquería son seguros.
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - La Peluquería Unisex Jarumy tiene empleados que ofrecen una atención personal a sus clientes. - Los empleados de la Peluquería Unisex Jarumy, comprenden las necesidades específicas de sus clientes.

Figura 1

Ejemplo de Modelo QR del cuestionario Servqual hacia los clientes



Resumen total de los costos de cada estrategia

Estrategias propuestas		C.T.	
DA	Implementar formatos de supervisión enfocado en la 5S.	S/.	155.50
DO	Desarrollar un VSM ideal sobre el proceso de atención del personal en la peluquería.	S/.	34.00
FA	Implementar el método Servqual en la peluquería.	S/.	660.00
FO	Incrementar la calidad de servicio mediante herramienta Lean en la peluquería.	S/.	925.50
Costo Total		S/.	1,775.00

Los costos totales para el desarrollo de la presente propuesta de mejora tienen un valor de 1,775.00 Soles.

Evaluación de beneficio sobre los costos

Ingresos y egresos de la Peluquería Unisex Jarumy

Detalle	2022	2023	2024
Ingresos	S/. 68,617.00	S/. 82,340.40	S/. 98,808.48
Egresos	S/. 19,561.00	S/. 20,585.10	S/. 25,000.00
Margen	S/. 49,056.00	S/. 61,755.30	S/. 73,808.48

De acuerdo a los datos observados, la Peluquería Unisex Jarumy en el 2022 tuvo un margen de S/. 49,056.00, mientras que para el 2023 se espera un margen de crecimiento del 20%, obteniendo un margen de S/. 61,755.30 y para el 2024 se espera también un crecimiento del 20% dando como resultado un margen de S/. 73,808.48 en un escenario optimista, cabe recalcar que según Antezana (2020) los salones de bellezas contaban con un margen alto donde oscilaban entre un 15% a 20%.

Evaluación del beneficio sobre el costo

Detalle	Valores
Suma de ingresos	S/230,736.28
Suma de egresos	S/60,268.16
Costo + Inversión	S/62,043.66
B/C	3.72

El valor arrojado es de 3.72, esto demuestra que la presente propuesta desarrollada es rentable, dado que las estrategias orientadas a implementar herramientas de mejora continua contribuirán de manera positiva a incrementar la satisfacción del cliente, en resumen, aumentará los ingresos de la Peluquería Unisex Jarumy.