



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Manejo de las habilidades blandas y su relación en la calidad de  
servicio en una empresa de electrodomésticos Piura en el año  
2022**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración**

**AUTORES:**

Morales Montalvan Luis Daniel ([orcid.org/0000-0003-1584-5623](https://orcid.org/0000-0003-1584-5623))

Requena Zapata Wilson Raul ([orcid.org/0000-0002-2445-6569](https://orcid.org/0000-0002-2445-6569))

**ASESORA:**

Dra. Jiménez Chinga Regina ([orcid.org/0000-0003-4048-0929](https://orcid.org/0000-0003-4048-0929))

Mgrtr: Gómez Zúñiga Cecilia Paula Luisa ([orcid.org/0000-0001-7986-7608](https://orcid.org/0000-0001-7986-7608))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**PIURA -PERÚ**

2022

## **Dedicatoria**

Este trabajo está dedicado a nuestros padres, docentes y amigos, quienes han estado presente mostrando su apoyo y motivación para seguir adelante.

Morales Montalván Luis Daniel y Requena  
Zapata Wilson Raúl

## **Agradecimiento**

Agradecemos a Dios por la salud, a nuestros docentes por el asesoramiento y la enseñanza brindada, a nuestros padres, familiares y amigos por su aliento incondicional.

Morales Montalván Luis Daniel y Requena  
Zapata Wilson Raúl

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Resumen .....	viii
Abstract .....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA .....	12
3.1. Tipo y nivel de investigación .....	12
3.2. Variables y operacionalización .....	13
3.3. Población, muestra y muestreo .....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5. Procedimientos .....	15
3.6. Método de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos. ....	15
IV. RESULTADOS.....	16
V. DISCUSIÓN.....	26
VI. CONCLUSIONES.....	30
VII. RECOMENDACIONES .....	32
VIII. PROPUESTA.....	33
8.1. Objetivo de la propuesta .....	34
8.2. Análisis foda.....	35
8.3. Estrategias para mejorar el manejo de las habilidades blandas, para aumentar la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022. ....	36

8.4. Desarrollo de las estrategias para mejorar el manejo de las habilidades blandas, para aumentar la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022. ....	37
8.5. Presupuesto de la implementación de la propuesta .....	44
8.6. Viabilidad .....	44
8.7. Mecanismo de control .....	45
REFERENCIAS BIBLOGRAFICAS .....	46
ANEXOS .....	52
Anexo 1: Formato para la obtención del consentimiento informado.....	52
Anexo N°2: Del protocolo para la revisión de los proyectos de investigación por parte del comité de ética en investigación .....	55
Anexo N.º 3: Del protocolo para la revisión de los proyectos de investigación por parte del comité de ética en investigación .....	56
Anexo N°4: Matriz de consistencia.....	57
Anexo N°5: Operacionalización de las variables .....	58
Anexo N°6: Instrumento de recolección de datos cuestionario para medir las variables habilidades blandas y calidad de servicio .....	60
Anexo N° 7: Formula estadística finita que ayudara a identificar el número de encuestados.....	62
Anexo N°8: Prueba de normalidad.....	63
Anexo N°9: Validez de Instrumentos por la especialista Dra. Suysuy Chambergo Ericka Julissa .....	64
Anexo N° 10: Validez de Instrumentos por la especialista Mgtr. Angulo Corcuera Carlos Antonio. ....	65
Anexo N° 11: Validez de Instrumentos por la especialista Mgtr. Gomez Zuñiga Cecilia Paula Luisa .....	66

Anexo N° 12: Evidencia de fiabilidad Alfa de Cronbach en SPSS.....	67
Anexo N° 13: Descripción por ítems .....	68
Anexo N° 14: Evidencia de recolección de datos.....	69

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Niveles de la Variable Habilidades blandas.....	16
<b>Tabla 2</b> Niveles de la Variable Calidad de Servicio.....	17
<b>Tabla 3</b> Tabla cruzada entre la dimensión Resolución de conflictos y la variable Calidad de Servicio .....	18
<b>Tabla 4</b> Prueba de correlación entre la dimensión Resolución de conflictos la variable Calidad de Servicio.....	19
<b>Tabla 5</b> Tabla cruzada entre la dimensión Empatía y la variable Calidad de Servicio .....	20
<b>Tabla 6</b> Prueba de correlación entre la dimensión Empatía y la variable Calidad de Servicio.....	21
<b>Tabla 7</b> Tabla cruzada entre la dimensión Habilidad de comunicación y la variable Calidad de Servicio .....	22
<b>Tabla 8</b> Prueba de correlación entre la dimensión Habilidad de comunicación y la variable Calidad de servicio.....	23
<b>Tabla 9</b> Tabla cruzada entre la variable Habilidades Blandas y la variable Calidad de Servicio.....	23
<b>Tabla 10</b> Prueba de correlación entre la variable Habilidades Blandas y la variable Calidad de Servicio .....	24

## Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general, determinar de qué manera se relaciona el manejo de las habilidades blandas y la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos en la ciudad de Piura, en el año 2022; la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, asimismo se utilizó como técnica la encuesta, y un cuestionario de 18 ítems para ambas variables de estudio, las mismas que fueron medidas en escala de Likert. Este instrumento fue aplicado a 130 clientes que adquirieron algún producto de la empresa, durante el último mes de investigación, los resultados arrojaron que los clientes perciben predominantemente un nivel medio de habilidades blandas en el personal de la empresa en estudio, se concluyó que la correlación entre las habilidades blandas y la calidad de servicio tiene un nivel moderado ( $.450^{**}$ ), esto se respaldó por la probabilidad el cual fue menor a (0.05), por lo que se aceptó la hipótesis alterna ( $H_a$ : Las habilidades blandas se relacionan positivamente en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos).

**Palabras Claves:** Manejo de las habilidades blandas, calidad de servicio, nivel de atención en las organizaciones.

## **Abstract**

The present research work has as a general objective, to determine how the management of soft skills and the quality of service are related in an electrical appliance company in the city of Piura, in the year 2022; The research had a quantitative approach, the survey was also used as a technique, and a questionnaire of 18 items for both study variables, the same ones that were measured on the Likert scale. This instrument was applied to 130 clients who purchased a product from the company, during the last month of research, the results showed that clients predominantly perceive a medium level of soft skills in the personnel of the company under study, it was concluded that the correlation between soft skills and the quality of service has a moderate level (.450\*\*), this was supported by the probability which was less than (0.05), so the alternative hypothesis was accepted (Ha: Soft skills are positively related to the quality of service of an electrical appliance company).

**Keywords:** Management of soft skills, quality of service, level of care in organizations

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad en el entorno laboral existen varios factores que causa un vertiginoso cambio de emociones, donde un mal manejo de ellas surge una repercusión en la comunicación y desempeño, es por ello que las habilidades personales de cada colaborador son de gran aportación e impacto en las organizaciones.

En el ámbito internacional Según una publicación de Terra Chile, actualmente pasamos por un proceso de cambio constante donde la elección del cliente varía respecto a sus necesidades y en muchos casos el ofertante no lo percibe. Es por ello para destacar en el mundo empresarial, los empresarios deben interactuar eficazmente con otras empresas, consumidores y personas de diferentes rubros, cultura. Es verdad que aquellas competencias son innatas, pero todos podemos desarrollar dichas capacidades (ConnectAmericas, 2021).

Contar con habilidades blandas es de mucha importancia, estas están correlacionadas con el lado emocional e interpersonal, de tal manera, que los colaboradores puedan desenvolverse en actividades grupales, resolución de problemas, gestión efectiva del tiempo, gestión del cambio, manejo del estrés, liderazgo, comunicación efectiva, entre otros. Puesto que les vas a permitir comprender y liderar algunas necesidades y dificultades que pueden presentar las organizaciones, desde el ámbito laboral y personal. Aquellas capacidades se adquieren a través del tiempo con capacitaciones e interés personal (Ibargüen, 2022).

En el entorno nacional estas habilidades son útiles para el crecimiento personal de los empresarios y ejecutivos, como también para sus colaboradores y organizaciones, no se puede dirigir eficazmente una organización si aquella está a cargo de una persona o un grupo de ejecutivos, ya que la mayor parte del éxito depende de sus colaboradores, mediante la buena comunicación con sus equipos y con sus encargados de la cadena de procesos, ya que ellos son los destinados de

brindar un buen servicio a sus clientes y grupos de interés generando un verdadero valor en la organización que será sostenible a través del tiempo (Lozano, 2021).

Pasando al ámbito local, en todas las organizaciones el manejo de estas capacidades se está volviendo fundamental para la atracción, fidelización y captación de clientes, la empresa en estudio, busca ofrecer una atención de calidad basándose en la aplicación de dichas habilidades mediante el beneficio que ellas otorgan, especialmente para ponerlas en práctica durante la atención que ofrecen a los clientes, por esta razón se identificó que los colaboradores no tienen conocimiento de dicho tema.

Por lo tanto, esto puede resultar una desventaja competitiva en el mundo empresarial actual donde se está requiriendo un personal con dichas habilidades, es por ello que si en el transcurso del reclutamiento que se realiza al personal no se cuenta con un filtro que ayude a reconocer las habilidades blandas de los individuos en postulación, tendremos colaboradores que no ayuden a manejar conflictos, quejas e inconvenientes que los clientes puedan tener con respecto a un producto o trato, esto también repercute en el ambiente laboral afectando a la productividad y la agilización de los procesos.

Es por ello que se ha planteado la siguiente problemática. ¿De qué manera se relaciona el manejo de las habilidades blandas en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022?, así mismo se cuenta con los siguientes problemas específicos, a) ¿Cómo se relaciona la resolución de conflictos en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022?, b) ¿Cómo se relaciona la empatía en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022?, c) ¿Cómo se relaciona la habilidad de comunicación en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022?

Nuestra investigación se justifica de manera práctica por la necesidad de manejar y fortalecer las habilidades blandas del talento humano de una empresa de electrodomésticos, enfatizando y priorizando aquellas que se requieren en el entorno laboral, que servirán de gran aporte para el desarrollo de las actividades

designadas. Y generar que la empresa cuente con un personal preparado para afrontar situaciones en la que se requieran dichas habilidades.

Respecto a nuestra justificación teórica servirá de aporte, para el desarrollo de nuevas conclusiones y puntos de vista que presentan las habilidades blandas en el ámbito organizacional, poniendo en énfasis aquellos puntos que aportan en el desarrollo del recurso humano.

Determinar de qué manera se relaciona el manejo de las habilidades blandas en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022. También se cuenta con los siguientes objetivos específicos, a) Analizar la relación de la resolución de conflictos en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022, b) Estudiar la relación de la empatía en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos la Piura en el año 2022, c) Evaluar la relación de la habilidad de comunicación en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022

De igual manera la investigación plantea las siguientes hipótesis afirmativa; las habilidades blandas se relacionan positivamente en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022. Así mismo las hipótesis específicas, a) La resolución de conflictos se relaciona positivamente en la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022, b) La empatía se relaciona positivamente en la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022, c) La habilidad de comunicación se relaciona positivamente en la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

Rivera (2019) en su investigación tiene como finalidad evaluar la calidad del servicio al cliente con el propósito de saber las diferencias que existen entre las percepciones y expectativas del servicio al cliente que brinda Greenandes, es por ello que dar un servicio de calidad y buena atención a los clientes en las organizaciones, es muy fundamental, debido a que la competencia es cada vez mayor y los clientes son más estrictos, ya que no solo buscan un precio cómodo sino una cordial atención, comodidad y un servicio eficiente, la investigación tiene un enfoque cuantitativo así mismo tiene un alcance descriptivo, el muestreo que se utilizo es probabilístico, las herramientas que se tomaron en cuenta es la encuesta. El resultado fue de 0.0457, esto dice que si hay una relación positiva moderada entre ambas variables.

A nivel internacional Abad y Pincay (2014) en su investigación estudian la calidad de servicio interno y externo en una organización aseguradora, para la empresa contar con una buena calidad de servicio le permitirá tener una fidelización de clientes, así mismo logran tener un nivel adecuado de competitividad. La investigación que realizaron es de tipo descriptiva-analítica, para observar cómo fueron atendidos los asegurados en la organización y así ver cuál fue su experiencia con la calidad de servicio que ofrece la organización. La población de estudio es finita y está conformada por los trabajadores de la empresa aseguradora, las herramientas empleadas fueron la encuesta y entrevista ya que es un método muy eficaz para obtener la información necesaria, los principales resultados que se obtuvieron de la organización es que no cuenta con una implementación para lo que respecta a la calidad de servicio, ya que los colaboradores no se desempeñan al momento de realizar sus funciones, esto hace que disminuyan los clientes para la organización.

A nivel nacional tenemos. Valdez (2022) tuvo como objetivo de investigación, implantar la relación entre las habilidades blandas y los estilos de liderazgo en los directivos de las instituciones educativas del distrito de Sicuani, de la provincia de

Canchis Cusco – 2021. Lo cual empleo un diseño de estudio no experimental, utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta, la cual la empleo con una muestra probabilística de toda la población donde la conformaron los 85 docentes, dicha investigación obtuvo un resultado de relación significativa entre las variables, con un grado de conexión positiva y moderada (Rho de Spearman = + 0.658). el autor concluye mediante sus resultados que solo el 1% de los docentes encuestados presenta habilidades blandas en un nivel alto y el 99% en un nivel regular, siguiendo con la variable de estilo de liderazgo, estas presentaron que prevalece un estilo de liderazgo transaccional el cual es sujeto a recompensas por la lealtad de sus seguidores.

Álvarez y Rivera (2019) buscan señalar el vínculo que hay entre calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, la atención que brinden las organizaciones es muy importante porque esto depende de la captación de clientes que ellos puedan adquirir y así seguir teniendo buenos beneficios para la organización, entre los estudios realizados es de tipo no experimental la población que se estudio fue de 2822 clientes donde se obtuvo una muestra de 339 clientes, así mismo se utilizaron los siguientes instrumentos donde se realizó el cuestionario que permitirá hacer un análisis documental de calidad de atención y la satisfacción de los clientes. Los principales resultados que se obtuvieron son positivos entre la comunicación y la calidad de servicio con un intervalo de  $(0.000 < 0.05)$  y un valor de correlación 0.471.

Ramos (2019) busca definir la influencia de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, si bien es cierto al no poner cuidado a esta área disminuyen los clientes esto puede tener malas recomendaciones para la organización, por eso se realizó un estudio basado en establecer la agrupación entre estas, el estudio que se implemento es cuantitativo de corte transversal del tipo descriptivo correlacional, para la recolección de datos se realizó una encuesta para así poder obtener la información necesaria a través de un cuestionario, en este análisis se utilizó una muestra probabilístico aleatorio simple, la población fue de 4800 clientes que utilizan los servicios financieros, los resultados adquiridos dice

que la relación tiene el calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en muy bueno y alto del 48.2% donde hay una relación significativa como en la correlación de Spearman con un coeficiente de 0.732.

Vallejos (2019) presento como objetivo de investigación, determinar la relevancia que presentan las habilidades blandas hacia el desempeño de los colaboradores de post venta de interamericano norte SAC Filial Chiclayo. En tanto, su investigación fue de diseño no experimental con una población en donde la integraron todo el personal (39) que laboran de full time en el área de post-ventas, empleo como instrumento de estudio el cuestionario mediante la encuesta que le dio los siguientes resultados de sus dimensiones, que son la autorregulación (4.37) con el promedio más alto seguido de conocimiento de uno mismo (4.31), empatiza y motivación (4.28) y habilidades sociales (4.15). Finalmente concluyo que su análisis de su principal variable, determino que todo el personal en estudio valoró de manera adecuada todas las dimensiones tanto que su valor promedio supero el puntaje que de los que estuvieron de acuerdo.

A nivel local Veliz (2021), tiene como objetivo general en su investigación, precisar el grado de vinculación entre las habilidades blandas y la calidad de servicio en el Centro Emergencia Mujer, Piura. Dicha investigación fue de diseño no experimental correlacional, con una población elegible en la cual la conformaron 30 colaboradores, se utilizó como herramienta de recolección de datos el cuestionario, de los cuales el resultado obtenido de las siguientes dimensiones fue, trabajo en equipo 76.7%, coaching, 66.7%; liderazgo, 73.3% y comunicación asertiva 60 %. En base a estos resultados el autor concluyo que las habilidades blandas en el centro de estudio son de grado promedio optima, sin embargo, se tiene que trabajar dichas capacidades con todos los trabajadores con la finalidad de mejorar, mientras tanto en nivel de servicio es óptimo, en o cual el autor finaliza afirmando una relación entre las dos variables.

Cabrejos y Sarango (2020), tuvieron como objetivo general de su investigación identificar la forma en que las habilidades blandas contribuyen al desempeño laboral de los colaboradores de la Caja Piura año 2020. Esta

investigación fue de diseño explicativo-causal, en la cual se utilizó un muestreo tipo finita por la cantidad máxima del personal que solo excedía a 100 colaboradores de los cuales 30 fueron los encuestados, dando un resultado positivo ya que muestra un nivel alto en habilidades blandas. Es por ello que los autores concluyeron que dichas capacidades aportan al desempeño laboral del personal de forma relevante, pero es necesario reforzar ciertos aspectos para lograr un grado máximo de productividad.

Díaz (2019) realizó un estudio de describir el lazo que existe sobre la calidad del servicio y el clima laboral de los colaboradores en la organización Cruz del Sur, su investigación es aplicada – diseño no experimental, si bien es cierto que los clientes no solo están a la expectativa de la calidad del producto sino del servicio que se brinda, es por ello que el clima laboral cumple un rol muy importante en las organizaciones donde se destaca las funciones de los colaboradores es por allí mismo donde se ve la calidad de servicio que ofrece la organización, tiene una muestra de 306 para esta investigación su instrumento que utilizo es de la realización del cuestionario ya que esta herramienta es muy importante para la recolección de los datos

Sherine et al (2021) se refiere a las habilidades blandas como un conjunto de habilidades conformadas por, habilidades sociales, de comunicación, de personalidad, actitudes, e inteligencia emocional que complementa a los profesionales actuales. Asimismo, Sopa, et al. (2020) comenta que en las empresas se debe implementar estas capacidades, ya que aportan en la creatividad, la innovación y el liderazgo de los colaboradores. Por otra parte, Tureck y Tierean (2021) agrega que estas capacidades son más fáciles de desarrollar mediante capacitaciones, ya que estas dan un valor agregado en el manejo de los conocimientos de los colaboradores que les permite tener éxito en el área de trabajo.

Gladstone y Brown (2022) señala que estas capacidades se pueden adquirir con una preparación o enseñanza, pero hay una característica en las personas que las vuelve a la vez innatas y susceptibles de ser pasado. Por otra parte. Deshpande

y Munshi (2020), se refiere que, en el ámbito empresarial, las habilidades blandas juegan un rol muy importante para alcanzar el desempeño de los colaboradores, ya que aportan en un 85 % del éxito laboral, mientras que el 15 % contribuye a las habilidades duras. Asimismo, Lent y Pinkowska (2012), citado por Pedrosa y Da Silva (2018), reconocen que dichas capacidades es una mezcla de habilidades cognitivas y personales, que aportan un óptimo desarrollo de las actividades productivas del recurso humano en gestión.

Siguiendo con Alex (2019). Nos dice que las habilidades blandas son fundamentales para éxito en nuestras vidas, especialmente en la vida profesional, ya que ayudan a destacar en nuestro trabajo. Asimismo, Gómez (2019) aporta que desarrollar estas capacidades se empiezan desde nivel educativo, pero siempre se inicia de forma gradual desde el hogar, así podemos decir que este aprendizaje no se produce solo, ya que existen factores que aportan con el mismo, así como los padres los cuales cumplen un papel clave en el desarrollo durante los primeros años. Por otro lado, Maya y Orellana (2016), comentan que estas cualidades son desaseadas en diversas formas de trabajo, las cuales no solo dependen de los conocimientos si no que incluye el sentido común, la habilidad de interactuar con las personas y la buena actitud tranquila y flexible.

Comprendemos por habilidades blandas a ciertas capacidades intrapersonales que aportan en el desempeño laboral y ayuda a tener éxito en nuestras vidas profesionales. Su importancia radica en los hábitos que potencian la vida profesional y personal, las cuales están siendo más consideradas en las organizaciones, desde el reclutamiento y en la carrera laboral de los colaboradores. Cordero et al. (2020).

De acuerdo a Cordero, et al. (2020), la resolución de conflictos, es aquella que se remplaza en el concepto de ganar perder entre las disputas, por ganar, ya que este cambio de perspectiva no solo beneficia los resultados, sino que aporta en el cambio de actitud de los involucrados, generando un ambiente de tranquilidad, serenidad y la necesidad de arreglar los inconvenientes a través de la comunicación y comprensión.

Cordero, et al. (2020), se refiere que la empatía como aquella buena comunicación afectiva entre dos personas, la cual permite entender y comprender sus sentimientos o motivaciones, que en ese momento le esté sucediendo a cualquiera de las dos partes, para que la empatía funcione debemos apartar la persona y el problema, trabajarlos de manera separada y procesar el problema como si fuera nuestro.

Según Cordero, et al. (2020), las habilidades de comunicación tienen como principal función, facilitar las relaciones entre individuos, de manera que elabora, envía y recibe información, opiniones e ideas de manera sencilla, para un beneficio personal u organizacional, las cuales también permiten tener un conocimiento de las posibles necesidades de los demás. Cordero, et al. (2020)

Según (Alcaraz y Martínez 2012) citado por Gonzales y Huanca (2020) mencionan que la calidad de servicio sirve para asegurar la atención al cliente, y cuando sucede esto nos convertimos en empresas eficaces. Las empresas son las principales encargadas en desarrollar las capacidades de los colaboradores para la mejora de resultados, reconocer la calidad del servicio en un producto es más sencillo de distinguir, ya que es un bien tangible, pero en el caso de la atención el cliente es el encargado de evaluar a través del trato que realiza el colaborador, esto depende del nivel de preparación para la buena atención de la calidad del servicio que se ofrece en la organización. Así mismo (Grönroos 1984) citado por Loredó et al. (2020) comenta que la calidad de servicio es considerada como una parte fundamental en las organizaciones ya que esta es percibida por los clientes, donde esto permite llegar a la comparación en lo que esperan recibir acerca del servicio y lo que experimentan después de consumirlo.

Según Villacis et al. (2021) comenta que la calidad de servicio es un tema muy importante para las empresas, ya que, dada la circunstancia de hoy en día, la situación de los servicios que se ofrecen en el mercado implica que toda empresa tiene la necesidad de estar en constante actualización de sus productos o servicios que lanzan al mercado para que así les permita ser competitivos, la calidad de servicio tiene que tener una calidad única que el cliente está buscando. Así mismo

Chakrabarty, et al. (2007, como se citó en Kwok, 2016), comenta que la calidad de servicio es un requerimiento del consumidor por el servicio que ellos adquieren, asimismo esto va a depender del trabajo real el servicio que se ofrece para así poder cumplir con las expectativas de los consumidores.

Para Yingsheng y Youchun (2014) Mencionan que las empresas modernas consideran que la fidelización de los clientes es la clave para tener una ventaja competitiva, esto también garantiza una estabilidad empresarial para lograr dicha lealtad, Así mismo la empresa requiere contar con una buena calidad en el servicio ya que es importante para que los clientes continúen consumiendo el producto o servicio ofrecido y no solo eso, que recomienden a otros clientes ya que esta depende el nivel de demanda esperada. Así mismo Mohamed (2020), comentan que para los clientes les resulta complicado determinar la calidad del servicio que la de los productos, ya que la diferencia entre el trato recibido y las expectativas que ellos esperaban recibir en el servicio confunde el proceso.

Por otro lado, Ismail y Mohd, (2016) dice que la calidad de servicio ha venido siendo un tema muy discutido en el siglo XX, ya que la idea viene siendo la misma que se encarga de ayudar a las empresas a estar en constante innovación, ya que les permitirá ser más competitivos en el mundo empresarial, por otro lado, Ivanauskienė y Volungėnaitė (2014) comenta que la calidad del servicio son las expectativas de los clientes y percepciones que tienen del servicio, esto sirve para fomentar una superioridad competitiva, también una fidelización de los mismos, Así mismo Siddiq (2011) comenta que la calidad de servicio no se puede contar, medir, probar o verificar. Esto genera que a las empresas les resulte difícil interpretar la calidad en sus servicios que se ofrece.

Según Zeithaml y Bitner (2002), citado por Prieto et al. (2021) comenta que la calidad de servicio es una composición de varios elementos o características de calidad (Amabilidad, precios justos, ligereza de entrega, entre otros), estos son puntos claves para la organización, ya que los clientes están en constante evaluación acerca de estos servicios y ver si logran cumplir sus expectativas con respecto a sus necesidades.

Kotler y Armstrong (2006), citado por Prieto et al. (2021), dice que la seguridad es la aptitud y la gentileza del personal de servicio que inspira seguridad al cliente. La gentileza sin aptitud, o la aptitud sin gentileza, no logran la misma impresión positiva hacia el cliente que logra adquirir la combinación de estas características, así mismo las organizaciones solo buscan el bienestar de los clientes.

Según Kotler y Armstrong (2006), citado por Prieto et al. (2021), expresan que los elementos tangibles tienen diversos factores, evidencias físicas, esto quiere decir, que los componentes y los artefactos que participan en el servicio, así mismo como las ubicaciones de equipo y posteriormente la apariencia personal, como el uniforme y las herramientas que se pueden emplear durante el servicio.

Para Zeithaml y Bitner (2002), citado por Prieto et al. (2021), manifiestan que la capacidad de respuesta es la agilidad para disponer el contacto con los colaboradores de la empresa, en cada momento que sea conveniente; así mismo, el tiempo de espera, la ubicación de la organización y los horarios flexibles a los colaboradores, por lo tanto, ofrecer una respuesta correcta en el momento oportuno hace que los clientes se sientan conformes con la atención que brinda la organización

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y nivel de investigación**

Esta investigación es de tipo aplicada, ya que según Lozada (2014) comentó que dicha investigación pretende generar conocimiento en la aplicación a los conflictos sociales o productivos, encargándose de enlazar la teoría y el producto, permitiéndonos recolectar la información necesaria del instrumento aplicado para tener las soluciones precisas de la relación que existen entre los elementos a investigar.

El enfoque de esta investigación es cuantitativo, según Candena et al. (2017), nos dice que el estudio cuantitativo se debe realizar de manera adecuada por el investigador mediante las técnicas como el cuestionario y desarrollar las interpretaciones mediante los conocimientos científicos, asimismo la investigación cuantitativa agrega valor al estudio aportando sentido a la hipótesis y a las conclusiones.

El estudio es no experimental, la cual se refiere aquellas variables independientes que no son alteradas ni manipuladas por el investigador, ya que hay variables que han sido sujeto de experimentación, este diseño de investigación debe poseer una deducción o conclusión sobre las variables que se ejecutan sin la participación o dominio directo. lo cual el autor debe basarse en un contexto real y tener una perspectiva de lo ya existente (Hernández et al. 2014).

El diseño que presenta transeccional, se define como aquella investigación deductiva, en la cual suele poseer doble intención, que son descriptiva y analítica, se conoce también como una encuesta transeccional, donde se realiza el registro de los datos en un determinado momento, su principal objetivo fundamental es determinar la intensidad de una condición o problemática que suelen ver en distintas áreas de estudio (Rodríguez y Mendivelso 2018).

### **3.2. Variables y operacionalización**

#### *Variable 1: Habilidades blandas*

Definición conceptual: Las habilidades blandas son ciertas capacidades intrapersonales que aportan en el desempeño laboral y ayuda a tener éxito en nuestras vidas profesionales. Cordero, et al. (2020)

La variable habilidades blandas será operacionalizada con 3 dimensiones, resolución de conflictos, empatía y habilidad de comunicación, las cuales son valoradas mediante el cuestionario correspondiente.

#### *Variable 2: Calidad de servicio*

Definición conceptual: Según Zeithaml y Bitner (2002), citado por Prieto et al. (2021) comenta que la calidad de servicio es una composición de varios elementos o características de calidad (Amabilidad, precios justos, ligereza de entrega, entre otros), estos son puntos claves para la organización.

La variable calidad de servicio será operacionalizada con 3 dimensiones, seguridad, elementos tangibles y capacidad de respuesta, las cuales son valoradas con el cuestionario correspondiente.

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

Para Porras (2016) la población se puede definir como objetos de estudio que pertenecen a un conjunto que se tiene en cuenta. Es el conjunto el de más interés el cual en la muestra se representa como subconjunto en especial. En este caso para nuestra unidad de investigación e interés va dirigida a los clientes de una empresa de electrodomésticos.

Población: Estará conformada por los 1000 clientes promedio al mes.

Criterio de selección: Personas que hayan adquirido algún producto de la empresa.

Muestra: Respecto a la muestra Porras (2016) define que viene a ser una parte de la población a investigar, esta parte consta de medidas y detalles que se toman de la población. Se emplea una muestra con razones de practicidad o de razones del investigador que no considera la población en general. Por lo tanto, en nuestra investigación realizáramos una muestra probabilística finita, la cual tomara en consideración a una parte de los clientes de una empresa de electrodomésticos.

La Muestra de la población: estará conformada por las personas que hayan adquirido algún producto de la tienda, donde se determinó en base a la formula finita (ver anexo 8) dado que se conoce el promedio de clientes al mes de la empresa. La estimación tiene como margen de error del 8%, una confianza del 95%, dando por resultado 130 clientes a los cuales se le aplicara el cuestionario correspondiente.

Muestreo: Según Lopez y Fachelli (2015). Hace referencia al muestreo como una herramienta de análisis que permite conocer distintos aspectos de una población en particular, partiendo de un proceso de elección de unidades que lo conforman, minimizando los gastos posibles, el tiempo empleado y el trabajo. A través de métodos estadísticos y técnicas muestrales. Así mismo en nuestra investigación se empleará el muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que se escogerá a las personas que hayan adquirido algún producto de una empresa de electrodomésticos.

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

Para esta investigación se utilizará como técnica de recolección de datos, la encuesta, de acuerdo a Lopez y Fachelli (2015) citado por Arias (2020) se refiere que es el método que permite recolectar datos a base de interrogantes, las cuales se aplican con la finalidad de obtener la información necesaria para nuestra investigación o problema que se puedan plantear. Asimismo, en nuestra investigación aplicaremos el cuestionario (ver anexo 7) que irá dirigido a los clientes de una empresa de electrodomésticos y se medirá en la escala de Likert.

### **3.5. Procedimientos**

En este estudio se realizará la técnica de la encuesta mediante el cuestionario, el procedimiento para la recolección de datos seguirá el siguiente orden: (1) se realizara un marco muestral con la unidad de análisis, (2) se elabora el cuestionario tomando en cuenta las 3 dimensiones que conforman habilidades blandas (Resolución de conflictos, empatía y habilidad de comunicación) y las 3 dimensiones que conforman calidad de servicio (Seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta), de tal forma se utilizara la escala de Likert como herramienta de medición, (3)se solicita al permiso al encargado de tienda para realizar la encuesta de manera física (4)se aplica el cuestionario a los clientes que llegan a la tienda , (5) se tabularan y organizaran los datos obtenidos, (6) mediante el uso del programa estadístico para las ciencias sociales (SPSS) se realizara la medición e interpretación de las variables.

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

El método de análisis de datos se realizará con una encuesta realizada a los clientes de una empresa de electrodomésticos, a través del método de escala Likert, la cual desde la perspectiva de Reyes y Trujillo (2017) se refiere que esta escala permite medir la variable de estudio por medio de ítems que tendrán cierta puntuación las cuales brindan un mayor grado de precisión en la investigación. Así mismo se utilizará un programa SPSS versión 26 y la estadística inferencial las cuales ayudaran en la interpretación de los datos obtenidos por el cuestionario de manera veraz y contundente.

### **3.7. Aspectos éticos.**

El desarrollo de la investigación se basa en el Código Nacional de la Integridad científica, la cual cuenta con principios tales como; Integridad, Honestidad intelectual; Objetividad e imparcialidad; veracidad, justicia y responsabilidad; transparencia. Es por eso, que al desarrollar esta investigación se se consideró las normas APA 7, además el estudio realizado cumple con el sistema anti plagio Turnitin.

#### IV. RESULTADOS

El análisis de los siguientes objetivos que cuenta nuestra investigación, fueron planteados en base a 2 variables, 1 Habilidades Blandas, 2 Calidad de Servicio, los cuales según Cordero menciona las siguientes dimensiones con respecto a la variable 1: (1) Resolución de conflictos, (2) Empatía, (3) Habilidad de comunicación. Así mismo las siguientes dimensiones son respaldadas por Prieto las cuales son: (1) Seguridad, (2) Elementos tangibles, (3) Capacidad de respuesta. Es por ello que se procedió analizar los datos obtenidos de los clientes de una empresa de electrodomésticos ubicada en el centro de Piura, realizada en el año 2022.

**Tabla 1**

Niveles de la Variable Habilidades blandas

	BAJO		MEDIO		ALTO		Total	
	f (x)	f (%)	f(x)	f (%)	f(x)	f (%)	f(x)	f (%)
<b>Resolución de conflicto</b>	<b>19</b>	<b>14,6%</b>	<b>82</b>	<b>63,1%</b>	<b>29</b>	<b>22,3%</b>	<b>130</b>	<b>100,0%</b>
Empatía	20	15,4%	84	64,6%	26	20,0%	130	100,0%
<b>Habilidad de comunicación</b>	<b>15</b>	<b>11,5%</b>	<b>86</b>	<b>66,2%</b>	<b>29</b>	<b>22,3%</b>	<b>130</b>	<b>100,0%</b>
Habilidades Blandas	12	9,2%	60	46,2%	58	44,6%	130	100,0%

Nota: En la tabla obtenida mediante la encuesta realizada a los clientes de una empresa de electrodomésticos, acerca de la variable Habilidades Blandas.

Se analizó de manera independiente las dimensiones que presenta la variable habilidades blandas. Comenzando con la primera dimensión Resolución de conflictos, los resultados que arrojó la encuesta nos dicen que 63.1% equivalente a 82 clientes perciben un nivel medio de resolución de conflictos, así mismo la siguiente dimensión Empatía, dio un resultado de 64.6% equivalente a 84 clientes percibieron un nivel medio de empatía, de la misma manera la tercera dimensión

Habilidades de comunicación, tiene como resultado un 66.2% equivalente a 86 clientes señalando un nivel medio.

Además, esta tabla muestra un resultado general de la variable habilidades blandas, donde refleja un 42.2% equivalente a 60 clientes encuestados quienes perciben un nivel medio bajo de la variable.

**Tabla 2**

Niveles de la Variable Calidad de Servicio

	BAJO		MEDIO		ALTO		Total	
	f(x)	f(%)	f(x)	f(%)	f(x)	f(%)	f(x)	f(%)
<b>Seguridad</b>	<b>7</b>	<b>5,4%</b>	<b>81</b>	<b>62,3%</b>	<b>42</b>	<b>32,3%</b>	<b>130</b>	<b>100,0%</b>
Elementos tangibles	22	16,9%	67	51,5%	41	31,5%	130	100,0%
<b>Capacidad de respuesta</b>	<b>57</b>	<b>43,8%</b>	<b>71</b>	<b>54,6%</b>	<b>2</b>	<b>1,5%</b>	<b>130</b>	<b>100,0%</b>
Calidad de Servicio	13	10,0%	76	58,5%	41	31,5%	130	100,0%

Nota: En la tabla número 2 de acuerdo a la encuesta realizada a los clientes de una empresa de electrodomésticos, acerca de la variable Calidad de Servicio.

Se evaluaron las siguientes dimensiones pertenecientes a la variable calidad de servicio de manera independiente, la primera dimensión seguridad dio un resultado de 62,3% equivalente a 81 clientes encuestados quienes percibieron un nivel medio de seguridad, siguiendo con la segunda dimensión elementos tangibles se obtuvo un resultado de 54,4% equivalente a 71 clientes quienes notaron un nivel medio bajo, así mismo la tercera dimensión capacidad de respuesta dio un resultado de 58,5% equivalente a 76 clientes quienes perciben un nivel medio.

De igual manera de forma general la variable Calidad de Servicio, tiene un resultado de 58,5% el cual equivale a 76 clientes encuestados quienes perciben un nivel medio de la variable.

Relación de la resolución de conflictos en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022

**Tabla 3**

Tabla cruzada entre la dimensión Resolución de conflictos y la variable Calidad de Servicio

		<b>Calidad de Servicio</b>			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
<b>Resolución de conflicto</b>	BAJO	f(x)	7	10	2	19
		f(%)	36,8%	52,6%	10,5%	100,0%
	MEDIO	f(x)	5	48	29	82
		f(%)	6,1%	58,5%	35,4%	100,0%
	ALTO	f(x)	1	18	10	29
		f(%)	3,4%	62,1%	34,5%	100,0%
Total	f(x)	13	76	41	130	
	f(%)	10,0%	58,5%	31,5%	100,0%	

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta a clientes de una empresa de electrodomésticos.

En la tabla cruzada 3 se combinó la dimensión resolución de conflictos con la variable de estudio calidad de servicio, en la cual se pudo evidenciar que el 58,5% de clientes (48) encuestados cree que la empresa tiene un nivel medio en lo que es resolución de conflictos, mientras tanto otro 58,5% de clientes (76) encuestados consideran un nivel medio con respecto a la calidad de servicios, a esto quiere decir que la empresa no cuenta con un mal servicio y ni un buen servicio, lo que significa que puede mejorar está capacidad en sus colaboradores.

**Tabla 4**

Prueba de correlación entre la dimensión Resolución de conflictos la variable Calidad de Servicio

Correlaciones			Calidad de Servicio
Rho de Spearman	<b>Resolución de conflicto</b>	Coeficiente de correlación	,223*
		Sig. (bilateral)	,011
		N	130

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta a clientes de una empresa de electrodomésticos Piura.

En la correlación entre la primera dimensión de la variable habilidades blandas con la segunda variable calidad de servicio, se utilizará el siguiente criterio

Reglas de decisión:

Si  $p$  valor  $> 0.05$  la hipótesis nula ( $H_0$ ) se rechaza.

Si  $p$  valor  $< 0.05$  la hipótesis alterna ( $H_a$ ) se acepta

$H_0$ : La resolución de conflictos no se relaciona positivamente en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022.

$H_a$ : La resolución de conflictos se relaciona positivamente en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022.

En la tabla 4 se observa mediante las reglas de interpretación para el coeficiente de correlación estadística Rho Spearman, identificamos que según los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a los clientes, muestra un nivel de correlación lineal baja leve (0,20 a 0,39) entre la dimensión resolución de conflictos y la variable Calidad de servicio (,223\*\*), así mismo los resultados

mostraron un nivel de significancia de (.011) siendo este menor que (0.05), por lo tanto, se afirma que hay una relación entre las variables expuestas, además de que existe una relación leve y significativa entre la dimensión resolución de conflictos y la variables calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos Piura, por lo que se acepta su hipótesis de investigación.

Relación de la empatía en la calidad de servicio de una de empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022.

**Tabla 5**

Tabla cruzada entre la dimensión Empatía y la variable Calidad de Servicio

		Calidad de Servicio			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
<b>Empatía</b>	BAJO	f(x)	8	10	2	20
		f(%)	40,0%	50,0%	10,0%	100,0%
	MEDIO	f(x)	3	52	29	84
		f(%)	3,6%	61,9%	34,5%	100,0%
	ALTO	f(x)	2	14	10	26
		f(%)	7,7%	53,8%	38,5%	100,0%
Total	f(x)	13	76	41	130	
	f(%)	10,0%	58,5%	31,5%	100,0%	

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta a clientes de una empresa de electrodomésticos Piura.

En la tabla cruzada 5, se combinó la dimensión empatía con la variable de estudio calidad de servicio, la cual se puede observar que el 61,9% de los clientes (52) encuestados cree que la empresa tiene un nivel medio con respecto a la empatía, por otro lado, un 58,5% de clientes (76) encuestados consideran un nivel medio acerca de la calidad de servicio, esto quiere decir que la empresa en estudio le hace falta que sus colaboradores desarrollen más esta capacidad de la empatía.

**Tabla 6**

Prueba de correlación entre la dimensión Empatía y la variable Calidad de Servicio

		<b>Calidad de Servicio</b>	
		Coeficiente de correlación	,252**
Rho de Spearman	<b>Empatía</b>	Sig. (bilateral)	,004
		N	130

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta a clientes de una empresa de electrodomésticos Piura.

Reglas de decisión:

Si  $p$  valor  $> 0.05$  la hipótesis nula ( $H_0$ ) se rechaza.

Si  $p$  valor  $< 0.05$  la hipótesis alterna ( $H_a$ ) se acepta.

En la tabla 6 se observa mediante las reglas de interpretación para el coeficiente de correlación estadística Rho Spearman, identificamos que según los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a los clientes de una empresa de electrodomésticos, Muestra un nivel de correlación baja leve (0,20 a 0,39), entre la dimensión empatía y calidad de servicio, así mismo los resultados mostraron un nivel de significancia de (,004) siendo este menor que (,005), por lo tanto se afirma que hay relación entre las variables expuestas, por lo tanto se muestra que existe una relación leve y significativa entre la empatía y la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos, por lo que se acepta su hipótesis de investigación.

Relación de la habilidad de comunicación en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022.

**Tabla 7**

Tabla cruzada entre la dimensión Habilidad de comunicación y la variable Calidad de Servicio

		<b>Calidad de Servicio</b>			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
<b>Habilidad de comunicación</b>	BAJO	f(x)	7	8	0	15
		f(%)	46,7%	53,3%	0,0%	100,0%
	MEDIO	f(x)	5	57	24	86
		f(%)	5,8%	66,3%	27,9%	100,0%
	ALTO	f(x)	1	11	17	29
		f(%)	3,4%	37,9%	58,6%	100,0%
Total	f(x)	13	76	41	130	
	f(%)	10,0%	58,5%	31,5%	100,0%	

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta a clientes de una empresa de electrodomésticos.

En la tabla cruzada 7 se combinó la dimensión habilidad de comunicación con la variable calidad de servicio, en la cual se pudo evidenciar que el 66,3 % de clientes (57) encuestados consideran que la empresa tiene un nivel medio en lo que es habilidades de comunicación, mientras que el 58,5% de clientes (76) encuestados consideran que la empresa tiene un nivel medio con respecto a la calidad de servicio, lo que nos quiere decir que los colaboradores de la empresa presentan esta capacidad de comunicación, pero que les falta desarrollarla para tener una comunicación óptima con los clientes para el beneficio de la empresa.

**Tabla 8**

Prueba de correlación entre la dimensión Habilidad de comunicación y la variable Calidad de servicio

			<b>Calidad de Servicio</b>
Rho de Spearman	<b>Habilidad de comunicación</b>	Coeficiente de correlación	,430**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	130

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta a clientes de una empresa de electrodomesticos

Reglas de decisión:

Si p valor > 0.05 la hipótesis nula (Ho) se rechaza.

Si p valor < 0.05 la hipótesis alterna (Ha) se acepta

En la tabla 8 se observa mediante las reglas de interpretación para el coeficiente de correlación estadística Rho Spearman, identificamos que según los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a los clientes, muestra un nivel de correlación lineal moderada (0,40 a 0,69), entre la dimensión habilidad de comunicación y la variable calidad de servicio (,430), asimismo los resultados mostraron un nivel de significancia de (,000) siendo menor que (0.05), lo que significa que hay relación entre las variables expuestas, además que existe una relación moderada y significativa entre la dimensión habilidad de comunicación y la variable calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura, por lo que se acepta su hipótesis de investigación

Relación del manejo de las habilidades blandas en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022.

**Tabla.9**

Tabla cruzada entre la variable Habilidades Blandas y la variable Calidad de Servicio

		Calidad de Servicio			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
<b>Habilidades Blandas</b>	BAJO	f(x)	7	5	0	12
		f(%)	58,3%	41,7%	0,0%	100,0%
	MEDIO	f(x)	3	46	11	60
		f(%)	5,0%	76,7%	18,3%	100,0%
	ALTO	f(x)	3	25	30	58
		f(%)	5,2%	43,1%	51,7%	100,0%
Total	f(x)		76	41	130	
	f(%)		58,5%	31,5%	100,0%	

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta a clientes de una empresa de electrodomésticos.

En la tabla cruzada 9 se combinó la variable habilidades de blandas con la variable de estudio calidad de servicio, donde se observa que el 76,7% de los clientes (46) encuestados dicen que las habilidades blandas tiene un nivel medio, mientras que el 58,5% de clientes (76) encuestados consideran que calidad de servicio tiene un nivel medio, esto quiere decir que los colaboradores si cuentan con estas capacidades pero no están desarrolladas para la atención de los clientes, por lo que la empresa puede trabajar estas capacidades de sus colaboradores con el fin de aumentar su nivel de calidad de servicio.

**Tabla 10**

Prueba de correlación entre la variable Habilidades Blandas y la variable Calidad de Servicio

		Calidad de Servicio
Rho de Spearman	<b>Habilidades Blandas</b>	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		,450** ,000 130

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta a clientes de una empresa de electrodomésticos.

Reglas de decisión:

Si  $p$  valor  $> 0.05$  la hipótesis nula ( $H_0$ ) se rechaza.

Si  $p$  valor  $< 0.05$  la hipótesis alterna ( $H_a$ ) se acepta.

En la tabla 10 se observa mediante las reglas de interpretación para el coeficiente de correlación estadística Rho Spearman, identificamos que, según los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a los clientes, muestra un nivel de correlación lineal moderado (0,40 a 0,69) entre habilidades blandas y calidad de servicio (,450\*\*). Así mismo los resultados mostraron un nivel de significancia de (,000) siendo menor que (0.05), lo que afirma que hay relación entre las variables expuestas, además que existe una relación moderada y significativa entre la variable habilidades blandas y las variables calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos, por lo tanto, se acepta su hipótesis de investigación.

## V. DISCUSIÓN

La importancia de las habilidades blandas en las empresas se ha convertido en una parte fundamental en el proceso de selección del personal, esto con la finalidad de mejorar las relaciones internas y sobre todo a otorgar un servicio de calidad a los clientes, que cada vez son más estrictos al momento de comprar un producto o servicio que se les brinda.

Así mismo la empresa, busca brindar una atención de calidad basándose en la aplicación de dichas habilidades mediante el beneficio que ellas otorgan, especialmente para ponerlas en práctica durante la atención que ofrecen a los clientes, es por ello que esta investigación tuvo como objetivo general Analizar la relación de las habilidades blandas en la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022.

A continuación, se discutieron los principales antecedentes. Con el primer objetivo general, los resultados indicaron un nivel de correlación lineal moderado (0,40 a 0,69) entre habilidades blandas y calidad de servicio (,450). Así mismo los resultados mostraron un nivel de significancia de (,000) siendo menor que (0.05), lo que afirma que hay relación entre las variables expuestas, además que existe una relación moderada y significativa entre la variable habilidades blandas y la variable calidad. Se encontró similitud con Veliz (2021), su investigación es de tipo básica y con un diseño no experimental correlacional, según sus resultados ambas variables tienen una correlación lineal moderada (,450), lo que hace aceptar su hipótesis alterna, así mismo la empresa de estudio también evidenció una significancia (,013) en ambas variables.

Así mismo, existe similitud con Vallejos (2019) ya que ambas investigaciones son cuantitativas y con diseño no experimental, en tanto difiere en los resultados, ya que solo se encontró relación en una de sus dimensiones habilidades sociales con (0.001), lo cual el autor concluye que no hay relación de las habilidades blandas

en el desempeño laboral, ya que la mayoría de sus hipótesis son rechazadas, caso contrario de la empresa en estudio, la cual todas las hipótesis fueron aceptadas.

Por otra parte, Cabrejos y Sarango (2022) presentan una desigualdad en el tipo de investigación, ya que su metodología es de tipo básica y explicativa-causal, y teniendo como resultado de acuerdo al valor de chi cuadrado de 22,599, el cual representa una contribución moderada aprobando su hipótesis afirmativa. Ambas tesis tienen diferentes metodologías de estudio, pero en tanto sus hipótesis ambas según sus resultados son aprobadas.

Con respecto al primer objetivo específico, en los resultados obtenidos muestra un nivel de correlación lineal baja leve (0,20 a 0,39), entre la dimensión resolución de conflictos y la variable Calidad de servicio (,223\*\*), así mismo los resultados mostraron un nivel de significancia de (,011) siendo este menor que (0.05), por lo tanto, se afirma que hay una relación entre las variables expuestas, además de que existe una relación leve y significativa entre la dimensión resolución de conflictos. Es por ello que se encontró una similitud con la tesis de Díaz (2019) ya que ambas investigaciones son aplicada - cuantitativo, según sus resultados tiene un nivel significativo de 0,001 siendo menor a 0,05 esto quiere decir que, si hay una relación entre las variables, tiene con una correlación de 0,748 esto quiere decir que hay una relación significativa con capacidad de respuesta.

Por otro lado existe una diferencia con la tesis de Álvarez y Rivera (2019) ya que su investigación es de tipo correlativo - no experimental transversal, en cuanto a sus resultados tiene una correlación de 0,471 teniendo una correspondiente moderada así mismo la dimensión comunicación tiene una relación con la variable en estudio debido a los resultados existe una similitud con la investigación en estudio ya que estas en sus resultados las dimensiones tienen una relación con la variable calidad de servicio.

Siguiendo con Ramos (2019), se encontró una similitud ya que ambas investigaciones son de tipo aplicada, enfoque cuantitativo y de corte trasversal, en tanto los resultados también se encontró una similitud en la investigación, ya que, en su dimensión de capacidad de respuesta ante los conflictos, muestra una correlación lineal de ( $,496^{**}$ ) y un nivel de significancia de (0,00) así mismo se aceptó su hipótesis alterna.

Siguiendo con el segundo objetivo específico, tiene un nivel de correlación baja leve (0,20 a 0,39), entre la dimensión empatía y calidad de servicio, donde los resultados mostraron un nivel de significancia de ( $,004$ ) siendo este menor que ( $,005$ ), es por eso que se afirma que hay una relación entre las variables expuestas, por lo tanto se muestra que existe una relación leve y significativa entre la empatía y la calidad de servicio de la empresa, se encontró similitud con Vallejo (2019), ambas investigaciones son cuantitativas y con diseño no experimental, en tanto sus resultados se presentó que en su dimensión empatía no muestra una correlación con su variable desempeño teniendo un resultado de ( $0,760$ ) rechazando su hipótesis nula, en cuanto la presente investigación muestra una correlación de ( $,252$ ) aceptando nuestra hipótesis de estudio ( $H_a$ : la empatía se relaciona positivamente en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura - 2022).

Por otra parte, existe una diferencia con Rivera (2019), ya que su investigación es de tipo cuantitativo - descriptivo, y en tanto a sus resultados obtenidos de su investigación referente a su dimensión empatía, tiene un resultado de acuerdo al modelo de Servqual arroja una brecha de ( $-0,05$ ) concluyendo que este resultado se debe que sus colaboradores no muestran un buen desarrollo de esta capacidad, mientras que en la investigación en estudio la dimensión empatía tiene una significancia de ( $0,04$ ) aceptando la hipótesis de estudio y mostrando que los colaboradores tienen esta capacidad.

Siguiendo con el tercer objetivo específico, tiene un nivel de correlación lineal moderada (0,40 a 0,69), entre la dimensión habilidad de comunicación y la variable calidad de servicio ( $,430$ ), asimismo los resultados mostraron un nivel de significancia de ( $,000$ ) siendo menor que ( $0,05$ ), lo que significa que hay relación

entre las variables expuestas, además que existe una relación moderada y significativa entre la dimensión habilidad de comunicación y la variable calidad de servicio se encontró una similitud con Ramos (2019) su tipo de investigación descriptivo correlacional - cuantitativo de corte transversal, con respecto a sus resultados capacidad de respuesta tiene un nivel alto bueno con un 35.5% esto quiere decir que si existe una relación tanto en la correlación ( $,496$ ). Asimismo, en la presente investigación con la dimensión habilidad de respuesta tiene una correlación de ( $,430$ ) esto hace que la hipótesis nula se acepte.

Por último, se encontró una discrepancia en la metodología de la investigación de Álvarez y Rivera (2019) ya que es de tipo correlativo - no experimental transversal, en tanto los resultados se encontró una similitud, ya que en su dimensión de comunicación posee una correlación de ( $,471^{**}$ ), así mismo tiene un nivel de significancia de ( $,000$ ), por lo tanto, en ambas investigaciones la hipótesis de estudio fue aceptada.

## VI. CONCLUSIONES

1. Con respecto al objetivo específico 1 en la cual se identificó la relación de la resolución de conflictos en la calidad de servicio, mostraron una correlación de  $(,223^{**})$  y un nivel de significancia de  $(,011)$ , siendo este resultado menor que 0.05 aceptando la hipótesis alterna, donde se presenta que la resolución de conflictos influye significativamente en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022. Por lo que se puede concluir según los resultados obtenidos, mediante el cuestionario, que los colaboradores de la empresa en estudio presentan una mediana capacidad para resolver conflictos.
2. Siguiendo con el objetivo específico 2 donde se identificó la relación de la empatía en la calidad de servicio, se mostró una correlación de  $(,252^{**})$  con un nivel de significancia de  $(,004)$ , siendo este resultado menor que 0.05 aceptando la hipótesis alterna, donde se observa que la empatía influye significativamente en la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos en el año 2022. Donde se concluye que, según los resultados obtenidos mediante la realización del cuestionario, se identifica que los colaboradores de la empresa en estudio presentan una mediana capacidad de la empatía.
3. Continuando con objetivo específico 3 en el cual se identificó la relación de la habilidad de comunicación en la calidad de servicio, mostro un nivel de correlación de  $(,430^{**})$  y con un nivel de significancia de  $(,000)$ , siendo este resultado menor de 0.05, aceptando la hipótesis alterna, donde se puede observar que la habilidad de comunicación si influye de una manera significativamente en la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022. Donde se concluyó que, según los resultados obtenidos mediante el cuestionario, se logró observar que los trabajadores de la empresa en estudio cuentan medianamente con la capacidad de la habilidad de comunicación.

4. Culminando con el objetivo general en la cual se identificó la relación entre las variables habilidades blandas y la calidad de servicio, mostro un nivel de correlación de ( $.450^{**}$ ) y con un nivel de significancia de ( $.000$ ), siendo este resultado menor de  $0.05$ , aceptando la hipótesis alterna, donde se observa que las habilidades blandas influyen significativamente en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022. Por lo cual se concluye según los resultados obtenidos mediante el cuestionario, se observó que los trabajadores de la empresa en estudio presentan medianamente las habilidades de resolución de conflicto, empatía y habilidades de comunicación.

## VII. RECOMENDACIONES

1. Teniendo en cuenta según los resultados analizados, a los operarios de una empresa de electrodomésticos, los cuales poseen medianamente las habilidades blandas. se recomienda al gerente de tienda, realizar reuniones feedback con los jefes de cada área junto a su equipo encargado, para plantear diversos problemas que ocurren en el proceso de venta de algún electrodoméstico, y así interactuar con cada uno de los presentes, para ver la capacidad que tienen para manejar estos conflictos y poder ejemplificar la manera correcta de resolver estas situaciones.
2. Por otro lado, al jefe de ventas, se le recomienda tener estrategias como, intuir como piensan y que sienten los clientes, saber escuchar e inferir en sus emociones. De tal modo que dichas estrategias sean planteadas de manera semanal en las reuniones de equipo, con la finalidad de tener un staff de vendedores empáticos que ayuden a concretar la venta.
3. En tanto a la habilidad de comunicación, se les recomienda a los jefes de cada área, prepara a sus equipos, incluyendo en sus reuniones semanales, métodos y test de mejora en la comunicación con los clientes, en las cuales deben participar los presentes dando su opinión y aportación sobre este tema. Con la finalidad que los colaboradores entiendan y apliquen estos test al momento de interactuar con los clientes.
4. Finalmente se recomienda al gerente de tienda, accionar un cronograma de capacitaciones, con duración de 6 meses, dirigido a todo el equipo, con la finalidad de desarrollar estas capacidades (resolución de conflictos, empatía, habilidad de comunicación) direccionadas a la atención al cliente; Así mismo medir la calidad de servicio en base a las capacidades ya identificadas, en un plazo de 8 meses, y que estas sean realizadas al finalizar una venta por el mismo colaborador que influyo en la decisión de compra que hizo el cliente, donde se realizara mediante un pequeño cuestionario digital que permitirá evaluar dicha atención

## **VIII. PROPUESTA**

**Título de la propuesta:** Estrategias de manejo de habilidades blandas para aumentar la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022.

### **Introducción**

Las organizaciones siempre buscan atraer y fidelizar al cliente, mediante las promociones de su producto, precios bajos y sobre todo brindando un servicio de calidad. Esto con la finalidad de posicionarse en el mercado y ser líderes en su rubro. Pero muchas de ellas no logran brindar un buen servicio a pesar de tener buenas promociones o precios, y esto se debe por no trabajar un desarrollo o una orientación sobre la atención que se le debe dar al cliente con sus colaboradores, o simplemente porque el colaborador no cuenta con el perfil requerido para estar en el área de ventas.

Es por ello que actualmente las capacidades intrapersonales del personal, tienen gran impacto en la calidad de servicio, ya que este tipo de capacidades se centra en el buen trato y la buena comunicación, dando como resultado la satisfacción del cliente, que cada vez es más estricto. Así mismo las organizaciones saben la importancia de contar con este tipo de colaboradores, por lo que en su proceso de selección, identifica las capacidades de los participantes, además que potencian sus habilidades blandas mediante un plan de desarrollo orientado a la interacción con los clientes, que genera el llamado del valor agregado.

### **Descripción**

La empresa en estudio, se dedica al rubro de la venta de electrodomésticos, ofreciendo productos tales como televisores, equipos, licuadoras, cocinas, lavadoras, refrigeradores, etc, los cuales cuentan con la mejor tecnología, lo cual garantiza la calidad de los productos, además de ofrecer facilidades de pagos por medio de créditos previa evaluación al cliente.

### **8.1. Objetivo de la propuesta**

Elaborar estrategias de manejo de las habilidades blandas para aumentar la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022.

Luego de haber analizado la problemática que se halló en la organización y de los resultados obtenidos por los encuestados, se detectó que un 63,1% de los colaboradores se encuentran en un nivel medio y un 14,6% de los trabajadores se encuentran en un nivel bajo resolución de conflictos lo que significa que hay una brecha grande por mejorar. Asimismo, un 64,6% de las personas encuestadas manifiestan que tienen un nivel medio y un 15,4% de los trabajadores muestran un nivel bajo de empatía. Sin embargo, un 66,2% de los trabajadores se encuentran en un nivel medio y un 11,5% de los colaboradores tienen un nivel bajo en habilidades de comunicación siendo una cifra para mejor. Por último, la dimensión de Habilidades Blandas tiene un 46,2% con un nivel medio y 9,2% tiene un nivel bajo, demostrando que existe una problemática real por mejorar.

Por esa razón, se ha considerado aplicar estrategias de manejo de las habilidades blandas para aumentar la calidad de servicio. A continuación, se presenta en análisis FODA con los datos obtenidos en la investigación

## 8.2. Análisis foda

	Fortalezas	Debilidades
	(F1) El personal Cuestiona, consulta y trasmite, sus dudas o ideas (F2) Seguridad (F3) Comportamiento confiable de los colaboradores	(D1) El personal captan señales emocionales y dispone un mensaje ante esa situación (D2) Servicio rápido  (D3) Tiempo de espera
Oportunidades	FO	DO
(O1) Estar ubicados en la región Piura caracterizada por la amabilidad de su gente (O2) Contar con el personal adecuado para la atención (O3) Fidelización de los clientes	Desarrollar las capacidades intrapersonales de los colaboradores, para ofrecer un mejor servicio (F1, O2)	Entrenar al personal para lograr la optimización del tiempo del servicio (D2, O2)
Amenazas	FA	DA
(A1) Disminución de la cartera de clientes (A2) Aumento de las quejas y reclamos (A3) Competencia con mejor Servicio	Fortalecer las técnicas de comunicación y empatía de los colaboradores, Para motivar al cliente a realizar la compra (F1, A1)	Implementar estrategias de resolución de conflicto, para solucionar los inconvenientes de los clientes (D1, A2)

**8.3. Estrategias para mejorar el manejo de las habilidades blandas, para aumentar la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022.**

ESTRATEGIA 1: Desarrollar las capacidades intrapersonales de los colaboradores, para ofrecer un mejor servicio.

- Fomentar la atención mediante las habilidades blandas
- Lograr la satisfacción de los clientes mediante

ESTRATEGIA 2: Entrenar al personal para lograr la optimización del tiempo del servicio.

- Contar con colaboradores productivos
- Reducir los tiempos de espera del servicio

ESTRATEGIA 3: Fortalecer las técnicas de comunicación y empatía de los colaboradores, Para motivar al cliente a realizar la compra.

- Desarrollar de manera eficiente la interacción de los colaboradores con los clientes.

ESTRATEGIA 4: Implementar estrategias de resolución de conflicto, para solucionar los inconvenientes de los clientes.

- Desarrollar la capacidad de resolver conflictos de los colaboradores.

**8.4. Desarrollo de las estrategias para mejorar el manejo de las habilidades blandas, para aumentar la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022.**

**ESTRATEGIA 1: Desarrollar las capacidades intrapersonales de los colaboradores, para ofrecer un mejor servicio.**

- a) Descripción: Fortalecer las capacidades intrapersonales de los colaboradores, para logra una mejora en el servicio a los clientes y la fidelización de los mismos.
- b) Indicadores:
  - ✓ Aumento de los clientes habituales.
  - ✓ Incremento de las ventas.
- c) Meta:
  - ✓ Aumentar al 5% la cartera de clientes.
  - ✓ Aumento del 10% de las ventas mensuales.
- d) Tácticas:
  - ✓ Emplear Outsourcing con empresas capacitadoras
  - ✓ Identificar las capacidades con más relevancia de los colaboradores.
  - ✓ Discutir la importancia de las capacidades intrapersonales con los colaboradores.
- e) Programa/Actividades
  - ✓ Capacitar mensualmente a los colaboradores.
  - ✓ Aplicar un test de capacidades a los colaboradores
  - ✓ Realizar reuniones semanales

f) Cronograma de actividades

Actividades	Mes1				Mes2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capacitar mensualmente a los colaboradores.												
Aplicar un test de capacidades a los colaboradores												
Realizar reuniones semanales												

g) Presupuesto

Actividades	Inversión
Capacitar mensualmente a los colaboradores.	S/. 1500
Aplicar un test de capacidades a los colaboradores	-
Realizar reuniones semanales	-
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 1500</b>

**ESTRATEGIA 2: Entrenar al personal para lograr la optimización del tiempo del servicio.**

a) Descripción: Mejorar la productividad del personal para reducir el tiempo en los procesos de compra

b) Indicadores:

- ✓ Aumento de la satisfacción del cliente.
- ✓ Tiempo de compra.

c) Metas

- ✓ Aumentar a un 80% la satisfacción de los clientes.
- ✓ Reducir tiempos en los procesos de compra.

d) Tácticas

- ✓ Identificar con el jefe de ventas, los procesos que más tiempo se emplea en la compra.
- ✓ Capacitar a los colaboradores.
- ✓ Monitorear el proceso de compra en sala de ventas

e) Programa/Actividades

- ✓ Realizar una reunión con los jefes de ventas para identificar los tiempos innecesarios en el proceso de venta.
- ✓ Realizar capacitaciones mensuales con temas como el just in time que ayude en la mejora de los procesos de compra.
- ✓ Cada dos semanas dar en recorrido por sala de venta, para evaluar a los colaboradores.

f) Cronograma de actividades

Actividades	Mes1				Mes2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Realizar una reunión con los jefes de ventas para identificar los tiempos innecesarios en el proceso de venta.												
Realizar capacitaciones mensuales con temas como el just in time que ayude en la mejora de los procesos de compra												
Cada dos semanas dar en recorrido por sala de venta, para evaluar a los colaboradores.												

g) Presupuesto

Actividades	Inversión
Realizar una reunión con los jefes de ventas para identificar los tiempos innecesarios en el proceso de venta.	-
Realizar capacitaciones mensuales con temas como el just in time que ayude en la mejora de los procesos de compra	S/. 1500
Cada dos semanas dar en recorrido por sala de venta, para evaluar a los colaboradores.	-
TOTAL	S/. 1500

**ESTRATEGIA 3: Fortalecer las técnicas de comunicación y empatía de los colaboradores, Para motivar al cliente a realizar la compra.**

- a) Descripción: Mejorar la interacción de los colaboradores con los clientes para lograr la ejecución de la compra.
- b) Indicadores:
  - ✓ Aumento de las ventas.
  - ✓ Fidelización del cliente.
- c) Metas:
  - ✓ Incremento de las ventas en un 10% mensuales
  - ✓ Aumentar en un 40% la cartera de clientes recurrentes
- d) Tácticas:
  - ✓ Fomentar la comunicación continua entre todos los colaboradores.
  - ✓ Capacitar a los colaboradores con técnicas de comunicación y empatía para las ventas.
  - ✓ Familiarizar todos los productos y sus especificaciones con los colaboradores

e) Programa/Actividades

- ✓ Realizar reuniones de confraternidad mensuales, con los colaboradores.
- ✓ Realizar capacitaciones mensuales.
- ✓ Contratar a un especialista, para brindar la información necesaria y fundamental de los productos a los colaboradores de manera mensual.

f) Cronograma de actividades

Actividades	Mes1				Mes2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Realizar reuniones de confraternidad mensuales, con los colaboradores.												
Realizar capacitaciones mensuales.												
Contratar a un especialista, para brindar la información necesaria y fundamental de los productos a los colaboradores de manera mensual.												

g) Presupuesto

Actividades	Inversión
Realizar reuniones de confraternidad mensuales, con los colaboradores.	-
Realizar capacitaciones mensuales.	S/. 1500
Contratar a un especialista, para brindar la información necesaria y fundamental de los productos a los colaboradores de manera mensual.	S/.1200
TOTAL	S/. 2700

**ESTRATEGIA 4: Implementar estrategias de resolución de conflicto, para solucionar los inconvenientes de los clientes.**

- a) Descripción: Desarrollar la capacidad de resolver conflictos de los colaboradores ante los inconvenientes que se presenten con los clientes.
- b) Indicadores:
- ✓ Disminución de quejas y reclamos.
  - ✓ Disminución de las devoluciones de los productos.
- c) Metas:
- ✓ Reducción del 50% de quejas y reclamos al mes.
  - ✓ Reducción del 15% en devolución de productos.
- d) Tácticas:
- ✓ Capacitar al personal con técnicas que ayuden a brindar soluciones ante los problemas presentados por los clientes
  - ✓ Reuniones feedback con todos los colaboradores
- e) Programa/Actividades:
- ✓ Capacitar trimestralmente a los colaboradores
  - ✓ Realizar mensualmente las reuniones de retroalimentación
- f) Cronograma de actividades

Actividades	Mes1				Mes2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capacitar trimestralmente a los colaboradores												
Realizar mensualmente las reuniones de retroalimentación												

g) Presupuestos

Actividades	Inversión
Capacitar trimestralmente a los colaboradores	S/.500
Realizar mensualmente las reuniones de retroalimentación	-
TOTAL	S/.500

### 8.5. Presupuesto de la implementación de la propuesta

Estrategias	Meta	Costos
Desarrollar las capacidades intrapersonales de los colaboradores, para ofrecer un mejor servicio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aumentar al 5% la cartera de clientes.</li> <li>✓ Aumento del 10% de las ventas mensuales.</li> </ul>	S/.1500
Entrenar al personal para lograr la optimización del tiempo del servicio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aumentar a un 80% la satisfacción de los clientes.</li> <li>✓ Reducir tiempos en los procesos de compra.</li> </ul>	S/.1500
Fortalecer las técnicas de comunicación y empatía de los colaboradores, Para motivar al cliente a realizar la compra.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Incremento de las ventas en un 10% mensuales</li> <li>✓ Aumentar en un 40% la cartera de clientes recurrentes</li> </ul>	S/.2700
Implementar estrategias de resolución de conflicto, para solucionar los inconvenientes de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reducción del 50% de quejas y reclamos al mes.</li> <li>✓ Reducción del 15% en devolución de productos.</li> </ul>	S/.500
<b>TOTAL</b>		<b>S/.6200</b>

### 8.6. Viabilidad

Desarrollar las capacidades intrapersonales de los colaboradores, es fundamental para la mejora en la calidad de la atención y la satisfacción de los clientes, ya que este tipo de capacidades permite interactuar de manera asertiva y confiable, además que generan influencia en la decisión de compra de los consumidores, por su alto nivel de empatía que infiere en la emociones y decisiones de los clientes,

asimismo con la capacidad de resolver conflictos, nos brinda un amplio panorama de soluciones o salidas del problema, que ayuda a tener a los clientes satisfechos, por ello se requiere de capacitaciones constantes para impulsar el desarrollo y la aplicación de estas capacidades en los procesos de venta y atención al público.

#### **8.7. Mecanismo de control**

- ✓ Aumento de las ventas
- ✓ Fidelización de los clientes
- ✓ Alto nivel de satisfacción por parte del cliente

## REFERENCIAS

- Abad Acosta, M. G., & Pincay Díaz, D. E. (2014). *Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil* [BachelorThesis]. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7451>
- Alex, K. (2009). *Soft Skills*. S. Chand.
- Álvarez Torres, D. del R., & Rivera Magallanes, A. N. (2019). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018. *Universidad Tecnológica del Perú*. <http://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/2303>
- Arias Gonzales, J. L. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2238>
- Cabrejos Vásquez, A., & Sarango Ramírez, F. I. (2020). Desarrollo de habilidades blandas y su contribución al desempeño laboral de los colaboradores de la Caja Piura año 2020. *Universidad Privada Antenor Orrego*. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/6986>
- Cadena-Iñiguez, P., Rendón-Medel, R., Aguilar-Ávila, J., Salinas-Cruz, E., De la Cruz Morales, F. del R., & Sangerman-Jarquín, D. M. (2017). *Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: Un acercamiento en las ciencias sociales\* Quantitative methods, qualitative methods or combination of research: An approach in the social sciences*.
- ConnectAmericas. (2021). *La importancia de las habilidades blandas en las PYMES*. <https://conexionintal.iadb.org/2017/09/01/la-importancia-de-las-habilidades-blandas-en-las-pymes/>

- Cordero Clavijo, A. M., Córdova Tobar, N. J., Moreira Sarmiento, M. C., & Quevedo Jumbo, J. M. (2020). Habilidades blandas, un factor de competitividad en el perfil del servidor público. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 5(5), 41-63. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7506213>
- Deshpande, S. K., & Munshi, M. (2020). *The Impact of Soft Skills Training on the Behavior and Work Performance of Employees in Service Organizations* [SSRN Scholarly Paper]. <https://papers.ssrn.com/abstract=3800804>
- Díaz Loo, M. A. (2019). *Calidad de servicio y clima laboral de los colaboradores de la empresa cruz del sur de la ciudad de Piura en el año 2018*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/28753>
- Du, Y., & Tang, Y. (2014). A Literature Review on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty. *Business and Management Research*, 3(3), 27. <https://doi.org/10.5430/bmr.v3n3p27>
- Gladstone, M., & Brown, S. (2022). Soft skills in a hard world: Why emergency management and business continuity leaders must update their professional toolbox. *Journal of Business Continuity & Emergency Planning*, 15(3), 225-236. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35190015/>
- Gómez-Gamero, M. E. (2019). Las habilidades blandas competencias para el nuevo milenio. *DIVULGARE Boletín Científico de la Escuela Superior de Actopan*, 6(11), Article 11. <https://doi.org/10.29057/esa.v6i11.3760>
- Gonzales Carachule, L. M., & Huanca Vilca, E. D. (2020). La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018. *Universidad Tecnológica del Perú*. <http://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/3031>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Pilar Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Ibargüen Giraldo, C. (2022). *Habilidades blandas*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/analisis/carolina-ibarguen-giraldo-2581108/habilidades-blandas-3342532>

Ismail, A., & Mohd Yunan, Y. S. (2016). Service Quality As A Predictor Of Customer Satisfaction And Customer Loyalty. *Logforum*, 12(4). <https://doi.org/10.17270/J.LOG.2016.4.7>

Ivanauskiene, N., & Volungėnaitė, J. (2014). Relations between Service Quality and Customer Loyalty: An Empirical Investigation of Retail Chain Stores in Emerging Markets. *American International Journal of Social Science*, 3. [https://www.researchgate.net/profile/Neringa-Ivanauskiene/publication/272793613\\_Relations\\_between\\_Service\\_Quality\\_and\\_Customer\\_Loyalty\\_An\\_Empirical\\_Investigation\\_of\\_Retail\\_Chain\\_Stores\\_in\\_Emerging\\_Markets/links/54eedeca0cf2e2830865ba70/Relations-between-Service-Quality-and-Customer-Loyalty-An-Empirical-Investigation-of-Retail-Chain-Stores-in-Emerging-Markets.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Neringa-Ivanauskiene/publication/272793613_Relations_between_Service_Quality_and_Customer_Loyalty_An_Empirical_Investigation_of_Retail_Chain_Stores_in_Emerging_Markets/links/54eedeca0cf2e2830865ba70/Relations-between-Service-Quality-and-Customer-Loyalty-An-Empirical-Investigation-of-Retail-Chain-Stores-in-Emerging-Markets.pdf)

Kwok, S. Y., Jusoh, A., & Khalifah, Z. (2016). The influence of Service Quality on Satisfaction: Does gender really matter? *Intangible Capital*, 12(2), 444-461.

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2017). El diseño de la muestra. *Metodología de la investigación social cuantitativa*. <https://ddd.uab.cat/record/185163>

Lozano Ardila, J. (2021). *Habilidades blandas para 2025*. Diario La República.

<https://www.larepublica.co/analisis/jorge-lozano-ardila-3194951/habilidades-blandas-para-2025-3194953>

Lozada, J. (2014). *Investigación Aplicada Definición, Propiedad Intelectual e Industria* (Vol. 3). Ecuador: Ciencia América.

Maya, M. T., & Orellana, B. S. (2016). Desarrollo de soft skills una alternativa a la escasez de talento humano. *INNOVA Research Journal*, 1(12), 59-76.

Mayo Alegre, J. C., Loredó Carballo, N. A., Fernández Cobas, L. C., & Bauzá Vázquez, E. (2020). The service quality assessment in the banking services context. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 36(68), 58-70.

Mohamed, A. O. (2020). The Roles of Relationships and Service Quality as Drivers of Customer Loyalty: An Empirical Study. *Open Journal of Social Sciences*, 8(4), 14-32. <https://doi.org/10.4236/jss.2020.84002>

Pedrosa, N., & Da Silva, L. F. (2019). A Importância Dos Soft Skills Nas Descrições Das Vagas De Gerente De Projetos De Ti. *Revista Alcance*, 26(1), 045-060.

Porras Velázquez, A. (2016). Conceptos básicos de estadística. <https://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/157/1/13-Conceptos%20B%C3%A1sicos%20de%20Estad%C3%ADstica%20-%20Diplomado%20en%20An%C3%A1lisis%20de%20Informaci%C3%B3n%20Geoespacial.pdf>

Prieto Pulido, R., Burgos, C., García Guiliány, J. E., & Rincón, Y. (2016). *Mercadeo interno para optimizar la calidad de servicio en la banca universal*. <http://hdl.handle.net/11323/1290>

Ramos Valeriano, D. E. (2019). La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción

de los clientes de la Agencia Primavera-Banco de Crédito del Perú –Trujillo—  
Año 2017. *Universidad Nacional de Trujillo*.  
<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/12881>

Rivera Reyes, S. J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*.  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>

Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de Corte Transversal. *Revista Médica Sanitas*, 21, 141-146.  
<https://doi.org/10.26852/01234250.20>

Sherine, A., Ayyadurai, S., Joseph, S. M., & Edapallikunnel, J. J. (2021). The Role of Communication Skills in Acquiring Soft Skills for Nurses. *Review of International Geographical Education Online*, 11(10), 529-537. <https://rigeo.org/submit-a-manuscript/index.php/submission/article/view/2915/2399>

Siddiqi, K. O. (2011). Interrelations between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 6(3), p12.  
<https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n3p12>

Sopa, A., Asbari, M., Purwanto, A., Budi Santoso, P., Ramdan, M., Primahendra, R., Mustofa, Hutagalung, D., Maesaroh, S., & Winanti, . (2020). *Hard Skills versus Soft Skills: Which are More Important for Indonesian Employees Innovation Capability*. 29, 156-175. [https://www.researchgate.net/profile/Agus-Purwanto-10/publication/340412466\\_Hard\\_Skills\\_versus\\_Soft\\_Skills\\_Which\\_are\\_More\\_Important\\_for\\_Indonesian\\_Employees\\_Innovation\\_Capability/links/5e979b2aa6fdcca7891c232f/Hard-Skills-versus-Soft-Skills-Which-are-More-Important-for-Indonesian-Employees-Innovation-Capability.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Agus-Purwanto-10/publication/340412466_Hard_Skills_versus_Soft_Skills_Which_are_More_Important_for_Indonesian_Employees_Innovation_Capability/links/5e979b2aa6fdcca7891c232f/Hard-Skills-versus-Soft-Skills-Which-are-More-Important-for-Indonesian-Employees-Innovation-Capability.pdf)

- Tureck, R., & Tierean, O. M. (2021). Soft Skills Development among Students of Transylvania University of Brasov. *Bulletin of the Transylvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 151-160. <https://doi.org/10.31926/but.es.2021.14.63.2.18>
- Valdez Manrique, G. F. E. (2022). Habilidades blandas y su relación con los estilos de liderazgo en directores de las instituciones educativas del distrito de Sicuani, de la provincia de Canchis Cusco – 2021. *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/20.500.12773/13957>
- Vallejos Carrasco, A. M. (2019). *Habilidades blandas y su influencia en el desempeño del personal post venta Interamericana Norte SAC filial Chiclayo*. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/2082>
- Veliz Lequernaque, W. de F. (2021). Habilidades blandas y calidad del servicio en el Centro Emergencia Mujer, Piura. *Repositorio Institucional - UCV*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/61608>
- Villacis Zambrano, L., Macías Barberán, J. R., Meneses Pantoja, W. R., & Espinoza Arauz, M. (2021). Análisis de la calidad de servicios hoteleros en el cantón Sucre. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 5(2), 74.

## ANEXOS

Anexo 1: Formato para la obtención del consentimiento informado

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

Título de la investigación:” **Manejo de las habilidades blandas y su relación en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022”**

Investigador principal: **Morales Montalvan Luis Daniel y Requena Zapata Wilson Raúl**

Asesor: Dra. Jiménez Chinga Regina y la Mgtr: Gómez Zúñiga Cecilia Paula Luisa

#### **Propósito del estudio**

Saludo, somos investigadores que le invitamos a participar en la investigación: **Manejo de las habilidades blandas y su relación en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022**, cuyo propósito es **Determinar de qué manera se relaciona el manejo de las habilidades blandas en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022**. Esta investigación es desarrollada por **estudiantes** de la **Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo**, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad (y de ser el caso agregar el permiso de la institución [**nombre de la institución**] **si ha autorizado explícitamente el uso del nombre en anexo 2**).

#### **Procedimiento**

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

1. Se le presentará un cuestionario en el que tendrá preguntas generales sobre usted como edad, zona de domicilio, lugar de nacimiento y otros, no es necesario que se anote su nombre, pues cada encuesta tendrá un código; luego se le presentarán preguntas sobre variables específicas de la investigación.

2. El tiempo que tomará responder la encuesta será de aproximadamente [número] minutos, si gusta, puede responder ahora o comprometerse a hacerlo en otro momento o lugar, nosotros lo buscaremos.

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

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

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

**Riesgo (principio de no maleficencia):**

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

**Beneficios (principio de beneficencia):**

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

**Confidencialidad (principio de justicia):**

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

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

requerirán, el hecho que se observará, o la acción que se realizará en el cuerpo (medir, examinar) o alguno de los elementos de él (exámenes de sangre, orina,

células, tejidos u otro material biológico), haciendo énfasis que los resultados sólo serán utilizados para la investigación, sin identificar a la persona. De deseárselo, se puede brindar algún resultado de interés clínico al participante voluntario.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Docente Asesor **Dra. Jiménez Chinga Regina** al correo electrónico **rjimenezch@ucvvirtual.edu.pe** o con el Comité de Ética de (**indicar el correo del CEI de la Facultad/Escuela Profesional o Programa de Posgrado**).

**Consentimiento**

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

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

Anexo N°2: Del protocolo para la revisión de los proyectos de investigación por parte del comité de ética en investigación

### Ficha de evaluación de los proyectos de investigación

Título del proyecto de Investigación: **“Manejo de las habilidades blandas y su relación en la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022”**

Autor/es: **Morales Montalvan Luis Daniel, Requena Zapata Wilson Raúl**

Especialidad del autor principal del proyecto:(para PID): Licenciado.

Escuela profesional: **Administración**

Coautores del proyecto: (para PID): **Morales Montalván Luis Daniel, Requena Zapata Wilson Raúl**

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

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

---

Dr. Víctor Hugo Fernández  
Bedoya  
**Presidente**

---

Dr. Jorge Alberto Vargas Merino  
**Vicepresidente**

---

Dr. Miguel Bardales  
Cárdenas  
**Vocal 1**

---

Mgtr. Diana Lucila Huamani  
Cajaleon  
**Vocal 2**

Anexo N.º 3: Del protocolo para la revisión de los proyectos de investigación por parte del comité de ética en investigación

### **Dictamen del Comité de Ética en Investigación**

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales, deja constancia que el proyecto de investigación titulado **“Manejo de las habilidades blandas y su relación en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022”**, presentado por los autores, **Morales Montalvan Luis Daniel, Requena Zapata Wilson Raúl**. ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable( ) observado( ) desfavorable( ).

10, de Junio de 2022

---

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

C/c

• Sr., Dr..... investigador principal.

Anexo N°4: Matriz de consistencia

TÍTULO: Manejo de las habilidades blandas y su relación en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022			
Problemas	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>General</p> <p>¿De qué manera se relaciona el manejo de las habilidades blandas en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022?</p> <p>Específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo se relaciona la resolución de conflictos en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022?</li> <li>2. ¿Cómo se relaciona la empatía en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022?</li> <li>3. ¿Cómo se relaciona la habilidad de comunicación en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022?</li> </ol>	<p>General</p> <p>Determinar la relación del manejo de las habilidades blandas en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022</p> <p>Específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizar la relación de la resolución de conflictos con la calidad de servicio una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022</li> <li>2. Estudiar la relación de la empatía con la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022</li> <li>3. Evaluar la relación de la habilidad de comunicación con la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022</li> </ol>	<p>General</p> <p>El manejo de las habilidades blandas se relaciona positivamente en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022</p> <p>Específicas</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La resolución de conflictos se relaciona positivamente en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022</li> <li>2. La empatía se relaciona positivamente en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022</li> <li>3. La habilidad de comunicación se relaciona positivamente en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022</li> </ol>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Nivel: correlacional</p> <p>Tipo: No experimental. Transeccional</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: cuestionario</p> <p>De procesamiento de datos:</p> <p>Población: 1000</p> <p>Muestra:130</p> <p>Método de análisis de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SPSS</li> <li>- Estadística inferencial</li> </ul>

Anexo N°5: Operacionalización de las variables

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operativa	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Habilidades blandas	Las habilidades blandas son ciertas capacidades intrapersonales que aportan en el desempeño laboral y ayuda a tener éxito en nuestras vidas profesionales. Cordero, Et al. (2020)	La variable habilidades blandas será operacionalizada con 3 dimensiones, resolución de conflictos, empatía y habilidad de comunicación, las cuales son valoradas mediante el cuestionario correspondiente	Resolución de conflictos	Buscan soluciones que satisfagan plenamente a los implicados	Likert
				Reconocen posibles conflictos	
				Mantiene a los implicados en calma sin alterarse	
			Empatía	Demuestra generosidad al compartir conocimientos	
				Se pone en la situación del otro antes de dar un comentario	
				Trata de ayudar sin que se lo pidan	
			Habilidad de comunicación	Capacidad Interactuar con los demás	
				Captan señales emocionales y dispone un mensaje ante esa situación	
				Cuestiona, consulta y trasmite, sus dudas o ideas	

<b>Variable de estudio</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operativa</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Calidad de servicio	Según Zeithaml y Bitner (2002), citado por Prieto et al. (2021) comenta que la calidad de servicio es una composición de varios elementos o características de calidad (Amabilidad, precios justos, ligereza de entrega, entre otros), estos son puntos claves para la organización.	La variable calidad de servicio será operacionalizada con 3 dimensiones, seguridad, elementos tangibles y capacidad de respuesta, las cuales son valoradas con el cuestionario correspondiente	Seguridad	Comportamiento confiable de los colaboradores	Likert
				Los clientes se sienten seguros	
				Amabilidad de los colaboradores	
			Elementos Tangibles	Comodidad de las instalaciones	
				Presencia de los colaboradores	
				Material informativo	
			Capacidad de Respuesta	Disposición para resolver dudas	
				Servicio rápido	
				Tiempo de espera	

Anexo N°6: Instrumento de recolección de datos cuestionario para medir las variables habilidades blandas y calidad de servicio

El presente documento tiene como finalidad valorar el nivel de relación del manejo de las habilidades blandas en la calidad de servicio de una empresa de electrodomésticos, Piura en el año 2022.

Las siguientes preguntas serán marcadas con un aspa(x), las respuestas serán anónimas y tienen la siguiente escala de valoración:

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

N°	Preguntas	Valoración				
		1	2	3	4	5
		TD	ED	ND	DA	TDA
1	¿Usted percibe que el personal ofrece soluciones acerca de un producto que va adquirir?					
2	¿Usted reconoce que el personal está capacitado para tratar conflictos por reclamos de los clientes?					
3	¿Usted cree que el personal sabe manejar con calma un conflicto o inconveniente?					
4	¿El personal le brinda información del producto sin necesidad de solicitarla?					
5	¿Siente que el personal entiende sus requerimientos y los transmite?					
6	¿Percibe usted que el personal es acomedido con los clientes?					
7	¿Cree usted que el personal tiene la capacidad de interactuar con el cliente?					
8	¿El personal le consulta y brinda información sobre el producto que está observando?					
9	¿El personal se acerca a consultar sobre lo que está buscando?					
10	¿Le muestra confianza el comportamiento del personal?					
11	¿ se siente seguro en la instalación del local?					
12	¿percibe cordialidad por parte del personal?					

13	¿El espacio del local y la ubicación de los productos, facilita su traslado?					
14	¿El personal esta correctamente uniformado?					
15	¿Recibe folletos o volantes informativos de los productos en promoción?					
16	¿El personal resuelve sus dudas acerca del producto que está interesado?					
17	¿Cree usted que el proceso de compra es rápido?					
18	¿La orden de entrega en que tiempo le despacha el producto?					

Anexo N° 7: Formula estadística finita que ayudara a identificar el número de encuestados

La fórmula se realizó tomando en cuenta los datos del gerente de tienda de la empresa de electrodomésticos, el cual menciona que el número promedio que clientes en tienda son de 1000, tomando en cuenta ese dato se realizó la formula dando un resultado de 130 clientes a encuestar.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N-1) + P * q * Z^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.50) * (0.50) * (1000)}{(0.08)^2(1000-1) + (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}$$

$$n = 130$$

Anexo N°8: Prueba de normalidad

---

<b>Pruebas de normalidad</b>	<b>Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup></b>			<b>Shapiro-Wilk</b>		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Habilidades Blandas	,122	130	,000	,947	130	,000
Calidad de Servicio	,101	130	,003	,955	130	,000

---

a. Corrección de significación de Lilliefors

---

Anexo N°9: Validez de Instrumentos por la especialista Dra. Suysuy Chambergo  
Ericka Julissa



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, ERICKA JULISSA SUYSUY CHAMBERGO con DNI 45361468 Doctor en GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD N° ANR: 13374., de profesión LICENCIADA EN ADMINISTRACION desempeñándome actualmente como DOCENTE en UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO.

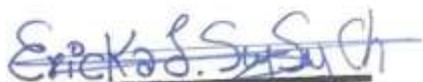
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

#### Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 26 días del mes de setiembre del dos mil Veintidos.

  
Dra. Ericka J. Suysuy Chambergo  
REGUC 13374 - CLAD

Dr.: ERICKA JULISSA SUYSUY CHAMBERGO

DNI: 45361468

Especialidad: LIC EN ADMINISTRACION

E-mail: ESUYSUYC@UCVVIRTUAL.EDU.PE

Anexo N° 10: Validez de Instrumentos por la especialista Mgtr. Angulo Corcuera Carlos Antonio.



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Carlos Antonio Angulo Corcuera, con DNI N° 06437510 Magister en Administración de negocios MBA N.º ANR: 18480, de profesión Licenciado en Administración, desempeñándome actualmente como docente en la universidad César Vallejo de Piura.

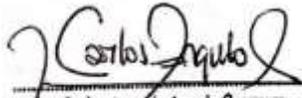
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa La Curacao	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de setiembre del Dos mil veintidos.

Mgtr. : Carlos Antonio Angulo Corcuera  
 DNI : 06437510  
 Especialidad : Gestión de organizaciones -  
 Marketing  
 E-mail : anguloa@ucvvirtual.edu.pe



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

## Anexo N° 11: Validez de Instrumentos por la especialista Mgtr. Gomez Zuñiga

Cecilia Paula Luisa



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Cecilia Paula Luisa Gómez Zúñiga con DNI N° 03490490, Mgtr. en Administración, N° ANR: A078552, de profesión Licenciada en Ciencias Administrativas, desempeñándome actualmente como docente en Universidad César Vallejo.

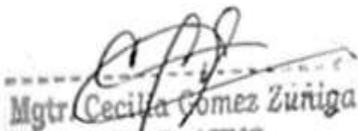
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario aplicado a los clientes en la Empresa La Curacao Piura en el año 2022	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los diecinueve días del mes de setiembre del dos mil Veintidos.

  
Mgtr. Cecilia Gómez Zúñiga  
CIAD. 15719

Mgtr. : Cecilia Gómez Zúñiga  
DNI : 03490490  
Especialidad : Administración  
E-mail : cgomezz@ucv.edu.pe

## Anexo N° 12: Evidencia de fiabilidad Alfa de Cronbach en SPSS

The screenshot displays the IBM SPSS Statistics Processor interface. The main window shows the 'Resumen de procesamiento de casos' (Case Processing Summary) and 'Estadísticas de fiabilidad' (Reliability Statistics) for a scale named 'Escala ALL VARI'.

**Resumen de procesamiento de casos**

Casos	Válido	N	%
	Válido	23	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	23	100,0

<sup>a</sup> La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,797	,796	18

**Estadísticas de elemento**

	Media	Desv. Desviación	N
P1	3,22	1,242	23
P2	3,35	1,265	23
P3	3,17	1,230	23
P4	3,39	1,076	23
P5	3,43	1,161	23
P6	3,52	,994	23
P7	3,57	1,181	23
P8	3,26	,964	23
P9	3,83	1,029	23
P10	3,78	,951	23

The interface also shows a tree view on the left with 'Escala ALL VARI' selected, and a taskbar at the bottom with system information: 17°C, Mayom, soleado, 08:52, 22/10/2022.

Anexo N° 13: Descripción por ítems

<b>Variable</b>	<b>Habilidades Blandas</b>	3.43
Dimensión	Resolución de conflictos	3.44
Ítem 1	Buscan soluciones que satisfagan plenamente a los implicados	3.51
ítem 2	Reconocen posibles conflictos	3.49
ítem 3	Mantiene a los implicados en calma sin alterarse	3.31
Dimensión	Empatía	3.39
ítem 4	Demuestra generosidad al compartir conocimientos	3.37
ítem 5	Se pone en la situación del otro antes de dar un comentario	3.42
ítem 6	Trata de ayudar sin que se lo pidan	3.39
Dimensión	Habilidad de comunicación	3.45
ítem 7	Capacidad Interactuar con los demás	3.52
ítem 8	Captan señales emocionales y dispone un mensaje ante esa situación	3.25
ítem 9	Cuestiona, consulta y trasmite, sus dudas o ideas	3.57
<b>Variable</b>	<b>Calidad de servicio</b>	3.35
Dimensión	Seguridad	3.56
ítem 10	Comportamiento confiable de los colaboradores	3.64
ítem 11	Los clientes se sienten seguros	3.49
ítem 12	Amabilidad de los colaboradores	3.55
Dimensión	Elementos Tangibles	3.41
ítem 13	Comodidad de las instalaciones	3.34
ítem 14	Presencia de los colaboradores	3.33
ítem 15	Material informativo	3.57
Dimensión	Capacidad de Respuesta	3.08
ítem 16	Disposición para resolver dudas	3.49
ítem 17	Servicio rápido	2.92
ítem 18	Tiempo de espera	2.82

Anexo N° 14: Evidencia de recolección de datos











**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

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

Yo, GOMEZ ZUÑIGA CECILIA PAULA LUISA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Manejo de las habilidades blandas y su relación en la calidad de servicio en una empresa de electrodomésticos Piura en el año 2022", cuyos autores son REQUENA ZAPATA WILSON RAUL, MORALES MONTALVAN LUIS DANIEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

PIURA, 29 de Noviembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
GOMEZ ZUÑIGA CECILIA PAULA LUISA <b>DNI:</b> 03490490 <b>ORCID:</b> 0000-0001-7986-7608	Firmado electrónicamente por: PGOMEZZU el 15- 12-2022 19:02:50

Código documento Trilce: TRI - 0462666