

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“LAS HABILIDADES BLANDAS Y SU RELACIÓN
CON LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA
PURIX, TRUJILLO 2021”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración

Autoras:

Xiomara Jordana Gonzalez Cabrera

Karla Yubitsa Olortiga Arteaga

Asesor:

Dr. Julia Otilia Sagastegui Cruz

<https://orcid.org/0000-0002-8274-7479>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Higinio Wong Aitken	18160533
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Carmen D´angelo Panizo	17917596
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	José Antonio Rodríguez Viera	17871205
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

TESIS FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%	11%	3%	5%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	forosacademicosmkbreak.com Fuente de Internet	1%
3	www.scribd.com Fuente de Internet	1%
4	docplayer.es Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	moam.info Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to EP NBS S.A.C. Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO Trabajo del estudiante	<1%
9	lareferencia.info Fuente de Internet	

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1 words

Excluir bibliografía

Activo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por ser mi apoyo incondicional en todo momento, por darme aliento y sabiduría e inspirarme para poder llegar hasta aquí.

A mis padres y a mi hermano por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder culminar satisfactoriamente esta etapa tan importante.

Xiomara Jordana Gonzalez Cabrera

Dedico este trabajo principalmente a Dios, y a mis padres por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron en todo momento.

A mis mamitas Carmen y Elva, quienes con su ayuda, cariño y comprensión.

*Karla Yubitsa Olortiga
Arteaga*

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por ser mi fuerza y acompañarme en cada paso que doy.

A mi madre por permitirme cumplir esta meta, por ser mi fortaleza y el más grande e incondicional amor y apoyo que tengo en mi vida.

A mi padre por su cariño y amor, por apoyarme en cada paso que doy y alentarme a seguir adelante.

A mi hermano por ser mi mayor motor y motivación para ser mejor persona cada día y ser un ejemplo para él.

Xiomara Jordana Gonzalez
Cabrera

Al concluir esta etapa de mi vida universitaria quiero agradecer a quienes hicieron posible este objetivo, aquellos que junto a mí caminaron en todo momento y siempre fueron inspiración, apoyo y fortaleza: DIOS, mis padres, mis hermanos y mis mamitas por su apoyo incondicional.

*Karla Yubitsa Olortiga
Arteaga*

Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	20
1.3. Objetivos	21
1.4. Hipótesis	21
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	24
CAPÍTULO III: RESULTADOS	29
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	43
REFERENCIAS	46
ANEXOS	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resultados del instrumento de habilidades blandas	29
Tabla 2 Resultados del instrumento de gestión de ventas	30
Tabla 3 Prueba de normalidad Habilidades blandas.....	32
Tabla 4 Prueba de normalidad Gestión de ventas.....	32
Tabla 5 Tabla de correlaciones	34
Tabla 6 Resultados de la dimensión proactividad	35
Tabla 7 Resultados de la dimensión trabajo bajo presión	36
Tabla 8 Resultados de la dimensión responsabilidad social y empresarial	38
Tabla 9 Resultados de la dimensión trabajo en equipo	39
Tabla 10 Resultados de la dimensión comunicación.....	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultados del instrumento de habilidades blandas.	30
Figura 2. Resultados del instrumento de gestión de ventas	31
Figura 3. Resultados de la dimensión proactividad.	36
Figura 4. Resultados de la dimensión trabajo bajo presión	37
Figura 5. Resultados de la dimensión responsabilidad social y empresarial	39
Figura 6. Resultados de la dimensión trabajo en equipo	40
Figura 7. Resultados de la dimensión comunicación	42

RESUMEN

El desarrollo de esta investigación tiene como propósito determinar la relación entre las variables de estudio las cuales son, habilidades blandas y gestión de ventas en la empresa, Purix, Trujillo 2021. Por lo que se desarrolló bajo una metodología aplicada con un enfoque del tipo no experimental , descriptivo y correlacional; se tomó en cuenta los criterios necesarios e indispensables para llevar a cabo el desarrollo de la investigación, por lo que se seleccionó como población de estudio al personal que comprende el área comercial de la empresa Purix, ya que se busca analizar la gestión de ventas, escogiendo así una muestra de 20 colaboradores , estos fueron seleccionados por muestreo no probalístico , a dicha muestra se le aplicará las encuestas desarrolladas y validadas para medir la relación entre las habilidades blandas y la gestión de ventas. El resultado indica que existe una relación entre las habilidades blandas con la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021; con un coeficiente de Pearson de 0.711.

PALABRAS CLAVES: Habilidades blandas, gestión de ventas y correlación

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El capital humano , que involucra a las habilidades blandas forma parte circunstancial y trascendental de toda organización, siendo así uno de los componentes principales que otorga cualidades diferenciadoras y competitivas a una empresa, es por ello que en el mercado miles de empresas buscan desarrollar una serie de estrategias orientadas a potenciar la inteligencia emocional y las habilidades blandas de sus colaboradores, con la finalidad de contar con un personal que logre comunicarse asertivamente, que cuente con liderazgo, poder de negociación , orientación a los resultados y más, ya que estas habilidades blandas permiten mejorar la competitividad de una empresa (González, 2005). Es considerado como uno de los factores estratégicos orientado hacia mejorar el rendimiento del personal, por lo que las mejores compañías dan seguimiento al desarrollo y las cualidades de su personal, con el fin de poder aumentar su eficiencia y eficacia, cabe mencionar que hoy en día, ya no solo es visto como fuente de trabajo, sino también como talento capaz de ser potenciado en beneficio de la gestión empresarial (Ulloa, 2019).

Las capacidades blandas integran una potencia gremial de una organización de cualquier índole, además consigue detectar la conducta con potencial competitivo para desenvolver y encargar funcionalidades dando trascendencia a la destreza cognitiva, así cada individuo resulta ser talentoso y exclusivo con capacidades que se desarrollan de forma propia adaptándolas al entorno profesional para lograr sus metas colectivas y personales. (Gutiérrez, 2019). Así mismo González (2005) menciona que la capacidad para desarrollar habilidades blandas se refiere a la posibilidad de interactuar eficazmente con los demás, estas habilidades están relacionadas con el trabajo o la vida diaria, es decir, la combinación de

muchos aspectos, incluidas las habilidades sociales, para que esta comunicación sea efectiva siendo los atributos personales imprescindibles para las empresas porque necesitan eficiencia y eficacia en el trabajo. En relación a ello, Montoya y Boyero (2016) manifiestan que es importante que los líderes de las empresas se enfoquen en dotar a su recurso humano de las herramientas necesarias para lograr altos estándares en su rendimiento, fundamentado en valor agregado y ventaja competitiva.

Por otro lado, en cuanto a las ventas se ha manifestado que la figura del vendedor es la pieza clave de la fuerza de ventas de la compañía, siendo fundamental para el manejo de ventas, debido a que al hacer su tarea contribuyen a incrementar las utilidades y obtener elevados índices de satisfacción al comprador. (Guiltinan, 2005). Inclusive se ha revelado en relación a la comercialización y su dirección que los programas de dirección de ventas no están en un vacío, ya que tienen que contestar a las situaciones del medio ambiente de la organización, además de ser coherentes con las tácticas de marketing y las buenas prácticas, para guiar ventas positivas. Así mismo según Kotler y Amstrong (2008), consideran que la fuerza de ventas es un eslabón decisivo entre una compañía y sus consumidores, donde La fuerza de ventas conforman a la compañía frente a sus consumidores: transmitiendo información, planteando negocios, aclarando condiciones, cerrando ventas; entre otros; La fuerza de ventas interpreta a los consumidores frente a la compañía: defendiendo los intereses, comunicando inquietudes, necesidades, ocupaciones. En términos generales la fuerza de ventas sirve a 2 patrones; el comprador y la compañía a la que representa. De todo lo mencionado es importante entonces que una organización desarrolle las habilidades blandas de sus colaboradores para asegurar su crecimiento y competitividad en el mercado.

Este estudio, se centró en analizar la problemática presentada por la empresa Purix, la cual reside en la ciudad de Trujillo, la cual se dedica a comercializar y fabricar zapatillas, por lo que es de suma necesidad contar cualidades diferenciadoras en su personal, que le permitan aumentar su rentabilidad, su utilidad, lo que se traduce a que la empresa debe contar con un equipo de ventas competitivo y un personal eficaz en sus operaciones. Debido a estas necesidades presentadas dentro de la organización, es que surge el propósito de conocer como se desarrollan las habilidades blandas en el personal, y como esto repercuten en el crecimiento y desarrollo del área de ventas, ya que actualmente una de las actividades más importantes seguida por la producción, son las de comercialización, la cual tiene como fin aumentar el nivel de ventas de la empresa, por eso la organización ha implementado un programa interno para su equipo de ventas, basado en el desarrollo de las habilidades blandas y espera que este desarrollo haya impacto en las ventas de la organización.

Como antecedentes del estudio, se tienen los siguientes internacionales:

Ababa (2014) en su investigación "El impacto de las habilidades de ventas en la gestión de ventas personales: el caso del personal de ventas de Ethio Telecom Enterprise (b2b)", cuyos objetivos fueron comprender la influencia de la habilidad de ventas, conocimientos; habilidades interpersonales, técnicas de ventas y de marketing en la gestión de ventas de Ethio Telecom Enterprise (B2B). El diseño de la investigación fue cuantitativo, en particular, utilizando metodología de investigación de correlación. Se recopilaron datos de toda la población del estudio, 130 vendedores que trabajan para la división Enterprise Sales. Los hallazgos de esta investigación infirieron que, a partir de las dimensiones de las habilidades de ventas, las habilidades de ventas parecían ser predictores significativos del desempeño de la gestión de ventas. Sin embargo, el hallazgo también denigró que las

habilidades interpersonales no influyen en el vendedor. En términos de magnitud del efecto, la habilidad técnica es superior. La investigación también confirmó que el compromiso organizacional del vendedor tiene tanto un impacto directo como una moderada influencia en el desempeño del vendedor.

Mardatillah et al (2018) en su investigación "Desarrollo de las habilidades blandas del equipo comercial para aumentar el nivel de ventas", artículo científico de ingeniería industrial de la Universidad Prima de Indonesia, cuyo objetivo principal fue desarrollar las habilidades blandas del personal de ventas para incrementar los niveles de ventas totales de la organización; la investigación analiza varios factores que influyen en el nivel de ventas del vendedor: habilidades de presentación, capacidad de cuestionamiento, adaptabilidad, conocimientos técnicos, autocontrol, participación en la interacción, entorno de ventas y habilidades intrapersonales. El resultado de esta investigación en el desarrollo de la formación en habilidades blandas en la industria del marketing multinivel concluye que, los factores más importantes para realizar ventas simultáneamente son la habilidad de presentación, la comunicación, capacidad de adaptación, conocimientos técnicos, autocontrol y entorno de ventas; todas estas habilidades permitieron que la organización incremente su nivel de ventas.

Como antecedentes nacionales se tiene, Ramos (2019), en su tesis para optar el grado académico de magister: "Estrategia de desarrollo de competencias blandas para mejorar el liderazgo en los supervisores de ventas del Call center de Arequipa" de la Universidad Señor de Sipán, este proyecto de estudio tuvo como finalidad proponer e implementar una estrategia de desarrollo que se base en las habilidades blandas del personal con el fin de mejorar tanto su liderazgo y gestión de la productividad en los supervisores de venta del call

center Arequipa. Esta investigación empleó como bases teóricas las desarrolladas por Patricia Bühler, quienes manifiestan 8 competencias blandas que deben generar liderazgo y estrategias para lograr resultados competitivos, además en su metodología se desarrolló tomando en cuenta casos reales competencias blandas del doctor Jesse John, Director del Instituto de Administración Rural Anand - India, manifestó que de forma individual e independiente del grupo objetivo, los programas de habilidades blandas siempre buscan ayudar a mejorar la amplitud del rango de competencias asertivas, habilidades de negociación, comunicación y la habilidad de establecer y mantener relaciones interpersonales. La población en estudio fueron 46 trabajadores de call center en Arequipa. La investigación fue del tipo descriptiva propositiva; y se empleó el instrumento un cuestionario validado con el fin de determinar el liderazgo, por lo cual el resultado se medirá a través de un análisis estadístico utilizando el programa estadístico SPSS 24.00. Se tuvo como resultado: El 75% de supervisores utilizan el estilo de liderazgo empobrecido, caracterizándose por asignar responsabilidades y no acompañarlos a cumplirlas ni realizar retroalimentación y el 25% de los supervisores muestran un estilo de liderazgo de tarea, es un estilo que le da más valor a los resultados que a las personas.

Como antecedentes locales se tiene, Castillo (2019), en su tesis para licenciatura "Relación de las Habilidades Blandas y el proceso de gestión de venta de los promotores de una empresa operadora de Telefonía Móvil en la ciudad de Trujillo, 2019" de la Universidad Privada del Norte, tuvo como propósito determinar el nivel de relación de las habilidades blandas y el proceso de gestión de ventas, en los promotores de venta de una empresa operadora de telefonía móvil de la ciudad de Trujillo en el año 2019, se tomó en cuenta una población de estudio 30 promotores; se consideró una muestra censal, se planteó una hipótesis asumiendo que existe una relación altamente positiva, por ello la investigación tuvo

un enfoque cuantitativo , el cual es del tipo aplicada descriptiva correlacional de diseño no experimental transeccional, la técnica para medir la encuesta a través de las variables se validó a través del índice de confiabilidad de Alfa de Cronbach de $\alpha = 0.867$ ($\alpha > 0.70$) con validez de Aiken 0.88 y para el instrumento que evalúa la variable de habilidades blandas tuvo un índice de confiabilidad Alfa de Cronbach de $\alpha = 0.829$ ($\alpha > 0.70$) con validez de Aiken 0.84, por lo cual se determinó que los instrumentos de evaluación son válidos y confiables. Los resultados determinaron que existe una relación positiva y significativa entre las dos variables de estudio , ya que la variable habilidades blandas tiene una relación al proceso de gestión de ventas del orden del 96% del coeficiente de correlación de Pearson $R = 0.963$ ($p < 0.05$)) por lo que se concluye aceptando la hipótesis alternativa, es decir que existe una relación positiva alta y significativa entre las habilidades blandas desarrolladas y las actividades del proceso de gestión de ventas que realizan los promotores de venta de una empresa de telefonía móvil de la ciudad de Trujillo en el año 2019.

Así mismo, el marco teórico abordo los temas de cada variable, comenzando habilidades blandas:

Según, Kurt Lewin los empleadores buscan examinar a fondo las habilidades blandas, su capacidad de mejora, dominio de emociones afectivas y sociales además con con el trabajo (Metso et al, 2014). Donde nos indicó que el esfuerzo juega un papel importante en las teorías que requieren cambios; de ahí el desarrollo de un comportamiento o habilidad deseada requeriría refuerzo a través del entrenamiento (Hershey et al, 1988). Durante el proceso de formación de los trabajadores profesionales, el recurso humano, los profesionales reforzarían la habilidad deseada.

Aproximación	Autor	Concepto de satisfacción laboral
Respuesta afectiva hacia el trabajo	Locke, 1976	<i>"Estado emocional placentero que resulta de la percepción subjetiva de la experiencia laboral"</i>
	Werther & Davis, 1982	<i>"Conjunto de sentimientos mediante los cuales los empleados perciben su trabajo"</i>
	Price & Mueller, 1986	<i>"Nivel en el cual los trabajadores gustan de su trabajo"</i>
	Bravo et al., 1996	<i>"Conjunto de actitudes que desarrolla el individuo hacia su situación laboral, las cuales parten de una evaluación general de su trabajo, o sobre facetas específicas del mismo"</i>
	Robbins, 1998	<i>"Conjunto de emociones y actitudes que tiene el trabajador respecto a su organización y su labor en ella"</i>
Respuesta afectiva con énfasis en la comparación	Wright & Cropanzano, 1950	<i>"Reacción afectiva surgida de contrastar la realidad laboral con las expectativas del individuo sobre dicha realidad"</i>
	Morse, 1953	<i>"Reacción afectiva surgida a partir de la satisfacción de lo que el individuo cree que debe recibir de su trabajo" (...) "Depende del nivel de las aspiraciones del individuo y su percepción de la consecución de dichas aspiraciones"</i>
	Lawler, 1973	<i>"La satisfacción laboral surge de una comparación intrapersonal y otra interpersonal" (...) "Primero compara lo que realmente recibe con lo que piensa debería recibir, y posteriormente compra lo obtenido por sus pares y lo que obtiene él"</i>
	Muchinsky, 1993	<i>"La satisfacción laboral surge de la comparación de los beneficios obtenidos por sus pares y los obtenidos por él. A menor discrepancia, mayor satisfacción"</i>

Después de investigar la teoría de campo del cambio, se lleva a cabo el desarrollo de los empleados durante el cambio de transición. Durante esta etapa, la teoría de Lewin sugiere que el empleador debe ser capaz de perfeccionar las habilidades existentes o capacitar al empleado en las habilidades que la empresa valora, para competir en el sector empresarial. Según Lewin, el primer paso en el desarrollo de un comportamiento cambiante en una organización es descongelar la situación existente o el status quo. ¿Por qué es esto necesario?

La descongelación es necesaria para superar las tensiones de la resistencia individual y la conformidad del grupo. (Robbins, 2003). El segundo paso de Lewin en el desarrollo de un comportamiento cambiante es la transición (movimiento), en este paso es necesario mover la organización a un nuevo nivel de estabilidad (Robbins, 2003). Los profesionales de recursos humanos y sus empleados deben ver el problema desde una nueva perspectiva. El tercer paso del modelo de Lewin es volver a congelar. Este paso debe llevarse a cabo después de que se haya realizado el cambio, se ha implementado para que se mantenga en el tiempo. Si este paso no se inicia, es muy probable que el cambio sea de corta duración y que los empleados vuelvan a sus comportamientos. Es la integración real de los nuevos valores en los valores y tradiciones de la comunidad lo que finalmente fortalecerá el cambio (Robbins, 2003).

La comunicación es una habilidad interpersonal importante en los negocios globales de hoy. (John, 2009). En general, muchas empresas asumen que la comunicación es una habilidad fundamental que todo el mundo conoce y hace bien. Desafortunadamente, esa suposición no suele ser una realidad; la comunicación, o la falta de ella, ha sido la razón de muchas tragedias y desastres que han tenido lugar dentro de la industria financiera, la atención médica y el entorno más amplio en los últimos años (Jelphs, 2006). Un estudio publicado en el Journal of Business Communication (2013) exploró el comportamiento de comunicación verbal que se utilizan en el lugar de trabajo. Una amplia revisión de la literatura organizacional a través de diferentes tipos de recursos resultó en más de 300 tareas para considerar como comunicación verbal los comportamientos laborales; mediante el refinamiento analítico la lista se redujo a 166. Los 10 lugares de trabajo de comunicación verbal identificados con mayor frecuencia fueron (en orden): escuchar, hacer preguntas,

discutir, compartir información, estar de acuerdo, sugerir, obtener retroalimentación, buscar retroalimentación, responder preguntas y explicar. (Keyton, et al 2013)

La cortesía, un trabajador profesional promedio pasa aproximadamente de 40 a 50 horas a la semana realizando trabajos para su empresa. Dado que se pasa tanto tiempo en el lugar de trabajo, la experiencia laboral de los empleados es un poderoso contribuyente a la calidad de vida en general, lo que hace que la comunicación con los compañeros de trabajo es de vital importancia. Los empleados crean el clima de su trabajo, si la comunicación en el lugar de trabajo está marcada por la descortesía, la mala educación, descortesía, no tratar a los demás con al menos un respeto mínimo, distrae a los empleados de asignación o tareas, aumenta su nivel de estrés e infecta el clima organizacional; esto contribuye negativamente al entorno laboral creando una matriz tóxica de desconfianza y cinismo, que transforma el entusiasmo en resignación renuente y la rutina diaria en trabajo penoso "(Fritz, 2011). Los estudios han sugerido que, para contrarrestar el vicio comunicativo de ser descortés, las personas pueden optar por practicar la virtud comunicativa de la cortesía en sus lugares de trabajo (Fritz, 2011). Tanto los empleadores como los clientes se ven afectados cuando la descortesía se exuda del empleado.

Flexibilidad, Skorstad et al (2009) exploraron cuatro definiciones de flexibilidad, numérica, tiempo de trabajo, salario y funcional.

Integridad, Lewis (1996) mencionó que la integridad es hacer lo correcto, incluso cuando nadie está mirando.

Habilidades interpersonales, los humanos son seres sociales, su las actitudes y los comportamientos están significativamente influenciados por la calidad de las relaciones interpersonales (Frone, 2000)

Proactividad, la cual es la capacidad del trabajador de adelantarse a las necesidades de la organización y plantear soluciones a partir de ello. (Fritz, 2011)

Trabajo presión, es la capacidad del trabajador de tolerar, controlar sus emociones, tener buena actitud y tomar decisiones adecuadas frente al dinamismo competitivo del trabajo y la presión de tener resultados a corto plazo que exige la organización. (Fritz, 2011)

Responsabilidad social y personal, es la habilidad del trabajador de comprometerse con sus compañeros de trabajo, consigo mismo y con la empresa para el cumplimiento de los objetivos de la empresa (Fritz, 2011)

Trabajo en equipo, es la habilidad del trabajador de adaptarse a trabajar con sus compañeros, respetar sus ideas, comunicarse bien y lograr los objetivos planteados. (Fritz, 2011)

Respecto a las ventas, se encuentran diversos conceptos como: Existen 2 tipos de ventas; las ventas directas y las indirectas; en el primero la organización tiene un equipo comercial capacitado y bien estructurado que permite que la empresa pueda cumplir sus objetivos planteados; en el segundo son los empleados de la empresa que no pertenecen al rubro comercial quienes, por motivación personal o declarada de la empresa, realizan ventas a cambio de una comisión o bono, los clientes luego son derivados con los especialistas del área comercial, quienes serán los responsables de cerrar la venta. (Tracy, 2009).

Las técnicas de ventas son parte del proceso para cerrar una venta, los vendedores más exitosos se trazan metas de ventas alcanzables y ambiciosas, además su técnica más importante es la mental (Tracy, 2009):

- Los vendedores exitosos venden la misma cantidad de valor que se dan a sí mismos, por ello es importante aumentar su valor personal, un vendedor exitoso no admitirá ventas mediocres.
- Buscar el 80/20 de las ventas, es decir cerrar aquellas ventas que dan el 80% de las ganancias a las empresas.
- Atención al cliente, las ventas más importantes requieren de mayor tiempo, pero son las más fructíferas, el vendedor debe saber comunicarse y estar atento a sus clientes grandes en los diferentes canales de comunicación
- Una gran venta es para siempre, no enfocarse solamente en realizar una sola venta, sino que esta se realice constantemente.

De forma metodológica, el estudio se justifica, porque realiza aportes de como la buena gestión en habilidades blandas, permite mejorar la gestión de ventas. Por ello se hará uso del instrumento psicométrico escala de habilidades blandas, para el personal administrativo. También, se justifica de forma práctica porque este estudio permite determinar que mientras mejor se manejen las habilidades blandas, una mejor gestión de las ventas tendrán los colaboradores; de tal forma que posteriormente se tomen en cuenta para propuestas que mejoren los ingresos en las organizaciones. De igual forma, se justifica por su conveniencia porque esta investigación permite beneficios para la organización con la que se trabaja, además que podrán ser utilizados en otros contextos donde se persigan los mismos fines.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera las habilidades blandas se relacionan con la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021?

1.3. Objetivos

General

Analizar la relación entre las habilidades blandas y la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo 2021.

Específicos

- Determinar la relación de la dimensión proactividad con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.
- Determinar la relación de la dimensión trabajo bajo presión con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.
- Determinar la relación de la dimensión responsabilidad social y la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.
- Determinar la relación de la dimensión trabajo en equipo con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.
- Determinar la relación de la dimensión comunicación con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.

1.4. Hipótesis

General

Hi: Existe una relación de las habilidades blandas con la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.

Ho: No existe una relación de las habilidades blandas con la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.

Específicos

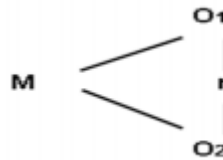
Respecto a las hipótesis específicas son:

- Hi1: Existe una relación de la dimensión proactividad con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.
- Ho1: No existe una relación de la dimensión proactividad con la gestión de variable ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.
- Hi2: Existe una relación de la dimensión trabajo bajo presión con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.
- Ho2: No existe una relación de la dimensión trabajo bajo presión con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.
- Hi3: Existe una relación de la dimensión responsabilidad social y personal con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021
- Ho3: No existe una relación de la dimensión responsabilidad social & personal con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021
- Hi4: Existe una relación de la dimensión trabajo en equipo con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021
- Ho4: No existe una relación de la dimensión trabajo en equipo con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021
- Hi5: Existe una relación de la dimensión comunicación con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.

- Ho5: No existe una relación de la dimensión comunicación con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La metodología desarrollada en el estudio según su finalidad es aplicada, por ello emplea bases teóricas con fundamento para encontrar una solución al problema, además según su naturaleza es del tipo cuantitativa ya que hace uso de procedimientos estadísticos. Según la recolección de datos es del tipo retrospectiva, dado que ha analizado la percepción que se tuvo en el momento del pasado. El diseño de la investigación es del tipo descriptivo correlacional, y su diagrama es el siguiente:



Donde:

M: muestra del estudio

O1: Habilidades blandas

O2: gestión de ventas

r: relación entre las variables

Referente a la población de estudio, tomando en cuenta todas las condiciones necesarias para llevar el estudio, se seleccionó a los trabajadores del área comercial de la empresa Purix de Trujillo el cual ascendía a un total de 20, y la muestra escogida también fueron los 20 trabajadores, el muestreo fue no probalístico por conveniencia es decir se debió al acceso y viabilidad a los sujetos de estudio.

2.4. Criterios de selección

- **Criterio de inclusión:** Son incluidos en la muestra aquellos clientes que adquieren el servicio de:
 - Planchado de vehículos
 - Pintado de vehículos
 - Reparaciones adicionales como mantenimiento de acondicionado o reposición de vidrios.
- **Criterios de exclusión:** Son excluidos de la muestra los clientes que:
 - Clientes que desean reparar daños internos del vehículo, pues debido a la complejidad de los daños, su atención se hace en más de un servicio.
 - Clientes que desean reparar daños de motor, pues debido a la complejidad de los daños, su atención se hace en más de un servicio.
 - Clientes que no contaron con tiempo disponible para responder las encuestas.
 - Clientes que al momento de recoger su vehículo, no fueron los mismos que lo entregaron al taller.

Cuadro 11: Ficha técnica de la escala de satisfacción laboral SL-SPC

Nombre	:	Escala Satisfacción Laboral (SL-SPC)
Autora	:	Sonia Palma Carrillo
Procedencia	:	Perú
Administración	:	Individual o Colectiva / Formato físico o Computarizado.
Duración de la Prueba	:	15 minutos en formato físico. 5 minutos en formato computarizado.
Grupos de aplicación	:	Trabajadores con relación laboral de dependencia.
Calificación	:	Computarizada
Significación	:	Factor General Satisfacción Factores Componentes (04) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Significación de la Tarea ▪ Condiciones de Trabajo ▪ Reconocimiento Personal y/o Social ▪ Beneficios Económicos
Usos	:	Diagnóstico Organizacional
Muestra tipificación	:	1058 trabajadores con dependencia laboral de Urna Metropolitana.
Baremos	:	Baremos percentilares generales para muestra total, por sexo y grupo ocupacional. Puntuaciones "T" por factores
Confiabilidad	:	Alfa de Cronbach de 0.84
Validez	:	Método de jueces y Coef. De Spearman Brown: Significación Tarea (0.750), Condiciones Trabajo (0.799), Reconocimiento Personal y/o Social (0.538), Beneficios Económicos (0.543).
Materiales	:	Manual / Cuestionario (formato físico) / CD.

Fuente: Palma, Sonia (2005). *Escala de Satisfacción Laboral (SL-SPC) Manual*.

La técnica de estudio para la recolección de datos, utilizó cuestionario, las preguntas consistían en utilizar las variables de estudio para recopilar de la mejor manera la información, así mismo para se empleó la escala elaborada por Morocho Villavicencio Ana Fiorella, cuyo objetivo fue es la medición de los procesos involucrados en el comportamiento emocional del personal de la organización; ella puede ser aplicada de manera individual o colectiva según sea el requerimiento, con un promedio de aplicación entre 10 a 15 minutos. La validez del constructo se dio a través de método de análisis factorial exploratorio y a través del método ítem test con el estadístico de pearson. Respecto a la confiabilidad se realizó mediante la consistencia interna de método de mitades y de alfa de Cronbach. Por otra parte, respecto a la

variable gestión de ventas, para medirla se utilizará la encuesta validada del autor Coronel (2016), la cual está conformado por 3 dimensiones: dirección de ventas, tipos de venta, técnicas de venta; a su vez la encuesta consta de 10 preguntas medidas en escala de Likert del 1 al 5, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo. La puntuación general es el promedio de la puntuación de todas las respuestas.

El diagnóstico y análisis de datos se dio en primer lugar al identificar la necesidad de la organización, para ello se le brindó una propuesta de solución, después se define el objetivo e hipótesis de investigación, para esto se emplea el uso del instrumento de medición y se procede con la recopilación de la información; los datos se analizarán de forma estadísticas a través de programas de softwares como el Excel y el SSPS 27, la estadística descriptiva nos permitirá validar los valores así como elaborar el diagnóstico actual así como el índice de validez y confiabilidad de estos a través de la normalidad de Shapiro Wilk, dado que la muestra es menor a 50 y según el resultado de normalidad aplicaremos el estadístico de correlación correspondiente; y mediante tablas y gráficos en APA se presentarán los resultados obtenidos; para luego discutir dichos resultados con los antecedentes del estudio y describir las conclusiones respectivas acorde a los objetivos e hipótesis planteadas.

Se estableció que dentro de los proceso de investigación tanto los aspectos éticos como los de confidencialidad, por lo que no será observado por otras personas, se manejó de forma anónima , cumpliendo con las normas de privacidad que se detallaron en la encuesta.

2.8. Aspectos éticos

El desarrollo de la presente investigación respeta las normas éticas establecidas según el manual de ética en investigación para la participación y la gestión del trabajo de investigación científica o de innovación (MN-COD2-P07-000). De igual modo se cumple con las normas APA establecidas para su redacción, y se mantiene en reserva los datos e información recolectada de la muestra encuestada, sin manipular dicha información ni el manejo del software utilizado. Cabe resaltar que para esta investigación se toma en consideración los siguientes aspectos éticos:

- Confidencialidad : La información recolectada se utiliza con fines académicos, por lo tanto, se mantiene en reserva, sin divulgación alguna para otros fines..
- Cumplimiento ético: Se cumple con las disposiciones consideradas en el código de ética en la investigación.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Objetivo general: Determinar la relación entre las habilidades blandas y la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo 2021.

Tabla 1

Resultados del instrumento de habilidades blandas

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	10,0
A veces	8	40,0
Casi siempre	5	25,0
Siempre	5	25,0
Total	20	100,0

Fuente: encuesta

De la tabla 1 podemos observar que los resultados de la aplicación del instrumento de habilidades blandas a la muestra planteada para el estudio; donde el 25.0% de los encuestados menciona que siempre desarrolla su nivel de habilidades blandas; 25.0% indica que casi siempre; 40.0% a veces y 10.0% nunca.

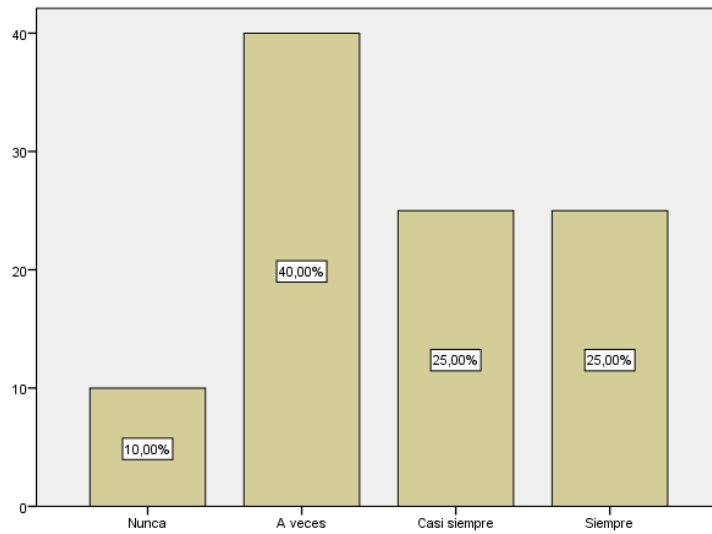


Figura 1. Resultados del instrumento de habilidades blandas.

Fuente: Tabla 1

Tabla 2

Resultados del instrumento de gestión de ventas

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	5,0
En desacuerdo	5	25,0
Indeciso	8	40,0
De acuerdo	5	25,0
Totalmente de acuerdo	1	5,0
Total	20	100,0

Fuente: encuesta

Observamos en la Tabla 2 los resultados para la variable gestión de ventas; donde el 5% menciona estar totalmente de acuerdo con su nivel de gestión de ventas, 25% menciona estar de acuerdo, 40% indeciso, 25% en desacuerdo y 5% en totalmente en desacuerdo.

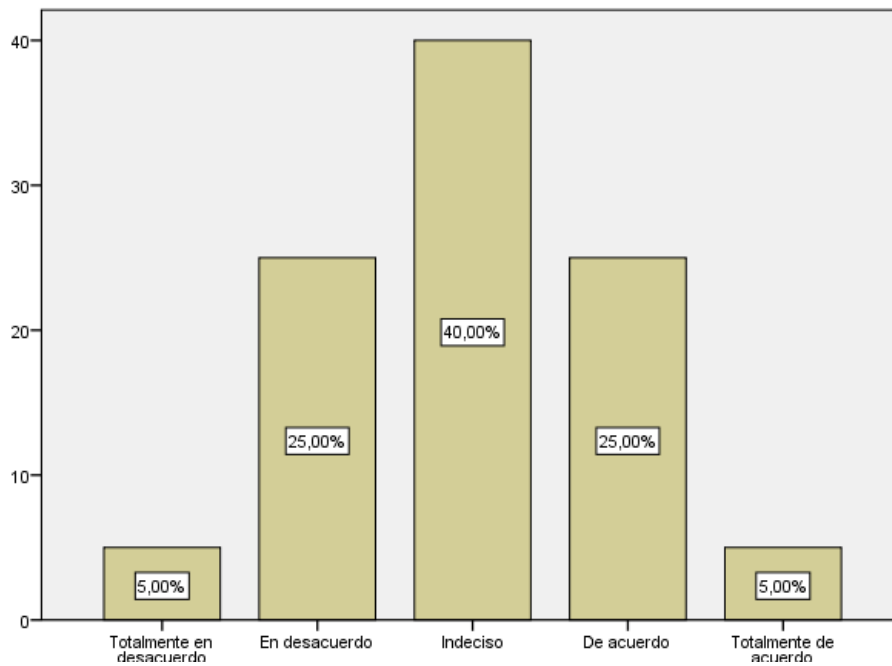


Figura 2. Resultados del instrumento de gestión de ventas

Fuente: Tabla 2

A través de estos resultados se pudo comprobar que la hipótesis planteada es válida por ello primero se determinó la normalidad de los datos para cada variable, utilizando el estadístico de Shapiro-Wilk dado que la muestra es menor a 50 personas ($n = 20$)

Tabla 3

Prueba de normalidad Habilidades blandas

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Proactividad	,846	20	,005
Trabajo bajo presión	,891	20	,028
Responsabilidad social empresarial	,869	20	,011
Trabajo en equipo	,841	20	,004
Comunicación	,878	20	,017
Habilidades blandas	,868	20	,011

Fuente: SPSS 27

La prueba normalidad de la variable habilidades blandas, tiene una significancia menor al 5%, por lo que se concluye que los datos son del tipo no paramétrico

Tabla 4

Prueba de normalidad Gestión de ventas

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Dirección de ventas	,899	20	,040
Tipo de ventas	,929	20	,147
Técnica de ventas	,887	20	,024
Gestión de ventas	,920	20	,099

Fuente: SPSS 27

La prueba de normalidad de la gestión de ventas, se detalla en la Tabla 4, donde los datos estadísticos son mayores al 5% en algunos casos; por lo que se determina que el comportamiento de los datos son normales.

Dado que tenemos variables tanto paramétricas como no paramétricas; y además son cuantitativas y ordinales; se procede a validar la hipótesis utilizando el estadístico de Pearson.

Prueba de hipótesis

Para determinar la relación entre las variables del proyecto, se analizó tanto los datos normales como los no paramétricos, por lo cual Pearson, se mide de -1 a 1 y se interpreta de la siguiente manera:

- Si es igual a 0.0 no existe una correlación
- De 0.0 a 0.2 existe una correlación positiva mínima
- De 0.2 a 0.4 existe una correlación positiva baja
- De 0.4 a 0.6 existe una correlación positiva moderada
- De 0.6 a 0.8 existe una correlación positiva buena
- De 0.8 a 1.0 existe una correlación positiva muy buena
- Si el valor es igual a 1.0 existe una correlación positiva perfecta

Tabla 5

Tabla de correlaciones

		Gestión de ventas
Proactividad	Correlación de Pearson	,774**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	20
Trabajo bajo presión	Correlación de Pearson	,686**
	Sig. (bilateral)	,001
	N	20
Responsabilidad social empresarial	Correlación de Pearson	,775**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	20
Trabajo en equipo	Correlación de Pearson	,586**
	Sig. (bilateral)	,007
	N	20
Comunicación	Correlación de Pearson	,734**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	20
Habilidades blandas	Correlación de Pearson	,711**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	20

Fuente: SPSS 27

Podemos observar en la tabla 5 las correlaciones entre la variable habilidades blandas y sus dimensiones con la gestión de ventas; y respondiendo al objetivo

general, el valor de Pearson es de 0.711, lo que indica que entre las variables existe una correlación positiva buena.

Objetivo específico 1: Determinar la relación de la dimensión proactividad con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.

Tabla 6

Resultados de la dimensión proactividad

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	20,0
A veces	3	15,0
Casi siempre	7	35,0
Siempre	6	30,0
Total	20	100,0

Fuente: encuesta

De la tabla 6 podemos observar que los resultados para la dimensión de proactividad de la variable habilidades blandas; donde el 30% de los encuestados menciona que son proactivos; el 35% indica que casi siempre; 15% a veces y 20% nunca.

Para responder al objetivo específico, observamos en la tabla 5 el coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión con la variable gestión de ventas, el cual es 0.774; lo que se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable es positiva .

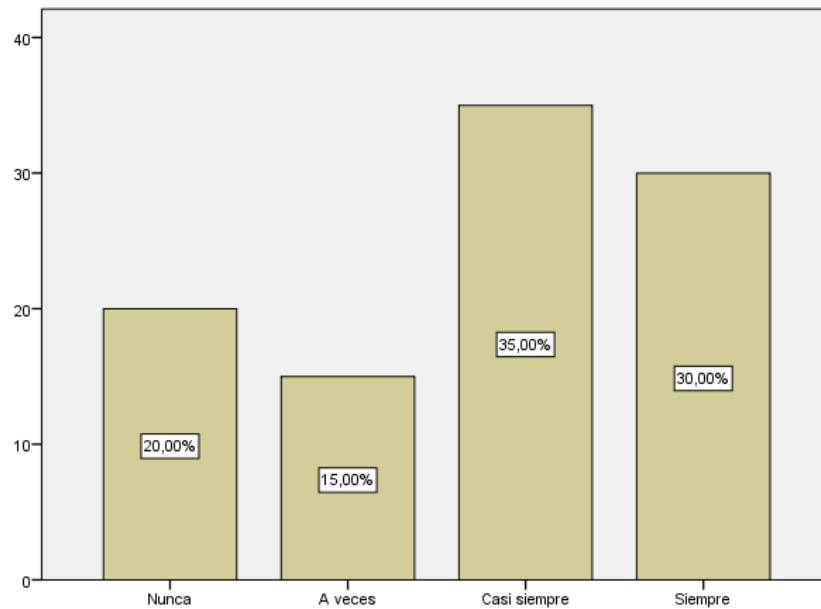


Figura 3. Resultados de la dimensión proactividad.

Fuente: Tabla 6

Objetivo específico 2: Determinar la relación de la dimensión trabajo bajo presión con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.

Tabla 7

Resultados de la dimensión trabajo bajo presión

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	15,0
A veces	7	35,0
Casi siempre	7	35,0
Siempre	3	15,0
Total	20	100,0

Fuente: encuesta

De la tabla 7 podemos observar que los resultados para la dimensión de trabajo bajo presión de la variable habilidades blandas; donde el 15% de los encuestados menciona que trabajo siempre bien bajo presión; 35% indica que casi siempre; 35% a veces y 15% nunca.

Para responder al objetivo específico, observamos en la tabla 5 el coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión con la variable gestión de ventas, el cual es 0.686; lo que se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable es positiva buena.

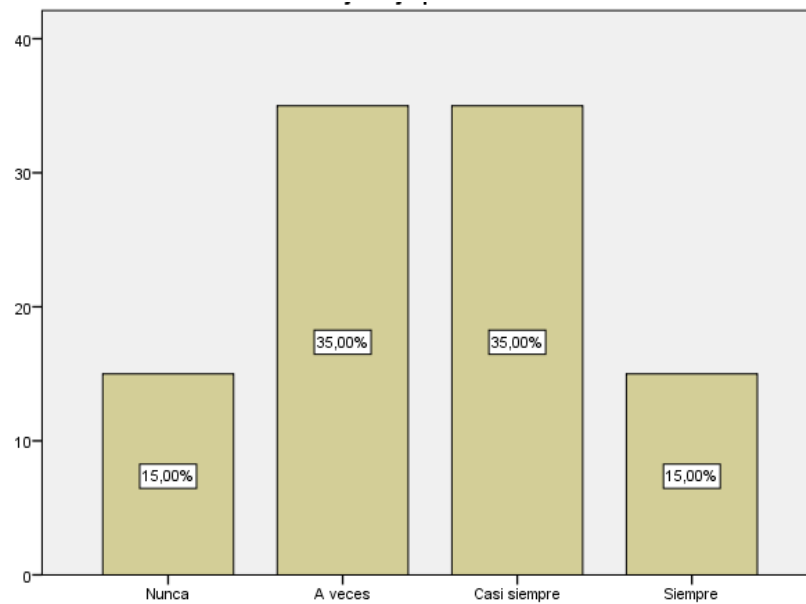


Figura 4. Resultados de la dimensión trabajo bajo presión

Fuente: Tabla 7

Objetivo específico 3: Determinar la relación de la dimensión responsabilidad social y la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.

Tabla 8

Resultados de la dimensión responsabilidad social y empresarial

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	20,0
A veces	8	40,0
Casi siempre	4	20,0
Siempre	4	20,0
Total	20	100,0

Fuente: encuesta

De la tabla 8 podemos observar que los resultados para la dimensión de responsabilidad social empresarial de la variable habilidades blandas; donde el 20% de los encuestados menciona que siempre practica la responsabilidad social empresarial; 20% indica que casi siempre; 40% a veces y 20% nunca.

Para responder al objetivo específico, observamos en la tabla 5 el coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión con la variable gestión de ventas, el cual es 0.775; lo que se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable es positiva buena.

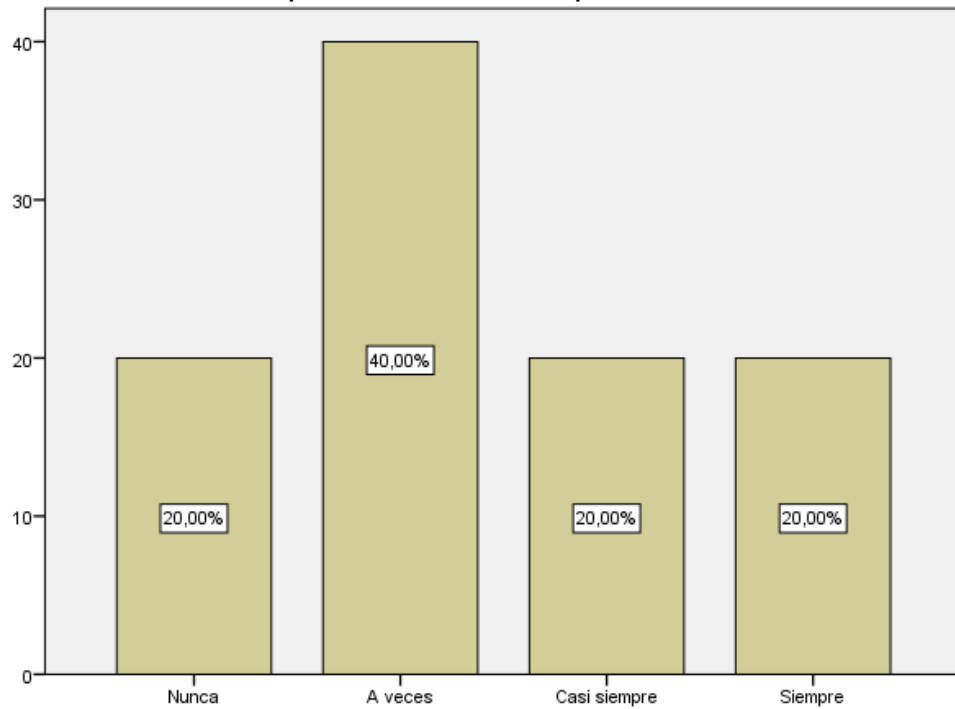


Figura 5. Resultados de la dimensión responsabilidad social y empresarial

Fuente: Tabla 8

Objetivo específico 4: Determinar la relación de la dimensión trabajo en equipo con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.

Tabla 9

Resultados de la dimensión trabajo en equipo

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	5,0
A veces	9	45,0
Casi siempre	5	25,0
Siempre	5	25,0
Total	20	100,0

Fuente: encuesta

De la tabla N 9 podemos observar que los resultados para la dimensión de trabajo en equipo de la variable habilidades blandas; donde el 25% de los encuestados menciona que siempre trabajar en equipo; 25% indica que casi siempre; 45% a veces y 5% nunca.

Para responder al objetivo específico, observamos en la tabla 5 el coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión con la variable gestión de ventas, el cual es 0.586; lo que se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable es positiva moderada

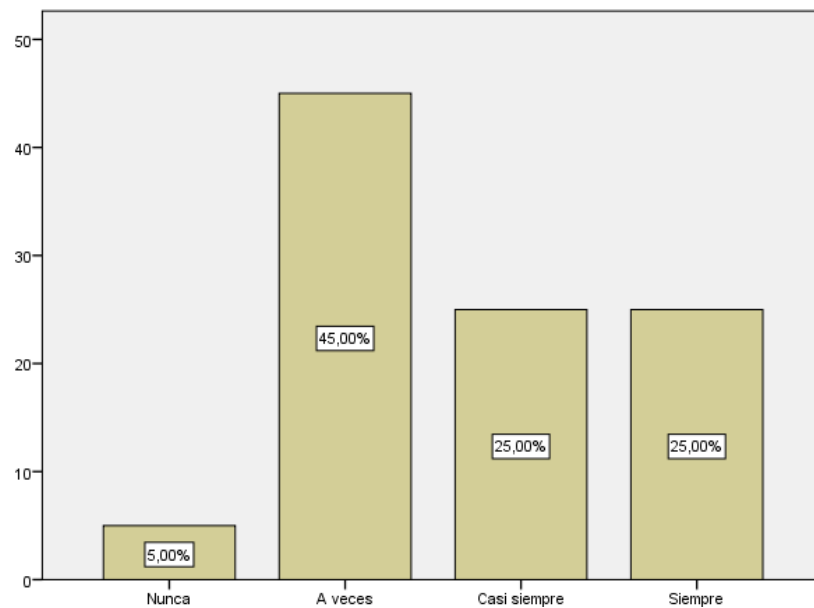


Figura 6. Resultados de la dimensión trabajo en equipo

Fuente: Tabla 9

Objetivo específico 5: Determinar la relación de la dimensión comunicación con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.

Tabla 10

Resultados de la dimensión comunicación

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	15,0
A veces	5	25,0
Casi siempre	7	35,0
Siempre	5	25,0
Total	20	100,0

Fuente: encuesta

De la tabla 10 podemos observar que los resultados para la dimensión de comunicación de la variable habilidades blandas; donde el 25% de los encuestados menciona siempre tener buena comunicación; 35% indica que casi siempre; 25% a veces y 15% nunca.

Para responder al objetivo específico, observamos en la tabla 5 el coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión con la variable gestión de ventas, el cual es 0.734; lo que se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable es positiva muy buena.

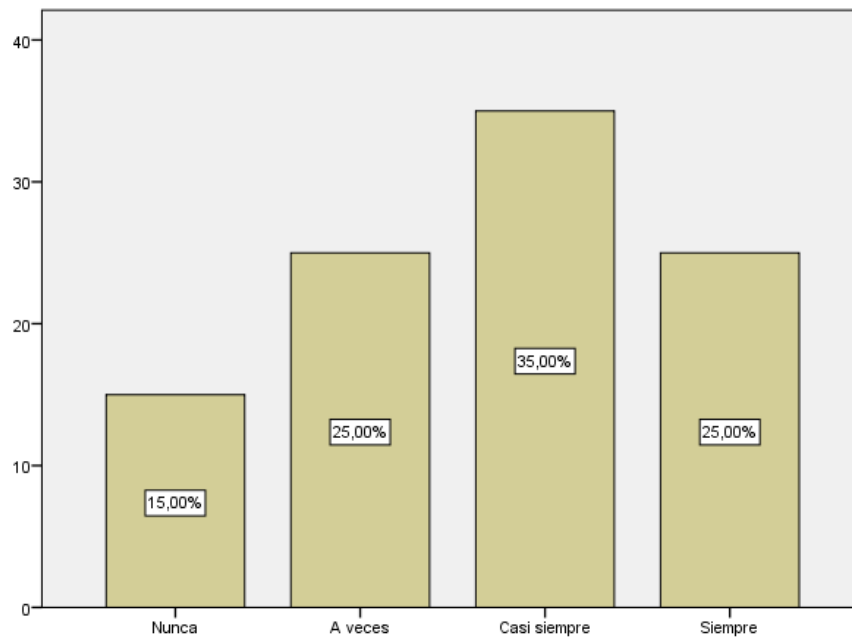


Figura 7. Resultados de la dimensión comunicación

Fuente: Tabla 10

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos a partir del estudio, permitió evidenciar la relación existente entre las dos variables de estudio en la empresa Purix, Trujillo 2021; la cual tuvo un valor según el Pearson, 0.711; con lo cual podemos inducir que la correlación tiene un valor positivo y significativo. Todo esto mencionado es comparable con la investigación de Ramos (2019) donde elaboró una estrategia de desarrollo de competencias blandas para mejorar el liderazgo y gestión en los supervisores de ventas del call center Arequipa donde la investigación también fue descriptiva; al igual que emplearon el mismo instrumento tal como el SPSS 24.0. Otro estudio tal como el elaborado por Castillo (2019) también tuvo como propósito determinar el nivel de relación de las habilidades blandas y el proceso de gestión de ventas, para ello emplearon un diseño no experimental transeccional pues los datos fueron obtenidos usando la técnica de la encuesta por lo cual se preparó sendos cuestionarios para cada una de las variables los mismos que tuvieron habilidades desarrolladas pero a comparación de estudio de Castillo, en esta tesis por otro lado a pesar de utilizar la recolección de datos a través de test, tomaron como instrumento Escala de habilidades blandas (EHB), de procedencia peruana, elaborado por Morocho Villavicencio Ana Fiorella, además la validez del constructo se dio a través de método de análisis factorial exploratorio y a través del método ítem test con el estadístico de Pearson y respecto a la confiabilidad se realizó mediante la consistencia interna de método de mitades y de alfa de Cronbach. Donde la puntuación general es el promedio de la puntuación de todas las respuestas. Como limitaciones del estudio se tuvo lo relacionado a la pandemia dado los protocolos, las encuestas o entrevistas realizadas tuvieron que ser vía online; así mismo hubo inconvenientes con las respuestas por la demora de las mismas. Respecto a las implicancias

del estudio se puede resaltar el valor teórico y práctico de que la organización pueda saber sobre las habilidades blandas de sus empleados, lo que puede ser utilizado para un posterior desarrollo.

Limitaciones

Durante el desarrollo de la presente investigación existieron algunas limitaciones existentes que tuvieron impacto en la ejecución de la misma. Una de ellas fue el tiempo del personal de ANORSA SAC para realizar el focus group en la fecha prevista, esto debido a la carga laboral que tienen asignada. Además en cuanto a la aplicación de las encuestas a los clientes al momento de dejar su auto siniestrado en el taller (cuestionario de expectativas) se tuvo un similar inconveniente ya que algunos de los clientes argumentaban que no contaban con tiempo para realizarla. No obstante, dichos retrasos fueron superados satisfactoriamente.

CONCLUSIONES

Se logró determinar la relación entre las habilidades blandas y la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo 2021; dado que las correlaciones entre la variables tiene un valor de Pearson es de 0.711, lo que indica que entre las variables existe una correlación positiva buena, por lo que se concluye que sí hay relación entre las habilidades blandas y gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo 2021.

Se logró determinar la relación de la dimensión proactividad con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021, dado que el coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión con la variable gestión de ventas, es 0.774; lo que se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable es positiva . En conclusión, la proactividad tienen una relación muy alta con la gestión de ventas de la empresa en estudio.

Se logró determinar la relación de la dimensión trabajo bajo presión con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021; el coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión con la variable gestión de ventas, el cual es 0.686; lo que se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable es positiva buena, evidenciándose una relación positiva muy buena y estadísticamente significativa; se concluye que el trabajo bajo presión se relaciona directamente con la gestión de ventas.

Se logró determinar la relación de la dimensión responsabilidad social y personal con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021, dado que el coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión con la variable gestión de ventas, el cual es 0.775; lo que se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable es positiva buena; concluyendo que existe relación entre la responsabilidad de la capacidad de respuesta, en los niveles de satisfacción.

Se logró determinar la relación de la dimensión trabajo en equipo con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021 el coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión con la variable gestión de ventas, el cual es 0.586; lo que se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable es positiva moderada, con ello podemos concluir que el trabajo en equipo se relaciona moderadamente con la gestión de ventas

Se logró determinar la relación de la dimensión comunicación con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021, el coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión con la variable gestión de ventas, el cual es 0.734; lo que se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable es positiva muy buena, por lo que se concluye que la dimensión y la variable gestión de ventas sí se relacionan directamente,

REFERENCIAS

- Ababa, A. (2014). The impact of sales skills on personal selling performance: the case of Ethio telecom enterprise (b2b) salespersonnel. Etiopía: Saint Marys University. Obtenido de <http://repository.smuc.edu.et/bitstream/123456789/845/1/MOHAMMED%20HAJI.pdf>
- Castillo, V. (2019). Relación de las Habilidades Blandas y el proceso de venta de los promotores de una empresa operadora de Telefonía Móvil en la ciudad de Trujillo, 2019. Trujillo, Perú: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22338/Castillo%20Cordova>
- Fritz, J. (2011). Civility in the Workplace. *Spectra*, 47(3), 11-15
- Frone, M. (2000). Interpersonal Conflict and Work and Psychological Outcomes: Testing a Model among Young Workers. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 5(2), 246-255
- González, R. (2005). *Creando valor con la gente*. México D.F., México: Norma
- Gutiérrez, T. (2019). Humanos con talento en las organizaciones. *REICE: Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 7(13), 122-135. Recuperado de: <https://doi.org/10.5377/reice.v7i13.8178>.
- Guiltinan Joseph, Paul Gordon y Madden Thomas (2005). *Gerencia de Marketing*.
- Hersey, P., & Blanchard, K. (1988). *Management of organizational behavior: Utilizing Human Resources* (3rd Ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Jelphs, K. (2006). Communication: Soft skill, hard impact? *Clinician in Management*, 14, 33-37

- John, J. (2009). Study on the nature of impact of soft skills training program on the soft skills development of management students. *Pacific Business Review*, 19-27.
- Keyton, J., Caputo, J., Ford, E., Lu, R., Leibowitz, S., Liu, T., Polasik, S., Ghosh, P., & Wu, C. (2013). Investigating Verbal Workplace Communication Behaviors. *International Journal of Business Communication*, 12-17.
- Kotler Phillip y Amstrong Gary (2008). *Principios del Marketing*. Pearson Prentice Hill. España. 1020 p.
- Lewis, C.S. (1996). *Mere Christianity*. Touchstone Books
- Mardatillah, A., Budiman, I., & Tarigan, U. (2018). Developing soft skill training for salespersons to increase total sales. *Journal of Physics*, 1-8. doi:10.1088/1742-6596/1007/1/012025
- Metso, S. & Kianto, A. (2014). Vocational students' perspective on professional skills workplace learning. *Journal of Workplace Learning*, 26 (2), 128–148.
- Montoya, C. y Boyero, M. (2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Visión de futuro*.20(2), 1-20 %20Victor%20Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramos, A. (2019). Estrategia de desarrollo de competencias blandas para mejorar el liderazgo en los supervisores de ventas del Call center de Arequipa. Tesis de grado. Pimentel, Perú: Universis Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6148/Ramos%20D%C3%ADaz%20Anal%C3%AD%20Milagros.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Robbins, S. (2003). *Organizational Behavior*. 10th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Skorstad, E.J., Ramsdal H. (2009). *Flexible Organizations and the New Working Life*.

Publisher: Ashgate

Tracy, B. (2009). *Psicología de ventas*. Nashville, Estados Unidos: Grupo Nelson.

Ulloa, W. L. O., Masacon, N. H. H., & Rodríguez, A. F. C. (2019). La estructura organizacional en función del comportamiento del capital humano en las organizaciones. *RECIMUNDO*, 3(4), 114-137.

ANEXOS

- Anexo n°1: Matriz de consistencia:

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
¿Existe relación entre las habilidades blandas y la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo 2021?	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación de las habilidades blandas con la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p> <p>Objetivo específico</p> <p>1. Determinar la relación de la dimensión proactividad con la variable gestión de ventas en la</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Hi: Existe una relación de las habilidades blandas con la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p> <p>Ho: No existe una relación de las habilidades blandas con la gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p>	<p>Variable independiente:</p> <p>Habilidades Blandas</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proactividad • Trabajo bajo presión • Responsabilidad social y personal • Trabajo en equipo. • Comunicación. 	<p>El tipo de investigación según su finalidad es aplicada.</p> <p>Según su naturaleza es cuantitativa.</p> <p>Según la recolección de datos es: retrospectiva.</p>

	<p>empresa Purix, Trujillo, 2021.</p> <p>2. Determinar la relación de la dimensión trabajo bajo presión con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p> <p>3. Determinar la relación de la dimensión responsabilidad social y personal con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p> <p>4. Determinar la relación de la dimensión trabajo en equipo con la variable gestión de ventas en la</p>	<p>Hipótesis específica</p> <p>Hi1: Existe una relación de la dimensión proactividad con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p> <p>Ho1: No existe una relación de la dimensión proactividad con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p> <p>Hi2: Existe una relación de la dimensión trabajo bajo presión con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p> <p>Ho2: No existe una relación de la dimensión trabajo bajo presión con la variable gestión de ventas</p>	<p>Variable dependiente:</p> <p>Gestión de ventas</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección de ventas • Tipos de ventas • Técnicas de ventas 	<p>El diseño de investigación a realizar para este estudio es de tipo explicativa – correlacional.</p>
--	---	---	---	--

	<p>empresa Purix, Trujillo, 2021.</p> <p>5. Determinar la relación de la dimensión comunicación con la gestión de variable ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p>	<p>en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p> <p>Hi3: Existe una relación de la dimensión responsabilidad social & personal con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021</p> <p>Ho3: No existe una relación de la dimensión responsabilidad social & personal con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021</p> <p>Hi4: Existe una relación de la dimensión trabajo en equipo con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021</p> <p>Ho4: No existe una relación de la dimensión</p>		
--	--	---	--	--

		<p>trabajo en equipo con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021</p> <p>Hi5: Existe una relación de la dimensión comunicación con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p> <p>Ho5: No existe una relación de la dimensión comunicación con la variable gestión de ventas en la empresa Purix, Trujillo, 2021.</p>		
--	--	---	--	--

Anexo n.º 2. Matriz de Operacionalización

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
HABILIDADES BLANDAS	“Las habilidades blandas son aquellos atributos o características de una persona que le permiten interactuar con otras de manera efectiva tienen relación con lo que se conoce como inteligencia emocional; la relación y comunicación efectiva se ve afectada principalmente por la capacidad de conocer y manejar las emociones, tanto en nosotros	Instrumento para medir las habilidades blandas de Morocho (2017)	Proactividad	Dinamismo personal	Ordinal
				Confianza en sí mismo	
				Perseverancia	
			Trabajo bajo presión	Control de emociones	
				Buena actitud	
				Tolerancia	
				Toma de decisiones	
			Responsabilidad social y personal	Identificación con la institución	
				Compromiso individual	
				Compromiso social	
			Trabajo en equipo	Liderazgos individuales	
				Trabajo cooperativo	
				Compromiso	
	Fluidez				

	mismos como en los demás” Mujica (2015)			Coherencia	
			Comunicación	Atención	
GESTIÓN DE VENTAS	Es la manera como la organización administra y elabora estrategias para sus		Dirección de ventas	Puntuación obtenida en dirección de ventas	

	ventas (Kotler, 2012)	Encuesta para medir la gestión de ventas del autor Coronel (2016).	Tipos de ventas	Puntuación obtenida en tipos de ventas	
			Técnicas de ventas	Puntuación obtenida en técnicas de ventas	

Escala de habilidades blandas

Nombre:

edad:

Cargo:

sexo:

Institución:

fecha:

Lea atentamente cada frase y luego indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas. Hay cuatro posibles respuestas: 1. Nunca 2. A veces 3. Casi siempre 4. Siempre. A continuación, encontrará algunas afirmaciones sobre sus emociones y sentimientos. No hay respuestas correctas o incorrectas, ni buenas o malas. No emplee mucho tiempo en cada respuesta.

Preguntas	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1 Asumo la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan.				
2 Busco continuamente nuevas oportunidades para lograr mis objetivos.				
3 Motivo a mis compañeros a fin de lograr que se cumplan los objetivos.				
4 Termino el trabajo aunque sea difícil				
5 Soy perseverante en el trabajo que se me encarga				

6 Suelo descontrolarme emocionalmente en el trabajo				
7 Disfruto siendo parte de un grupo.				
8 Estoy siempre dispuesto a trabajar con los demás aunque no siempre tengamos las mismas opiniones.				
9 Constantemente tengo una buena actitud				
10 Controlo situaciones de estrés en el trabajo				
11 Soy una persona que respeta las opiniones de los demás				
12 Si algo sale mal busco una solución y evito enojarme				
13 soluciono dificultades inesperadas de manera muy efectiva				
14 Conozco la misión y visión de la organización en la cual trabajo.				
15 Me siento orgulloso de trabajar en la organización en la cual trabajo.				
16 Cuando me equivoco asumo responsabilidad y no culpo a nadie mas				
17 Promuevo y apoyo acciones de voluntariado social entre mis compañeros de trabajo				

18 Desarrollo acciones que favorecen el respeto, la promoción y la educación en la empresa donde trabajo.				
19 Considero que es más fácil lograr un objetivo si se trabaja en conjunto				
20 Es importante para mí motivar a mis compañeros a realizar un buen trabajo.				
21 Expreso mis opiniones de manera que no afecto a nadie.				
22 Trabajo fácilmente con personas con puntos de vista diferentes al mio				
23 Sólo se puede estar seguro de que algo está bien hecho si lo hace uno mismo.				
24 Estoy comprometido con el desarrollo de la organización				
25 Estoy siempre atento y dispuesto a apoyar en lo que pueda				
26 Cuando hablo, lo hago oportunamente y me expreso de forma correcta				
27 me siento nervioso cuando hablo ante personas extrañas				
28 Expreso de manera correcta lo que necesito				

29 siempre estoy atento ante una comunicación				
---	--	--	--	--

ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE RESULTADOS

ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE INSTRUMENTO "HABILIDADES BLANDAS"

La estructura factorial de los elementos de las 5 dimensiones fueron examinadas, a través del análisis de ítems test. Se ha correlacionado cada uno de los ítems que forman cada dimensión con el total. Los resultados indican los reactivos de la escala de habilidades blandas validos; tal como se expresan en la siguiente tabla.

ITEMS	PROACTIVIDAD	TRABAJO	RESPONSABILIDAD	TRABAJO
		BAJO PRESION	SOCIAL Y PERSONAL	EN EQUIPO
COMUNICACIÓN				
1	0.34			
2	0.42			
3	0.39			
4	0.39			
5	0.40			
6	0.40			
7		0.40		
8		0.40		
9		0.40		
10		0.40		
11		0.39		
12		0.40		
13		0.40		
14			0.39	

15	0.39	
16	0.39	
17	0.40	
18	0.40	
19		0.40
20		0.40
21		0.40
22		0.40
23		0.40
24		0.40
25		0.40
26		0.40
27		0.40
28		0.40
29		0.40
30		0.40

confiabilidad método mitades partidas.

PERSON	0,91
SPEARMAN	2,13

Anexo n° 4: **Encuesta para medir la gestión de ventas**

Estimado trabajador, muchas gracias de antemano por su colaboración; a continuación, se le presentan algunas preguntas las cuales les pedimos puedan responder con total veracidad de acuerdo al siguiente criterio:

5	Totalmente de acuerdo
4	De acuerdo
3	Indeciso
2	En desacuerdo
1	Totalmente en desacuerdo

N°	Pregunta	5	4	3	2	1
Dirección de ventas						
1	¿Considera usted que la empresa establece estrategias, objetivos y control en sus planes de ventas?					
2	¿La actual gestión de ventas proporciona a la empresa un adecuado posicionamiento en el sector?					
3	¿Los productos que ofrece la empresa cumplen con sus necesidades de consumo?					
Tipos de venta						

4	¿Considera necesario que la empresa tenga más canales de atención en sus ventas					
5	¿Está usted de acuerdo que la empresa le vende por los canales de venta actuales?					
Técnicas de venta						
6	¿Considera que la fuerza de ventas está capacitada para atender a las necesidades de los clientes?					
7	¿La fuerza de ventas de la empresa está motivada para realizar sus funciones comerciales?					
8	¿Existe una buena relación de la empresa con sus clientes?					
9	¿La fuerza de ventas cuenta con las técnicas necesarias para motivar la decisión de compra del cliente?					
10	¿La fuerza de ventas orienta adecuadamente sobre los productos a los clientes de la empresa?					

ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE RESULTADOS

ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE INSTRUMENTO "GESTIÓN DE VENTAS"

Validez:

La validez está destinada a demostrar cuan eficiente es un instrumento en la medición de un constructo que está diseñado a evaluar. Para la validación de este instrumento se utilizó el método de constructo.

- **Validez de constructo:**

La estructura factorial de los elementos de las 3 dimensiones fueron examinadas a través del análisis de ítem test, se ha correlacionado cada uno de los ítems que forman cada dimensión con el total. En la siguiente tabla se expresa los resultados que indica la validez de cada reactivo de la variable gestión de ventas

N° ITEM	Dirección de ventas	Tipos de ventas	Técnicas de ventas
1	0.996		
2	0.895		
3	0.948		
4		0.928	
5		0.899	
6			0.951
7			0.935
8			0.902
9			0.912
10			0.918

Nota: Aplicada a 50 participantes

De la tabla se observa que los valores del ítem test son mayores a 0.8, indicando así que el instrumento tiene consistencia interna y es válido estadísticamente

Confiabilidad:

Se define como la consistencia de una medida, es decir el grado en que una serie de medidas está libre de varianzas de error al azar. La buena fiabilidad de un instrumento exige controlar lo mejor posible las condiciones externas e internas que pueden influir en las puntuaciones. La confiabilidad del instrumento de gestión de ventas fue analizada con el método de consistencia interna y el resultado de confiabilidad según el coeficiente alfa de Crombach fue de 0.968; esto indica que la confiabilidad del instrumento es muy alta.

Estadísticas de fiabilidad

	Alfa de Cronbach basada en elementos	N de elementos
Alfa de Cronbach estandarizados		
,968	,971	4

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	“LAS HABILIDADES BLANDAS Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA PURIX, TRUJILLO 2021”	
Línea de investigación:	Recursos humanos	
Apellidos y nombres del experto:	Sotomayor Flores Daviña	
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Gestión de ventas	

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		

3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		

11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
-----------	---	---	--	--

Sugerencias:

Firma del experto:


Damián Schomayer Flores

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	“LAS HABILIDADES BLANDAS Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA PURIX, TRUJILLO 2021”
Línea de investigación:	Recursos humanos
Apellidos y nombres del experto:	Cortavitarde Rodríguez Jairo
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Gestión de Ventas

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		

3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		

11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
-----------	---	---	--	--

Sugerencias:

Firma del experto:



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	“LAS HABILIDADES BLANDAS Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA PURIX, TRUJILLO 2021”
Línea de investigación:	Recursos humanos
Apellidos y nombres del experto:	Alcántara More Pat Trish
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Gestión de ventas

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

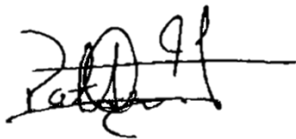
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		

3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		

10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:



Validez mediante juicio de experto.

La prueba fue validada mediante juicio de experto y análisis factorial confirmatorio. Para lo primero, se diseñó un cuestionario de validación (Anexo 05) y se seleccionaron 04 jueces, quienes reunían las características que los definen como jueces expertos en la materia:

- a) Un mínimo de 15 años de experiencia laboral relacionada a la gestión de recursos humanos.
- b) Formación académica especializada en Administración de Empresas, Relaciones Industriales y/o Psicología Organizacional.

Cuadro 15: Lista de expertos

N°	Apellidos y Nombres	Grado Académico	Especialidad	Cargo	Institución	Años de experiencia
1	Zuazo Merino, Julio César	Magister	Relaciones Laborales	Jefe de Relaciones Industriales	Petróleos del Perú Petroperú	18 años
2	Sánchez Lévano, María Julia	Magister	Psicología	Docente Universitaria	Universidad Nacional de Ingeniería	16 años
3	Llerena Granda, Lilliana	Magister	Psicología	Gerente General	Overall Resources S.A.C.	25 años
4	Oliveira Zárate, Manuel	Magister	Psicología	Docente Universitario	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	25 años

Elaboración: Boada, Natalia (2018)

Asimismo, se halló el coeficiente de validez de Aiken (V de Aiken) para validar la pertinencia, relevancia y claridad de cada uno de los ítems de la prueba utilizando la siguiente fórmula:

$$V = \frac{S}{(n(c - 1))}$$

Dónde:

S = La sumatoria de S_i

s_i = Valor asignado por el juez i

n = Número de jueces

c = Número de valores de la escala de valoración (5 en este caso)

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	“LAS HABILIDADES BLANDAS Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA PURIX, TRUJILLO 2021”
Línea de investigación:	Recursos humanos
Apellidos y nombres del experto:	Sotomayor Flores Daviña
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Habilidades blandas

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		

3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		

11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
-----------	---	---	--	--

Sugerencias:

Firma del experto:


Dawina Schomayer Flores

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	“LAS HABILIDADES BLANDAS Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA PURIX, TRUJILLO 2021”	
Línea de investigación:	Recursos humanos	
Apellidos y nombres del experto:	Cortavitaro Rodríguez Jairo	
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Habilidades blandas	

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		

3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		

11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
-----------	---	---	--	--

Sugerencias:

Firma del experto:



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	“LAS HABILIDADES BLANDAS Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA PURIX, TRUJILLO 2021”
Línea de investigación:	Recursos humanos
Apellidos y nombres del experto:	Alcántara More Pat Trish
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Habilidades blandas

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		

3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		

11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
-----------	---	---	--	--

Sugerencias:

Firma del experto:

