



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Las habilidades blandas y atención al cliente en la empresa Aga
Traducciones Cercado de Lima- 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Ocaña Valdivia, Olimpia Neyely (orcid.org/0000-0002-6754-0322)

ASESOR:

Dr. Lino Gamarra, Edgar Laureano (orcid.org/ 0000-0003-4627-6339)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

Está dedicado principalmente a Dios, a mis padres porque me motivan siempre a alcanzar mis anhelos. En especial a mi madre Migdonia, tu bendición a diario me protege y me hace una mejor persona.

Agradecimiento

Familia y personas especiales en mi vida. Mi agradecimiento también va dirigido a los diferentes docentes que me brindaron sus conocimientos, su apoyo para seguir esforzándome cada día.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I.INTRODUCCIÓN	1
I.MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo	13
3.4 Métodos y herramientas de recopilación de información	14
3.5 Procedimientos	15
3.6 Proceso de evaluación de información	16
3.7 Aspectos éticos	16
IV.RESULTADOS	17
V.DISCUSIÓN	23
VI.CONCLUSIONES	26
VII.RECOMENDACIONES	27
REFERENCIAS	28
ANEXOS	33

Índice de tablas

Tabla 1. Resultado por niveles de las habilidades blandas	17
Tabla 2. Distribución de frecuencia por Dimensiones de habilidades blandas	18
Tabla 3. Resultado por niveles de la atención al cliente	18
Tabla 4. Distribución de frecuencia por Dimensiones de atención al cliente	19
Tabla 5. Prueba de normalidad	20
Tabla 6. Correlación entre habilidades blandas y atención al cliente	20
Tabla 7. Correlación entre actitud positiva y atención al cliente	21
Tabla 8. correlación entre autorregulación y motivación con atención al cliente	22
Tabla 9. Correlación entre capacidad de empatía y atención al cliente	22

Índice de figuras

Figura 1. Distribución porcentual de habilidades blandas	17
Figura 2. Distribución porcentual de atención al cliente	19

Resumen

El objetivo del presente trabajo de investigación es determinar la relación entre las habilidades blandas y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022. Actualmente se puede evidenciar que las empresas tienen un reto de conocer y evaluar cuales son los medios o elementos básicos a conocer para llevar a cabo una adecuada retención de clientes. Por tal motivo las habilidades blandas, está siendo más considerada, es decir que las personas manejen estas habilidades, como el saber entender a los demás, capacidad de manejo de la inteligencia emocional, resolución de problemas y la capacidad de adaptarse, además de la comunicación asertiva. En ese sentido la metodología aplicada fue el enfoque cuantitativo, tipo de investigación aplicada y diseño de investigación no experimental, transversal y correlacional. Asimismo, para llevar a cabo el estudio, se aplicó la encuesta a 70 clientes. Para lo cual el instrumento que se aplicó es el cuestionario. Obteniendo como resultados $p=0,000 > 0,05$, llegando a demostrar que existe relación significativa entre las habilidades blandas y la atención al cliente. En esa misma perspectiva con los resultados descriptivos no existe un adecuado manejo de las habilidades blandas debido a que se obtuvo un 52.4% de variación.

Palabras clave: Clientes, empresa, habilidades, gestión, comunicación

Abstract

The objective of this research work is to determine the relationship between soft skills and customer service in the company Aga Traducciones, Cercado de Lima - 2022. Currently it can be seen that companies have a challenge to know and evaluate what are the means or basic elements to know to carry out adequate customer retention. For this reason, soft skills are being more considered, that is, that people manage these skills, such as knowing how to understand others, ability to manage emotional intelligence, problem solving and the ability to adapt, in addition to communication. In this sense, the applied methodology was the quantitative approach, type of applied research and non-experimental, cross-sectional and correlational research design. Likewise, to carry out the study, the survey was applied to 70 clients. For which the instrument that was applied is the questionnaire. Obtaining as results $p=0.000 > 0.05$, showing that there is a significant relationship between soft skills and customer service. In that same perspective with the descriptive results there is no adequate management of soft skills because a 52.4% variation was obtained.

Keywords: Clients, company, skills, management, communication

I. INTRODUCCIÓN

Lo primero que toda organización debe tener en cuenta es que los clientes son la razón de ser de una compañía, sin importar el tamaño de la organización, ya sea que esta sea una pequeña o grande empresa, considerando también que tenemos empresas que venden productos o servicios. Sin embargo, Chumpitas & Papparoidamis (2020). Actualmente se puede evidenciar que las empresas tienen un reto y es de conocer y evaluar cuales son los medios o elementos básicos a conocer para llevar a cabo una adecuada retención de clientes. Por tal motivo las habilidades blandas, está siendo más considerada, es decir muchos empresarios, toman en cuenta que las personas manejen estas habilidades, que involucra diferentes elementos como el saber entender a los demás, capacidad de manejo de la inteligencia emocional, resolución de problemas y la capacidad de adaptarse, además de la comunicación asertiva.

Desde el punto de vista internacional, Vielma et al (2022) podemos decir que las organizaciones están muy preocupadas en brindar una excelente atención al cliente, que a su vez viene a ser el primer contacto con el cliente, para una posible compra esto siempre en cuando se haya realizado una adecuada atención al cliente y la confianza al cliente, esto nos hace interesarnos con mucho énfasis en el manejo de las habilidades blandas, como un aspecto que los trabajadores requieren para una adecuada gestión de sus emociones, que se ve reflejado en su área de trabajo .

En el contexto Covid- 19 podemos ver con más claridad, el gran desafío que se presenta en cuanto a la rivalidad de competidores, tanto en lo que respecta al rubro de servicios o venta de productos, también podemos darnos cuenta que cada vez es mayor, dado que ahora existen los productos sustitutos que nos hacen replantear objetivos estratégicos para superar las situaciones de incertidumbre que se presentan en el mercado actual. En ese sentido, podemos decir que los clientes son la base fundamental para el crecimiento de una organización. Según los autores Vallejo y Sánchez (2017). En su libro titulado “Servicio con Pasión” nos dice que el servicio es fundamental para asegurar la fidelidad de los clientes, destacando así las estrategias en servicios de 7 compañías, asimismo menciona que la atención al cliente adecuada nos puede favorecer en la fidelidad de nuestros

clientes, mientras que en otras ocasiones una mala atención al cliente puede generarnos apasionados detractores de nuestra marca.

Latinoamérica, Díaz, Muñoz & Duque (2021), priorizando con claridad y enfatizando que la calidad de atención al cliente es una decisión consciente, respaldada con acciones concretas y se construye a través de la empatía. Además, en su investigación encontró que las industrias comparten con convicción que el servicio es lo que los mantiene activos en el mercado y los mueve hacia adelante.

Desde el punto de vista nacional el problema de atención al cliente en las empresas, es una de las áreas críticas o la preocupación por brindar una mejor atención a sus clientes, como consecuencia de esto, ha generado una disminución en la utilidad de la empresa Aga Traducciones. En ese sentido Clemente (2017). En su investigación tuvo como objetivo determinar cuál es la relación que existe entre la atención al cliente y la gestión de ventas, a lo que tuvo como resultado que existe una relación directa, es decir un nivel muy positivo muy alto, demostrando que una adecuada atención al cliente, nos brinda una ventaja competitiva a su vez nos permitirá lograr una adecuada administración de ventas.

A nivel local en la empresa Aga Traducciones, ubicada en Jr. Carabaya 560, Cercado de Lima, identificada con RUC: 10095077990, lo cual viene ejerciendo sus actividades desde el año 2008, la empresa se dedica a la venta de servicios de traducciones a los siguientes idiomas: italiano, inglés, portugués, japonés, alemán, francés y chino. Sin embargo, en los últimos años se ha evidenciado una desatención en el área de atención al cliente, lo cual es una de las áreas críticas que requiere trabajar la empresa, asimismo recordemos que el cliente es una pieza clave para la supervivencia de una empresa. Cabe mencionar que siempre se ha caracterizado por brindar una buena atención a su público, teniendo en cuenta que es el primer paso para asegurar una venta. Además, se viene dando con más frecuencia las situaciones donde los clientes realizan sus quejas ante la mala atención, lo cual se da cuando realizan llamadas y no se les brinda la información adecuada que están solicitando los clientes, es decir muchas veces es la actitud del personal que desorienta o confunde a los clientes al brindar una información sobre sus consultas o alguna interrogante por parte de su público. Esto ha sido motivo en

la disminución de la utilidad de la empresa, lo cual se ha visto afectado en los últimos años.

Tal como lo expresa Alayo (2017). Nos dice que la atención al cliente es el camino más óptimo de relacionarse con el cliente, al cumplir o anticiparse a las necesidades de los clientes en un determinado plazo se logrará su fidelización.

Por esta razón se estableció el siguiente problema general: ¿De qué manera se relaciona las habilidades blandas y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima 2022?; asimismo como problemas específicos tenemos ¿Cómo se relaciona la actitud positiva y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima -2022? y; ¿Cómo se relaciona la autorregulación y motivación con la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima, ¿2022? así también; ¿Cómo se relaciona la capacidad de empatía y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022?.

De manera que, se justifica la presente investigación, permitiéndonos conocer y establecer mejores aptitudes relacionadas al buen trato y capacidades de interactuar y comunicarse, a través de dicha investigación se pretende mejorar la disposición y el servicio de atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, evitando criterios negativos, potenciando eficacia e integridad, siendo la atención al cliente encargado de ofrecer la mejor experiencia al consumidor, a través de diversas estrategias y técnicas. Para lo cual se hizo esta investigación con el fin de conocer y desarrollar las habilidades blandas en la atención al cliente, mediante la empatía, paciencia y constancia. Respondiendo las preguntas y necesidades de manera eficaz, acompañados con otros aspectos como la amabilidad, calidad y puntualidad en el servicio ofrecido.

Asimismo, se justifica de forma teórica, en el ámbito nacional en lo que respecta a las habilidades blandas, escasamente han sido investigados factores como la empatía, autorregulación, autoconciencia, habilidad social y motivación. Por lo tanto, repercute en la atención al cliente en las pequeñas y grandes empresas. Del mismo modo, se justifica metodológicamente el presente trabajo de investigación que tiene como objetivo determinar la relación entre la variable habilidades blandas y atención al cliente, en la capacidad de obtener los resultados

deseados en las pequeñas y grandes empresas, en ese sentido la investigación tuvo el enfoque cuantitativo, utilizando el procedimiento explicativo. Asimismo, se utilizó el programa de SPSS statistics 26, que nos permitió analizar a través de cuadros y gráficos estadísticos, analizar los datos y explicar con más detalle. Por otra parte, el estudio facilitará futuras investigaciones al ser de gran importancia el sector de venta de servicios al cliente, que puede hacer la diferencia al momento en el que elija comprar de ti o tu competidor.

Por otra parte, la investigación con el fin de darle un sentido y alcanzar los resultados deseados, se establecieron como objetivo general: determinar la relación entre las habilidades blandas y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022. Asimismo, como objetivos específicos se establecieron los siguientes: analizar la relación entre la actitud positiva y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022, así mismo; determinar la relación entre la autorregulación y motivación con la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022; y determinar la relación entre la capacidad de empatía y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.

Asimismo, se estableció como hipótesis general: Existe relación significativa entre las habilidades blandas y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022. Como hipótesis específicas tenemos: Existe relación significativa entre la actitud positiva y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022; y existe relación significativa entre la autorregulación con motivación y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022, así mismo; existe relación significativa entre la capacidad de empatía y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Por lo que corresponde a los antecedentes a nivel internacional se consideró a Vielma, Segovia, Blanco & Mendoza (2021). En su investigación titulada las habilidades blandas y el servicio al cliente en tiempos del covid-19. Teniendo como objetivo, demostrar la relevancia de las habilidades en las actividades que se realizan en conjunto y la solución de problemas. Asimismo, para la recolección de datos, utilizaron la encuesta. Lo cual tuvo como resultado que el 90% de los trabajadores, realizan su mejor esfuerzo para realizar una venta, ya sea de forma remota y/o digital. Asimismo, el estudio mostró que el trabajo en equipo no es un impulsor del servicio al cliente, en tanto que la resolución de problemas si lo es. Por lo que la resolución de problemas tuvo una significancia positiva.

Asimismo, Granda (2018). En su tesis titulada habilidades blandas aplicadas en el servicio al cliente como fuente de ventaja competitiva de las empresas del sector de comercialización de electrodomésticos, donde tuvo como objetivo analizar el proceso de ventas, que a su vez conocer las expectativas que tiene el consumidor respecto a su servicio, donde concluye que las habilidades blandas, sobre todo la empatía, enfocadas en el servicio al consumidor en las organizaciones, son consideradas una ventaja competitiva, dado que nos brinda un diferenciación y sobre todo mejora la percepción del cliente en las empresas que brindan servicios de atención al cliente.

Por otra parte, Méndez (2020). En su tesis titulada las habilidades blandas como factor de mejora en la gestión de las pymes: modelo de negocio para una empresa consultora. Donde propone un plan de negocio, haciendo uso de las herramientas que permiten facilitar al ejecutivo a desarrollar su capacidad, es decir su gran potencial, como también el de su equipo. Esto con el fin de obtener mejores resultados y sobre todo hacer que la empresa sea competitiva. Donde concluye que hay 5 habilidades blandas que son más valoradas por las empresas pymes son: capacidad de liderazgo, gestión del tiempo, comunicación, trabajo en equipo y creatividad.

Asimismo, como antecedentes a nivel nacional tenemos a Castillo (2019). En su investigación titulada relación de las habilidades blandas y el proceso de venta de los promotores de una empresa operadora de telefonía móvil en la ciudad de Trujillo, 2019. La investigación tuvo como objetivo, dar a conocer el grado de

relación que mantiene las habilidades blandas, dentro de un proceso de ventas en una empresa telefónica, para llevar a cabo la investigación utilizó la muestra de 30 colaboradores que están dentro del servicio al público. Teniendo como enfoque cuantitativo y tipo de investigación aplicada. Donde concluye que las habilidades blandas y el proceso de ventas, mantienen una relación bastante significativa, es decir en un 96% de los procesos de ventas que vienen ejerciendo los promotores de la empresa telefónica.

Astochado (2019), en su estudio se tuvo como objetivo analizar la relación entre las habilidades blandas y la calidad de atención en un centro hospitalario de Bagua. El estudio fue descriptivo-correlacional, en donde se comprobó que existe relación entre las habilidades blandas y la calidad de atención, ($Rho=0,746$ y $p=0,002$ siendo menor al $0,005$). Además, los resultados descriptivos de la variable habilidades blandas demostraron que existe un nivel regular con un 44.4%, y un 47.4% de deficiencia en la calidad de atención. Concluyendo que existe un mal manejo de las habilidades blandas siendo la dimensión que prima con más alto nivel de deficiencia es el trabajo bajo presión.

Tal como lo expresa Castillo (2019). En su investigación titulada "Habilidades blandas y desempeño laboral en la Municipalidad de Pomahuaca, Jaén". Donde estableció como objetivo general determinar el nivel de significancia entre la variable habilidades blandas en el desempeño laboral. En ese sentido su muestra fue de 44 participantes, donde utilizó el test para la recolección de información. Donde además concluye que las habilidades blandas y el desempeño laboral, mantienen una relación significativa, que a su vez una alta implicancia en la municipalidad de Pomahuaca, Por otra parte, recomienda que es necesario que se priorice la aplicación del desarrollo de las habilidades blandas, dado que en la municipalidad se demostró que se necesita crear un clima laboral, donde los colaboradores tengan la capacidad de desempeñarse adecuadamente en todos los ámbitos.

Carnegie (2013). Menciona los tipos de habilidades blandas como: el asertividad, actitud para dialogar e intercambiar ideas, así también actuar de cierta manera con el objetivo de conseguir siempre una respuesta positiva y enriquecedora. Asimismo, menciona la comunicación, facilitando la coordinación y fluidez en las relaciones humanas. Por otra parte, la ética de trabajo, significa ser

cortés, honesto y responsable. Además, menciona la gestión de tiempo, permitiendo priorizar tareas y lograr objetivos más rápidos. En cuanto al positivismo, es fomentar el compromiso en el entorno laboral.

Riaño (2019). Nos dice que las habilidades blandas en el entorno globalizado, ha generado un gran impacto frente al mercado laboral en el entorno cambiante que viven las empresas actuales. Donde se puede evidenciar que, en la selección de personal, buscan que estos sepan dominar las interpersonales, que vienen a ser las habilidades blandas. Además, que el personal busque diferenciarse, de tal manera que cuenten con las habilidades técnicas, pero poner más énfasis en potenciar las habilidades blandas que le permitirá obtener una ventaja competitiva frente a las demás personas.

Recuenco, Reyes, & Olano (2022). Nos dicen que su importancia ha alcanzado o quizás ha superado al de las habilidades duras porque se convierten en el eje diferenciador de las competencias que logra tener un ser humano, siendo tan imprescindibles su aplicación desde la etapa temprana del ser humano, que será fundamental en su ámbito profesional y laboral del individuo. Por otra parte, en la presente investigación, se consideraron las siguientes dimensiones para la variable habilidades blandas (actitud positiva, autorregulación y motivación y capacidad de empatía) que nos ayudan a comprender de manera más específica sobre la variable de estudio. Asimismo, a continuación, se detallarán cada dimensión.

Respecto a la actitud positiva, es fundamental, dado que permite canalizar y garantizar el logro de los objetivos, como si fuera poco, nada más y nada menos que los objetivos, clave fundamental en la cristalización de la planificación estratégica. De esta manera, se puede decir que la actitud positiva, engloba elementos básicos como respeto por parte del personal directivo de las empresas hacia sus consumidores (Silva & Ferrer, 2012). Asimismo, podemos recalcar que las empresas que brindan servicios al consumidor, requieren que la actitud positiva del personal sea una herramienta utilizada en brindar una mejor experiencia al consumidor.

Por otra parte, se menciona la autorregulación y motivación es sin duda un reto que tenemos en situaciones donde se requiere gestionar nuestras emociones, es decir tener el control en cuanto a nuestras acciones, además esto se puede

evidenciar cuando ocurre algún conflicto con alguien, como las que se presentan en ocasiones cuando la empresa brinda servicios de atención al cliente. Las etapas de autorregulación, se refiere a dichos actos de voluntad con mensajes motivadores, dichos por uno mismo de manera alentadora y personal, fomentando un mejor rendimiento al introducir aspectos emocionales en los individuos, generan un mayor compromiso y empeño en cumplir los objetivos de la organización, quizás el control volitivo no implica información reciente, lo que permite es extender la mente (Huertas, 2012).

Por lo que se refiere a la capacidad de empatía, las organizaciones deben de tener más en cuenta, que tanto sus colaboradores o los nuevos ingresantes a la empresa, cuenten con esta habilidad tan fundamental que nos permite relacionarnos y formar vínculos significativos con los demás, es en otras palabras el saber comprender a los demás, es decir ponerse en el lugar de la otra persona. Estableciendo como un factor principal la empatía se destaca en el avance y evolución de las relaciones interpersonales a toda escala, comprendiendo como parte de uno propio, los logros, conflictos, ilusiones y metas, en general sentimientos y emociones de un ser humano. (Camacho, 2018).

De la misma manera, como antecedente internacional para la segunda variable atención al cliente, tenemos a Valenzuela, Buentello, Gómez, Villareal (2019). En su artículo científico, nos dicen que la atención al cliente está directamente enfocada a interrogantes, como el trato cordial y gentileza por parte de los colaboradores, accesibilidad para encontrar a los empleados, toma en cuenta también el tiempo de espera, el grado de compromiso que mantienen los colaboradores en sus funciones que realizan en sus puestos de labor. Asimismo, hace énfasis en la atención al cliente como una acción encaminada a atraer aquellas personas o empresas para que consuman lo que los proveedores producen u ofrecen, y en consecuencia a este acto son los clientes los que valoran la atención que perciben.

Asimismo, Ramon (2021). Mencionan que la atención al cliente en el rubro de servicios al consumidor, requiere que se considere la satisfacción del cliente como prioridad a través del uso adecuado de los canales de comunicación, el establecimiento de un protocolo integral de atención, con el fin de estandarizar el

proceso y además de considerar la capacitación constante a los trabajadores para la aplicación correcta.

Wellington (2017). En su libro titulado por una atención eficaz al cliente. Nos menciona los factores para convertirse en los mejores proveedores hacia los clientes, tales como aspecto humano del servicio, asimismo autoestima y actitud. Por otra parte, menciona el perfil del grupo como: presentación, imagen y atención. En cuanto a la comunicación tenemos: asertividad y empatía son los medios y recursos para construir organizaciones más enfocadas en sus consumidores, generando rentabilidad y supervivencia de la organización.

Por otra parte, como antecedente nacional para la variable atención al cliente tenemos a Gonzales (2018). En su investigación titulada "Análisis de la atención al cliente en la empresa servicios corporativos SAC, San Juan de Lurigancho, 2018" tuvo como objetivo general analizar la atención al cliente, teniendo como enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Asimismo, la investigación utilizó la muestra de 75 clientes, con el objetivo de recolectar información sobre la realidad problemática del estudio. Al respecto, concluye que el 23 % de los encuestados, perciben que la atención que brinda la empresa, no demuestra confianza en sus consumidores. Por otra parte, el 47% se reservan su opinión, es decir no indican que están satisfechos o insatisfechos con respecto a la atención que reciben por parte de la empresa. Finalmente, luego de procesar los resultados, el estudio concluye que la organización si demuestra seguridad a sus consumidores, además esto es respaldado por la calidad de servicio que reciben sus clientes.

Damián (2022). De los datos obtenidos del trabajo de investigación "Atención al cliente de la empresa Home TV S.A.C." Se puede resaltar que esta investigación es de tipo científica con un enfoque cuantitativo de tipo Descriptivo Correlacional. Usando el formato de escala de Likert se elaboraron encuestas para obtener una correlación de datos, cuyos resultados arrojaron que los clientes manifiestan que están inconformes con el servicio brindado por la empresa, los cuales representan un 43% y a su vez el 42% de los encuestados manifiestan una insatisfacción en el servicio de atención al cliente dado que no manejan una buena gestión marketing de dichos canales. Por lo tanto, se llega a la conclusión de que al no haber una evaluación entre el usuario y el personal administrativo; la atención al cliente en la empresa Home TV S.A.C. es deficiente. Se recomienda capacitar e idear

mecanismos para motivar al colaborador que se encuentra en atención al público a fin de que dichos colaboradores lleguen a comprender la real importancia de la buena relación con el cliente, su fidelización e identificación con la marca.

León (2022). La investigación titulada, atención al cliente en las micros y pequeñas empresas rubro restaurantes, distrito de San Juan Bautista Ayacucho 2022. Tuvo como objetivo describir la atención al cliente, asimismo teniendo como tipo de investigación aplicada con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental, para llevar a cabo el estudio utilizó una muestra de 370 clientes. Al respecto, tuvo como resultados que los clientes en un porcentaje significativo, indican que no son bienvenidos con un saludo cordial. Por otra parte, el 53% menciona que el trato del personal no es grato al finalizar la visita, a lo cual concluyen que los restaurantes no brindan un trato cordial. Sin embargo, ofrecen un buen menú, es decir en ese aspecto si cumple con las expectativas del cliente.

Alayo (2017). Nos dice que la atención al cliente es el camino más óptimo de relacionarse con el cliente, al cumplir o anticiparse a las necesidades de los clientes en un determinado plazo se logrará su fidelización. Por otra parte, en la presente investigación se consideraron tres dimensiones (capacidad de respuesta, satisfacción del cliente y calidad de servicio) que nos brinde un panorama más completo en cuanto a la atención al cliente que es nuestra variable de estudio. Seguidamente se definen detalladamente las dimensiones. Acerca de la capacidad de respuesta, es principalmente la capacidad que tiene una empresa en responder una solicitud o demanda a sus clientes. El grado de atención continua y fluida, corresponde a que se requiere darle más importancia, es de gran valor y por consiguiente amerita una atención primordial de manera óptima y aplicada (Eguizábal, Gómez, San Sebastián, Calavera & Botaya, 2022). Definitivamente, la capacidad de respuesta, es una herramienta clave que las organizaciones requieren desarrollar para llevar a cabo una adecuada gestión de ventas.

La Teoría de la personalidad multicultural Van Der Zee et al. (2013) resumen la teoría en cinco dimensiones principales de la eficacia intercultural: empatía cultural, mentalidad abierta, flexibilidad, estabilidad emocional e iniciativa social. La capacidad individual en la empatía cultural se refiere a la sensibilidad y voluntad de adaptarse a los sentimientos, pensamientos, comportamientos y normas sociales

de individuos de diferentes orígenes culturales. La mentalidad abierta se define como una actitud imparcial hacia otros grupos étnicos y culturales y las normas y valores sociales. La flexibilidad describe la capacidad de hacer los ajustes necesarios a situaciones desconocidas, determinando la aceptación social. La estabilidad emocional representa la capacidad de autorregularse y mantener la calma en situaciones estresantes. La iniciativa social es la tendencia a abordar situaciones sociales con acciones intencionales destinadas a construir un sentido de conexión.

Por lo que se refiere a satisfacción al cliente viene a ser la respuesta o punto de vista que tienen los clientes en referente a la adquisición de un producto o servicio. Es de gran impacto como influye de manera directa que el cliente perciba dichos valores de la empresa, a continuación, es primordial y fortalecer en información de un trato cordial y empáticos a los clientes por parte de los integrantes de la empresa, ser servicial, minucioso, cortés y solidario (Bejarano, Suárez & Vera, 2018). Efectivamente, la satisfacción al cliente nos permite tener en cuenta los diversos elementos a tener en cuenta para mantener un cliente satisfecho y por ende se crearía un efecto multiplicador, que vendría a ser la recomendación de los productos o servicios que están consumiendo.

Por otra parte, en lo que se refiere a la calidad de servicio es principalmente superar las expectativas del consumidor, brindándole soluciones y experiencias reconfortantes. Se dirige a las aptitudes únicas que desarrolla una persona y adquieren distintos niveles de integración. Se hacen presente en diversas situaciones cotidianas, correspondientes a las diferentes etapas del ser humano, personal y social. Son aspectos de los distintos niveles de desarrollo personal y participación activa en los procesos sociales (Vigo, 2018).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Respecto al tipo de investigación será del tipo aplicada, asimismo Nieto et al. (2018). Nos dice que es un nivel de investigación con un enfoque más amplio, es decir, su principal objetivo es explicar las relaciones causales de las propiedades o dimensiones.

3.1.2. Diseño de investigación

En cuanto al diseño de investigación es no experimental, transversal y correlacional, esto debido a que no se manipularon las variables, es decir se midieron las dos variables, las habilidades blandas y atención al cliente. Tal como lo expresa Arias (2021). El diseño no experimental, se basa en que las variables son evaluadas, en su contexto natural, es decir sin crear estímulos o manipulación. Las variables de estudio son observadas, de tal manera que nos permitan brindar las posibles soluciones a nuestra problemática de investigación.

Asimismo, es transversal, dado que se analizó los datos de las variables en un mismo momento, es decir estudia una o más variables en un determinado tiempo. Al respecto Arias (2021). Nos dice que se recogen los datos en un solo momento y solamente por única vez. Es la fotografía del estudio de las variables, dado que esto permite describirlas en nuestra investigación.

Es descriptivo, dado que la investigación buscó una descripción de las variables de estudio, habilidades blandas y atención al cliente. Al respecto Peña (2012). Se describen las características de las variables, asimismo podemos decir que responde quien, donde y como.

Es correlacional. porque trata de descubrir el nivel de relación de las variables, En ese sentido Mejía (2017). Nos dice que se basa en medir las dos variables de estudio, para posteriormente analizar la vinculación y se busca establecer una relación entre ellas.

Teniendo como enfoque cuantitativo, debido a que se analizaron datos numéricos, como también gráficos estadísticos. Se definen por descubrir realidades, a partir de la recolección de datos, asimismo podemos decir que las investigaciones cuantitativas buscan explicar los fenómenos (Raven, 2014).

En la investigación se utilizó como método hipotético - deductivo, debido a que nos permite plantear hipótesis para posteriormente comprobarlas. Tal como lo expresan Blanco et al. (2017). Nos dice que se comprueba si las hipótesis son ciertas o no, asimismo hace énfasis en las conclusiones que se derivan que serán muy importantes, pues a través de ella se evidencia la inconsistencia lógica de las hipótesis planteadas en un principio de la investigación.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Habilidades blandas = Variable independiente

Definición operacional:

La variable habilidades blandas, se midió a través de una encuesta a los clientes, asimismo se utilizó tres dimensiones (actitud positiva, autorregulación y motivación y capacidad de empatía). Asimismo, la matriz de operacionalización se adjuntará en anexos (ver anexo 01, donde se detallan todos los caracteres de la variable de estudio.

Variable 2: Atención al cliente = Variable dependiente

Definición operacional:

La variable atención al cliente se midió a través de las siguientes dimensiones: Calidad de servicio, Satisfacción del cliente y Capacidad de Respuesta.

3.3. Población, muestra y muestreo

La población en la presente investigación fue conformada por los clientes más recurrentes de la empresa Aga Traducciones es decir 70 clientes, de ambos sexos y mayores de edad. Al respecto Condori (2020). Nos dice que la población, vienen a ser el conjunto de elementos que nos permiten analizar, asimismo estos elementos se ubican en el lugar donde se lleva a cabo el estudio.

La muestra en el presente estudio fue de 10 clientes de la empresa Aga Traducciones, se hizo una prueba piloto con la muestra seleccionada. Según Condori (2020). Menciona que se toma una parte representativa de la población, es decir que mantienen las mismas características generales de la población en estudio.

Valbuena et al. (2017). Nos dice que el muestreo, es la probabilidad de que cualquier elemento de la población en estudio tenga la probabilidad de ser elegido,

asimismo nos dice que, en los muestreos no probabilísticos, se tiene al muestreo aleatorio simple, que se define por cada elemento del problema, tiene una oportunidad de ser seleccionado, por lo mismo se le coloca un número. En ese sentido, en la presente investigación teniendo el enfoque cuantitativo, se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, a su vez se determinó trabajar con 10 clientes de la empresa Aga Traducciones.

Por otra parte, en la presente investigación, podemos decir que su población estuvo conformada por 70 participantes, mayores de 18 años de ambos sexos. En este caso la muestra fue conformada por 10 participantes, es decir clientes más recurrentes de la empresa Aga Traducciones, que fueron parte de la muestra seleccionada para el estudio. Asimismo, con el fin de obtener los resultados esperados, se utilizó un instrumento para obtener los datos, que nos permitió acercarnos a nuestro objetivo, con el fin de obtener una información concreta en cuanto a la problemática planteada en la investigación.

3.4 Métodos y herramientas de recopilación de información

La encuesta es la técnica que se empleó para obtener la información, dado que nos permitió obtener datos, lo cual nos permitió cuantificar datos relevantes obtenidos de las variables de estudio. Al respecto, Avila et al. (2020). Nos dicen que la encuesta, es considerado un método que se aplica a un grupo de personas, con el fin de obtener datos relevantes como, por ejemplo: opiniones, conocer las causas, obtener alternativas de solución o consecuencias, entre otros.

El instrumento fue el cuestionario, para González et al. (2018). Mencionan que el cuestionario, antes de aplicarse, se requiere que los expertos evalúen si está correctamente donde a su vez se encuentren especializados en el área, es decir se realiza el procedimiento de juicio de expertos. Teniendo en cuenta además que las preguntas sobre nuestras variables, nos dicen que deben ser transparentes y enfocadas a la realidad problemática. En ese sentido podemos decir que se aplicó el instrumento, donde a través de un cuestionario se redactaron 21 preguntas, teniendo en cuenta la problemática de la empresa, es decir considerando nuestras variables tanto para habilidades blandas y atención al cliente.

La validez para Villacís (2018). Para precisar la validez de una investigación uno de los puntos básicos es la forma en que se realizan las mediciones, es así que el investigador debe asegurarse que vayan en correlación y sean adecuadas con el objetivo del estudio. Asimismo, para dar validez al instrumento se solicitó a 3 expertos, donde realizaron un análisis minucioso, con el fin de confirmar y posteriormente dar validez al instrumento que se aplicó en la investigación para la recolección de información.

La confiabilidad para los autores Almada & Talay (2019). Es el grado de exactitud o precisión que pueda dar un resultado dándole a lo que se mide un efecto de coherencia y firmeza. Por otro lado, se aplicó el alfa de Cronbach, con el objetivo de conocer la confiabilidad y validez de los instrumentos en la investigación, donde el coeficiente es de 0 a 1. Es decir, donde 0 representa la confiabilidad nula y 1 representa la confiabilidad perfecta. En el presente estudio, al aplicar la encuesta a la muestra de 10 participantes se obtuvo en las estadísticas de fiabilidad de 0.98, quiere decir que el instrumento es de excelente confiabilidad.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach basada en elementos		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach estandarizado	N de elementos
,988	,988	21

Fuente: Base de datos

3.5 Procedimientos

Consiste en programar y dar un orden a la utilización de estrategias a fin de llevar de manera esquematizada dicha investigación y así poder lograr una mejor recolección de datos y muestras que ayuden a desarrollar nuestro trabajo investigativo. Asimismo, para el presente estudio, lo primero que se hizo fue conocer la problemática de la empresa, es decir el área crítica que la empresa busca resolver. Posteriormente, se hizo una búsqueda de información, con el fin de tener un enfoque más amplio de las variables en estudio. Donde además se estructuró la matriz de operacionalización para poder redactar los cuestionarios, que fueron verificados por

los expertos para dar validación al instrumento a utilizar. Seguidamente, luego de ser firmados y validados se procedió a la aplicación del instrumento en nuestra muestra seleccionada.

3.6 Proceso de evaluación de información

Es un procedimiento, es decir evaluación de información, empleando uno o más de un instrumento de análisis de esta manera se determina la validez y perdurabilidad de los datos obtenidos a fin de enriquecer y dar sustento, veracidad a nuestra investigación. En este caso el instrumento que se utilizó para analizar los datos fue el programa de SPSS® Statistics 26, en el idioma español, lo cual nos permitió obtener el Alfa de Cronbach, dado que es necesario para saber la consistencia que tienen los ítems de las dos variables en estudio. Asimismo, nos permite obtener resultados óptimos y precisos a través de tablas, figuras y gráficos estadísticos.

3.7 Aspectos éticos

Droppelmann (2018). A fin de comprobar la originalidad de nuestra investigación no basta con especificar la forma en la que se obtuvo dicha información. Los estudios más relevantes e importantes deben ser base fundamental de nuestra investigación aplicando un buen uso de dichas fuentes y su adecuada cita con el propósito de dar peso y valor real a nuestra investigación; para lograr esto el autor deberá considerar el nivel de especificación de los estudios que se han tomado en cuenta. Asimismo, el presente estudio sí cumplió con la normatividad y los principios éticos que se requiere en una investigación, con el fin de cumplir con lo establecido y los lineamientos planteados que permitan cumplir los propósitos del estudio. Por otra parte, podemos decir que la información que se obtuvo a través de la encuesta que se realizó en la empresa Aga Traducciones, se mantendrá en total confidencialidad, con el fin de preservar los nombres de los participantes del estudio, de tal manera que se realizó la investigación, cumpliendo los principios éticos de la investigación.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

Resultado por niveles de las habilidades blandas

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	17	24,3
Regular	34	48,6
Bueno	19	27,1
Total	70	100,0

Fuente: Base de datos

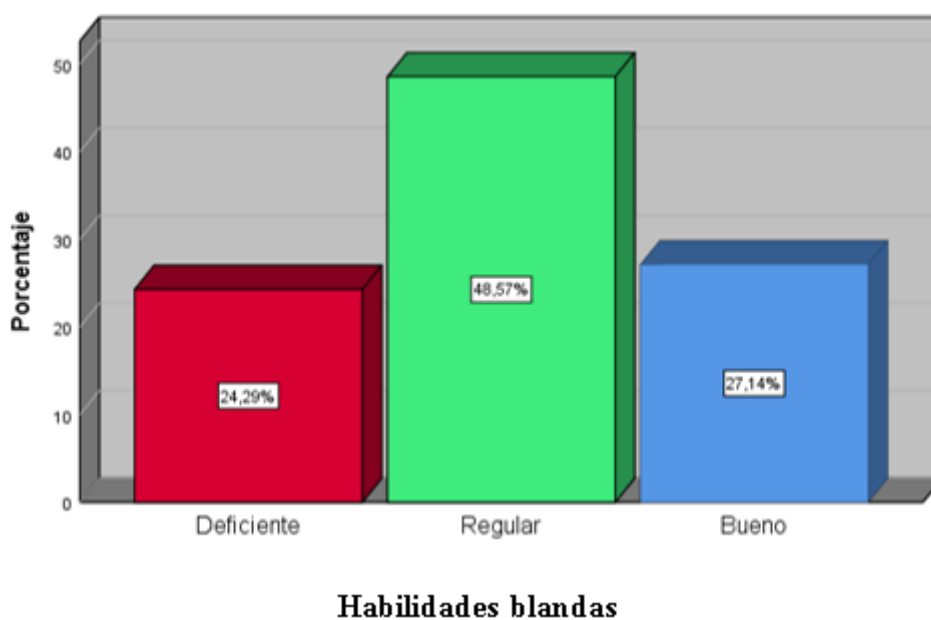


Figura 1. Distribución porcentual de habilidades blandas

De la tabla 1 y figura 1, respecto a las habilidades blandas, se llegó a observar que los encuestados señalaron que existe un nivel deficiente del manejo de las habilidades en un porcentaje de 24.29%, 48.57% de nivel regular y un 27.14% de nivel bueno, de acuerdo a los resultados llegando a inferir que existe un nivel regular.

Tabla 2

Distribución de frecuencia por Dimensiones de habilidades blandas

Niveles	Actitud positiva		Autorregulación y motivación		Capacidad de empatía	
	f	%	f	%	f	%
Deficiente	22	31.4%	25	35.7%	21	30.0%
Regular	33	47.1%	24	34.3%	29	41.4%
Bueno	15	21.4%	21	30.0%	20	28.6%
Total	70	100%	70	100%	70	100%

Fuente: Base de datos

En la tabla 2 se analizaron los resultados de las dimensiones de la variable habilidades blandas, en la dimensión actitud positiva un 47.1% existe un nivel regular, 31.4% deficiente y un 21.4% de nivel bueno. En cuanto a la segunda dimensión autorregulación y motivación un 35.7% se encuentra en un nivel deficiente, 34.3% de nivel regular y 30% de nivel bueno. Finalmente, en cuanto a la dimensión capacidad de empatía un 41.4% de nivel regular y un 30% deficiente y 28.6 de nivel bueno.

Tabla 3

Resultado por niveles de la atención al cliente

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	33	47,1
Regular	20	28,6
Bueno	17	24,3
Total	70	100,0

Fuente: Base de datos

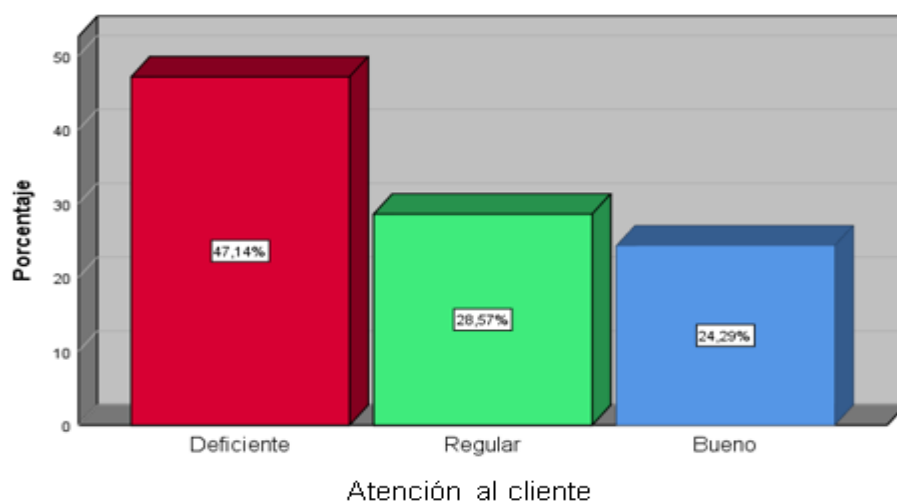


Figura 2. Distribución porcentual de atención al cliente

De la tabla 3 y figura 3, respecto a la atención al cliente, se llegó a observar que los encuestados manifestaron que existe un nivel deficiente del manejo de atención al cliente un 47.1%, 28.6% de nivel regular y un 24.3% de nivel bueno, llegando a inferir que existe un nivel deficiente.

Tabla 4

Distribución de frecuencia por Dimensiones de atención al cliente

Niveles	Calidad del servicio		Satisfacción del cliente		Capacidad de respuesta	
	f	%	f	%	f	%
Deficiente	33	47.1%	26	37.1%	34	48.6%
Regular	12	17.1%	26	37.1%	23	32.9%
Bueno	25	35.7%	18	25.7%	13	18.6%
Total	70	100%	70	100%	70	100%

Fuente: Base de datos

En la tabla 4 se analizaron los resultados de las dimensiones de la variable atención al cliente, en la dimensión calidad de servicio un 47.1% existe un deficiente, 35.7% bueno y un 17.1% de nivel regular. En cuanto a la segunda dimensión satisfacción del cliente un 37.1% se encuentra en un nivel deficiente, 37.1% de nivel regular y 25.7% de nivel bueno. Finalmente, en cuanto a la dimensión Capacidad de respuesta un 48.6% de nivel deficiente y un 32.9% regular y 18.6 de nivel bueno.

Prueba de normalidad

Tabla 5

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Habilidades blandas	,244	70	,000
Atención al cliente	,298	70	,000

Se realizó una prueba de normalidad en donde se analizó los valores obtenidos siendo para ambas variables el valor $p < 0,005$ (0,000), por lo que el análisis es no paramétrico, en donde se contrastara las hipótesis a través del Rho de Spearman.

Prueba de hipótesis general

Ho: No existe relación significativa entre las habilidades blandas y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.

Ha: Si existe relación significativa entre las habilidades blandas y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.

Parámetros estadísticos

Se compara cada valor de Sig. Con 0,005

Si $p - \text{valor} < \alpha$, se rechaza la hipótesis nula

Si $p - \text{valor} > \alpha$, se acepta la hipótesis nula

Tabla 6

Correlación entre habilidades blandas y atención al cliente

			Habilidades blandas	Atención al cliente
Rho de Spearman	Habilidades blandas	Coefficiente de correlación	1,000	,787**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	70	70
	Atención al cliente	Coefficiente de correlación	,787**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	70	70

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

Los resultados que se llegan apreciar en la tabla demuestran que existe una correlación positiva entre ambas variables analizando el valor de significancia de

0,005 se aceptó la hipótesis alterna, concluyendo que existe relación entre las habilidades blandas y atención al cliente.

Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

Ho: No existe relación significativa entre la actitud positiva y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.

Ha: Si existe relación significativa entre la actitud positiva y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.

Tabla 7

Correlación entre actitud positiva y atención al cliente

			Actitud positiva	Atención al cliente
Rho de Spearman	Actitud positiva	Coeficiente de correlación	1,000	,745**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	70	70
	Atención al cliente	Coeficiente de correlación	,745**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		70	70	

Los resultados que se llegan apreciar en la tabla demuestran que existe una correlación positiva entre ambas variables analizando el valor de significancia de 0,005 se aceptó la hipótesis alterna, concluyendo que existe relación entre la actitud positiva y atención al cliente.

Hipótesis específica 2

Ho: No existe relación significativa entre la autorregulación y motivación con la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022

Ha: Si existe relación significativa entre la autorregulación y motivación con la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022

Tabla 8

correlación entre autorregulación y motivación con atención al cliente

			Autorregulación y motivación	Atención al cliente
Rho de Spearman	Autorregulación y motivación	Coeficiente de correlación	1,000	,795**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	70	70
	Atención al cliente	Coeficiente de correlación	,795**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	70	70

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

Los resultados que se llegan apreciar en la tabla demuestran que existe una correlación positiva entre ambas variables analizando el valor de significancia de 0,005 se aceptó la hipótesis alterna concluyendo que existe relación entre la autorregulación y motivación con atención al cliente.

Hipótesis específica 3

Ho: No existe relación significativa entre la capacidad de empatía y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.

Ha: Si existe relación significativa entre la capacidad de empatía y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.

Tabla 9

Correlación entre capacidad de empatía y atención al cliente

			Capacidad de empatía	Atención al cliente
Rho de Spearman	Capacidad de empatía	Coeficiente de correlación	1,000	,788**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	70	70
	Atención al cliente	Coeficiente de correlación	,788**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	70	70

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

Los resultados que se llegan apreciar en la tabla demuestran que existe una correlación positiva, concluyendo que existe relación entre la capacidad de empatía y atención al cliente.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron se cumplió el objetivo general, que fue determinar la relación entre las habilidades blandas y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022. El cual se comprobó a través de la contrastación de hipótesis en donde se obtuvo “ $Rho = 0,787$ ” y “ $p \text{ valor} = 0,000 < 0,05$ ”, demostrando que existe relación significativa entre las variables de estudio.

Dichos hallazgos guardan relación con la investigación de Astochado (2019), en donde se comprobó que existe relación entre las habilidades blandas y la calidad de atención en un centro hospitalario de Bagua, ($Rho = 0,746$ y $p = 0,002$ siendo menor al $0,005$) demostrando la relación entre las variables de estudio. Además, los resultados descriptivos de la variable habilidades blandas demostraron que existe un nivel regular con un 44.4% , coincidiendo con el presente estudio en donde el nivel de manejo de habilidades blandas dentro de la empresa se encuentra en un nivel regular. De igual manera en el estudio de Astochado se evidencio que existe un nivel deficiente de calidad de atención al cliente con un 47.2% , dichos hallazgos demuestran similitud con el presente estudio en donde también se obtuvo un mayor porcentaje de deficiencia para la variable atención al cliente.

Por otra parte, Méndez (2020), nos menciona que las habilidades blandas es una herramienta que facilita a desarrollar nuevas actitudes y destrezas en las personas, mejorando el trato a las personas y su capacidad de respuesta ante cualquier conflicto, por lo que es importante el desarrollo de capacitaciones de liderazgo, gestión del tiempo, comunicación y de trabajo en equipo.

Asimismo, se cumplió el objetivo específico, que fue analizar la relación entre la actitud positiva y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022, el cual se comprobó a través de la contrastación de hipótesis en donde se obtuvo “ $Rho = 0,745$ ” y “ $p \text{ valor} = 0,000 < 0,05$ ”, demostrando que existe relación significativa entre la dimensión y variable. Dichos hallazgos guardan relación con la investigación de Castillo (2019), en donde se pudo demostrar que existe relación entre las habilidades blandas y la gestión de ventas. Obteniéndose un valor de $r = 0,889$, así mismo se pudo observar en cuanto a sus dimensiones que existe un bajo nivel de productividad debido a falta de capacidad de respuesta a los

diversos problemas que afectan su calidad de atención en la empresa móvil, generando inseguridades, y nerviosismo en enfrentar diversos problemas. Además, Valenzuela, Buentello, Gómez, Villareal (2019), concluye que la atención al cliente como una acción encaminada a atraer aquellas personas o empresas para que consuman lo que los proveedores producen u ofrecen, y en consecuencia, siendo los clientes aquellos los que perciben y le dan un valor, el cual puede generar una expectativa positiva o negativa.

Los resultados que se llegan apreciar en la tabla demuestran que existe una correlación positiva entre ambas variables analizando el valor de significancia de 0,005 se aceptó la hipótesis alterna concluyendo que existe relación entre la autorregulación y motivación con atención al cliente

Por otro lado, Wellington (2017). En su libro titulado por una atención eficaz al cliente. Nos menciona los factores para convertirse en los mejores proveedores hacia los clientes, tales como aspecto humano del servicio, asimismo autoestima y actitud. Por otra parte, menciona el perfil del grupo como: presentación, imagen y atención. En cuanto a la comunicación tenemos: asertividad y empatía son los medios y recursos para construir organizaciones más enfocadas en sus consumidores, generando rentabilidad y supervivencia de la organización.

En cuanto al segundo objetivo específico, que fue analizar la relación entre la autorregulación y motivación con la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022, el cual se comprobó a través de la contrastación de hipótesis en donde se obtuvo “ $Rho = 0,795$ ” y “ $p \text{ valor} = 0,000 < 0,05$ ”, demostrando que existe relación significativa entre la dimensión y variable. Dichos hallazgos guardan relación con la investigación de Castillo (2019), en donde se pudo demostrar que existe relación entre las habilidades blandas y la gestión de ventas. Obteniéndose un valor de $r=0,889$, así mismo se pudo observar en cuanto a sus dimensiones que existe un bajo nivel de productividad debido a falta de capacidad de respuesta a los diversos problemas que afectan su calidad de atención en la empresa móvil, generando inseguridades, y nerviosismo en enfrentar diversos problemas. Por otro lado, Huertas (2012), nos menciona que las etapas de autorregulación, se refiere a dichos actos de voluntad con mensajes motivadores,

generando un mayor compromiso y empeño en cumplir los objetivos de la organización.

Finalmente, en el tercer objetivo específico, que fue analizar la relación entre la capacidad de empatía y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022, el cual se comprobó a través de la contrastación de hipótesis en donde se obtuvo “Rho = 0,788” y “p valor=0,000 < 0,05”, demostrando que existe relación significativa entre la dimensión y variable. Dichos hallazgos guardan relación con la investigación de Granda (2018) que las habilidades blandas en el proceso de ventas, permite a las organizaciones mejorar la percepción de los clientes, lo cual hace énfasis en la empatía orientada en el servicio al consumidor en las empresas, lo cual ayuda a obtener una diferenciación y ventaja competitiva frente a sus competidores en los servicios de atención al cliente. En esa misma perspectiva para Camacho (2018), nos menciona que la empatía se destaca en el avance y evolución de las relaciones interpersonales a toda escala, comprendiendo como parte de uno propio, los logros, conflictos, ilusiones y metas, en general sentimientos y emociones de un ser humano.

VI. CONCLUSIONES

Primera: Los resultados obtenidos del $p=0,000>0,05$, llegando a demostrar que existe relación significativa entre las habilidades blandas y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022. En esa misma perspectiva con los resultados descriptivos no existe un adecuado manejo de las habilidades blandas debido a que se obtuvo un 52.4% de variación.

Segunda: Los resultados obtenidos del $p=0,000>0,05$, llegando a demostrar que existe relación significativa entre la actitud positiva y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022. En esa misma perspectiva con los resultados descriptivos no existe un adecuado manejo de la actitud positiva debido a que se obtuvo un 31.4% se encuentra en el nivel deficiente.

Tercera: Los resultados obtenidos del $p=0,000>0,05$, llegando a demostrar que existe relación significativa entre la autorregulación con motivación y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022. En esa misma perspectiva con los resultados descriptivos no existe un adecuado manejo de autorregulación debido a que se obtuvo un 35.7% se encuentra en el nivel deficiente.

Cuarta: Los resultados obtenidos del $p=0,000>0,05$, llegando a demostrar que existe relación significativa entre la capacidad de empatía y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022. En esa misma perspectiva con los resultados descriptivos no existe un adecuado manejo de la actitud positiva debido a que se obtuvo un 41% se encuentra en el nivel regular

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Va dirigido a los altos directivos de la empresa, se recomienda que se debe de realizar un plan estratégico, donde se pueda compartir la misión, visión y objetivos de forma clara y sencilla a los trabajadores. Así como realizar un sistema de evaluación para medir el desempeño de sus trabajadores y tener conocimiento de los factores que impiden su eficiencia.

Segunda: Se debe de realizar las capacitaciones o talleres de adiestramiento, genera un nuevo conocimiento de las políticas de la empresa que se deben de aplicar ante un problema, creando nuevos líderes y mejorando la toma de decisiones y de esta manera mejorando la actitud de los trabajadores.

Tercera: Se debe desarrollar un sistema de incentivos de reconocimiento de los trabajadores por su labor a través de un plan de inteligencia emocional, para que los trabajadores ante cualquier queja o problema, pueda controlar sus emociones y mejorar sus actitudes

Cuarta: En esa misma perspectiva se debe mejorar la capacidad de empatía, por lo que se debe de realizar programas de coach, en donde se pueda generar nuevos líderes internos, así como se pueda fortalecer sus capacidades y actitudes. Generando un nuevo conocimiento de nuevas estrategias para mejorar su capacidad de empatía con los clientes

REFERENCIAS

- Alayo, C., & Janeth, F. (2021). *Habilidades blandas y su relación con el desempeño laboral de los administrativos de la Universidad Nacional de Trujillo, 2020. Universidad Nacional de Trujillo.*
- Almada, L., & Talay, C. (2019). Procesamiento gráfico de datos obtenidos en la simulación de redes. Análisis comparativo de herramientas como complemento del simulador NS-2. *Informe Científico Técnico UNPA*, 11(3), 1-14.
- Angulo, G., & Augusto, G. (2018). *Habilidades blandas aplicadas en el servicio al cliente como fuente de ventaja competitiva de las empresas del sector de comercialización de electrodomésticos. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.*
- Arias Gonzáles, J. L. (2021). Diseño y metodología de la investigación. <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/view/22/16/32>
- Avila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿ métodos o técnicas de indagación empírica?. *Didasc@ lia: didáctica y educación*, 11(3), 62-79.
- Avila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (2020). *The interview and the survey: methods or techniques of empirical inquiry? Didasc@lia: didactics and education*, 11(3), 62–79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Barajas, M., & Rocio, D. (2020). *Soft skills as a factor for improvement in the management of SMEs: business model for a consulting company. Autonomous University of Bucaramanga UNAB.*
- Blanco, N., Herrera, D., Machado, R., & Pérez, G. (2017). Curso electivo de Metodología de la Investigación para el desarrollo de habilidades investigativas en Medicina. *Edumecentro*, 9(1), 104-124.

- Chumpitaz, R., & Papparoidamis, N. (2020). The impact of service/product performance and problemsolving on relationship satisfaction. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 33(1), 95-113.
- Clares, P. M., & González Morga, N. (s/f). *0 Transversal Competences at the University: Psychometric Properties of a transversal questionnaire competences at university: PSYCHOMETRIC PROPERTIES OF A QUESTIONNAIRE*. *Education XX1*. <https://doi.org/10.5944/educXX1.1566>
- Condori-Ojeda, P. (2020). Universo, población y muestra. Mexico. <https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>
- Cordova, C., & Manuel, V. (2019). *Relación de las habilidades blandas y el proceso de venta de los promotores de una empresa operadora de telefonía móvil en la ciudad de Trujillo, 2019*. Universidad Privada del Norte.
- Cruz -Dra, D. M. M., & El, P. (s/f). Wordpress.com. Recuperado el 23 de junio de 2022, de <https://freddyaliendre.files.wordpress.com/2019/02/3-el-proceso-de-investigacic393n.pdf>
- De La Vega Ikeda, Y. D. (2019). Gestión de atención al cliente para la empresa del Banco SBP, 2018.
- Díaz, M. M., Muñoz, J. J., & Duque, C. M. (2021). Medición de la satisfacción a través de los atributos de la calidad percibida en una muestra de clientes de hoteles. *Rotur*, 15(1), 78-97. doi:<https://doi.org/10.17979/rotur.2021.15.1.5985>
- Dobladillo Clemente, J. J. (2021). *Atención al cliente y Gestión de ventas en IDIMA S.A.C., Huancayo 2017*.
- Droppelmann, G. (2018). *La instrumentalización metodológica en la ética de la investigación*. *EIDON*, 49, 102–114. <https://doi.org/10.13184/revistaeidon.v0i49.38>

- Escudero, J. M., Martínez-Domínguez, B., & Nieto, J. M. (2018). *Las TIC en la formación continua del profesorado en el contexto español: ICT in continuing teacher training in the Spanish context*. Ministerio de Educación.
- Estudio, U. N., Del, E., & Del, I. (s/f). "Las Habilidades Blandas y el Desempeño Laboral". Edu.pe. Recuperado el 25 de abril de 2022, de https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2495/Ernesto_Tesis_maestria_2019.pdf?sequence=1
- Falla, S. (2018, febrero 28). *Servicio Con Pasión - Gabriel Vallejo y Fernando SÁNCHEZ*. RDP. <https://rdp.la/blog/servicio-con-pasion>
- González, A. T., Muro, C. T., Martínez-Guzmán, A., & Prado-Meza, C. M. (2018). Una relectura de fotovoz como herramienta metodológica para la investigación social participativa desde una perspectiva feminista. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, (41), 157-185.
- Guerrero Bejarano, M. A., Parra Suárez, R. J., & Arce Vera, M. F. (2018). *La Satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico*. *INNOVA Research Journal*, 3(8), 157–162. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.2018.879>
<http://arje.bc.uc.edu.ve/arj15/art15.pdf>
- Leon, C., & Jhassmin, L. (2019). *Soft skills and work performance in the Municipality of Pomahuaca, Jaén*. Cesar Vallejo University.
- López, G.V., & Paredes, F.S. (2017). *Service with passion*. Penguin Random House Publishing Group. *Data analysis methods, types and best practices*. (s/f). zipreporting.com. Retrieved June 23, 2022, from <https://zipreporting.com/amp/es/data-analysis-method.html>
- López, J. V. G. (2020). *COMT004PO-Fundamentos de atención al cliente*. Editorial Elearning, SL

- Morales, L., & Aydith, M. (2022). *Customer service in micro and small businesses in the Pizzerias area of the Historic Center district of Ayacucho, 2019. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.*
- Peceros, G., & Consuelo, J. M. (2019). *Análisis de la atención al cliente en la empresa Servicios Corporativos Generales S.A.C., San Juan de Lurigancho, 2018. Universidad Privada del Norte.*
- Peña, J. J. D., Murillo, J. F. M., & Sinoga, J. D. R. (2021). Aproximación a la aplicación de la metodología de los sistemas de conexión de biotopos en los pinsapares de la cuenca alta del Zarzalones (Sierra de las Nieves, Málaga): Consideraciones espacio-temporales. In *Los bosques de la Serranía de Ronda: una perspectiva espacio-temporal* (pp. 267-284). La Serranía. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8268889>
- Peña, L., & Edin, J. (2022). *Práctica de lectura literaria y competencia comunicativa desde la virtualidad en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2021. Universidad César Vallejo.*
- Porras Sanchez, F.J. (2018). *Canonical model, fundamental problems and urban governance. Openinsight, 9*
- Raven, E. (2014). La investigación cuantitativa, la investigación cualitativa y el investigador. *Revista de Postgrado FACE-UC, 6(15), 181-188.*
- Recuenco Cabrera, A. D., Reyes Alva, W. A., & Olano Bracamonte, S. M. (2021). *Soft skills in modern management. SCIENDO, 24(4), 289–297.* <https://doi.org/10.17268/siendo.2021.040>
- Riaño, E. (2019). Habilidades blandas en el entorno laboral globalizado. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/35921>.
- Rodríguez Eguizabal, E., Gil de Gómez, M. J., San Sebastián, M., Oliván-Blázquez, B., Coronado Vázquez, V., Sánchez Calavera, M. A., & Magallón Botaya, R. (2022). *Response capacity of the health system in primary care valued by*

patients with chronic diseases. *Sanitary Gazette*, 36(3), 232–239.
<https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2021.02.008>

Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82, 175–195.
<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.164>

Saavedra, D., & Sarita, K. (2022). *Atención al cliente de una empresa de cable del distrito de Chongoyape, 2019*. Universidad Señor de Sipán.

Soft skills as a central point of professional training. (2018, October 7). *AmericaEconomy* | *AmericaEconomy*.
<https://www.americaeconomia.com/articulos/reportajes/habilidades-soft-como-punto-central-de-la-formacion-profesional>

Valbuena Porras, S. G., García-Ubaque, C. A., & Granados Soler, M. A. (2017). Metodología para el monitoreo estructural y patológico de viviendas afectadas por deslizamientos. *Tecnura*, 21(52), 79-87.

Valenzuela Salazar, N. L., Buentello Martínez, C. P., Gomez, L. A., & Villareal Sánchez, V. (2019). *La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios*. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 6(2), 18–24.
<https://doi.org/10.22579/23463910.159>

Vielma, RDE, Romo, AS y Pérez, JFL (2022). Soft skills en atención al cliente: Área de ventas en concesionarios de automóviles. *Contaduría y administración*, 67 (2), 10.

Villasís-Keever, M. Á., Márquez-González, H., Zurita-Cruz, J. N., Miranda-Novales, G., & Escamilla-Núñez, A. (2018). *El protocolo de investigación VII. Validez y confiabilidad de las mediciones*. *Revista alergia Mexico (Tecamachalco, Puebla, Mexico: 1993)*, 65(4), 414–421.
<https://doi.org/10.29262/ram.v65i4.560>

ANEXOS

Anexo N.º 1. Matriz de operacionalización de las variables

	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Habilidades blandas	Recuenco, Reyes & Olano (2022). Nos dicen que su importancia ha alcanzado o quizás ha superado al de las habilidades duras porque se convierten en el eje diferenciador de las competencias que logra tener un ser humano, siendo tan imprescindibles su aplicación desde la etapa temprana del ser humano, que será fundamental en su ámbito profesional y laboral del individuo.	Conocer sobre las habilidades blandas y su relación con la atención al cliente, lo cual se medirá a través de una encuesta a los clientes de la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima 2022. Del mismo modo se medirá a través de las siguientes métricas: Actitud positiva, Autorregulación y motivación y Capacidad de Empatía.	Actitud positiva	Sentimientos	1	Ordinal
				Disposición	2	
				Interacción	3	
				Función adaptativa	4	
				Gestión del contexto	5	
			Autorregulación y motivación	Evaluación de la comprensión	6	Escala De LIKERT
				Gestión de la motivación	7	
				Toma de perspectiva	8	
				Preocupación empática	9	
				Desarrollo moral	10	
Capacidad de empatía						

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Atención al cliente	Alayo (2017). Nos dice que la atención al cliente es el camino más óptimo de relacionarse con el cliente, al cumplir o anticiparse a las necesidades de los clientes en un determinado plazo se logrará su fidelización.	Actitudes o comportamientos evidentes en lo que respecta a la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima - 2022 lo cual se muestra en las actividades al que se dedica la empresa, que es principalmente la venta de servicios de traducción a los distintos idiomas. Del mismo modo se realizará una encuesta a los clientes más recurrentes, para lo cual se consideran las siguientes dimensiones: Calidad de servicio, Satisfacción del cliente y Capacidad de Respuesta.	Calidad de Servicio	Fiable	1	Ordinal
				De confianza	2	
				Costo de venta	3	Escala de LIKERT
			Satisfacción del cliente	Tiempos de salida de entregas	4	
				Expectativas	5	
			Capacidad de respuesta	Experiencia	6	
				Tiempo medio de espera	7	
				Tiempo promedio de respuesta chat	8	
				Rapidez	9	
			Precisión	10		
			Eficiencia	11		

Anexo N. 02. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
Problemas de investigación	Objetivos de investigación	Hipótesis de investigación	Variables	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general		
¿De qué manera se relaciona las habilidades blandas y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima 2022?	Determinar la relación entre las habilidades blandas y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.	Existe relación significativa entre las habilidades blandas y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.	<p>Variable independiente Habilidades blandas</p> <p>Variable dependiente Atención al cliente</p>	<p>1. Enfoque: El enfoque es cuantitativo</p> <p>2. Tipo de investigación: El tipo de investigación es aplicada. El nivel es descriptivo - correlacional.</p> <p>3. Diseño de investigación: El diseño es no experimental, de corte transversal y correlacional.</p> <p>4. Población, muestra y muestreo: 70 clientes más recurrentes de la empresa Aga Traducciones. La muestra seleccionada son 10 clientes y el muestreo no probabilístico por conveniencia.</p> <p>5. Técnicas e instrumentos La encuesta es la técnica y como instrumento el cuestionario.</p>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
¿Cómo se relaciona la actitud positiva y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima -2022?	Analizar la relación entre la actitud positiva y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.	Existe relación significativa entre la actitud positiva y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.		
¿Cómo se relaciona la autorregulación y motivación con la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima, ¿2022?	Determinar la relación entre la autorregulación y motivación con la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.	Existe relación significativa entre la autorregulación con motivación y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.		
¿Cómo se relaciona la capacidad de empatía y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022?	Determinar la relación entre la capacidad de empatía y la atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.	Existe relación significativa entre la capacidad de empatía y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones, Cercado de Lima – 2022.		

Anexo N.º 3 Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO A LOS CLIENTES MÁS RECURRENTES DE LA EMPRESA AGA TRADUCCIONES

Instrucciones: Lea detenidamente cada ítem y marque según crea conveniente, considerando la siguiente leyenda:

- 5: Total Acuerdo
- 4: Acuerdo
- 3: Indiferente
- 2: Desacuerdo
- 1: Total Desacuerdo

Ítem	5	4	3	2	1
Variable: Habilidades blandas					
Percibes una actitud positiva de los trabajadores en la atención que ofrece la empresa a sus clientes					
La empresa Aga Traducciones demuestra una disposición permanente hacia los clientes					
La interacción del vendedor influye en la decisión de compra					
El personal de la empresa actúa con dedicación					
El personal demuestra una adecuada gestión en todo momento					
La empresa proporciona sus requerimientos para el servicio					
El personal de la empresa motiva a los clientes permanentemente.					
La empresa priorice las necesidades del cliente					
Percibe usted un trato amigable en la atención recibida					
El valor moral de la empresa es buena					

VARIABLE: ATENCION AL CLIENTE					
La atención al cliente es transparente y logra confianza					
El trato al cliente es confiable					
El costo de venta establecido por la empresa es competitivo					
Los tiempos de entrega del servicio está de acuerdo a lo esperado					
Los clientes tienen expectativa hacia la empresa en los servicios que brinda					
De acuerdo a su experiencia, recomendarías nuestros servicios					
El tiempo de espera para la atención es lo previsto por el cliente					
El tiempo de respuesta realizada vía chat es buena					
La empresa realiza una atención rápida a sus clientes					
La empresa demuestra interés ante las demandas de sus clientes					
Es eficiente la atención al cliente					

Anexo N.º 4 Autorización de la empresa



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Anexo N.º 3 - DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N.º 001-2022-VI-UCV AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: J0095077990
AGA Traducciones	
Nombre del Titular o Representante legal:	Jose Antonio Garcia Quispe
Nombres y Apellidos	DNI: 09507799
Jose Antonio Garcia Quispe	

Consentimiento:

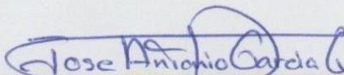
De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (1), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Las Habilidades Blandas y atención al cliente en la Empresa ABA Traducciones, Cercado de Lima 2022	
Nombre del Programa Académico: ADMINISTRACIÓN	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Olimpia Meyely Ocaña Valdivia	77134454

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:



Firma: 
(Titular o Representante legal de la Institución)

(1) 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 N.º 5 Validación de expertos

Título de investigación: “LAS HABILIDADES BLANDAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA AGA TRADUCCIONES, CERCADO DE LIMA– 2022”							
Apellidos y Nombres del investigador: Ocaña Valdivia, Olimpia Neyely							
Apellidos y Nombres del experto: Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Habilidades blandas	Actitud positiva	Sentimientos	Percibes una actitud positiva de los trabajadores en la atención que ofrece la empresa a sus clientes	1= Muy en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Indiferente 4= De acuerdo 5= Muy de acuerdo	X		
		Disposición	La empresa Aga Traducciones demuestra una disposición permanente hacia los clientes		X		
		Interacción	La interacción del vendedor influye en la decisión de compra		X		
		Función adaptativa	El personal de la empresa actúa con dedicación		X		
	Autorregulación motivación	Gestión del contexto	El personal demuestra una adecuada gestión en todo momento		X		
		Evaluación de la comprensión	La empresa proporciona sus requerimientos para el servicio		X		
		Gestión de la motivación	El personal de la empresa motiva a los clientes permanentemente.		X		
	Capacidad de empatía	Toma de perspectiva	La empresa priorice las necesidades del cliente		X		
		Preocupación empática	Percibe usted un trato amigable en la atención recibida		X		
		Desarrollo moral	El valor moral de la empresa es buena		X		
		Fiable	La atención al cliente es transparente y logra confianza	X			

Atención al cliente	Calidad de Servicio	De confianza	El trato al cliente es confiable		X		
	Satisfacción del cliente	Costo de venta	El costo de venta establecido por la empresa es competitivo		X		
		Tiempos de salidas de entrega	Los tiempos de entrega del servicio está de acuerdo a lo esperado		X		
		Expectativas	Los clientes tienen expectativa hacia la empresa en los servicios que brinda		X		
		Experiencia	De acuerdo a su experiencia, recomendarías nuestros servicios		X		
		Tiempo medio de espera	El tiempo de espera para la atención es lo previsto por el cliente		X		
		Capacidad de respuesta	Tiempo promedio de respuesta chat	El tiempo de respuesta realizada vía chat es buena		X	
	Rapidez		La empresa realiza una atención rápida a sus clientes		X		
	Precisión		La empresa demuestra interés ante las demandas de sus clientes		X		
			Eficiencia	Es eficiente la atención al cliente		X	
Firma del experto:			25/10/2022				
 Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza							

Título de investigación: “LAS HABILIDADES BLANDAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA AGA TRADUCCIONES, CERCADO DE LIMA– 2022”

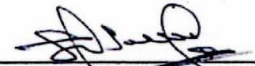
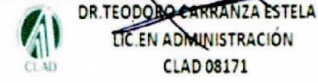
Apellidos y Nombres del investigador: Ocaña Valdivia, Olimpia Neyely

Apellidos y Nombres del experto: Dr. Teodoro Carranza Estela

ASPECTO POR EVALUAR

OPINIÓN DEL EXPERTO

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Habilidades blandas	Actitud positiva	Sentimientos	Percibes una actitud positiva de los trabajadores en la atención que ofrece la empresa a sus clientes	1= Muy en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Indiferente 4= De acuerdo 5= Muy de acuerdo	X		
		Disposición	La empresa Aga Traducciones demuestra una disposición permanente hacia los clientes		X		
		Interacción	La interacción del vendedor influye en la decisión de compra		X		
		Función adaptativa	El personal de la empresa actúa con dedicación		X		
	Autorregulación motivación	Gestión del contexto	El personal demuestra una adecuada gestión en todo momento		X		
		Evaluación de la comprensión	La empresa proporciona sus requerimientos para el servicio		X		
		Gestión de la motivación	El personal de la empresa motiva a los clientes permanentemente.		X		
	Capacidad de empatía	Toma de perspectiva	La empresa priorice las necesidades del cliente		X		
		Preocupación empática	Percibe usted un trato amigable en la atención recibida		X		
		Desarrollo moral	El valor moral de la empresa es buena		X		
Calidad de Servicio	de	Fiable	La atención al cliente es transparente y logra confianza	X			
		De confianza	El trato al cliente es confiable	X			
	Satisfacción del cliente	Costo de venta	El costo de venta establecido por la empresa es competitivo	X			
		Tiempos de salidas de entrega	Los tiempos de entrega del servicio está de acuerdo a lo esperado	X			

		Expectativas	Los clientes tienen expectativa hacia la empresa en los servicios que brinda		X		
		Experiencia	De acuerdo a su experiencia, recomendarías nuestros servicios		X		
		Tiempo medio de espera	El tiempo de espera para la atención es lo previsto por el cliente		X		
	Capacidad de respuesta	Tiempo promedio de respuesta chat	El tiempo de respuesta realizada vía chat es buena		X		
		Rapidez	La empresa realiza una atención rápida a sus clientes		X		
		Precisión	La empresa demuestra interés ante las demandas de sus clientes		X		
		Eficiencia	Es eficiente la atención al cliente		X		
Firma del experto:			28/10/2022				
 							
Estela	Dr. Teodoro Carranza						

Título de investigación: “LAS HABILIDADES BLANDAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA AGA TRADUCCIONES, CERCADO DE LIMA– 2022”

Apellidos y Nombres del investigador: Ocaña Valdivia, Olimpia Neyely

Apellidos y Nombres del experto: Dr. Lino Gamarra Edgar Laureano

VARIABLES	DIMENSIONES	ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO		
		INDICADORES	ÍTEM PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Habilidades blandas	Actitud positiva	Sentimientos	Percibes una actitud positiva de los trabajadores en la atención que ofrece la empresa a sus clientes	1= Muy en desacuerdo	X		
		Disposición	La empresa Aga Traducciones demuestra una disposición permanente hacia los clientes		X		
		Interacción	La interacción del vendedor influye en la decisión de compra		X		
		Función adaptativa	El personal de la empresa actúa con dedicación		X		
	Autorregulación motivación	Gestión del contexto	El personal demuestra una adecuada gestión en todo momento	2= En desacuerdo	X		
		Evaluación de la comprensión	La empresa proporciona sus requerimientos para el servicio	3= Indiferente	X		
		Gestión de la motivación	El personal de la empresa motiva a los clientes permanentemente.	4= De acuerdo	X		
	Capacidad de empatía	Toma de perspectiva	La empresa priorice las necesidades del cliente	5= Muy de acuerdo	X		
		Preocupación empática	Percibe usted un trato amigable en la atención recibida		X		
		Desarrollo moral	El valor moral de la empresa es buena		X		
		Fiable	La atención al cliente es transparente y logra confianza		X		

Atención al cliente	Calidad de Servicio	De confianza	El trato al cliente es confiable		X		
	Satisfacción del cliente	Costo de venta	El costo de venta establecido por la empresa es competitivo		X		
		Tiempos de salidas de entrega	Los tiempos de entrega del servicio está de acuerdo a lo esperado		X		
		Expectativas	Los clientes tienen expectativa hacia la empresa en los servicios que brinda		X		
		Experiencia	De acuerdo a su experiencia, recomendarías nuestros servicios		X		
		Tiempo medio de espera	¿El tiempo de espera para la atención es lo previsto por el cliente?		X		
		Capacidad de respuesta	Tiempo promedio de respuesta chat	El tiempo de respuesta realizada vía chat es buena		X	
	Rapidez		La empresa realiza una atención rápida a sus clientes		X		
	Precisión		La empresa demuestra interés ante las demandas de sus clientes		X		
			Eficiencia	Es eficiente la atención al cliente		X	
Firma del experto:							

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide las habilidades blandas

Observaciones: Existe Suficiencia Opinión de
aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador Dr.: Lino Gamarra Edgar Laureano **DNI: 326540876**

Especialidad del validador: Lic. En Administración de Empresas. -Lic. En Educación. - Matemática e Informática. – Dr. en Administración

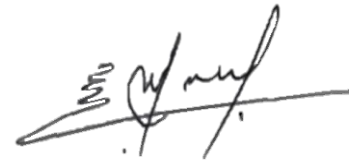
Los Olivos, 08 de junio de 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Dr. Lino Gamarra Edgar Laureano
Especialidad

Título de investigación: “LAS HABILIDADES BLANDAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA AGA TRADUCCIONES, CERCADO DE LIMA– 2022”

Apellidos y Nombres del investigador: Ocaña Valdivia, Olimpia Neyely

Apellidos y Nombres del experto: Dr. Alva Arce, Rosel Cesar

ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Habilidades blandas	Actitud positiva	Sentimientos	Percibes una actitud positiva de los trabajadores en la atención que ofrece la empresa a sus clientes	1= Muy en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Indiferente 4= De acuerdo 5= Muy de acuerdo	X		
		Disposición	La empresa Aga Traducciones demuestra una disposición permanente hacia los clientes		X		
		Interacción	La interacción del vendedor influye en la decisión de compra		X		
		Función adaptativa	El personal de la empresa actúa con dedicación		X		
	Autorregulación motivación	Gestión del contexto	El personal demuestra una adecuada gestión en todo momento		X		
		Evaluación de la comprensión	La empresa proporciona sus requerimientos para el servicio		X		
		Gestión de la motivación	El personal de la empresa motiva a los clientes permanentemente.		X		
	Capacidad de empatía	Toma de perspectiva	La empresa priorice las necesidades del cliente		X		
		Preocupación empática	Percibe usted un trato amigable en la atención recibida		X		
		Desarrollo moral	El valor moral de la empresa es buena		X		
		Fiable	La atención al cliente es transparente y logra confianza	X			

Atención al cliente	Calidad de Servicio	De confianza	El trato al cliente es confiable	X		
	Satisfacción del cliente	Costo de venta	El costo de venta establecido por la empresa es competitivo	X		
		Tiempos de salidas de entrega	Los tiempos de entrega del servicio está de acuerdo a lo esperado	X		
		Expectativas	Los clientes tienen expectativa hacia la empresa en los servicios que brinda	X		
		Experiencia	De acuerdo a su experiencia, recomendarías nuestros servicios	X		
		Tiempo medio de espera	El tiempo de espera para la atención es lo previsto por el cliente	X		
	Capacidad de respuesta	Tiempo promedio de respuesta chat	El tiempo de respuesta realizada vía chat es buena	X		
		Rapidez	La empresa realiza una atención rápida a sus clientes	X		
		Precisión	La empresa demuestra interés ante las demandas de sus clientes	X		
			Eficiencia	Es eficiente la atención al cliente	X	
Firma del experto:						

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / **ALVA ARCE, Rosel César** **DNI: 10487368**

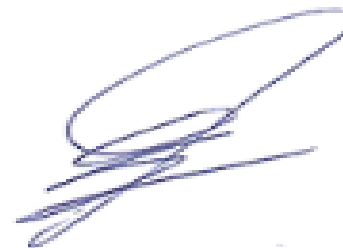
Especialidad del validador: **Licenciado en Administración, Magister en Administración con mención en Dirección de Recursos Humanos, Magíster en Educación con mención en Docencia en el Nivel Superior, Doctor en Ciencias Administrativas, Estudio concluido de Doctorado en Psicología.**

Los Olivos, 03 de marzo del 2022

°Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. **°Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

°Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo N.º 6 Respuestas del formulario de Google

The screenshot shows a Microsoft Excel spreadsheet titled "Respuestas de formulario 1". The spreadsheet is organized into two main sections: "VARIABLE 1 INDEPENDIENTE: HABILIDADES BLANDAS" and "VARIABLE 2 DEPENDIENTE: ATENCIÓN AL CLIENTE". The "TOTAL" column is highlighted in blue. The spreadsheet is open in Microsoft Excel with the ribbon visible at the top. The ribbon includes tabs for Archivo, Inicio, Insertar, Dibujar, Disposición de página, Fórmulas, Datos, Revisar, Vista, Ayuda, and ¿Qué desea hacer?. The Inicio tab is active, showing options for Fuente, Alineación, Número, Estilos, Celdas, and Edición. The spreadsheet has a grid of cells with data, and the status bar at the bottom shows the time as 22:08 on 29/10/2022.

Anexo N.º 7 Confiabilidad de los instrumentos en Excel

Archivo Inicio Insertar Dibujar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

Calibri 11 A A Ajustar texto General

N K S Ajustar texto Combinar y centrar Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Insertar Eliminar Formato

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición

Q29

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF																	
1																																																	
2			ITEMS																																														
3		ENCUESTADOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	SUMA																									
4		E1	5	5	3	5	4	4	4	2	5	5	3	5	3	4	5	3	3	4	4	4	5	5	86																								
5		E2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	103																								
6		E3	4	4	5	4	3	2	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	79																								
7		E4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	82																								
8		E5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	5	81																									
9		E6	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	2	2	2	2	1	1	46																									
10		E7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	42																									
11		E8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	42																									
12		E9	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44																									
13		E10	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	3	1	1	1	39																									
14		VARIANZA SUMATORIA DE VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMOS	1.560	***	1.240	***	1.200	***	1.410	***	***	***	***	***	***	1.160	1.410	1.430	1.360	1.090	***	***	***																										
15			30.580																																														
16			515.840																																														

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

α: Coeficiente de confiabilidad del cuestionario → 0.99
 k: Número de ítems del instrumento → 21
 Sumatoria de las varianzas de los ítems. → 30.580
 S²: Varianza total del instrumento. → 515.840

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad

0.99 Nuestro instrumento es de excelente confiabilidad

Anexo N.º 8 Proceso de análisis de datos de las encuestas en el programa SPSS

Data_de_olimpia (1).sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1: p1 2 Visible: 37 de 37 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	pp1	pp2	pp3	pp4	pp5	p
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	3	4	5	
2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	5	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	2	3	5	2	3	3	5	5	3	4	4	
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	2	1	2	3	3	
6	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
7	2	2	4	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	
8	2	2	4	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	
9	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	1	2	2	2	
10	4	4	5	1	2	4	5	5	4	4	3	2	2	3	3	
11	3	4	2	3	3	4	3	4	2	3	5	5	4	4	4	
12	3	2	3	3	4	3	2	4	4	3	3	2	2	2	1	
13	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	1	1	2	2	1	
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	2	2	1	
15	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	
16	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	
17	3	3	1	4	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	
18	2	2	5	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	4	3	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	
21	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	
23	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor es Reunirse ahora Inicóde ON 21:55
16°C Mayorm. nubla... ESP 29/10/2022

Fuente : SPSS statistics 26

Anexo N.º 9 Correlaciones bivariadas en SPSS

The screenshot shows the SPSS Statistics interface with the 'Data View' tab selected. The main window displays a list of variables with their properties. The variables are numbered 22 through 37, with some rows (38-45) being empty. The columns in the table are: Nombre, Tipo, Anchura, Decimales, Etiqueta, Valores, Perdidos, Columnas, Alineación, Medida, and Rol.

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
22	v1	Numérico	0	0	Habilidades bia...	Ninguna	Ninguna	0	Derecha	Esca	Entrada
23	v2	Numérico	8	0	Atención al cie	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Esca	Entrada
24	d1	Numérico	0	0	Actitud positiva	Ninguna	Ninguna	0	Derecha	Esca	Entrada
25	d2	Numérico	8	0	Autoregulación	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Esca	Entrada
26	d3	Numérico	8	0	Capacidad de e...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Esca	Entrada
27	Habilidades...	Numérico	5	0	Habilidades bia...	{1, Deficient...	Ninguna	21	Derecha	Ordinal	Entrada
28	Atención al...	Numérico	5	0	Atención al cie...	{1, Deficient...	Ninguna	22	Derecha	Ordinal	Entrada
29	Actitud_pos...	Numérico	5	0	Actitud positiva...	{1, Deficient...	Ninguna	18	Derecha	Ordinal	Entrada
30	Autoregula...	Numérico	5	0	Autoregulación...	{1, Deficient...	Ninguna	32	Derecha	Ordinal	Entrada
31	Capacidad_...	Numérico	5	0	Capacidad de e...	{1, Deficient...	Ninguna	23	Derecha	Ordinal	Entrada
32	dd1	Numérico	8	0	Calidad del serv...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Esca	Entrada
33	dd2	Numérico	0	0	Satisfacción de...	Ninguna	Ninguna	0	Derecha	Esca	Entrada
34	dd3	Numérico	8	0	Capacidad de r...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Esca	Entrada
35	Calidad del...	Numérico	5	0	Calidad del serv...	{1, Deficient...	Ninguna	22	Derecha	Ordinal	Entrada
36	Satisfacción	Numérico	5	0	Satisfacción de	{1, Deficient...	Ninguna	27	Derecha	Ordinal	Entrada
37	Capacidad ...	Numérico	5	0	Capacidad de r...	{1, Deficient...	Ninguna	24	Derecha	Ordinal	Entrada
38											
39											
40											
41											
42											
43											
44											
45											

Fuente: SPSS statistics 26

Anexo N.º 10 Proceso de análisis de variables con dimensiones

Sin título2 [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 37 de 37 variables

	v1	v2	d1	d2	d3	Habilidades_blandas	Atención_al_cliente	Actitud_positiva	Autorregulación_y_motivación
1	42	44	18	12	12	3	3	3	
2	48	55	20	15	13	3	3	3	
3	37	42	17	9	11	2	2	3	
4	38	43	15	11	12	2	2	2	
5	25	21	9	8	8	2	1	1	
6	20	22	8	6	6	1	1	1	
7	20	22	8	6	6	1	1	1	
8	22	22	10	6	6	1	1	1	
9	22	17	10	6	6	1	1	1	
10	34	28	16	10	8	2	2	2	
11	38	42	17	12	9	2	2	3	
12	22	21	10	6	6	1	1	1	
13	21	18	10	5	6	1	1	1	
14	20	19	10	5	5	1	1	1	
15	27	27	11	7	9	2	1	2	
16	38	52	14	11	13	2	3	2	
17	31	32	12	10	9	2	2	2	
18	31	35	11	9	11	2	2	2	
19	44	51	18	13	13	3	3	3	
20	50	55	20	15	15	3	3	3	
21	26	26	12	8	6	2	1	2	
22	43	45	17	13	13	3	3	3	
23	30	36	11	9	10	2	2	2	

Vista de datos Vista de variables

Fuente: SPSS statistics 26



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LINO GAMARRA EDGAR LAUREANO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Las habilidades blandas y atención al cliente en la empresa Aga Traducciones Cercado de Lima- 2022", cuyo autor es OCAÑA VALDIVIA OLIMPIA NEYELY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 29.00%, 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.

LIMA, 16 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
LINO GAMARRA EDGAR LAUREANO DNI: 32650876 ORCID: 0000-0003-4627-6339	Firmado electrónicamente por: ELINO el 16-11-2022 17:49:31

Código documento Trilce: TRI - 0442356