

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION**



**Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la  
Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021**

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración

**Autora**

**Laredo Ruiz, Dyanne María**  
**Código ORCID: 0000-0003-2416-3368**

**Asesor**

**Mg. Avila Alcalde, Yessenia Margot**  
**Código ORCID: 0000-0001-5509-4460**

**Huacho – Perú**

**2022**

## INDICE GENERAL

<b>INDICE GENERAL</b> : .....	i
<b>INDICE TABLAS</b> : .....	ii
<b>INDICE FIGURAS</b> : .....	iii
<b>PALABRAS CLAVES:</b> .....	iv
<b>CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD</b> .....	v
<b>TITULO</b> .....	vi
<b>RESUMEN</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>1. INTRODUCCION</b> .....	1
<b>1.1 ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACION CIENTIFICA</b> .....	1
<b>1.2 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION</b> .....	11
<b>1.3 PROBLEMA</b> .....	12
<b>1.4 CONCEPTUACION Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES</b> ..	13
<b>1.5 HIPOTESIS</b> .....	21
<b>1.6 OBJETIVOS</b> .....	21
<b>2. METODOLOGIA</b> .....	22
<b>2.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION</b> .....	22
<b>2.2 POBLACION Y MUESTRA</b> .....	23
<b>2.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS</b> .....	24
<b>2.4. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN</b> .....	25
<b>3. RESULTADOS</b> .....	26
<b>4. ANALISIS Y DISCUSION</b> .....	49
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	53
<b>5.1. CONCLUSIONES</b> .....	53
<b>5.2. RECOMENDACIONES</b> .....	55
<b>6. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b> .....	56
<b>7. ANEXOS</b> .....	60
Anexos 1 .....	61
Anexos 2 .....	62
Anexo 3 .....	64

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Nº Tabla</b>		<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1:</b>	El personal que atiende, es empático, comprende y es amable	26
<b>Tabla 2:</b>	Sabe conducirse y fundamenta bien sus ideas la persona que atiende	27
<b>Tabla 3:</b>	Escucha atentamente y es eficiente el personal que lo atiende	28
<b>Tabla 4:</b>	El personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas	37
<b>Tabla 5:</b>	Es recibido con un gesto amable y simpático cuando lo atienden	38
<b>Tabla 6:</b>	El personal que atiende le presta la debida atención e interés a sus consultas.	39
<b>Tabla 7:</b>	El personal que atiende está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta.	40
<b>Tabla 8:</b>	Cuando ocurre cualquier incidente, la persona que atiende sabe persuadir con mucho respeto y tolerancia.	41
<b>Tabla 9:</b>	El personal que atiende es transparente se identifica, muestra confianza y seguridad.	42
<b>Tabla 10:</b>	La persona que atiende enseña, orienta y promueve un clima armonioso.	43
<b>Tabla 11:</b>	El personal que atiende tiene la capacidad y experiencia en la resolución de reclamos y consultas.	44
<b>Tabla 12:</b>	El personal que atiende actúa con honestidad, rectitud y es disciplinado	45
<b>Tabla 13:</b>	Recibe respuestas veraces y objetivas ante una orientación y /o consulta o un reclamo.	46
<b>Tabla 14:</b>	Le genera confianza y seguridad en la atención recibida.	47
<b>Tabla 15:</b>	Le satisface el servicio a través de los teléfonos fijos y celulares.	48
<b>Tabla 16:</b>	Es atendido cordialmente a través de la línea telefónica y recibe la información que necesita.	49
<b>Tabla 17:</b>	Recibe atención por las redes sociales.	50
<b>Tabla 18:</b>	La empresa cuenta con una página web actualizada.	51
<b>Tabla 20:</b>	El personal de atención está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación.	52
<b>Tabla 21:</b>	Es atendido de forma inmediata y dan solución a sus consultas o algún reclamo.	53
<b>Tabla 22:</b>	Le satisface la atención personalizada, y cubre sus expectativas.	54
<b>Tabla 23:</b>	Correlación de variables	55

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Nº Figura</b>		<b>Pág.</b>
<b>Figura 1:</b>	El personal que atiende, es empático, comprende y es amable	26
<b>Figura 2:</b>	Sabe conducirse y fundamenta bien sus ideas la persona que atiende	27
<b>Figura 3:</b>	Escucha atentamente y es eficiente el personal que lo atiende	28
<b>Figura 4:</b>	El personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas	37
<b>Figura 5:</b>	Es recibido con un gesto amable y simpático cuando lo atienden	38
<b>Figura 6:</b>	El personal que atiende le presta la debida atención e interés a sus consultas.	39
<b>Figura 7:</b>	El personal que atiende está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta.	40
<b>Figura 8:</b>	Cuando ocurre cualquier incidente, la persona que atiende sabe persuadir con mucho respeto y tolerancia.	41
<b>Figura 9:</b>	El personal que atiende es transparente se identifica, muestra confianza y seguridad.	42
<b>Figura 10:</b>	La persona que atiende enseña, orienta y promueve un clima armonioso.	43
<b>Figura 11:</b>	El personal que atiende tiene la capacidad y experiencia en la resolución de reclamos y consultas.	44
<b>Figura 12:</b>	El personal que atiende actúa con honestidad, rectitud y es disciplinado	45
<b>Figura 13:</b>	Recibe respuestas veraces y objetivas ante una orientación y /o consulta o un reclamo.	46
<b>Figura 14:</b>	Le genera confianza y seguridad en la atención recibida.	47
<b>Figura 15:</b>	Le satisface el servicio a través de los teléfonos fijos y celulares.	48
<b>Figura 16:</b>	Es atendido cordialmente a través de la línea telefónica y recibe la información que necesita.	49
<b>Figura 17:</b>	Recibe atención por las redes sociales.	50
<b>Figura 18:</b>	La empresa cuenta con una página web actualizada.	51
<b>Figura 20:</b>	El personal de atención está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación.	52
<b>Figura 21:</b>	Es atendido de forma inmediata y dan solución a sus consultas o algún reclamo.	53
<b>Figura 22:</b>	Le satisface la atención personalizada, y cubre sus expectativas.	54
<b>Figura 23:</b>	Correlación de variables	55

**Palabras claves**

<b>Tema</b>	Habilidades blandas y atención al cliente
<b>Especialidad</b>	Administración

**Keywords:**

<b>Theme</b>	Soft skills and customer service
<b>Specialty</b>	Managemet

**Líneas de investigación**

<b>Línea de Investigación</b>	<b>OCDE</b>		
	<b>Área</b>	<b>Sub Área</b>	<b>Disciplina</b>
Talento Humano	Ciencias Sociales	Economía y Negocios	Negocios y managemet

**Research Line:**

<b>Line of research</b>	<b>OCDE</b>		
	<b>Área</b>	<b>Sub Área</b>	<b>Discipline</b>
Human Talent	Social Sciences	Economy and business	Negocios y managemet

## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD



## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

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

### HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado “**Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021**” del (a) estudiante: **Dyanne María Laredo Ruíz**, identificado(a) con **Código N° 1711200129**, se ha verificado un porcentaje de similitud del 29%, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 9 de Setiembre de 2022

  
UNIVERSIDAD SAN PEDRO  
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
Dr. CARLOS URBINA SANJINES  
VICERRECTOR



**NOTA:**

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

**Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la  
Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021**

**Soft skills and customer service in the commercial area of Minera  
Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021**

## **RESUMEN**

El objetivo general de la presente investigación fue fundamentar que las habilidades blandas se relacionan con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021. La investigación es de tipo descriptivo, diseño no experimental – correlacional y corte transversal. Se utilizó como técnica la encuesta y el instrumento fue un cuestionario cuya confiabilidad se midió con el alfa de Cronbach y se validó por tres docentes expertos de la Universidad San Pedro. El cuestionario se aplicó a una muestra de 162 clientes de la minera Paltarumi S.A.C.

La información recolectada fue procesada utilizando software SPSS, y se presenta con sus tablas y figuras estadísticas y la interpretación correspondiente.

Se obtuvo un coeficiente de Rho de Spearman de ,894 con un nivel de sig ,000 estableciendo una relación positiva alta entre ambas variables, se demostró la relación directa de las habilidades blandas con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021, ya que el 42,6 % opinan el personal que atiende es empático, comprende y es amable y el 37.0 % señalan que casi siempre le satisface la atención personalizada, y cubre sus expectativas.

## **ABSTRACT**

The general objective of the present investigation was to substantiate that soft skills are related to customer service in the commercial area of the mining company Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021. The research is descriptive, non-experimental design - correlational and cross-sectional. The survey technique was used and the instrument was a questionnaire whose reliability was measured with Cronbach's alpha and validated by three expert teachers from the San Pedro University. The questionnaire was applied to a sample of 162 clients of the mining company Paltarumi S.A.C.

The information collected was processed using SPSS software, and is presented with its statistical tables and figures and the corresponding interpretation.

A Spearman's Rho coefficient of .894 was obtained with a level of sig .000, establishing a high positive relationship between both variables, demonstrating the direct relationship of soft skills with customer service in the commercial area of the mining company Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021, since 42.6% think that the staff they serve is empathetic, understands and friendly and 37.0% indicate that they are almost always satisfied with the personalized attention, and it meets their expectations.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA**

#### **ANTECEDENTES**

##### **Internacional**

**Paredes, (2021)**, establece que el objetivo general de su investigación fue diseñar un plan de capacitación de habilidades blandas respondiendo al problema planteado ¿Cómo mejorar la calidad del servicio de la hostería “Quinta Colorada “del Cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi??

A través de la aplicación de método cualitativo y cuantitativo, y con la aplicación de encuestas a los trabajadores y clientes, llega a la conclusión que la elaboración de un plan de capacitación de habilidades blandas mejora la atención al cliente mediante los resultados obtenidos del diagnóstico para un mejoramiento profesional y personal de los colaboradores.

**Escamilla, at.el ( 2021)**, el presente artículo tuvo como objetivo demostrar la importancia de las habilidades del trabajo en equipo y la resolución de problemas en la mejora del servicio al cliente en los colaboradores del área de ventas de las agencias automotrices, para lo cual diseñaron y aplicaron un cuestionario a los gerentes o coordinadores del área de ventas de las agencias automotrices durante el tiempo del COVID-19. Resalta que captar clientes va depender de los gustos y preferencias del consumidor por autos pero también influye el trato y comunicación de los asesores de venta. En este sentido el asesor de ventas se convierte en pieza clave para el cliente, puede generar por una parte que el cliente pierda el interés en comprar en esa concesionaria y elegir otra, en donde se le atiende, informe y generen experiencias agradables en el proceso de la compra del auto.

**Arias, ( 2020)**, mmenciona que el área de servicio al cliente es el lugar que genera una mayor cantidad de quejas e insatisfacciones sea por la atención recibida o por la respuesta obtenida, influye la manera como se atiende al cliente, la actitud del trabajador frente a su necesidad y la forma de comunicarse con el cliente, es por esto que es importante el desarrollo y fortalecimiento de las habilidades blandas para dar una buena atención a los clientes, es así que para enfrentar al COVID-19 la Universidad el Bosque virtualizó sus servicios académicos y administrativos, con la finalidad de mejorar sus servicios con el buen uso de las Tecnologías de Información y Comunicación TIC's, permitirá propiciar ambientes agradables, generando satisfacción a los usuarios y el crecimiento de la organización, una buena imagen y fidelización por parte de los clientes.

**Cordero, et al , ( 2020)**, enfocaron su investigación en identificar el manejo de habilidades blandas y su impacto en la satisfacción del usuario de los servidores públicos del municipio de Loja, Ecuador. Realizaron la propuesta de un modelo para el fortalecimiento de habilidades blandas en el servidor público, con una conciencia colectiva conducente a establecer procesos sistemáticos que beneficien a la institución y a la ciudadanía.

Es así como la presente investigación demuestra la importancia de las habilidades blandas en el sector laboral y el valor que tienen al momento de generar productividad en diferentes sectores de producción ya sean estos públicos o privados.

**Granda, (2018)**, en su estudio el uso de habilidades blandas en el servicio al cliente como generadoras de ventajas competitivas señala:

Un sector muy importante que favorece a la economía del país, son las empresas comercializadoras de electrodomésticos en Ecuador; por lo que la presente investigación analizó los aspectos tangibles e intangibles encontrando un alto nivel de diferencia con lo que el cliente espera y percibe en el servicio en cuanto a la comunicación emocional y las relaciones interpersonales, además la competencia emocional y la empatía es vital para los consumidores.

Señala la importancia de brindar estudios sobre las habilidades blandas desde una perspectiva multidisciplinaria, y así tengan un conocimiento más amplio de las ventajas de ser aplicado en las actividades de atención al cliente.

**Gaitan, (2017)**, en su investigación señala que Distribuciones AC SAS es una empresa pequeña, se dedica a la compra y venta de carros de colección, busca instalar una sucursal en la ciudad de Medellín, por lo que presenta su proyecto de mejora del servicio al cliente cuyo objetivo principal de la empresa es mantener a los clientes potenciales y asimismo incrementar clientes externos a nivel nacional, estableciendo estrategias para mejorar el servicio al cliente. Primero comenzaron con mejorar las relaciones de los clientes internos puesto existe una comunicación pésima, mala información de los productos causando malestar con los clientes y conflictos internos, por falta de una comunicación clara y veraz. En cuanto a la TIC, existen fallas en su operatividad, se encuentran desactualizadas dificultando el desarrollo de las actividades laborales.

**Bino, (2016)**, su estudio se desarrolló en el restaurante Albamar Tobogán de Guatemala, señala la importancia de determinar la influencia que tiene la inteligencia emocional en los colaboradores al brindar atención al cliente. Para la obtención de los resultados aplicó el test de inteligencia personal para la evaluación de la atención al cliente y la escala de Likert aplicada a los clientes del restaurant. Concluyó que existe un buen nivel de atención al cliente y los colaboradores presentan un estado emocional estable y la atención es buena. Recomienda desarrollar actividades para la mejora de las relaciones interpersonales entre colaboradores y jefaturas, generando un ambiente agradable con confianza y que promueva la participación de todos brindando sugerencias, manifestando sus inquietudes y necesidades, también la realización de talleres para mejorar la atención a los clientes.

## **Nacionales**

**Chaca, (2022)**, en su trabajo de investigación las habilidades blandas y desempeño laboral de los trabajadores administrativos en el trabajo remoto Escuela de Posgrado Huancayo 2021, determinó una correlación positiva alta y buena de Pearson con 0,761 con una significancia de  $p= 0,000$ , presenta una relación directa significativa con las habilidades de resolución de problemas, la adaptabilidad, autoconfianza, comunicación efectiva y la proactividad, es decir, si existe mejoras en estas habilidades se logrará un desempeño eficiente obteniendo mejores resultados en el trabajo remoto de los trabajadores administrativos de (...)

**Carranza, (2022)**, a través de su estudio buscó determinar la relación entre las habilidades blandas y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ferretería & Industrias Jheyson SAC, Utcubamba, Amazonas, 2021. Mediante una encuesta aplicada a la población muestral de 10 trabajadores, obtuvo como resultado un coeficiente de correlación  $=0.917$  y un nivel de sig  $=0.00$ , concluye que existe una relación positiva alta entre ambas variables, y con una gran aceptación de las habilidades blandas en un 50% y un 60% en el desempeño laboral; lo que significa si existe un mejor desarrollo de las habilidades blandas en la empresa, aumentará el nivel de desempeño laboral de los trabajadores, permitiendo obtener mejores resultados en la organización conducente al éxito de la empresa.

**Pinedo, (2021)**, su estudio resalta el nivel de aplicación de las habilidades blandas y el servicio al cliente por los colaboradores de la empresa constructora del Oriente E y K S.A.C, Tarapoto – 2021, en cuanto a las habilidades blandas obtuvo un resultado de 66.7% y para el nivel de la calidad de servicio un promedio de 63,3%. Concluye que la percepción de los clientes externos en cuanto a las habilidades blandas de los colaboradores es alta, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,636 y una significancia del 0,000 representa una correlación positiva moderada, se afirma que las habilidades blandas influyen en la calidad del servicio al cliente en la empresa constructora (...).

**Morales, (2021)**, el objetivo del trabajo de investigación que desarrolló fue aplicar un plan de habilidades blandas como estrategia para mejorar la comunicación Organizacional en los colaboradores de la Gerencia Regional de Educación Lambayeque-2019”, desarrolló una investigación aplicada con enfoque cuantitativo diseño de carácter pre- experimental. Para la recolección de datos utilizó un cuestionario tipo Likert cuyo resultado determinó que existe correlación entre ambas variables y para confirmar efectuó un test a los colaboradores después de haber aplicado las estrategias para conocer si existen mejoras, el personal se comprometió en contribuir para mejorar las relaciones interpersonales y la comunicación

**Castro, (2020)**, su objetivo fue determinar si existe relación entre habilidades blandas y capacidad emprendedora en colaboradores del área de atención al cliente de un call center de Ate, 2020; Para la recolección de datos, utilizó la Escala de Habilidades Blandas y el Test de Capacidad Emprendedora, para lo cual trabajó con una muestra de 227 colaboradores, obtuvo un coeficiente de correlación de ambas variables de Rho de Spearman con un grado de ,810 lo que significa una relación positiva alta. Establece mientras más fortalecen sus habilidades blandas los colaboradores del área de atención al cliente, mejorará su capacidad emprendedora que se verá reflejado en el desarrollo de sus funciones.

**Chinchay, (2020)**, determinó la relación entre la calidad de servicio y las habilidades blandas de los vendedores de la empresa Detecin S.A.C. ubicada en Lima, Perú, utilizó el diseño no experimental cuantitativo y de corte transversal correlacional, y tuvo una muestra de 109 encuestados. Con los resultados hallados evidenció un coeficiente de 0,841, lo que demuestra una relación de dependencia entre las competencias de los vendedores y la calidad de servicio de la compañía Detecin S.A.C.

Señala que con los aportes del presente estudio impulsen a mejorar las relaciones entre los vendedores y clientes; lograr la satisfacción y fidelización de los clientes; incrementar las ventas y recuperar a los clientes con el menor costo posible.

**Walpurga, (2020)**, en el presente trabajo halló que el Instituto de Seguridad Minera (ISEM) tenía bajo nivel de satisfacción de sus clientes, existía muchas quejas en el libro de reclamaciones, es así que elaboró un plan de mejora en la atención al cliente, que consistió en desarrollar capacitaciones en habilidades blandas a los asistentes, quienes tienen mayor contacto con los clientes.

Concluye que las capacitaciones en temas de atención a los usuarios y habilidades blandas ayudaron a que los asistentes garanticen el trato cordial y de manera correcta a los clientes.

**Ramos, y Bustamante ( 2019)**, en su estudio señala que los programas de desarrollo de competencias blandas buscan mejorar las competencias como asertividad, habilidades de negociación, comunicación y las relaciones interpersonales, en este sentido estableció estrategias de desarrollo de competencias blandas para mejorar el liderazgo en los supervisores de ventas del call center Arequipa. Tuvo como resultado que el 75% de los supervisores aplican un ineficiente estilo de liderazgo, asignan responsabilidades, sin la orientación y apoyan en el cumplimiento de las funciones, el 25% de los supervisores dan mayor valor a los resultados que al esfuerzo y trabajo de quien lo hizo.

## **FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA**

### **A. Habilidades blandas**

**Gabriel, (2019)**, en su artículo menciona: Las habilidades blandas son aquellas habilidades sociales, de comunicación interpersonal e inteligencia emocional que hacen que una persona establezca relaciones de manera efectiva con los demás. Para las empresas las habilidades blandas significan un 50% en la contratación del personal. Según las cifras del Banco Mundial se estima que en 2030 las habilidades blandas de mayor significancia serán la seguridad, la autoestima, la confianza, la lealtad, la honestidad y el compromiso, los cuales cobran importancia en el momento de atender a los clientes.

Un ejecutivo que se desempeña en un puesto de atención al cliente debe de tener la comunicación clara, actitud positiva, saber escuchar y buena disposición en resolver el problema y prontitud en brindar respuesta.

**Castro , (2020)**, señala las habilidades blandas son habilidades subjetivas que son mucho más difíciles de cuantificar. También conocidas como «habilidades de las personas» o «habilidades interpersonales», las habilidades blandas se relacionan con la forma en que te relacionas e interactúas con otras personas.

**Castro , (2020)**, menciona las habilidades blandas más buscadas hoy en día son:

**Comunicación y escucha activa.** Debe de existir una comunicación clara con los equipos de trabajo, es clave para una buena atención.

**Liderazgo.** El líder tiene que saber dirigir, orientar a los trabajadores, saber motivar a su equipo de trabajo y potenciar las habilidades.

**Planificación y Gestión del tiempo.** Con una buena planificación de las actividades diarias y una óptima organización, el equipo dispondrá de mayor tiempo para realizar las actividades correspondientes.

**Trabajo en equipo.** “La unión conlleva al éxito”. Hoy en día trabajar en equipo es una habilidad indispensable para todos. Si los integrantes de un equipo trabajan de manera individualizada es difícil conseguir lo que se proponen.

**Flexibilidad.** En su equipo necesita colaboradores que sean flexibles, que puedan adaptarse a los cambios y mantener la organización actualizada.

**Toma de decisiones.** Los colaboradores tienen que ser “solucionadores de problemas”, sepan tomar la decisión acertada para solución del problema.

**Orientación a resultados.** Todos los actos de una empresa juntamente con los colaboradores deben estar orientados para alcanzar las metas y objetivos. Los colaboradores deben conocer la finalidad de los resultados para que su compromiso sea mayor con la organización.

**Negociación.** Es la habilidad de llegar a un acuerdo entre dos o más partes.

## **Habilidades de atención al cliente**

**Moreno, (2021), considera las siguientes habilidades:**

### ***Facilidad de palabra***

Expresarse de manera clara y correcta es la base para una comunicación efectiva sea para conversar con un cliente por cualquier canal de soporte, coordinar actividades, comunicarse con sus superiores, y con otros equipos especializados.

### ***Experiencia de producto***

Conocer el producto con todas sus características y bondades, permitirá responder al cliente sobre las dudas del producto.

### ***Empatía***

El personal de atención debe ser empático deben mostrar empatía, comprender y entender al cliente, ayudarlos en sus consultas y necesidades, que sientan estar respaldados.

### ***Estabilidad mental y paciencia***

Muchas veces el colaborador se topa con clientes poco pacientes o amables, o escuchen comentarios negativos del negocio, cuando esto suceda deben estar mentalmente estables y ser pacientes, tranquilo y tolerantes con ellos.

### ***Entusiasmo***

Los empleados de atención al cliente, tienen que ser personas con mucho ánimo, entusiastas, alegres, positivos y estar siempre dispuestos para ayudar a los clientes.

### ***Gestión del tiempo***

La atención y solución del problema deban hacerlo de manera oportuna. Actualmente existen diversos canales de atención a través de los cuales los clientes pueden brindar soporte casi al instante.

### ***Resolución de problemas***

Los equipos especializados deben analizar y resolver cualquier circunstancia y encontrar una solución al problema sea reciente, antiguo o recurrente.

### ***Adaptabilidad***

El equipo especializado debe estar preparados para adaptarse a los cambios que tienen los negocios, que a través del tiempo puede crecer y evolucionar.

### **B. Atención al cliente**

**Douglas, (2020)**, al respecto menciona que es una herramienta de marketing, a través del cual se establece puntos de contacto con los clientes, utilizando diversos canales de atención para establecer relaciones antes, durante y después de la venta. Para garantizar que el producto o servicio sea recibido de forma satisfactoria por el cliente, se tiene que desarrollar capacitaciones, asesoría, orientación, y todo aquello que conlleve a una buena atención.

**(Kleima, 2022)**, señala la atención al cliente, consiste en brindar asesoría y soporte al consumidor, saber escuchar y resolver sus problemas enfocado a la satisfacción del cliente.

Ofrecer un buen servicio al cliente beneficia altamente a la empresa logrando la fidelización, convertirlos en clientes potenciales, obtener información del público objetivo, para lograrlo es fundamental el equipo de trabajo se encuentre bien preparado y así establecer una comunicación clara, cordial, empática y proactiva con los clientes. Este aspecto es vital para el éxito de un negocio, el cliente valora más el trato que se le da que el precio del producto.

Según la consultora ThinkJar, experta en atención al cliente el 86% de los consumidores pagaría más por un producto o servicio si recibe una buena asistencia y asesoría del personal.

**Moreno, (2021)**, define la atención al cliente es el proceso de atender de forma inmediata y efectiva las consultas, dudas y problemas del cliente, utilizando diversos medios de comunicación como llamadas vía celular, teléfono, correo electrónico, chat en vivo, redes sociales, etc.

## Canales de atención al cliente

**Moreno, (2021), resalta los mas utilizadas en la actualidad**

- ✓ Teléfono
- ✓ Correo electrónico
- ✓ Chat en vivo, para resolver consultas rápidas en los sitios web.
- ✓ Chatbots, sirve para comunicarse en tiempo real de forma automática
- ✓ Redes sociales (wasap, Twitter, Instagram, Facebook o cualquier otra plataforma social)
- ✓ Comunidad, se comparte información con los clientes, experiencias, conocimientos y también para brindar soportes.
- ✓ Tickets, medio de atención ordenado

## ¿Cómo debe ser la atención al cliente?

**Moreno, (2021), precisa lo siguiente:**

- 1. Rápida, es un factor muy importante en la atención inmediata a los clientes,** disponer de tiempo siempre que los clientes lo necesiten.
- 2. Competente, el equipo debe de estar preparado para brindar soluciones rápidas y certeras** a las consultas y problemas. Un buen asesoramiento asegura un cliente satisfecho.
- 3. Estratégica, implementar herramientas y sistemas para el beneficio de los clientes,** el equipo especializado estará mejor preparado para una atención de calidad.
- 4. Automatizada, a través de implementación de software** para automatizar los procesos de atención para optimizar y agilizar la labor se atención al cliente
- 5. Especializada, brindar capacitación y preparación especializada** a los colaboradores del área

### **Responsabilidades de atención al cliente**

Moreno, (2021), indica las actividades mas frecuentes que desarrolla el área de atención al cliente:

- Llamar y contestar las llamadas telefónicas de los clientes.
- Responder oportunamente las solicitudes y consultas por correo electrónico.
- Comunicarse por el chat en vivo y atender las solicitudes de los clientes.
- Monitorear las conversaciones de chatbots.
- Asignar tickets en la cola de atención al cliente.
- Atender las consultas de redes sociales, responder mensajes y solicitudes.
- Escribir, publicar y compartir material instructivo de guía a las preguntas frecuentes de los clientes
- Asistir en la incorporación y capacitación de los clientes sobre cómo usar tus productos o servicios cuando se comuniquen.
- Brindar información amplia del producto o servicio por dentro y fuera.
- Actualizar, cambiar o cancelar cuentas y suscripciones.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Aporte Teórico**

Se justifica por el aporte de las teorías de los diversos autores citados en el presente trabajo de investigación, las cuales sirven como antecedentes para otras investigaciones similares; asimismo dota de conocimientos a los trabajadores del área comercial y a los jefes y directivos de la empresa minera Paltarumi.

### **Practica**

En base a las teorías desarrolladas, permite a los actores de la presente investigación, a valorar la gran importancia de aplicar las habilidades blandas en la atención a los clientes, y establecer estrategias de mejora.

### **Metodológica**

La metodología utilizada, sirve como referencia para otros estudios similares en cuanto a los procedimientos que corresponden a una investigación básica descriptiva correlacional, con técnicas e instrumentos que son debidamente validados por docentes expertos y la información interpretada con valores porcentuales estadísticos.

### **Beneficio Social**

Los aportes teóricos van afianzar los conocimientos y darán a conocer la importancia de la práctica de las habilidades blandas en la atención a los clientes, así como conlleva a detectar las falencias e implementar estrategias para mejorar la calidad de atención al cliente.

### **Justificación científica**

Se justifica de manera científica, porque los resultados obtenidos, así como los aportes teóricos van a contribuir al desarrollo de nuevos estudios similares y también con diferentes variables, lugar y tiempo que la investigación actual.

## **1.3 PROBLEMA**

Con la innovación constante del mercado, la globalización y la influencia de la tecnología, en la actualidad las empresas se exigen cada vez más en mejorar sus productos y servicios para ser más competitiva; por lo que los empresarios requieren personas con la suficiente preparación técnica e intelectual y cuenten con habilidades blandas, al respecto menciona **Sanchis, (2020)**, son las habilidades mas importantes, valoradas por las organizaciones, cuya ejecución permitirá tener mejores relaciones con su entorno y un manejo eficiente de sus emociones. Actualmente denominada también como “destrezas del siglo XXI” conlleva al desarrollo eficiente de las organizaciones con el logro de los objetivos planteados.

En la página web **Iberdrola (2020)**, afirma los trabajadores que cuenten con competencias blandas, serán más beneficiosos para las empresas, puesto que aportan empatía, motivación, buen estado de ánimo, contribuyendo a mejores resultados. Dicho esto el presente estudio se enfoca en analizar y conocer las competencias blandas deseables de los trabajadores del área comercial, fortalecer las debilidades y hacer uso de las diversas estrategias y herramientas para desarrollar estas habilidades y mejorar la atención a los clientes, por lo que se plantea el siguiente problema:

¿De qué manera las habilidades blandas se relacionan con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021?

## **1.4 CONCEPTUALIZACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

### **1.4.1 Conceptualización**

#### **A. Habilidades blandas**

**Maldonado, ([s.f.]**), menciona que las habilidades blandas o soft skills son capacidades que tiene una persona y para comunicarse o poder interactuar con otras de una manera clara, precisa, efectiva y enfocada principalmente al trabajo, también tienen un fuerte vínculo con la vida diaria.

Este tipo de habilidades son:

- Habilidades sociales
- Habilidades de comunicación
- Habilidades de comportamientos
- Habilidades interpersonales

Además de actitudes, hábitos y valores que tiene una persona de forma individual y al exterior con otras personas y con su entorno.

## **Dimensiones**

### **Habilidades sociales**

**Argüeso, (2022)**, menciona que son el conjunto de estrategias de conducta y capacidades que nos ayudan a resolver una situación social de manera efectiva, es decir, que es aceptable para la persona y el medio en donde se desenvuelve. Expresa sus sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos de forma adecuada cual fuese la situación en la que se encuentre, respetando las conductas de los otros.

También a nivel profesional debemos mostrar una serie de habilidades sociales en la relación diaria con las personas y compañeros de trabajo. Es cada vez mayor la importancia de las habilidades sociales en todos los ámbitos de nuestra vida (personal, familiar, laboral, social).

### **2. Habilidades de comunicación**

**Universidad Camilo José Cela, (2019) señala:**

Es la capacidad de transmitir información o el mensaje de forma clara y que sea entendible e interpretada correctamente por el receptor.

La comunicación tiene que ser coherente, veraz, saber, persuadir, negociar, motivar o entretener son algunos de los objetivos que persigue la comunicación, tanto en las relaciones sociales o empresariales.

Las habilidades comunicativas son imprescindibles en toda organización, se requiere capacidad de negociación, poder de convencimiento, saber persuadir, motivar, es la finalidad que persigue la comunicación.

### **3. Habilidades de comportamientos**

Se refiere a los actos y actitudes de las personas en la organización, el comportamiento organizacional realiza u estudio sistemático para mejorar las predicciones del comportamiento laboral en toda institución. Según **Maestra Online, (2020)**, señala que es el conjunto de conductas del ser humano, en una

continua interacción social, se desenvuelve a través de pensamientos y emociones en su vida diaria o derechos de la persona, de modo adecuado respetando las conductas en los demás, y resolviendo los problemas inmediatos de la situación que se presente y viendo la probabilidad de afrontar futuros problemas.

Tener una conducta asertiva es fundamental para mejorar las habilidades sociales y favorecer las relaciones con los demás.

#### **4. Habilidades interpersonales**

##### **Universidad Internacional de Valencia, (2016), menciona:**

Es el conjunto de destrezas y hábitos que permiten una interacción armoniosa con su entorno y a la vez comunicarse correctamente manteniendo una buena información.

Las habilidades interpersonales son muy imprescindibles para un desempeño óptimo más competitivo de los equipos de trabajo y para mantener relaciones laborales sólidas y de confianza. Son actitudes que requieren mucho cuidado y atención, que si se desarrollan a diario se convierten en hábitos, muy beneficioso para todos.

##### **Indicadores de habilidades sociales**

**Empatía.** Capacidad de ponerse en el lugar de la otra persona.

**Inteligencia emocional.** La inteligencia emocional es la habilidad social de una persona para manejar los sentimientos y emociones, discriminar entre ellos y utilizar estos conocimientos para dirigir los propios pensamientos y acciones.

**Capacidad de escuchar.** Es decir, ser capaz de escuchar con comprensión y cuidado, entendiendo lo que la otra persona quiere decir y transmitiendo que hemos recibido su mensaje.

### **Indicadores habilidades de comunicación**

**Comunicación escrita.** Es la habilidad verbal para elaborar discursos coherentes y cohesivos, expresarse con claridad. Para ser un buen comunicador no basta con ser un buen oyente, también es importante las habilidades lingüísticas (escuchar, hablar y leer).

**Comunicación no verbal.** El contacto visual, el lenguaje corporal, los gestos con las manos y el tono de voz son habilidades comunicativas importante para expresarse, demuestra atención e interés expresarse, permite una comunicación mas abierta y accesible.

### **Indicadores habilidades de comportamiento**

**Pasivo – agresivo,** consiste en expresar sentimientos negativos de forma indirecta en lugar de abordarlos abiertamente. Hay una desconexión entre lo que dice y lo que dice y lo que hace.

Signos específicos de la conducta pasivo-agresiva:

- Resentimiento y oposición, sobre todo en las exigencias de personas en posiciones de autoridad.
- Resistencia a la cooperación, procrastinación y errores intencionales.
- Actitud cínica, sombría u hostil.
- Quejas frecuentes sobre sentirse subestimado o engañado.

**Asertivo:** expresa los sentimientos, ideas, opiniones con sinceridad, respeta y valora las opiniones, sentimientos y necesidades de los demás. La asertividad permite expresarse con confianza y seguridad en lo que piensa y dice, sabe escuchar y mantiene buena relación con su entorno.

La persona asertiva es equilibrada, se acepta a sí misma y acepta a los demás. Es socialmente positiva y contribuye a la armonía del equipo.

## **Indicadores habilidades interpersonales**

**Respeto y tolerancia**, valorar y respetar quien nos habla, dejando de lado las diferencias sociales y culturales sin prejuicios, con una comunicación honesta y sincera.

**Autenticidad**, ser más auténtico, y coherente, presentarse tal como es, permite establecer relaciones más sinceras y transparentes.

**Liderazgo**, dirigir equipos de trabajo eficientes, integrados y motivados promover el desarrollo de sus capacidades para lograr metas efectivas.

**Resolución de problemas**, actuar de forma **justa y coherente** con todas las partes. Hay que saber limar las asperezas y resolver los problemas de forma **amistosa y constructiva**, sin complicar más.

## **B. Atención al cliente**

**Pozo, (2022)**, señala es el proceso de brindar atención, asesoramiento con respecto a las consultas, dudas, en sí es prestar ayuda y orientación a los clientes. Por lo general la atención al cliente se produce cuando los usuarios lo solicitan.

Se utiliza diversas técnicas para la atención directa al cliente, a través del equipo de call center, correo electrónico, wasap, chat, también se puede dar la atención presencial, a través de documentos, comunicados que están a disposición de los clientes.

## **Dimensiones**

### **1. Transparencia**

**Pozo, (2022)**, menciona que los consumidores cada vez más están valorando la transparencia en las empresas. La fiabilidad de la marca es importante para el cliente, cuando reciben comunicación honesta, sienten que son amigables, sinceras y transparentes. Las redes sociales ayudan a fomentar las buenas relaciones con sus consumidores gracias a una comunicación bidireccional.

## **2. Canales de atención**

**Pozo, (2022)**, expresa que cada vez los consumidores desea una atención mucho más personal que antes. A través del servicio digital, correos electrónicos, folletos informativos personalizados y los productos de compras anteriores del consumidor, son recursos valiosos para un servicio personalizado.

## **3. Atención personalizada**

**Pozo, (2022)**, señala que los clientes prefieren un contacto directo capaz de ser empático con su problema y buscar la solución. Para problemas de menor trascendencia y de fácil solución se puede realizar a través de chats, correos o llamadas pero si el problema es grave y afecta al estado emocional, entra en desesperación, se irrita, por desconocimiento o inseguridad, prefieren un atención cara a cara. Las marcas que prestan mayor importancia al contacto directo con el cliente, podrán tener más probabilidades de éxito frente a la competencia.

## **Indicadores – Transparencia**

### **Honestidad**

**Amitai, ( s.f.)**, al respecto refiere:

Es el valor que determina una conducta recta, confiable y correcta, en donde prevalecen la confianza y la sinceridad tanto en lo que se hace, como en lo que se piensa, aprende y se ejecutan los deberes. La honestidad es asociada con personas justas, apegadas a la moral y al cumplimiento de las normas.

Es por eso que trabajador honesto:

- Actúa con rectitud y veracidad.
- Cumple correctamente con el desempeño de sus deberes
- Es una persona servicial, amable, culta, escrupulosa y disciplinada.
- Maneja con mucho cuidado los recursos económicos.
- Emite opiniones y apreciaciones veraces y objetivas.
- Mantiene un trato honesto y veraz en el entorno laboral.
- Fortalece las relaciones basada en la confianza y respeto

## **Veracidad**

En **Significados**, ( s.f.), expresa es un valor moral positivo que busca la verdad, está íntimamente relacionado con todo lo que se refiere a la verdad o a la realidad, o a la capacidad de alguien para decir siempre la verdad y ser sincero, honesto, franco y tener buena fe.

## **Sinceridad**

**Mejía, (2011)**, nos dice que en la actualidad las empresas están fidelizando a sus clientes a través de la sinceridad, puesto que la mayoría necesitan seguridad a la hora de comprar. Los cambios que realice toda empresa, debe conocer los clientes para evitar la desconfianza y mala reputación en la mente de los clientes. De nada sirve tener un excelente producto si no se es sincero con el cliente, las buenas relaciones con el cliente se basa en la sinceridad y confianza de lo contrario los clientes buscarán en otras empresas una buena atención que generen confianza y seguridad en su compra.

## **Indicadores – Canales de atención**

### **Atención telefónica**

**Peralta, (2022)**, señala para este tipo de atención, el cliente exige que se cumplan una serie de normas si desea lograr su plena satisfacción. El no observar las posibles reacciones de quien llama, mayor es el esfuerzo para demostrar una actitud diferente a la presencial.

### **Atención virtual**

**Peralta, (2022)**, menciona con la entrada de las nuevas tecnologías, se ha incrementado el auge del comercio electrónico, se puede comprar por correo electrónico, a través de la página web, pero el cliente distingue atención recibida y compara con otros sea la rapidez de la página, forma de pago y de entrega, la respuesta rápida, etc.

## Indicadores - Atención personalizada

### Atención proactiva

**Peralta, (2022)**, sostiene que se busca crear la necesidad en el cliente y motivar la compra del producto o servicio, se contacta al cliente sin esperar a que él lo haga. Exige una alta tolerancia a la frustración, ya que debemos tener una actitud positiva hacia el rechazo.

### Atención reactiva

**Peralta, (2022)**, refiere que al contacto con el cliente, simplemente se da respuesta a la demanda, sin tratar de despertar la necesidad alguna en el cliente.

## 1.4.2 CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items
<b>Habilidades blandas</b>	Es el conjunto de habilidades sociales, comunicativas, de comportamiento y de relaciones interpersonales, que se desarrollan con la finalidad de brindar una atención certera y convincente a los clientes.	Habilidades sociales	<b>Empatía</b>	<b>1</b>
			<b>Inteligencia emocional</b>	<b>2</b>
			<b>Capacidad de escuchar</b>	<b>3</b>
		Habilidades de comunicación	<b>Comunicación verbal</b>	<b>4</b>
			<b>Comunicación no verbal</b>	<b>5</b>
		Habilidades de comportamiento	<b>pasivo</b>	<b>6</b>
			<b>asertivo</b>	<b>7</b>
		Habilidades de relaciones interpersonales	<b>Respeto y tolerancia</b>	<b>8</b>
			<b>Autenticidad</b>	<b>9</b>
			<b>Liderazgo</b>	<b>10</b>
			<b>Resolución de problemas</b>	<b>11</b>
Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items
<b>Atención al cliente</b>	Es el proceso a través del cual, se presta orientación, apoyo a las personas siendo transparentes, empleando diversos canales de atención y a través de una atención personalizada.	Transparencia	<b>Honestidad</b>	<b>12</b>
			<b>Veracidad</b>	<b>13</b>
			<b>Sinceridad</b>	<b>14</b>
		Canales de atención	<b>Telefónica</b>	<b>15,16</b>
			<b>Virtual</b>	<b>17,18,19</b>
		Atención personalizada	<b>Proactiva</b>	<b>20</b>
			<b>Reactiva</b>	<b>21,22</b>

## **1.5 HIPOTESIS**

“Las habilidades blandas se relacionan significativamente con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021”

## **1.6 OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

1. Fundamentar que las habilidades blandas se relacionan con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021”

### **Objetivos específicos**

2. Identificar si existe habilidades blandas en el personal del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021
3. Detallar la atención al cliente que existe en el área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021
4. Demostrar que las habilidades blandas mejoran la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021

## 2. METODOLOGIA

### 2.1 Tipo y diseño de la investigación

#### Tipo de investigación

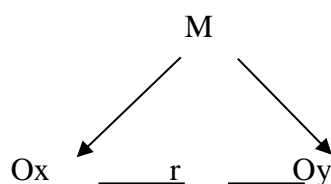
Se desarrolló una investigación de tipo descriptivo – correlacional, puesto que va a determinar la relación que existe entre ambas variables., cuantitativa porque utilizó procedimientos numéricos y estadísticos, y cualitativa porque emplea la encuesta a los trabajadores.

Según **Hernandez y Mendoza (2018)**, la finalidad de este tipo de investigación fue conocer la relación que existe entre las dos variables en un entorno particular”.

#### Diseño de la Investigación

Es de corte no experimental – transversal, al respecto (**Hernandez y Mendoza, 2018**) señala “el diseño no experimental estudia los fenómenos tal como se dan en su contexto natural” y transversal “porque su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”.

Las variables intervinientes se interrelacionan bajo el siguiente esquema:



M = Representa la muestra de estudio

Ox = Representa los datos de las variables habilidades blandas

Oy = Representa los datos de la variable atención al cliente

r = Indica el grado de correlación entre ambas variables.

## 2.2 Población y muestra

### Población:

Se trabajó con una población conformada por 280 clientes.

Para (Carrasco, 2012) la población está compuesta por el total de personas que forman parte del lugar donde se realiza la investigación.

### Muestra:

Se aplicó la siguiente fórmula para la obtención

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{\varepsilon^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot q}$$

Dónde:

Z (1,96) : Valor de la distribución normal, para un nivel de confianza de (1 -  $\alpha$ )p (0,5): Proporción de éxito.

Q (0,5) : Proporción de fracaso (q = 1 - p)

$\square$  (0,05) : Tolerancia al error

N (280) : Tamaño de la población.

Tamaño de la muestra. Reemplazando tenemos:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5) \times 280}{0,05^2(2280-1) + 1,96^2 \cdot (0,5)(0,5)} = 162$$

Muestra = 162

## 2.3 Técnica e Instrumentos de investigación

### Técnica

Se utilizó una encuesta que fue aplicada a una muestra de 162 clientes.

(Carrasco, 2012), puntualiza a la técnica de encuesta, como un conjunto de actividades que realiza con habilidad y destreza en la recolección de datos.

### **Instrumentos**

Se utilizó un cuestionario elaborado en base a las dimensiones y los indicadores, diseñado en la escala de Likert.

Según (**Carrasco, 2012**) los cuestionarios consisten en presentar a los encuestados unas hojas conteniendo una serie ordenada y coherente de preguntas formuladas, con claridad, precisión y objetividad, para que sean resueltas de igual modo.

### **Validez y confiabilidad del instrumento**

El instrumento fué validado por 03 docentes

Se aplicó el alfa de Cronbach para determinar el nivel de confiabilidad del instrumento.

#### **Variable habilidades blandas**

##### **Resultados de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,852	11

Nos muestra que el instrumento es confiable con un alfa de Cronbach de ,852 por lo tanto es aplicable para la recolección de datos del cuestionario relacionado a las habilidades blandas.

#### **Variable atención al cliente**

##### **Resultados de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,872	11

Vemos que el instrumento es altamente confiable con un alfa de Cronbach de ,872 es aplicable para la recolección de datos del cuestionario relacionado a atención al cliente.

## **2.4 Procesamiento y análisis de la información**

Se recogieron los datos cuantitativos expresados en porcentajes a través del Microsoft Excel, asimismo se procesó la información con el programa SPSS versión 25 que también permitió hallar el coeficiente de correlación de Rho Spearman.

Con los resultados se elaboraron las tablas y gráficos conteniendo valores cuantitativos y cualitativos.

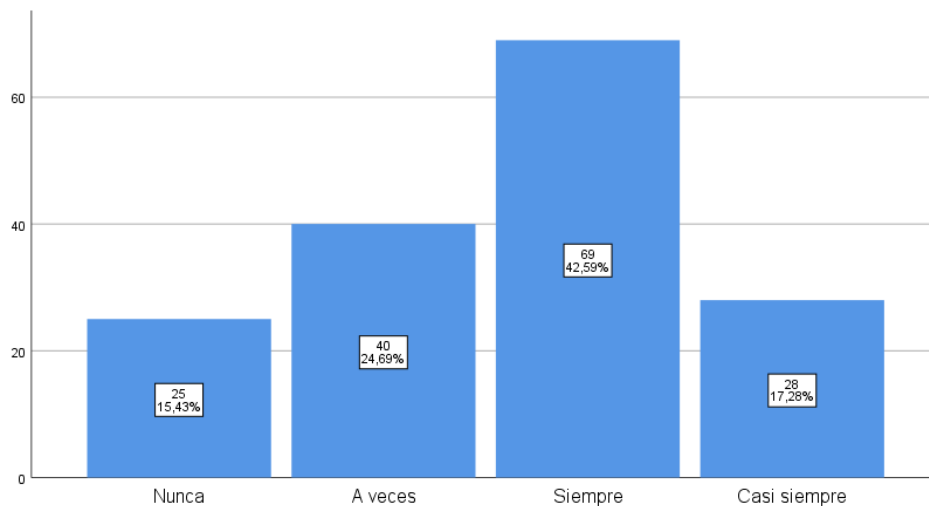
En total se obtuvieron 23 tablas presentadas con sus figuras y la interpretación.

### 3. RESULTADOS

**Tabla 1:** *El personal que atiende, es empático, comprende y es amable*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	25	15,4
A veces	40	24,7
Siempre	69	42,6
Casi Siempre	28	17,3
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



*Figura 1. El personal que atiende, es empático, comprende y es amable*

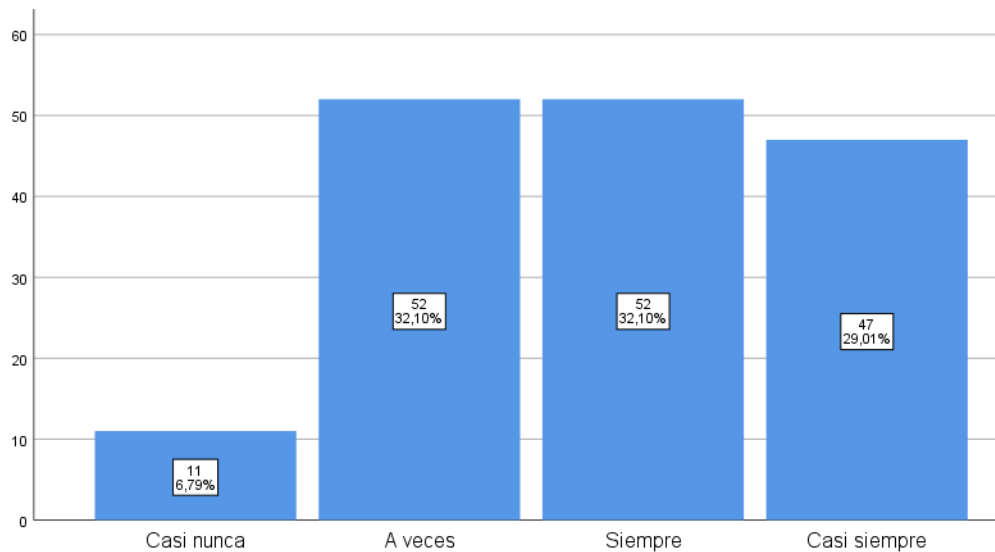
#### **Interpretación**

En la tabla 1 se observa un 42.6 % de los trabajadores sostienen que siempre el personal que atiende, es empático, comprende y es amable, el 24.7 % señala a veces, otros 17.3% casi siempre y el 15.4 % restante mencionó nunca.

**Tabla 2:** *Sabe conducirse y fundamenta bien sus ideas la persona que atiende*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	11	6,8
A veces	52	32,1
Siempre	52	32,1
Casi Siempre	47	29,0
Total	162	100,0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



*Figura 2. Sabe conducirse y fundamenta bien sus ideas la persona que atiende*

### **Interpretación**

En la tabla 2 se muestra que el 32.1 % de los trabajadores sostienen que siempre sabe conducirse y fundamenta bien sus ideas la persona que atiende, de igual forma el 32.1% señala a veces, otros 29.1% casi siempre y el 6.8% nunca mencionaron.

Tabla 3: Escucha atentamente y es eficiente la persona que atiende

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	12	7,4
Casi nunca	5	3.1
A veces	41	25.3
Siempre	60	37.0
Casi Siempre	44	27.2
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

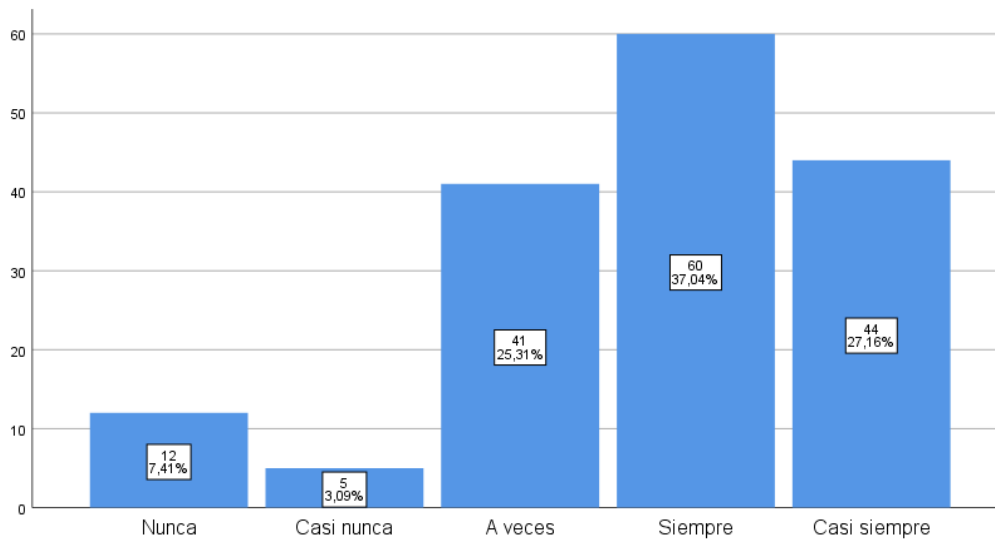


Figura 3. Escucha atentamente y es eficiente la persona que atiende

### Interpretación

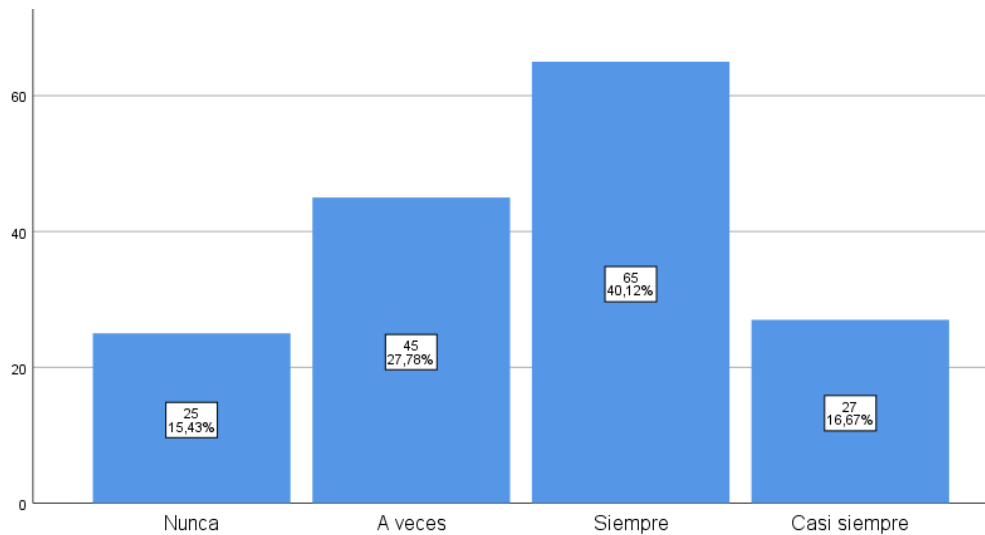
En la tabla 3 se tiene el 37 % de los encuestados señalan que siempre escucha atentamente y es eficiente la persona que atiende, el 27.2% mencionan casi siempre, otros 25.3% a veces, el 7.4% nunca y sólo el 3.1% restante indicaron casi nunca.

**Tabla 4:** *El personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	25	15,4
A veces	45	27.8
Siempre	65	40.1
Casi Siempre	27	16.7
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

*El personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas*



*Figura 4. El personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas*

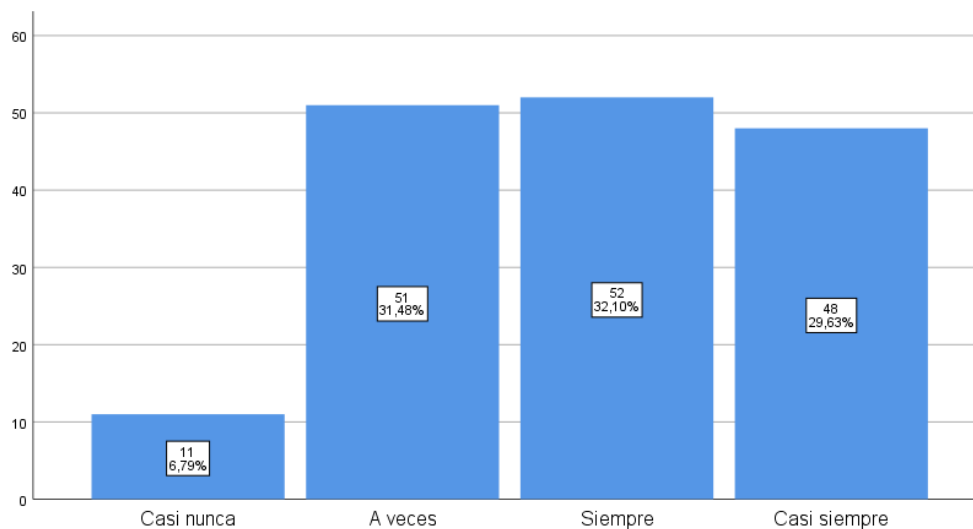
### **Interpretación**

Se observa en la tabla 4 el 40,1 % opinan que siempre el personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas, el 27.8 % mencionan a veces, otros aseguran casi siempre con el 16.7 % y el 15.4% restante casi nunca.

**Tabla 5:** . Siempre es recibido con un gesto amable y simpático cuando es atendido

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Casi Nunca	11	6.8
A veces	51	31.5
Siempre	52	32.1
Casi Siempre	48	29.6
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



**Figura 5.** Siempre es recibido con un gesto amable y simpático cuando es atendido

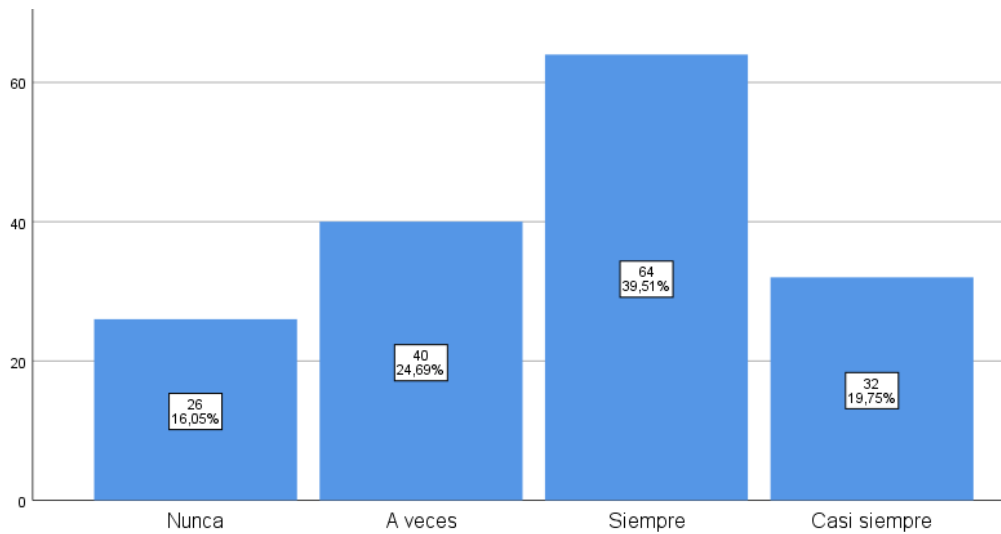
### Interpretación

En la tabla 5 se tiene el 32.1 % señalan que siempre es recibido con un gesto amable y simpático cuando es atendido, el 31.5% a veces, otros con el 29.6 % mencionan casi siempre, y casi nunca el 6.8% restante de la población encuestada.

**Tabla 6:** *El personal que atiende les presta la debida atención e interés a sus consultas*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Casi Nunca	26	16.0
A veces	40	24.7
Siempre	64	39.5
Siempre	32	19.8
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



**Figura 6.** *El personal que atiende les presta la debida atención e interés a sus consultas*

### Interpretación

Vemos en tabla 6 que el 39.5 % señalan que siempre el personal que atiende les presta la debida atención e interés a sus consultas, el 24.7 % indicó a veces, otros mencionan casi siempre con el 19.8 % y el 16.0 % restante nunca.

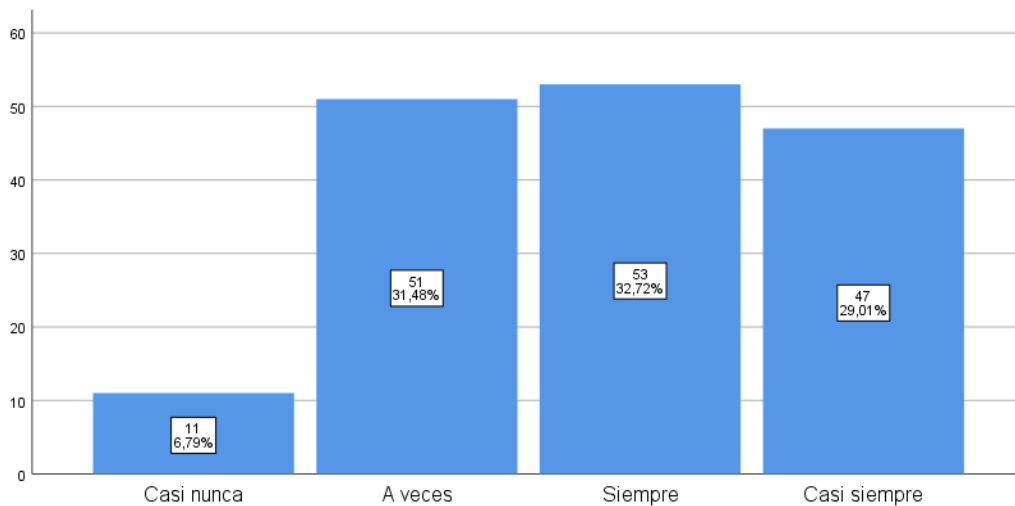
**Tabla 7:** *El personal que atiende está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Casi Nunca	11	6.8
A veces	51	31.5
Siempre	53	32.7
Casi Siempre	47	29.0
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

FIGURA 7

*El personal que atiende está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta*



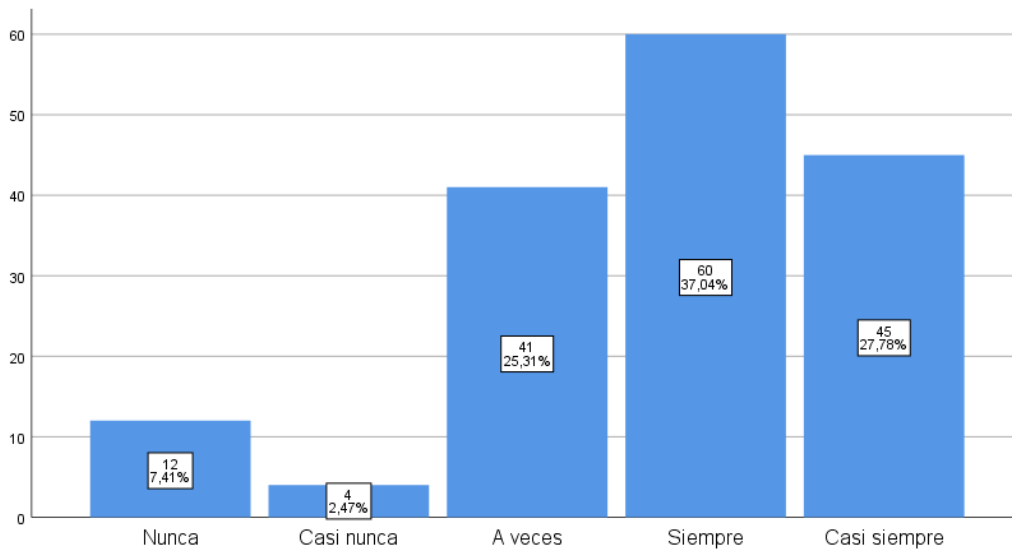
### Interpretación

En la tabla 7 se tiene el 32.7 % afirman que siempre el personal que atiende está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta, mientras que el 31.5% manifiesta a veces, otros 29% casi siempre y el 6.8% restante respondieron casi nunca.

**Tabla 8:** *Cuando ocurre cualquier incidente, la persona que atiende sabe persuadir con mucho respeto y tolerancia*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	12	7.4
Casi Nunca	4	2.5
A veces	41	25.3
Siempre	60	37.0
Casi Siempre	45	27.8
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



**Figura 8.** *Cuando ocurre cualquier incidente, la persona que atiende sabe persuadir con mucho respeto y tolerancia*

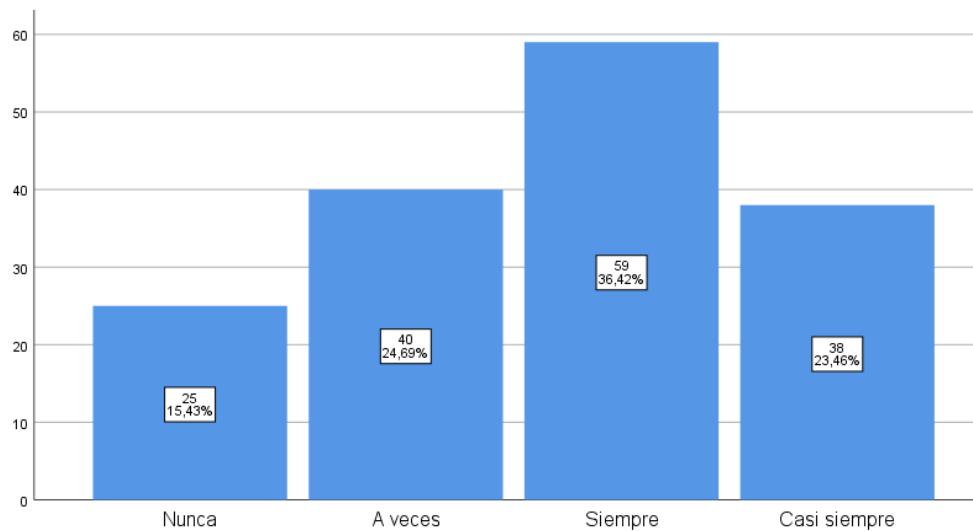
### Interpretación

Los resultados de la tabla 8 muestra el 37.0 % señalan que cuando ocurre cualquier incidente, la persona que atiende sabe persuadir con mucho respeto y tolerancia, mientras que el 27.8% aseguran casi siempre, por otro lado, el 25.3% respondieron a veces, otros 7.4 % nunca y casi nunca el 2.5% restante de la población encuestada.

**Tabla 9:** *El personal que atiende es transparente se identifica, muestra confianza y seguridad*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	25	15.4
A veces	40	24.7
Siempre	59	36.4
Casi Siempre	38	23.5
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



*Figura 9. El personal que atiende es transparente se identifica, muestra confianza y seguridad*

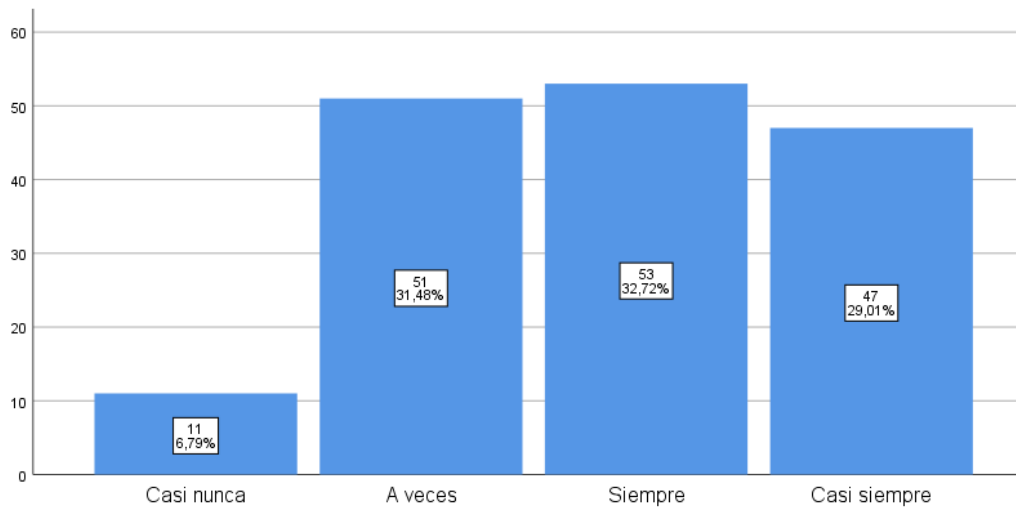
### **Interpretación**

Se muestra en la tabla 9 el 36.4 % señalan que siempre el personal que atiende es transparente se identifica, muestra confianza y seguridad, mientras que el 24.7% señaló a veces, el 23.5% casi siempre y el 15.4 % restante de la población encuestada respondió nunca.

*Tabla 10: La persona que atiende, enseña, orienta, y promueve un clima armonioso*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Casi Nunca	11	6.8
A veces	51	31.5
Siempre	53	32.7
Casi siempre	47	29.01
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



*Figura 10: La persona que atiende, enseña, orienta, y promueve un clima armonioso*

### **Interpretación**

En la tabla 10 se tiene el 32.7 % opinan que siempre la persona que atiende enseña, orienta, y promueve un clima armonioso, mientras que el 31.5 % señaló a veces, otros 29.0 % casi siempre y el 6.8 % restante mencionó casi nunca.

Tabla 11: *El personal que atiende tiene la capacidad y experiencia en la resolución de reclamos y consultas*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	12	7.4
Casi Nunca	4	2.5
A veces	41	25.3
Siempre	61	37.7
Casi Siempre	44	27.2
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

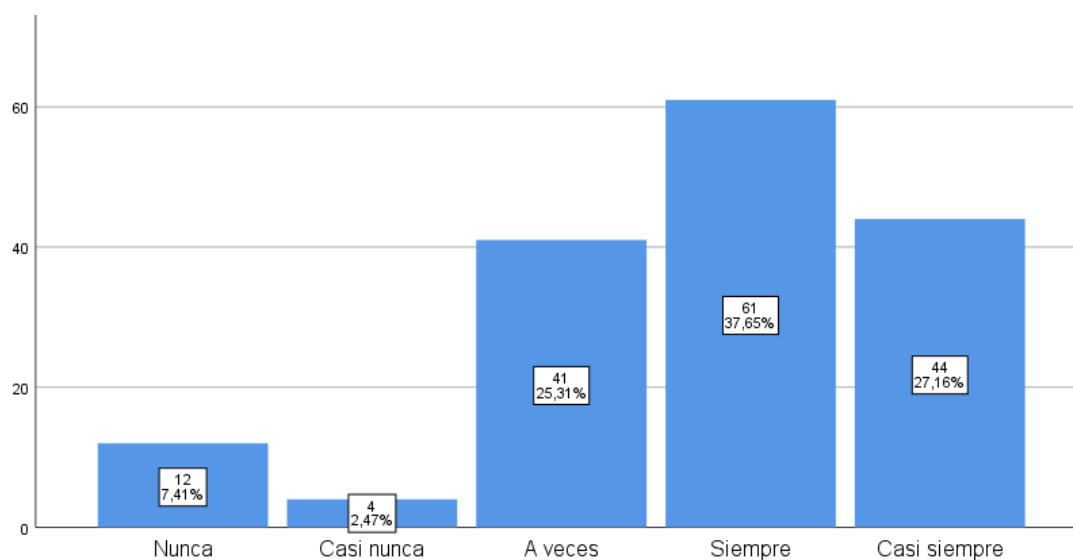


Figura 11. *El personal que atiende tiene la capacidad y experiencia en la resolución de reclamos y consultas*

### Interpretación

Se tiene en la tabla 11 el 37.7 %, indican que siempre el personal que atiende tiene la capacidad y experiencia en la resolución de reclamos y consultas, mientras que el 27.2 % mencionan casi siempre, el 25.3 % a veces, otros 7.4 % mencionan nunca y casi nunca el 2.5% restante de la población encuestada.

Tabla 12: *El personal que atiende actúa con honestidad, rectitud y es disciplinado*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Casi Nunca	25	15.4
A veces	41	25.3
Siempre	69	42.6
Casi Siempre	27	16.7
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

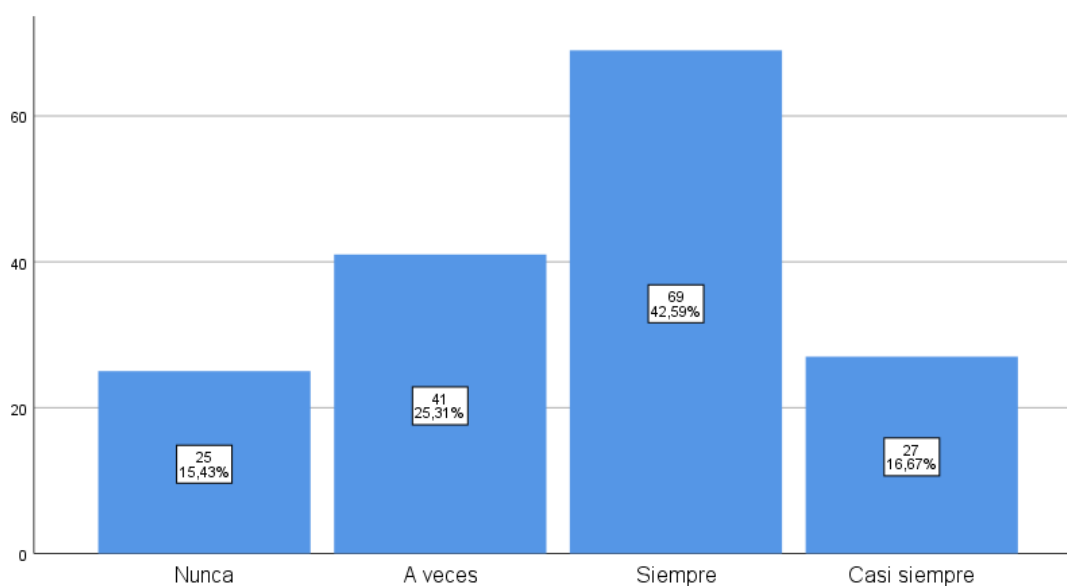


Figura 12. *El personal que atiende actúa con honestidad, rectitud y es disciplinado*

### Interpretación

Se aprecia en la tabla 12 el 42.6 % señalan que siempre el personal que atiende actúa con honestidad, rectitud y es disciplinado, mientras que el 25.3 % mencionan a veces, otros con el 16.7 % respondieron siempre y nunca el 15,4 % restante de la población encuestada.

Tabla 13. *Recibe respuestas veraces y objetivas ante una orientación y/o consulta o un reclamo*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Casi Nunca	11	6.8
A veces	51	31.5
Siempre	53	32.7
Casi Siempre	47	29.0
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

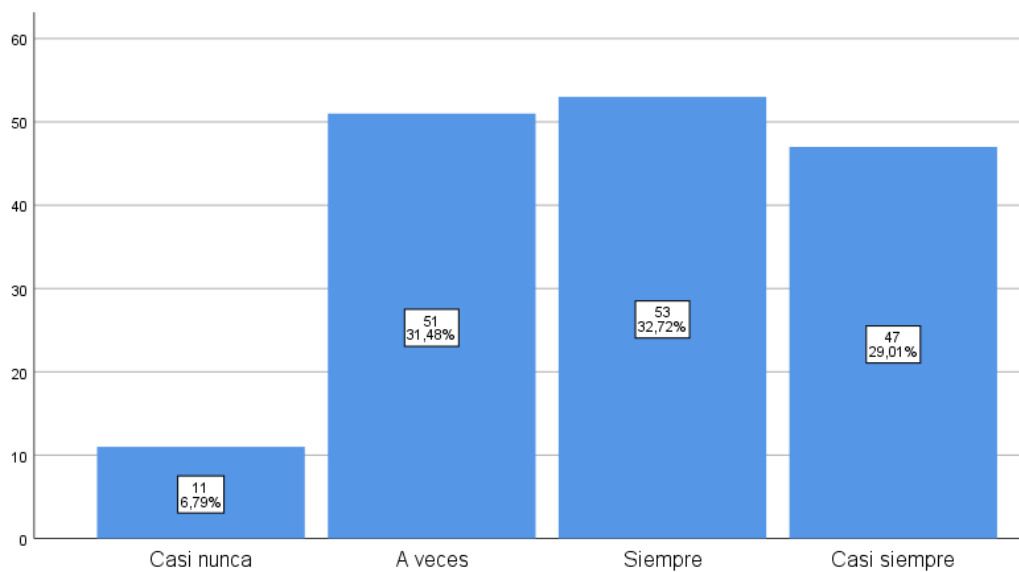


Figura 13. *Recibe respuestas veraces y objetivas ante una orientación y/o consulta o un reclamo*

### Interpretación

En la tabla 13 se muestra el 32.7 % afirman que siempre recibe respuestas veraces y objetivas ante una orientación y /o consulta o un reclamo mientras que el 31.5 % aseguran a veces, otros con el 29.0 % respondieron siempre y casi nunca el 6.8 % restante de la población encuestada.

Tabla 14. *Le genera confianza y seguridad en la atención recibida*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	12	7.4
Casi Nunca	4	2.5
A veces	42	25.9
Siempre	60	37.0
Casi Siempre	44	27.2
Total	62	100.0

. Fuente: Base de datos de las variables de estudio

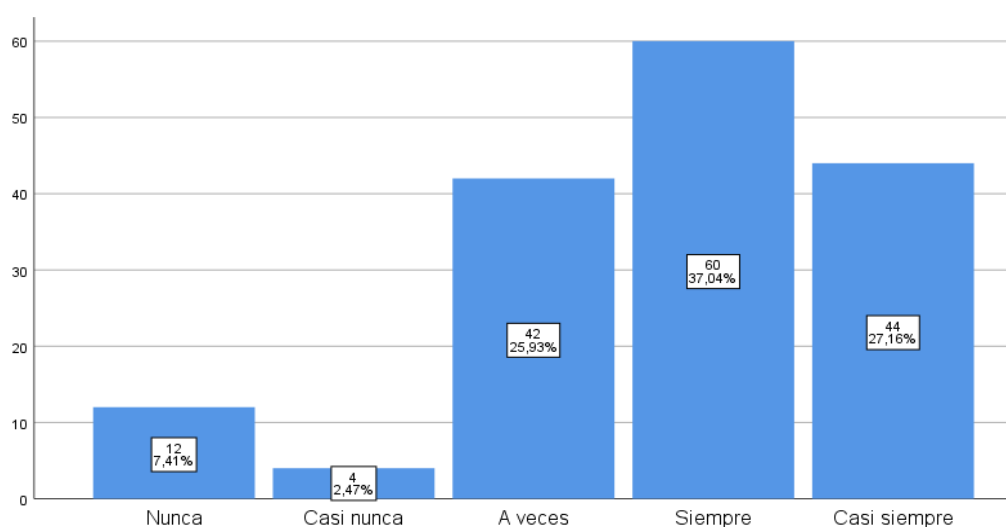


Figura 14. *Le genera confianza y seguridad en la atención recibida*

### Interpretación

Se muestra en la tabla 14 que el 37.0 % indican siempre le genera confianza y seguridad en la atención recibida, otros respondieron casi siempre con el 27.2 %, a veces con el 25.9 %, el 7.4% respondieron nunca y casi nunca el 2.5 % restante de la población encuestada.

Tabla 15. *Le satisface el servicio a través de los teléfonos fijos y celulares*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	25	15.4
A veces	40	24.7
Siempre	60	37.0
Casi Siempre	37	22.8
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

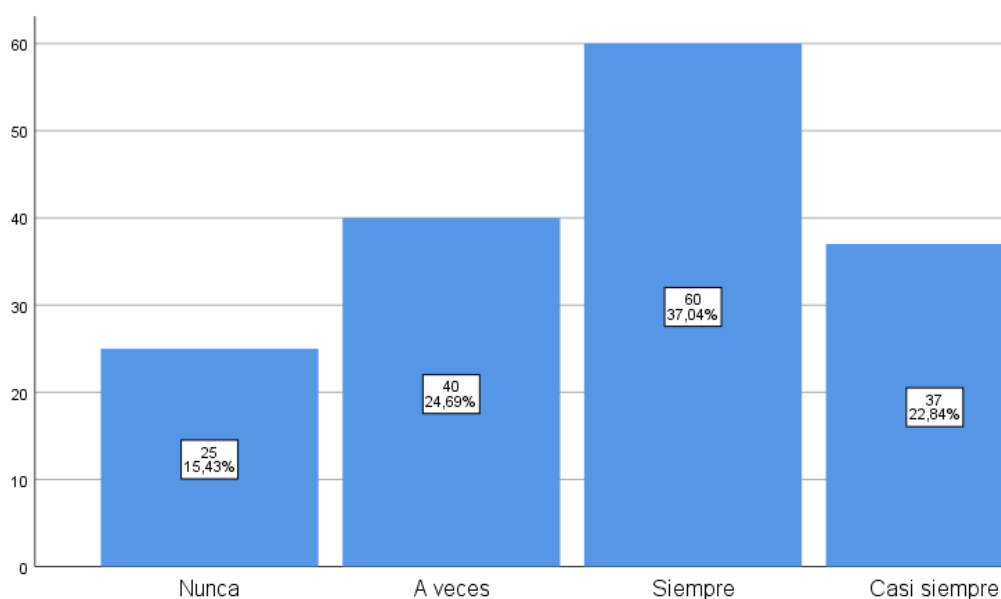


Figura 15. *Le satisface el servicio a través de los teléfonos fijos y celulares*

### Interpretación

En la tabla 15 se tiene el 37.0 % de los encuestados señalan que siempre le satisface el servicio a través de los teléfonos fijos y celulares, el 24.7 % señaló a veces, otros respondieron casi siempre con el 22.8 % y nunca el 15.4 % restante de la población encuestada.

Tabla 16. *Es atendido cordialmente a través de la línea telefónica y recibe la información adecuada*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Casi Nunca	11	6.8
A veces	52	32.1
Siempre	52	32.1
Casi Siempre	47	29.0
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

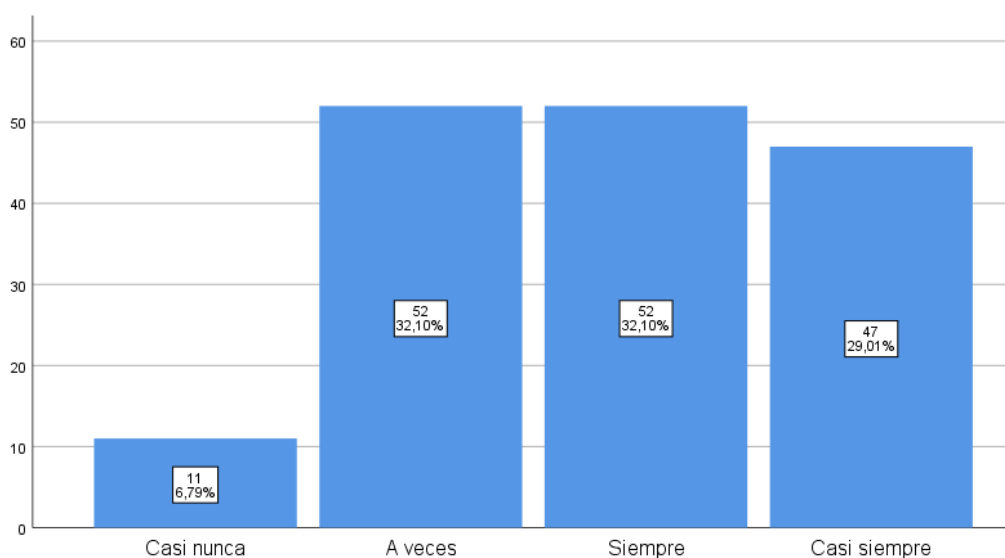


Figura 16. *Es atendido cordialmente a través de la línea telefónica y recibe la información que necesita*

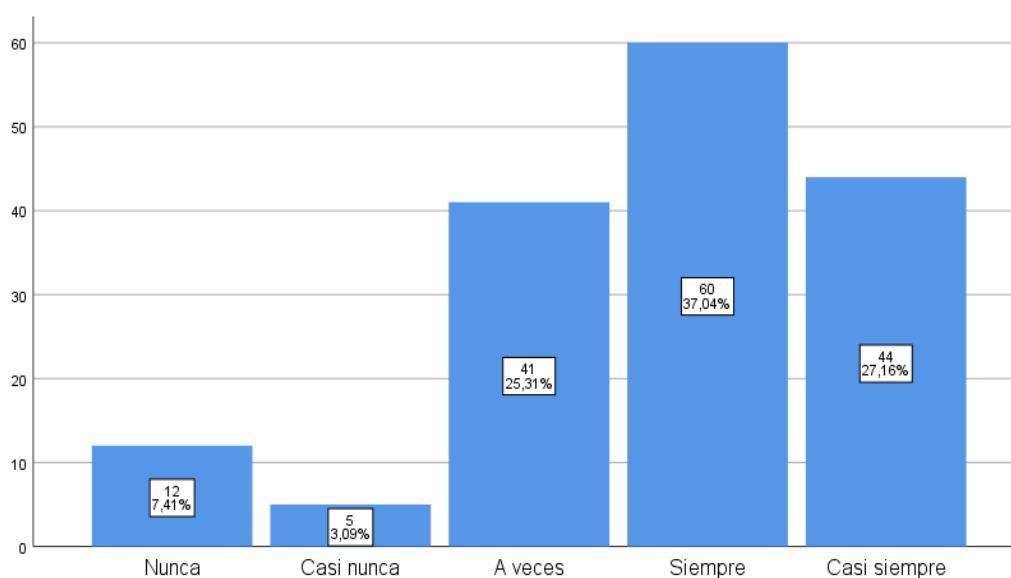
### Interpretación

Vemos en la tabla 16 el 32.1 % opinan que siempre es atendido cordialmente a través de la línea telefónica y recibe la información que necesita, asimismo otros 32.1 % respondieron a veces, otros con el 29.0% mencionan casi siempre y casi nunca el 6.8 % restante de la población encuestada.

*Tabla 17. Recibe atención a través de las redes sociales*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	12	7.4
Casi Nunca	5	3.1
A veces	41	25.3
Siempre	60	37.0
Casi Siempre	44	27.2
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



*Figura 17. Recibe atención a través de las redes sociales*

### **Interpretación**

Se muestra en la tabla 17 el 37.0 % que siempre recibe atención a través de las redes sociales, el 27.2 % casi siempre, otros 25.3% mencionaron a veces, con el 7.4% respondieron nunca y casi nunca el 3.1 % restante de la población encuestada.

Tabla 18. *La empresa cuenta con una página web actualizada*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	26	16.0
A veces	40	24.7
Siempre	64	39.5
Casi Siempre	32	19.8
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

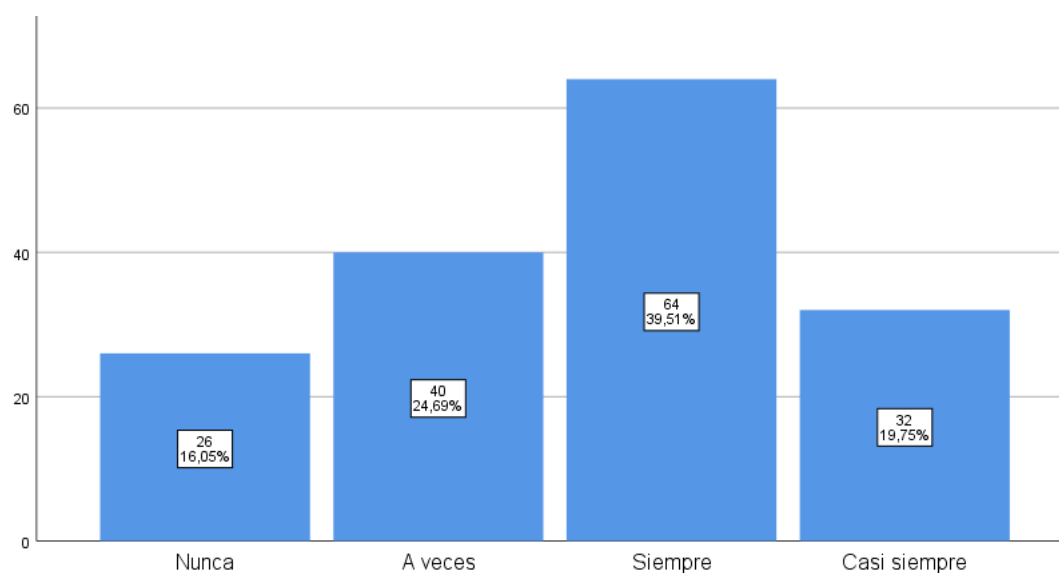


Figura 18. *La empresa cuenta con una página web actualizada*

### Interpretación

En la tabla 18 se tiene el 39,5 % opinan que siempre la empresa cuenta con una página web actualizada, el 24.7 % menciona a veces, otros con el 19.8% respondieron casi siempre y nunca el 16.0 % restante de la población encuestada.

Tabla 19. *Es eficiente la atención a través de las redes sociales*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Casi Nunca	11	7.4
A veces	52	32.1
Casi siempre	52	32.1
Siempre	47	29.0
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

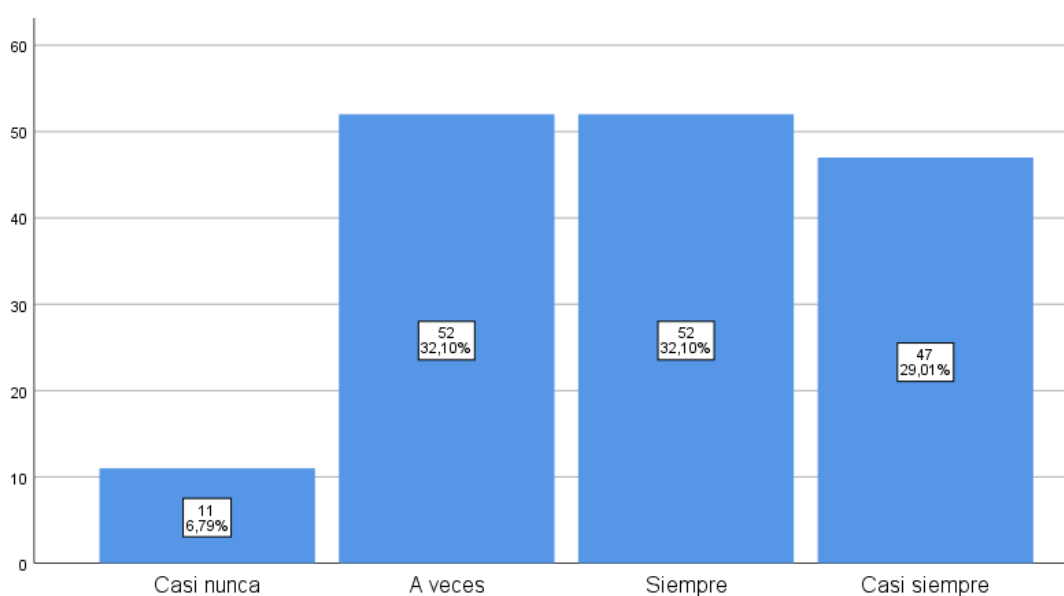


Figura 19. *Es eficiente la atención a través de las redes sociales*

### Interpretación

Se observa en la tabla 19 que el 32.1 % indican que siempre es eficiente la atención a través de las redes sociales, asimismo otros 32.1 % menciona a veces, con el 29.0% respondieron casi siempre y casi nunca el 6.8 % restante de la población encuestada.

Tabla 20. *El personal de atención está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	12	8.0
Casi Nunca	4	2.5
A veces	41	25.3
Siempre	61	37.0
Casi Siempre	44	27.2
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

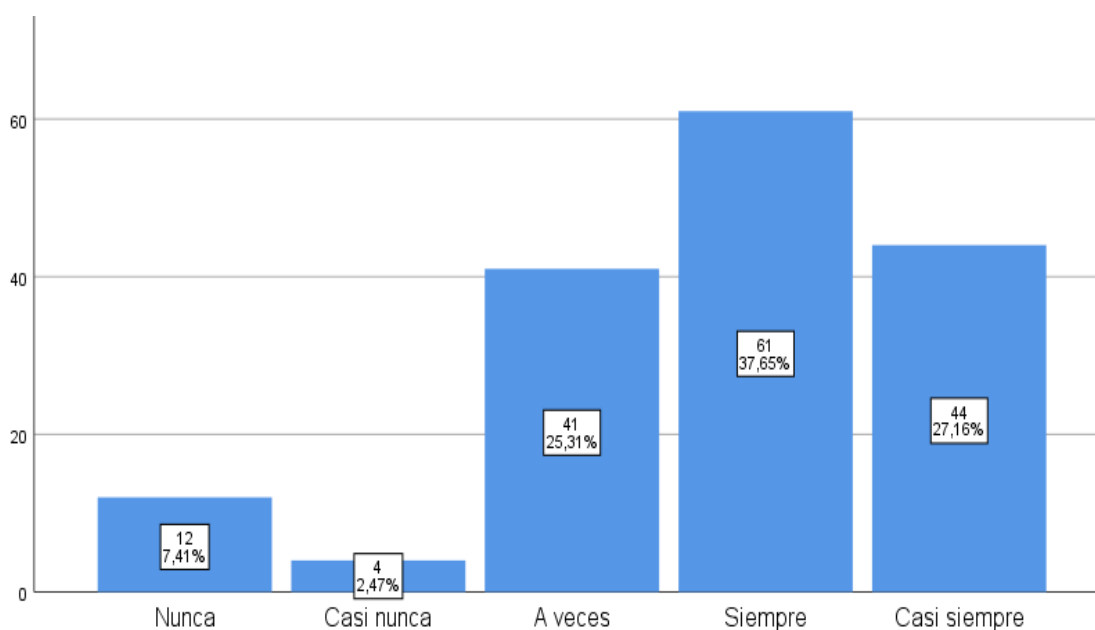


Figura 20. *El personal de atención está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación*

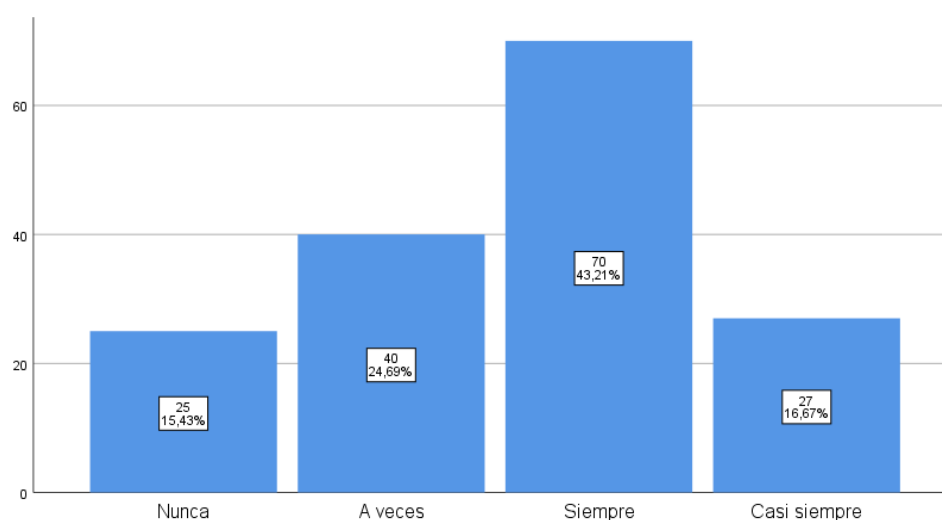
### Interpretación

En la tabla 20 se muestra el 37.7 % señalan que siempre el personal que lo atiende está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación, con el 27.2% indican casi siempre, el 25.3 % a veces, el 7,4% respondieron nunca y casi nunca un 2.5% restante de la población encuestada.

*Tabla 21. Es atendido de forma inmediata y dan solución a sus consultas o algún reclamo*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	25	15.4
A veces	40	24.7
Siempre	70	43.2
Casi Siempre	27	16.7
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



*Figura 21. Es atendido de forma inmediata y dan solución a sus consultas o algún reclamo*

### **Interpretación**

En la tabla 21, se observa el 39.5 % mencionan que casi siempre es atendido de forma inmediata y dan solución a sus consultas o algún reclamo, 27.8% indicaron a veces, otros 16.7 % siempre, el 15.4% manifiestan nunca y casi nunca el 0.6% restante de la población encuestada.

Tabla 22. *Le satisface la atención personalizada, y cubre sus expectativas*

ESCALA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nunca	25	15.4
A veces	40	24.7
Siempre	69	42.6
Casi Siempre	28	17.3
Total	162	100.0

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

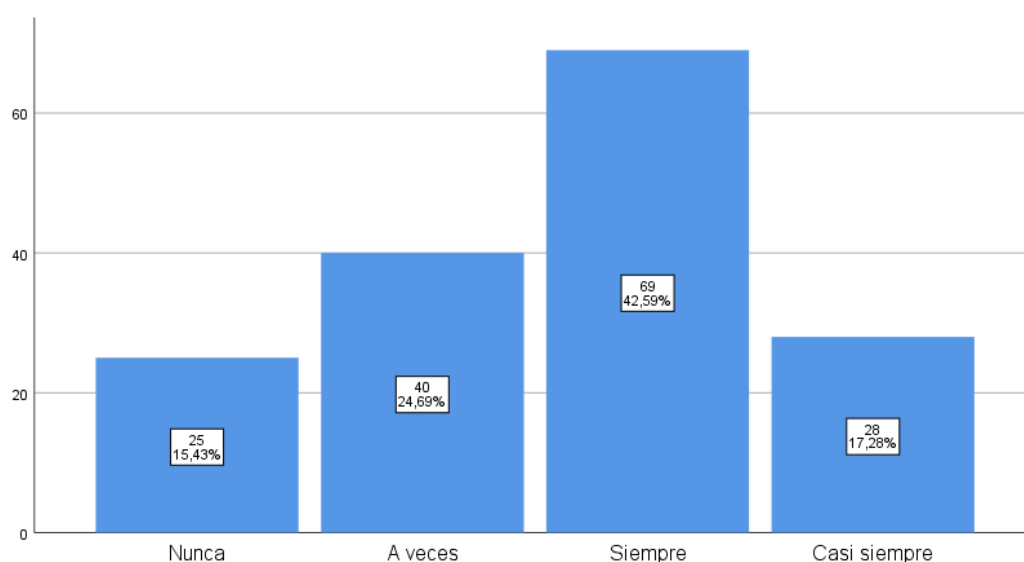


Figura 22. *Le satisface la atención personalizada, y cubre sus expectativas*

### Interpretación

En la tabla 22, nos muestra a un 37.0 % señalando que casi siempre le satisface la atención personalizada, y cubre sus expectativas, el 25.9 % indicaron a veces, otros 27.2 % dijeron siempre, 7.4% manifiestan nunca y casi nunca el 2.5% restante de la población encuestada.

Tabla 23. *Relación de las habilidades blandas con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021*”

		V1Habilidades blandas (Agrupada)	
Rho de Spearman	V1Habilidades blandas (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	162
	V2Atención al cliente (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,894**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	162

### Correlaciones

		V2Atención al cliente (Agrupada)	
Rho de Spearman	V1Habilidades blandas (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,894**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	162
	V2Atención al cliente (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	162

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

La tabla 23 denota una correlación de 0,894 con un valor Sig<0,05 se acepta la hipótesis alternativa. Se afirma que las habilidades blandas tienen una relación directa moderada significativa con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021”

#### 4. ANALISIS Y DISCUSIÓN

##### 1. Fundamentar que las habilidades blandas se relacionan con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021”

Se demuestra la relación directa moderada significativa entre las dos variables estudiadas con correlación de 0,894 valor Sig<0,05 en la tabla 23, mientras más se fortalezca las habilidades blandas será más eficiente la atención al cliente del área comercial (...), se comprueba con la tabla 5, en la cual el 32.1 % de los encuestados indicaron que siempre es recibido con un gesto amable y simpático cuando es atendido, en la tabla 13 el 32.7 % de los encuestados señalan que siempre recibe respuestas veraces y objetivas ante una orientación y /o consulta o un reclamo, como **Pinedo, (2021)**, en su investigación halló un coeficiente de relación de Rho de Spearman de 0,636 con una significancia del 0,000 representa una correlación positiva moderada, de las habilidades blandas y el servicio al cliente (...). con un nivel de aplicación de las habilidades blandas en 66,7%, y el nivel de la calidad de servicio con 63,3%, alta, también **Chinchay, (2020)**, demuestra la relación entre la calidad de servicio y las habilidades blandas de los vendedores de la empresa Detecin S.A.C. con un coeficiente de 0,841. Resalta que las habilidades blandas estimulan a mejorar las relaciones entre los vendedores y clientes; fortalece la atención al cliente logrando la satisfacción y fidelización de los clientes; también favorece el incremento de las ventas y la recuperación de los clientes, igualmente **Castro, (2020)**, obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman con un grado de ,810 indicando una relación positiva alta entre habilidades blandas y capacidad emprendedora en colaboradores (...), esto significa mientras más fortalezcan sus habilidades blandas los colaboradores del área de atención al cliente, mejorará su capacidad emprendedora.

*En relación a los hallazgos, se afirma que existe una relación directa significativa, puesto que si la empresa pone mayor énfasis en fortalecer y mejorar las habilidades blandas logrará optimizar la atención al cliente del área comercial, para ello se tiene que aplicar estrategias de habilidades blandas y desarrollarlo con todos los trabajadores de la empresa.*

## **2. Identificar si existe habilidades blandas en el personal del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021**

De acuerdo a los resultados hallados se establece que existe habilidades blandas en el personal del área comercial (...) pero no es el óptimo, se muestra en la tabla 1 sólo un 42.6 % de las personas encuestadas, señala el personal que atiende siempre es empático, comprende y es amable, de igual forma en la tabla 7 sólo el 32.7 % afirma el personal que atiende siempre está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta, también en la tabla 10 sólo el 32.7 % afirman siempre la persona que atiende enseña, orienta y promueve un clima armonioso, estos resultados coinciden con **Granda, (2018)**, quien establece la importancia de aplicar las habilidades blandas en el servicio al cliente en cuanto a la comunicación emocional, las relaciones interpersonales, la competencia emocional y la empatía que ayudaran a mantener mayor relación los trabajadores con los clientes logrando una organización más competitiva en el mercado; también **Cordero, et al , (2020)**, realizó la propuesta de un modelo para el fortalecimiento de habilidades blandas en el servidor público del municipio de Loja, y demostró la importancia de las habilidades blandas en el sector laboral para generar productividad en diferentes sectores de producción ya sean estos públicos o privados y **Chaca, (2022)**, demostró la relación de las habilidades blandas en el desempeño laboral de los trabajadores administrativos (...) hallando una relación significativa con las habilidades de resolución de problemas, la adaptabilidad, autoconfianza, comunicación efectiva y la proactividad, es decir, si estas habilidades mejoran se logrará un desempeño eficiente en el trabajo remoto de los trabajadores administrativos de (...)

*Se precisa la gran importancia hoy en día de las habilidades blandas; por lo que es imprescindible su estudio desde una perspectiva multidisciplinaria, y así el personal del área comercial de (...) tengan un conocimiento más amplio de las ventajas de las habilidades blandas en las actividades de atención al cliente.*

### **3. Detallar la atención al cliente que existe en el área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021**

En relación a los hallazgos, se detalla la atención al cliente que existe en el área comercial (...), se evidencia en la tabla 19 sólo el 32.1 % de las personas encuestados mencionan que siempre es eficiente la atención a través de las redes sociales, también en la tabla 20 sólo el 37.7 % aseguran que el personal de atención siempre está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación y en la tabla 22, sólo 37.0 % señalan que casi siempre le satisface la atención personalizada, y cubre sus expectativas; lo expresado coincide con el estudio de **Arias, ( 2020)**, quien menciona que es importante el desarrollo y fortalecimiento de las habilidades blandas para dar una buena atención a los clientes, influenciada por la forma de atender al cliente, la predisposición y forma de comunicarse con el cliente. El área de servicio al cliente es el lugar sensible donde siempre existen cantidad de quejas e insatisfacciones, por tal motivo la Universidad el Bosque para enfrentar al COVID-19 como solución implementó el trabajo virtual, con la finalidad de mejorar sus servicios académicos y administrativos propiciando satisfacción a los clientes utilizando Tecnologías de Información y Comunicación TIC's., y **Gaitan, (2017)**, en su proyecto de mejora del servicio al cliente, analizó en primer lugar la comunicación interna factor importante para una buena relación de la empresa con los clientes externos a nivel nacional, estableciendo estrategias para mejorar el servicio al cliente. También encontró fallas en la tecnología lo que dificulta el desarrollo óptimo de las actividades laborales.

*Se respalda lo afirmado por los autores puesto que el cliente interno y externo es la fuente de ingreso de la organización, por tanto es muy importante invertir en la mejora del servicio al cliente para poder conseguir la satisfacción del mismo e incrementar los ingresos económicos que favorece el crecimiento de la empresa.*

#### **4. Demostrar que las habilidades blandas mejoran la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021**

El resultado de la tabla 4, sólo el 40,1 % de los clientes encuestados señalan que siempre el personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas, también en la tabla 6, el 39.5% señalan que siempre el personal que lo atiende le presta la debida atención e interés a sus consultas, en la tabla 15 sólo el 37 % de los encuestados señalan que siempre le satisface la atención a través de los teléfonos fijos y celulares, y en la tabla 16 el 32.1 % mencionan que siempre es atendido cordialmente a través de la línea telefónica y recibe la información que necesita, se sustentan en **Morales, (2021)**, quien en su plan de habilidades blandas propuso estrategias para mejorar la comunicación organizacional en los colaboradores de la Gerencia Regional de Educacion Lambayeque-2019, se logró el compromiso del personal en mejorar las relaciones interpersonales y la comunicación, de igual manera **Paredes, (2021)**, diseñó un plan de capacitación de habilidades blandas para mejorar la calidad del servicio de la hostería “Quinta Colorada (...). Con el diagnóstico de mejora profesional y personal de los colaboradores se establece que la capacitación en habilidades blandas mejora la atención al cliente, también **Walpurga, (2020)**, con la finalidad de mejorar la atención al cliente, desarrolló un plan de capacitación en habilidades blandas para los asistentes del ISEM quienes tienen mayor contacto con los clientes, es así que, luego de implementar las acciones sugeridas disminuyó la cantidad de quejas por parte de los clientes, concluyendo que las capacitaciones ayudaron a los asistentes a mejorar el trato cordial y de manera correcta a los clientes. *El área de atención al cliente es un área álgida en el cual el personal debe de estar preparado para saber afrontar diversas situaciones que se presenten y capacitarse en las habilidades blandas, fortalecerán sus actitudes y la inteligencia emocional para un buen desempeño y atención a los clientes.*

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

1. De acuerdo con los resultados de la tabla 23 se comprueba la relación que existe entre las dos variables estudiadas, con un Rho de Spearman de 0,894, valor  $\text{Sig} < 0,05$  con lo que se confirma la hipótesis “Las habilidades blandas relacionan significativamente con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021”, siendo muy notorio que un mejor manejo de las habilidades blandas conllevará a los trabajadores a brindar una atención de calidad.
2. Se establece que el personal del área comercial (...) desarrolla las habilidades blandas, pero existe cierto porcentaje de los trabajadores que necesitan conocer la gran importancia de la práctica de las habilidades blandas en la atención a los clientes. De acuerdo a los resultados hallados en la tabla 1 sólo un 42.6 % afirma el personal que atiende siempre es empático, comprende y es amable, también se confirma en la tabla 7 donde sólo el 32.7 % opina el personal que atiende siempre está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta, y en la tabla 10 sólo el 32.7 % señala siempre la persona que atiende enseña, orienta y promueve un clima armonioso. Estos resultados reflejan las deficiencias y carencias que presenta el personal del área comercial en cuanto a la importancia que tiene las habilidades blandas en la atención al cliente.
3. Se concluye que la atención que brinda el personal del área comercial (...), no es de calidad, menos del 50% está conforme con la atención recibida, se evidencia en la tabla 19 donde sólo el 32.1 % de los clientes mencionaron que siempre es eficiente la atención a través de las redes sociales, también en la tabla 20 sólo el 37.7 % afirmaron que el personal de atención siempre está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación; este resultado conlleva a tener un buen porcentaje de insatisfacción de los clientes, se muestra en la tabla 22, en donde sólo 37.0 % señala casi siempre le satisface la atención personalizada, y cubre sus expectativas. La insatisfacción y descontento que aún existe es consecuencia de la falta de conocimiento y práctica de las habilidades blandas por todo el personal del área comercial (...).

4. Con los resultados hallados se concluye que el personal que atiende en el área comercial (...) no es totalmente eficiente, no existe una buena comunicación con los clientes, se evidencia en la tabla 4, sólo el 40,1 % señalan que siempre el personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas, así mismo existe inconformidad de los clientes, se ve en la tabla 6, donde sólo el 39.5% señalan siempre el personal que lo atiende le presta la debida atención e interés a sus consultas, tampoco reciben una atención adecuada por el teléfono, se comprueba en la tabla 15, sólo el 37% señalan que siempre le satisface la atención a través de los teléfonos fijos y celulares y en la tabla 16 sólo el 32.1 % opinan que siempre es atendido cordialmente a través de la línea telefónica y recibe la información que necesita.

## **5.2 Recomendaciones**

1. Los directivos de la empresa la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, deben realizar acciones de sensibilización, capacitaciones y talleres a nivel organizacional enfocado a promover y reforzar la práctica de las habilidades blandas resaltando su importancia y valor para generar un clima laboral satisfactorio con todos los componentes de la organización especialmente con los clientes.
2. Para mejorar las habilidades blandas, es necesario que el jefe inmediato del área comercial de la empresa minera (...) en coordinación con la Oficina de Recursos Humanos, deben establecer talleres psicológicos cada cierto tiempo para la evaluación y diagnóstico del estado emocional de los trabajadores, también elaborar un plan de capacitaciones para promover y fortalecer la práctica de las habilidades blandas.
3. El jefe del área debe de establecer reuniones semanales con su equipo de trabajo para identificar las falencias y establecer estrategias para mejorar la atención a través de las redes sociales, líneas telefónicas, atención personalizada, asimismo establecer ambientes cordiales de trabajo que servirán para mejorar las relaciones interpersonales e incrementar la eficiencia en la atención al cliente.

## **6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Amitai. ([s.f.]). Obtenido de Honestidad: <https://www.amitai.com/es/honestidad-en-el-trabajo/>
- Argüeso, J. (2022). *Habilidades sociales*. Obtenido de Neuron Academy: <https://www.neuronup.com/actividades-de-neurorrehabilitacion/actividades-para-habilidades-sociales/habilidades-sociales-definicion-tipos-ejercicios-y-ejemplos/>
- Arias, L. (2020). *Desarrollo de las habilidades blandas para la atención virtual de la Universidad el Bosque*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá - Colombia. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/36787/AriasCadenaLauraAng%C3%A9lica2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bino, R. (2016). *Inteligencia emocional y atención al cliente*. Tesis de Grado, Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Guatemala. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2016/05/43/Bino-Ross.pdf>
- Carranza, J. (2022). *Habilidades blandas y desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ferretería & Industrias Jheyson SAC, 2021*. Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas., Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza Amazonas, Chachapoyas - Perú. Obtenido de <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2756/Carranza%20Delgado%20Jeimy.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro, R. (2020). *Habilidades Blandas, que son y porque son importantes*. Obtenido de <https://dpersonas.com/2020/01/31/habilidades-blandas-que-son-y-por-que-son-importantes/>
- Castro, S. (2020). *Habilidades Blandas y Capacidad Emprendedora en Colaboradores del área de atención al cliente de un Call Center de Ate*. Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Psicología, Universidad Cesar Vallejo, Lima - Perú. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/60346/Castro\\_GSG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/60346/Castro_GSG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chaca, A. y. (2022). *Habilidades blandas y desempeño laboral de los trabajadores administrativo en el trabajo remoto Escuela de Posgrado Huancayo, 2021*. Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Recursos Humanos y Gestión Irganizacional, Universidad Continental, Huancayo - Perú. Obtenido de [repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10572/1/IV\\_PG\\_MRH\\_GO\\_TE\\_Chaca\\_Contreras\\_2022.pdf](repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10572/1/IV_PG_MRH_GO_TE_Chaca_Contreras_2022.pdf)
- Chinchay, V. (2020). *La calidad de servicio y su relación con las habilidades blandas de los vendedores de la empresa DETECIN SAC Lima*. Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas, Universidad Científica del Sur, Lima, Perú. Obtenido de

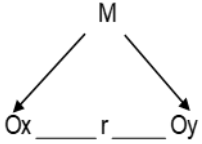
- <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/2070/TL-Chinchay%20M-Ext.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chinchay, V. (2020). *La calidad de servicio y su relación con las habilidades blandas de los vendedores de la empresa DETECIN SAC-Lima 2020*. Tesis para optar el título profesional de Administración de Empresas, Universidad Científica, Lima - Perú. Obtenido de <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/2070/TL-Chinchay%20M-Ext.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cordero, A. Córdova, Moreira, M. y Quevedo J. (2020). *Habilidades blandas un factor de competitividad en el perfil del servidor público* (45 ed., Vol. 5). Loja, Ecuador: Tecnológico Sudamericano. Obtenido de [file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-HabilidadesBlandasUnFactorDeCompetitividadEnElPerf-7506213%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-HabilidadesBlandasUnFactorDeCompetitividadEnElPerf-7506213%20(2).pdf)
- Douglas, D. S. (2020). *Atención al Cliente*. Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Escamilla, R. Segovia, A. Blanco, M. Mendoza, J. (23 de setiembre de 2021). *Habilidades blandas y el servicio al cliente en tiempos de COVID-19*. *Daena International Journal*. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v16-n2/A2.16\(2\)1-23.pdf](http://www.spentamexico.org/v16-n2/A2.16(2)1-23.pdf)
- Gabriel, R. (30 de noviembre de 2019). *Las habilidades blandas y la atención al cliente*. *El Peruano*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/87077-las-habilidades-blandas-y-la-atencion-al-cliente>
- Gaitan, N. (2017). *Proyecto de mejora de servicio al cliente en la empresa distribuciones AC SAS*. Trabajo para optar el título profesional en Administrador de Empresas, Universidad Santo Tomas, Bogotá - Colombia. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9132/GaitanNubia2017.pdf>
- Granda, G. (2018). *Habilidades blandas aplicadas en el servicio al cliente como fuente de ventajas competitivas de la empresa del sector de comercialización de electrodomésticos*. Tesis de Maestría en Administración de Empresas, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito - Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6132/1/T2636-MAE-Granda-Habilidades.pdf>
- Hernandez R y Mendoza P. (2018). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Iberdrola (2020). *Habilidades blandas*. Obtenido de *Habilidades blandas*: <https://www.iberdrola.com/talento/habilidades-blandas>
- Kleima, R. (2022). *Atención al cliente*. Obtenido de Tiendanube blog: <https://www.tiendanube.com/blog/que-es-servicio-atencion-cliente/>
- Maestra Online*. (2020). Obtenido de *Habilidades sociales y tipos de conducta*: <https://maestraonline.es/habilidades-sociales-y-los-tipos-de-conducta/>
- Maldonado, A. ([s.f.]). *Importancia de las habilidades blandas*. Obtenido de EFE: <https://grupoconsultorefe.com/recursos/articulo/la-importancia-de-las-habilidades-blandas>

- Mejía, B. (2011). *Benjaminmejia's blog*. Obtenido de Los clientes piden sinceridad: <https://benjaminmejia.wordpress.com/2011/09/26/los-clientes-piden-sinceridad/>
- Meza, J. (2020). *Habilidades interpersonales*. Obtenido de P&A GROUP: <https://grupo-pya.com/habilidades-interpersonales-candidatos-evaluarlas/>
- Morales, O. (2021). *Habilidades blandas como estrategia para mejorar la comunicación organizacional en los colaboradores de la Gerencia Regional de Educación Lambayeque 2019*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Señor de Sipán, Lambayeque - Perú. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8696/Morales%20Farro%20Orlando%20Alexander.pdf?sequence=1>
- Moreno, J. (2021). *Gestión de Clientes*. Obtenido de Hubspots: <https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente>
- Paredes, J. J. (2021). *Habilidades blandas y calidad de servicio al cliente de la Hostería "Quinta Colorada" del Canton Lacatunga Provincia de Cotopaxi*. Examen complejo previo a la obtención del título de Ingeniería en Empresas y Administración de Negocios, Ambato- Ecuador. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/12280/1/TUAEXCOMA DM003-2021.pdf>
- Peralta, X. (2022). *Tipos de atención al cliente*. Obtenido de <https://www.pymerrang.com/marketing-y-redes/1041-como-hacer-un-plan-de-marketing-digital-sin-ser-especialista-en-marketing>
- Perez, A. (2016). *Business School*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/por-que-son-importantes-las-habilidades-intrapersonales-en-un-lider>
- Pinedo, K. (2021). *Habilidades blandas y servicio al cliente en la empresa Constructora del Oriente E y K S.A.C, Tarapoto*. Tesis para optar el grado académico de Maestra en Administración de Negocios, Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto - Perú. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66389/Pinedo\\_FKM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66389/Pinedo_FKM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pozo, J. (2022). *El viaje del cliente*. Obtenido de Atención al cliente: <https://elviajedelcliente.com/academia/servicio-al-cliente-customer-service/>
- Ramos, A. Bustamante, P. (28 de agosto de 2019). Estrategia de desarrollo de competencias blandas para mejorar el liderazgo en los supervisores de ventas del call center de Arequipa. *EPISTEMIA*, 3(2). Obtenido de <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/1120/956>
- Sanchis, S. (2020). *Psicología Online*. Obtenido de las competencias blandas deseables de los trabajadores
- Significados*. (s.f.). Recuperado el 12 de junio del 2022, de Significados: <https://www.significados.com/veracidad/>

- Universidad Camilo José Cela.* (2019). Obtenido de Habilidades de la comunicación:  
<https://master-comunicacion.es/blogmastercomunicacion/4-habilidades-de-la-comunicacion/>
- Universidad Internacional de Valencia.* (2016). Obtenido de Habilidades interpersonales en el desarrollo profesional:  
<https://www.universidadviu.com/pe/actualidad/nuestros-expertos/las-habilidades-interpersonales-en-el-desarrollo-profesional>
- Walpurga, A. (2020). *Plan de mejora en la atención al cliente para una empresa de capacitación en temas de seguridad.* Trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima - Perú. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/fd1e21ed-7d05-41fc-9d7d-f72dc54f457c/content>

## **7. ANEXOS**

**ANEXO 1**  
**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿De qué manera las habilidades blandas se relacionan con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>1. Fundamentar que las habilidades blandas se relacionan con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021”</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>1.- Identificar si existe habilidades blandas en el área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021</p> <p>2.- Detallar la atención al cliente que existe en el área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021</p> <p>3.- Demostrar que las habilidades blandas mejoran la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Las habilidades blandas se relacionan significativamente con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021</p>	<p><b>Población</b></p> <p>6 trabajadores del área comercial 280 proveedores</p> <p><b>muestra</b></p> <p>Se obtendrá aplicando la fórmula estadística</p>	<p>La metodología para aplicar será de tipo descriptivo correlacional, con el objeto de establecer la relación que existe entre las habilidades blandas y la atención al cliente</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Donde:</p> <p><b>M</b> = Representa la muestra de estudio.</p> <p><b>Ox</b> = Representa los datos de la variable habilidades blandas</p> <p><b>Oy</b> = Representa los datos de la variable atención al cliente</p> <p><b>r</b> = Indica el grado de correlación entre ambas variables.</p>

**ANEXO 2**  
**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Items</b>
<b>Habilidades blandas</b>	<p><b>Maldonado, ( [s.f.]</b>), menciona que las habilidades blandas o soft skills son aquellas capacidades que posee una persona y que le permiten poder comunicarse o poder interactuar con otras de una manera clara, precisa, efectiva y enfocada principalmente al trabajo, pero también tienen un fuerte vínculo con la vida diaria.</p>	<p>Es el conjunto de habilidades sociales, comunicativas, de comportamiento y de relaciones interpersonales, que se desarrollan con la finalidad de brindar una atención certera y convincente a los clientes.</p>	Habilidades sociales	<b>Empatía</b>	1. ¿El personal que atiende, es empático, comprende y es amable?
				<b>Inteligencia emocional</b>	2. ¿Sabe conducirse y fundamenta bien sus ideas la persona que atiende?
				<b>Capacidad de escuchar</b>	3. ¿Escucha atentamente y es eficiente el personal que lo atiende?
			Habilidades de comunicación	<b>Comunicación verbal</b>	4. ¿El personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas?
				<b>Comunicación no verbal</b>	5. ¿Es recibido con un gesto amable y simpático cuando lo atienden?
				<b>Pasivo</b>	6. ¿El personal que atiende le presta la debida atención e interés a sus consultas?
				<b>asertivo</b>	7. ¿El personal que atiende está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta?
			Habilidades de relaciones interpersonales	<b>Respeto y tolerancia</b>	8. ¿Cuándo ocurre cualquier incidente, la persona que atiende sabe persuadir con mucho respeto y tolerancia?
				<b>Autenticidad</b>	9. ¿El personal que atiende es transparente se identifica, muestra confianza y seguridad?
				<b>Liderazgo</b>	10. ¿La persona que atiende enseña, orienta y promueve un clima armonioso?
				<b>Resolución de problemas</b>	11. El personal que atiende tiene la capacidad y experiencia en la resolución de reclamos y consultas?

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items
<b>Atención al cliente</b>	<p><b>Pozo, (2022),</b> señala es el proceso de brindar atención, asesoramiento con respecto a las consultas, dudas, en sí es prestar ayuda y orientación a los clientes. Por lo general la atención al cliente se produce cuando los usuarios lo solicitan.</p>	<p>Es el proceso a través del cual, se presta orientación, apoyo a las personas siendo transparentes, empleando diversos canales de atención y a través de una atención personalizada.</p>	Transparencia	<b>Honestidad</b>	12. ¿El personal que atiende actúa con honestidad, rectitud y es disciplinado?
				<b>Veracidad</b>	13. ¿Recibe respuestas veraces y objetivas ante una orientación y/o consulta o un reclamo?
				<b>Sinceridad</b>	14. Le genera confianza y seguridad en la atención recibida?
			Canales de atención	<b>Telefónica</b>	<p>15. ¿Le satisface el servicio a través de los teléfonos fijos y celulares?</p> <p>16. ¿Es atendido cordialmente a través de la línea telefónica?</p>
				<b>Virtual</b>	<p>17. ¿Recibe atención a través de las redes sociales??</p> <p>18. ¿La empresa cuenta con una página web actualizada?</p> <p>19. ¿Es eficiente la atención a través de las redes sociales?</p>
			Atención personalizada	<b>Proactiva</b>	20. ¿El personal de atención está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación?
				<b>Reactiva</b>	<p>21. ¿Es atendido de forma inmediata y dan solución a sus consultas o algún reclamo?</p> <p>22. ¿Le satisface la atención personalizada, y cubre sus expectativas?</p>

## ANEXO 3°

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**  
**Programa de estudios de Administración**

### ENCUESTA

Agradecemos su gentil participación en la presente investigación, para obtener información sobre **Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021.**

El cuestionario es anónimo, por favor responda con sinceridad. Lea Usted con atención y conteste marcando con un “X” en un solo recuadro.

#### INSTRUCCIONES:

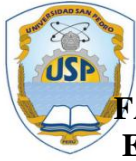
En las siguientes proposiciones marque con una “X” en valor del casillero que según corresponde.

#### Calificación

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

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	¿El personal que atiende, es empático, comprende y es amable?					
2	¿Sabe conducirse y fundamenta bien sus ideas la persona que atiende?					
3	¿Escucha atentamente y es eficiente el personal que lo atiende?					
4	¿El personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas?					
5	¿Es recibido con un gesto amable y simpático cuando lo atienden?					
6	¿El personal que atiende le presta la debida atención e interés a sus consultas?					
7	¿El personal que atiende está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta?					
8	¿Cuándo ocurre cualquier incidente, la persona que atiende sabe persuadir con mucho respeto y tolerancia?					
9	¿El personal que atiende es transparente se identifica, muestra confianza y seguridad?					
10	¿La persona que atiende enseña, orienta y promueve un clima armonioso?					
11	El personal que atiende tiene la capacidad y experiencia en la resolución de reclamos?					
12	¿El personal que atiende actúa con honestidad, rectitud y es disciplinado?					
13	¿Recibe respuestas veraces y objetivas ante una orientación y /o consulta o un reclamo?					

14	Le genera confianza y seguridad en la atención recibida?					
15	¿Le satisface el servicio a través de los teléfonos fijos y celulares?					
16	¿Es atendido cordialmente a través de la línea telefónica y recibe la información que necesita?					
17	¿Recibe atención a través de las redes sociales?					
18	¿La empresa cuenta con una página web actualizada?					
19	¿Es eficiente la atención a través de las redes sociales?					
20	¿El personal de atención está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación?					
21	¿Es atendido de forma inmediata y dan solución a sus consultas o algún reclamo?					
22	¿Le satisface la atención personalizada, y cubre sus expectativas?					



### **PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS**

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: **cuestionario** que hace parte de la investigación titulada: **Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Pablo Santos Díaz  
FORMACIÓN ACADÉMICA : **Administrador de empresas y negocios**  
ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : Marketing y cultura organizacional  
TIEMPO: 33 años CARGO ACTUAL : Docente  
INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

**Objetivo de la investigación:**

**Fundamentar que las habilidades blandas se relacionan con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021”**

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

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

### MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

**TÍTULO : Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021.**


**VARIABLE: Habilidades blandas**

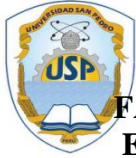
DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Habilidades sociales	1. ¿El personal que atiende, es empático, comprende y es amable?	4	4	4	4	4
	2. ¿Sabe conducirse y fundamenta bien sus ideas la persona que atiende?	4	4	4	4	4
	3. ¿Escucha atentamente y es eficiente el personal que lo atiende?	4	4	4	4	4
Habilidades de comunicación	4. ¿El personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas?	4	4	4	4	4
	5. ¿Es recibido con un gesto amable y simpático cuando lo atienden?	4	4	4	4	4
	6. ¿El personal que atiende le presta la debida atención e interés a sus consultas?	4	4	4	4	4
	7. ¿El personal que atiende está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta?	4	4	4	4	4
Habilidades de relaciones interpersonales	8. ¿Cuándo ocurre cualquier incidente, la persona que atiende sabe persuadir con mucho respeto y tolerancia?	4	4	4	4	4
	9. ¿El personal que atiende es transparente se identifica, muestra confianza y seguridad?	4	4	4	4	4
	10. ¿La persona que atiende enseña, orienta y promueve un clima armonioso?	4	4	4	4	4
	11. El personal que atiende tiene la capacidad y experiencia en la resolución de reclamos y consultas?	4	4	4	4	4

**VARIABLE: Atención al cliente**

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Transparencia	12. ¿El personal que atiende actúa con honestidad, rectitud y es disciplinado?	4	4	4	4	
	13. ¿Recibe respuestas veraces y objetivas ante una orientación y /o consulta o un reclamo?	4	4	4	4	
	14. Le genera confianza y seguridad en la atención recibida?	4	4	4	4	
Canales de atención	15. ¿Le satisface el servicio a través de los teléfonos fijos y celulares?	4	4	4	4	
	16. ¿Es atendido cordialmente a través de la línea telefónica y recibe la información que necesita?	4	4	4	4	
	17. ¿Recibe atención a través de las redes sociales?	4	4	4	4	
	18. ¿La empresa cuenta con una página web actualizada?	4	4	4	4	
	19. ¿Es eficiente la atención a través de las redes sociales?					
Atención personalizada	20. ¿El personal de atención está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación?	4	4	4	4	
	21. ¿Es atendido de forma inmediata y dan solución a sus consultas o algún reclamo?	4	4	4	4	
	22. ¿Le satisface la atención personalizada, y cumple con sus expectativas?	4	4	4	4	

**ASPECTOS GENERALES**

ASPECTOS	SI	NO	IOBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X			
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X		
<b>VALIDEZ</b>				
APLICABLE			<del>SI</del>	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI	NO
Validado por: Mg. Pablo Santos Díaz			Fecha:	
Firma: 	Teléfono: 943643426	Email: pablo.santos@usanpedro.edu.pe		



### **PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS**

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: **cuestionario** que hace parte de la investigación titulada: **Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Javier Ulloa Siccha  
FORMACIÓN ACADÉMICA : **Contador público**  
ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : Asesoría en finanzas contables  
TIEMPO: 33 años CARGO ACTUAL : Decano  
INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

**Objetivo de la investigación:**

**Fundamentar que las habilidades blandas se relacionan con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021”**

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

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

### MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS


**TÍTULO : Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021.**

**VARIABLE: Habilidades blandas**

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Habilidades sociales	1. ¿El personal que atiende, es empático, comprende y es amable?	4	4	4	4	4
	2. ¿Sabe conducirse y fundamenta bien sus ideas la persona que atiende?	4	4	4	4	4
	3. ¿Escucha atentamente y es eficiente el personal que lo atiende?	4	4	4	4	4
Habilidades de comunicación	4. ¿El personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas?	4	4	4	4	4
	5. ¿Es recibido con un gesto amable y simpático cuando lo atienden?	4	4	4	4	4
	6. ¿El personal que atiende le presta la debida atención e interés a sus consultas?	4	4	4	4	4
	7. ¿El personal que atiende está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta?	4	4	4	4	4
Habilidades de relaciones interpersonales	8. ¿Cuándo ocurre cualquier incidente, la persona que atiende sabe persuadir con mucho respeto y tolerancia?	4	4	4	4	4
	9. ¿El personal que atiende es transparente se identifica, muestra confianza y seguridad?	4	4	4	4	4
	10. ¿La persona que atiende enseña, orienta y promueve un clima armonioso?	4	4	4	4	4
	11. El personal que atiende tiene la capacidad y experiencia en la resolución de reclamos y consultas?	4	4	4	4	4

**VARIABLE: Atención al cliente**

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Transparencia	12. ¿El personal que atiende actúa con honestidad, rectitud y es disciplinado?	4	4	4	4	
	13. ¿Recibe respuestas veraces y objetivas ante una orientación y /o consulta o un reclamo?	4	4	4	4	
	14. Le genera confianza y seguridad en la atención recibida?	4	4	4	4	
Canales de atención	15. ¿Le satisface el servicio a través de los teléfonos fijos y celulares?	4	4	4	4	
	16. ¿Es atendido cordialmente a través de la línea telefónica y recibe la información que necesita?	4	4	4	4	
	17. ¿Recibe atención a través de las redes sociales?	4	4	4	4	
	18. ¿La empresa cuenta con una página web actualizada?	4	4	4	4	
	19. ¿Es eficiente la atención a través de las redes sociales?					
Atención personalizada	20. ¿El personal de atención está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación?	4	4	4	4	
	21. ¿Es atendido de forma inmediata y dan solución a sus consultas o algún reclamo?	4	4	4	4	
	22. ¿Le satisface la atención personalizada, y cumple con sus expectativas?	4	4	4	4	

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X	
<b>VALIDEZ</b>			
APLICABLE			<del>SI</del> NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: Dr. Javier Ulloa Siccha			Fecha: 20/06/2022
Firma: 	943386707 Teléfono:	Email: Javier.ulloa@usanpedro.edu.pe	



### **PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS**

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: **cuestionario** que hace parte de la investigación titulada: **Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Carlos González Chávez  
FORMACIÓN ACADÉMICA : **Administrador de empresas y negocios**  
ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : Asesoría empresarial en Marketing  
TIEMPO: 28 años CARGO ACTUAL : Docente  
INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

**Objetivo de la investigación:**

**Fundamentar que las habilidades blandas se relacionan con la atención al cliente del área comercial de la minera Paltarumi S.A.C. Paramonga 2021”**

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

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

### MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

**TÍTULO : Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021.**


**VARIABLE: Habilidades blandas**

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Habilidades sociales	1. ¿El personal que atiende, es empático, comprende y es amable?	4	4	4	4	4
	2. ¿Sabe conducirse y fundamenta bien sus ideas la persona que atiende?	4	4	4	4	4
	3. ¿Escucha atentamente y es eficiente el personal que lo atiende?	4	4	4	4	4
Habilidades de comunicación	4. ¿El personal que atiende se expresa claramente y es coherente con sus respuestas?	4	4	4	4	4
	5. ¿Es recibido con un gesto amable y simpático cuando lo atienden?	4	4	4	4	4
	6. ¿El personal que atiende le presta la debida atención e interés a sus consultas?	4	4	4	4	4
	7. ¿El personal que atiende está predispuesto a apoyar, orientar y resolver sus dudas y consultas de manera clara y correcta?	4	4	4	4	4
Habilidades de relaciones interpersonales	8. ¿Cuándo ocurre cualquier incidente, la persona que atiende sabe persuadir con mucho respeto y tolerancia?	4	4	4	4	4
	9. ¿El personal que atiende es transparente se identifica, muestra confianza y seguridad?	4	4	4	4	4
	10. ¿La persona que atiende enseña, orienta y promueve un clima armonioso?	4	4	4	4	4
	11. El personal que atiende tiene la capacidad y experiencia en la resolución de reclamos y consultas?	4	4	4	4	4

**VARIABLE: Atención al cliente**

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Transparencia	12. ¿El personal que atiende actúa con honestidad, rectitud y es disciplinado?	4	4	4	4	
	13. ¿Recibe respuestas veraces y objetivas ante una orientación y /o consulta o un reclamo?	4	4	4	4	
	14. Le genera confianza y seguridad en la atención recibida?	4	4	4	4	
Canales de atención	15. ¿Le satisface el servicio a través de los teléfonos fijos y celulares?	4	4	4	4	
	16. ¿Es atendido cordialmente a través de la línea telefónica y recibe la información que necesita?	4	4	4	4	
	17. ¿Recibe atención a través de las redes sociales?	4	4	4	4	
	18. ¿La empresa cuenta con una página web actualizada?	4	4	4	4	
	19. ¿Es eficiente la atención a través de las redes sociales?					
Atención personalizada	20. ¿El personal de atención está predispuesto a ayudar, sugerir y brindar la debida orientación?	4	4	4	4	
	21. ¿Es atendido de forma inmediata y dan solución a sus consultas o algún reclamo?	4	4	4	4	
	22. ¿Le satisface la atención personalizada, y cumple con sus expectativas?	4	4	4	4	

**ASPECTOS GENERALES**

ASPECTOS	SI	NO	IOBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X	
<b>VALIDEZ</b>			
APLICABLE			<del>SI</del> NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: Dr. Carlos Gonzáles Chávez		Fecha:	
Firma: 	Teléfono: 943656464	Email: <a href="mailto:carlos.chavez@usanpedro.edu.pe">carlos.chavez@usanpedro.edu.pe</a>	





# Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021

*por Dyanne Laredo Ruiz*

---

**Fecha de entrega:** 05-sep-2022 07:41p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1893324542

**Nombre del archivo:** TESIS\_LAREDO\_OKOKOK.docx (1M)

**Total de palabras:** 15533

**Total de caracteres:** 85114



## Habilidades blandas y atención al cliente del área comercial de la Minera Paltarumi S.A.C. Paramonga, 2021

### INFORME DE ORIGINALIDAD

29%

INDICE DE SIMILITUD

28%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.uladech.edu.pe">repositorio.uladech.edu.pe</a> Fuente de Internet	2%
2	<a href="http://repositorio.uss.edu.pe">repositorio.uss.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	<a href="http://repositorio.autonoma.edu.pe">repositorio.autonoma.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://repositorio.cientifica.edu.pe">repositorio.cientifica.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="http://alicia.concytec.gob.pe">alicia.concytec.gob.pe</a> Fuente de Internet	1%
8	<a href="http://dialnet.unirioja.es">dialnet.unirioja.es</a> Fuente de Internet	1%
9	<a href="http://www.spentamexico.org">www.spentamexico.org</a> Fuente de Internet	



1 %

---

10 Submitted to Universidad del Istmo de Panamá  
Trabajo del estudiante

1 %

---

11 blog.hubspot.es  
Fuente de Internet

1 %

---

12 repositorio.upao.edu.pe  
Fuente de Internet

1 %

---

13 repositorio.usanpedro.edu.pe  
Fuente de Internet

1 %

---

14 grupoconsultorefe.com  
Fuente de Internet

1 %

---

15 repositorio.usil.edu.pe  
Fuente de Internet

1 %

---

16 maestraonline.es  
Fuente de Internet

1 %

---

17 openaccess.uoc.edu  
Fuente de Internet

1 %

---

18 repository.usta.edu.co  
Fuente de Internet

1 %

---

19 publicaciones.usanpedro.edu.pe  
Fuente de Internet

1 %

---

20 seccionnoticias.net.pe  
Fuente de Internet



1 %

21 repositorio.unjpsc.edu.pe

Fuente de Internet

1 %

22 elviajedelcliente.com

Fuente de Internet

<1 %

23 gestion.pe

Fuente de Internet

<1 %

24 Repositorio.Ucv.Edu.Pe

Fuente de Internet

<1 %

25 Repositorio.Unsa.Edu.Pe

Fuente de Internet

<1 %

26 Submitted to Universidad de Jaén

Trabajo del estudiante

<1 %

27 www.academia.edu

Fuente de Internet

<1 %

28 master-comunicacion.es

Fuente de Internet

<1 %

29 repositorio.untrm.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

30 repositorio.upci.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

31 repositorio.continental.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %



32	<a href="http://revistas.uss.edu.pe">revistas.uss.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
33	<a href="http://www.mindomo.com">www.mindomo.com</a> Fuente de Internet	<1 %
34	<a href="http://Repositorio.Unjfsc.Edu.Pe">Repositorio.Unjfsc.Edu.Pe</a> Fuente de Internet	<1 %
35	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
36	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
37	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
38	<a href="http://estilosyteoriasdelaprendizaje.blogspot.com">estilosyteoriasdelaprendizaje.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
39	<a href="http://repositorio.urp.edu.pe">repositorio.urp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
40	<a href="http://pt.slideshare.net">pt.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
41	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante	<1 %
42	<a href="http://www.universidadvivi.com">www.universidadvivi.com</a> Fuente de Internet	<1 %



43	Submitted to Universidad Privada San Pedro Trabajo del estudiante	<1 %
44	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
45	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	faresauteto.hatenablog.com Fuente de Internet	<1 %
47	Submitted to Universidad Autónoma de Nuevo León Trabajo del estudiante	<1 %
48	buislayr.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
49	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
50	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
51	Submitted to Universidad Wiener Trabajo del estudiante	<1 %
52	purl.org Fuente de Internet	<1 %
53	www.dspace.uce.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
54	recursosbiblio.url.edu.gt	<1 %



Fuente de Internet

<1 %

55 repositorio.usdg.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

56 www.psicologiavigocrc.com

Fuente de Internet

<1 %

57 es.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

58 ri.ues.edu.sv

Fuente de Internet

<1 %

59 repositorio.unsch.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

60 repositoriotec.tec.ac.cr

Fuente de Internet

<1 %

61 1library.co

Fuente de Internet

<1 %

62 es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

63 explore.openaire.eu

Fuente de Internet

<1 %

64 lamenteesmaravillosa.com

Fuente de Internet

<1 %

65 repositorio.uwiener.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %



---

Excluir citas      Apagado  
Excluir bibliografía      Activo

Excluir coincidencias < 10 words



