

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SUBSISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA TRABAJO DE TITULACIÓN:

Evaluación de habilidades blandas para el personal del área comercial de empresas que ofertan productos y/o servicios para Unidades Educativas

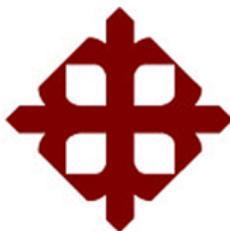
AUTOR:

Jonathan Josué Guachilema Armendáriz

**Previo a la obtención del Grado Académico:
Magíster en Administración de Empresas**

Guayaquil, Ecuador

2025



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SUBSISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Licenciado Jonathan Josué Guachilema Armendáriz, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas.

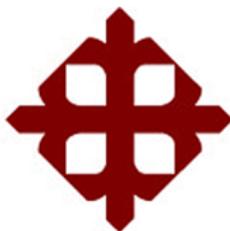
REVISORA

Ing. Elsie Zerda Barreno, PH. D

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, PH. D

Guayaquil, a los 10 días del mes de enero del año 2025



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SUBSISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Jonathan Josué Guachilema Armendáriz

DECLARO QUE:

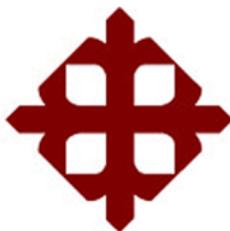
El trabajo Evaluación de habilidades blandas para el personal del área comercial de empresas que ofertan productos y/o servicios para Unidades Educativas, previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 10 días del mes de enero del año 2025

EL AUTOR

Jonathan Josué Guachilema Armendáriz



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SUBSISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Jonathan Josué Guachilema Armendáriz

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de titulación previo al título de Magíster en Administración de Empresas titulado: **Evaluación de habilidades blandas para el personal del área comercial de empresas que ofertan productos y/o servicios para Unidades Educativas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 10 días del mes de enero del año 2025

EL AUTOR:

Jonathan Josué Guachilema Armendáriz



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SUBSISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

REPORTE COMPILATIO

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

PROYEC~1

4% **Textos sospechosos**

2% **Similitudes**
0% similitudes entre comillas
< 1% entre las fuentes mencionadas

2% **Idiomas no reconocidos**
0% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: PROYEC-1.DOC

ID del documento: b4e94cc416c66363c645c6fbc6a700337d7ad40d

Tamaño del documento original: 121,09 KB

Autores: []

Depositante: María del Carmen Lapo Maza

Fecha de depósito: 1/10/2024

Tipo de carga: interface

fecha de fin de análisis: 1/10/2024

Número de palabras: 5073

Número de caracteres: 34.549

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	2024-MAE TRABAJO FINAL PLAZA PONCE ERCILIA ALEXANDRA.docx 20... #c0f444 <small>El documento proviene de mi biblioteca de referencias 32 fuentes similares</small>	5%		Palabras idénticas: 5% (228 palabras)
2	CORRECCION FINAL CARMEN ORTIZ.docx CORRECCION FINAL CARMEN OR... #7e6917 <small>El documento proviene de mi biblioteca de referencias 29 fuentes similares</small>	4%		Palabras idénticas: 4% (226 palabras)
3	repositorio.ucsg.edu.ec http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/33171/5427/3/T-UCSG-POS-MAE-304.pdf.txt <small>29 fuentes similares</small>	3%		Palabras idénticas: 3% (155 palabras)
4	Presentacion trabajo titulación MG55- LIC. GUINGLA ELVA (1).doc Pres... #f56e63 <small>El documento proviene de mi grupo 26 fuentes similares</small>	2%		Palabras idénticas: 2% (110 palabras)
5	Documento de otro usuario #b1300f <small>El documento proviene de otro grupo</small>	2%		Palabras idénticas: 2% (104 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	doi.org https://doi.org/10.53595/rio.v3.i8.082	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)
2	repositorio.upse.edu.ec https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10042/1/UJPE-TI-2023-0010.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
3	www.studocu.com Muestreo no probabilístico - Introducción. El muestreo se p... https://www.studocu.com/es-mi/document/universidad-pablo-guardado-chavez/me-todologia-de-la-ia-...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
4	doi.org https://doi.org/10.26871/Alifkanasocial.v64.1129	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)
5	doi.org https://doi.org/10.1108/WHATT-10-2018-0066	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (15 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 1 <https://doi.org/10.3390/admsci13090208>
- 2 <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.3172>
- 3 <https://www.weforum.org/agenda/2019/02/job-trends-shaping-the-future-of-jobs/>
- 4 <http://dx.doi.org/10.4067/50718-50062021000400049>
- 5 <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2016.10.002>

AGRADECIMIENTO

Primero agradezco a Dios Padre Celestial por permitir todo esto, por ser siempre el faro que guía mi camino y por permitirme siempre tener las personas adecuadas en este grandioso camino llamado vida. A mis padres, pero de manera especial a mi adorada madre, por su apoyo y amor incondicional, gracias por sus grandes enseñanzas. A mi amada esposa le debo un montón ya que ha sido mi compañera en las buenas y en las no tan buenas, también a mis hijos, fuente de mi inspiración y motivación; ellos han sido mis mejores maestros.

Mi gratitud también se extiende a los docentes de la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, quienes han fomentado en mi un espíritu crítico fundamental para lograr esta investigación.

¡Muchas gracias!

1

Jonathan Josué Guachilema Armendáriz

2

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado para una persona a quien respeto y admiro mucho, y que desde niño me enseñó invaluable cosas. Gracias a mi abuelo aprendí que, si en la vida uno siente miedo a algo, hay que enfrentarlo y lograr aprovechar ese miedo a nuestro favor, que uno debe tener un propósito en la vida y luchar siempre para lograrlo; que una persona de bien siempre tiene que ser correcta y firme en sus convicciones ya que hay circunstancias en la vida que a veces son difíciles, pero si no lo fuera así, que merito tendría; esto justamente le da una sazón especial a la vida. Gran sabiduría la de mi abuelo Héctor Armendáriz.

¡Para ti mi querido tigre!

1

Jonathan Josué Guachilema Armendáriz

2

Introducción

Las competencias o habilidades blandas en los últimos tiempos han adquirido gran relevancia, esto se reconoce por la necesidad de formar a las personas íntegramente y con un alto nivel de comunicación, que se desenvuelvan de excelente manera en un mundo tan dinámico, lleno de incertidumbre, dentro de un entorno de constante intercambio de datos, información y conocimiento (Sarmiento, 2023).

Con la llegada de la inteligencia artificial y aunque las automatizaciones que hoy en día logra la tecnología al realizar muchas tareas, las competencias blandas merecen una participación fundamental ya que éstas diferencian realmente a las personas de los autómatas. Ante un contexto evidente en que el hardware, software, y la inteligencia artificial optimizan varios procesos de las empresas, en distintas áreas y por supuesto también en el área comercial, las habilidades blandas se vuelven fundamentales y permiten maximizar el impacto positivo de la tecnología en la sociedad, por ello se hace relevante el estudio de estas habilidades a los colaboradores de las empresas.

En el 2017, la firma Deloitte en su publicación "Súbase a la Ola: La carrera del siglo XXI" enfatiza en que las tareas basadas en matemáticas, ciencias, e ingeniería (habilidades duras), son vulnerables a la automatización, por lo que deberían ser complementadas con habilidades blandas. Por tanto, las habilidades blandas se definen como habilidades no técnicas e incluyen habilidades interpersonales e intrapersonales (Bersin, 2017).

En el 2019, el World Economic Forum aplicó una encuesta global a cinco mil profesionales de recursos humanos y talento gestores de adquisiciones a través de LinkedIn; en este estudio el 91% respondió que las habilidades blandas son la principal tendencia y desafío para la contratación en los próximos años. Esto revela la importancia de identificar habilidades blandas en el trabajo, candidatos o en empleados que ya trabajan en la organización (Fleming, 2019).

En cuanto al concepto, las habilidades blandas son todo el inventario de atributos, conocimientos y habilidades que tiene una persona, que le permite adaptarse al entorno y reaccionar ante las diversas situaciones que se presentan con los clientes (Escamilla et al.,2022).

Hay otros estudios que indican que las habilidades blandas se utilizan para designar competencias personales transversales como las sociales, aptitudes, capacidad lingüística y

comunicativa, amabilidad y capacidad de trabajo en un equipo, sumados a éstos, otros aspectos de la personalidad humana que permiten la interrelación. (Ogunrinde, 2022).

También en el mundo de la formación en habilidades empresariales, las habilidades de los empleados generalmente se pueden dividir en dos categorías principales: habilidades duras y habilidades blandas. En el entorno actual para que la organización se vuelva más fuerte y competitiva, los empleados necesitan poseer habilidades sociales además de habilidades duras (Ibrahim et al., 2017). Aunque, personas dedicadas a la investigación en este campo, coinciden en que existe una diferencia palpable y cada vez mayor entre las competencias interpersonales que se requiere en el campo laboral y el nivel de competencias que poseen los colaboradores inexpertos (Singh y Jaykumar, 2019).

Un estudio realizado por Vera (2021) buscó identificar las 10 competencias blandas más importantes para el buen desempeño en el mercado laboral chileno. La muestra corresponde a 45 ejecutivos de empresas de mediano y gran tamaño. La información se recoge mediante un cuestionario tipo escala de Likert, autoadministrado en línea. Los resultados muestran que la industria le asigna gran valor a la comunicación efectiva, resolución de problemas, pensamiento crítico, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad, coordinación, gestión del tiempo, ética laboral y negociación.

Por otro lado, existe un estudio cuya finalidad fue validar un cuestionario que evalúe las habilidades de comunicación y el nivel de inteligencia emocional de las enfermeras en el Líbano. Este estudio demuestra que utilizar un cuestionario como herramienta de recolección de datos para evaluar el nivel de comunicación, inteligencia emocional, es bastante confiable, válido y fidedigno (Aridi et al., 2023).

También en el sector de formación universitaria Fuentes et al. (2021) realizaron un importante estudio a una muestra de cincuenta estudiantes de Psicología y Administración en Salud Ocupacional. Los resultados fueron que la mayoría de los estudiantes de las dos carreras muestran una deficiencia en la habilidad para comunicarse, específicamente hacer preguntas. No obstante, también se evidencia una prevalencia del 90% de las habilidades no técnicas, tales como: presentación, influencia, liderazgo, organización autoconfianza y trabajo en equipo.

Algo similar investigó Gaitán (2024), el objetivo de este estudio fue identificar y analizar las habilidades blandas de mayor demanda que requiere el mercado laboral en las carreras de Administración de Empresas y en Marketing y Publicidad. Los resultados de esta

investigación indican que actualmente no existe diferencia significativa entre el nivel de competencias blandas requerido por las empresas y el nivel demostrado por los egresados.

Uno de los sectores que tuvo un gran desafío en la pandemia de COVID-19, es el sector educativo, que de manera obligatoria provocó cambios en el proceso de enseñanza – aprendizaje y los docentes tuvieron que adaptarse a este entorno. Por eso también en este campo se realizó una investigación para validar un cuestionario en línea que busca medir la autoevaluación de las habilidades interpersonales antes y durante la pandemia. El estudio termina desarrollando un cuestionario de autoevaluación destinado a medir cómo la conciencia de un individuo sobre las competencias sociales influye en su capacidad para reconocer eficazmente el impacto de los desafíos en su trabajo (Al-Sa'di et al., 2023).

También en el área de tecnología se han realizado estudios, se concentraron en averiguar las habilidades blandas más importantes que necesita un especialista en TIC para una actividad exitosa en microempresas y el resultado fue que la comunicación, resolución de problemas, el trabajo en equipo, mentalidad de aprendizaje, creatividad y liderazgo son habilidades que se necesitan en este campo (Szilárd et al., 2018).

En el área de emprendimiento Ortega et al. (2022) en su estudio tuvieron como objetivo la identificación de las habilidades blandas necesarias para que los emprendedores logren que su emprendimiento tenga éxito. Luego de realizar el estudio se pudo averiguar varias limitaciones que tienen los emprendedores en relación con sus habilidades blandas y cómo esto afecta de manera directa a la permanencia de sus negocios en el tiempo.

En lo que respecta al área comercial también existen estudios específicos sobre habilidades blandas: En el caso de Escamilla et al. (2022) realizaron un estudio con una encuesta que se aplicó a una muestra de 81 gerentes de ventas de concesionarios de automóviles del área metropolitana de Monterrey. El modelo fue una regresión lineal múltiple, las encuestas fueron procesadas con SPSS Statistics a través de pasos sucesivos. Los hallazgos revelaron que la hospitalidad, la comunicación efectiva y la motivación son significativas en relación con el servicio al cliente en los colaboradores de las concesionarias de automóviles, específicamente en el área de ventas.

En el mismo año también se hizo un estudio con el propósito de probar el efecto directo de las habilidades de los vendedores B2B en su desempeño, por medio de encuestas realizadas los resultados del estudio arrojan luz sobre el efecto directo de las habilidades de los vendedores

en el desempeño de las ventas. Específicamente, los resultados del estudio revelan el efecto directo existente de la presentación interpersonal y las habilidades de comunicación, la adaptabilidad de enfoque de ventas y habilidades de comportamiento de ventas relacionados con el cliente (Rodríguez et al., 2022).

Dado estos antecedentes, el objetivo de este estudio es evaluar las habilidades blandas específicas al personal del área comercial de empresas B2B, que ofertan productos o servicios a Unidades Educativas de nivel primaria y secundaria; con el propósito de obtener la información necesaria de cuáles son las habilidades blandas que mejor manejan los vendedores, así como también aquellas habilidades blandas que hay que reforzar y mejorar en el proceso comercial.

La evaluación se realizó al personal del área de ventas de varias empresas en el Ecuador, dedicadas a vender productos o servicios a Unidades Educativas (vendedores B2B), tales como: empresas editoriales, de software educativo, administrativo, financiero, contable y empresas de seguros para colegios.

Metodología

Tipo de estudio

El estudio se realizó con un enfoque cuantitativo de corte transversal y alcance descriptivo que permitió recopilar datos específicos de como está la situación actual en cuanto al manejo de las habilidades blandas dentro del proceso comercial de los vendedores B2B que ofertan productos o servicios a Unidades Educativas. Se eligió este método debido a que permite cuantificar en un momento determinado una sola variable (habilidades blandas) en una muestra con personas con similares características y estricto perfil comercial. Este método permite medir de mejor manera estas habilidades, para tabular la información y con ella poder tomar decisiones.

Para esta investigación se empleó la técnica de muestreo no probabilístico debido a que la muestra se recoge en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados y los elementos dependen de las características de la investigación, con un estricto perfil de selección de los entrevistados.

La muestra escogida fue por conveniencia, eligiendo a 50 vendedores y teniendo en cuenta las siguientes condiciones: que sean vendedores B2B, experiencia mínima en ventas de un año vendiendo en Unidades Educativas.

Instrumento de Recolección de Información

La recolección de datos se llevó a cabo a través de encuestas en línea, utilizando la herramienta Google forms, para captar información relevante y que sea más fácil el acceso a los encuestados, ya que se hizo el estudio a nivel nacional en el Ecuador. Esto hizo posible el llegar de una manera adecuada con este tipo de encuestas para no tener que movilizarse físicamente, además que es más cómodo para los entrevistados hacerlo de esta manera ya que la mayoría de los vendedores pasan en el campo laboral visitando clientes en horarios de la mañana y en las tardes hacen labores de oficina.

Las preguntas fueron tomadas de varios estudios y adaptadas para el objetivo de esta investigación; entre ellos está el estudio realizado por (Rodríguez et al., 2022), así como también la investigación realizada por (Vera, 2021) y el estudio realizado por (Fuentes et al., 2021).

El tipo de fuente recolectada en esta investigación es primaria y la estructura de la operacionalización de la variable de la encuesta esta detallada en la Tabla 1.

Tabla 1.

Operacionalización de la variable

Variable	Definición Conceptual	Indicadores/Dimensiones	Escala
Características Sociodemográficas	Son el conjunto de características biológicas, socioeconómico culturales que están presentes en la población sujeta a estudio.	Edad	Número de años
		Estado Civil	Soltero, Casado/Unión libre, Divorciado, Viudo
		Género	Masculino, Femenino
		Número de cargas familiares	Número en personas
		Nivel de estudios	Secundaria, Técnico/Tecnólogo, Universitario (Tercer Nivel), Máster/Doctorado (Cuarto Nivel)
		Experiencia en ventas	Número de años
Habilidades Blandas	Son aptitudes que posee un ser humano para interactuar con	Presentación Interpersonal	1 =Nunca, 2 =Casi nunca, 3 =Algunas veces, 4 =Casi siempre, 5 =Siempre
		Comunicación efectiva	

otras personas, son rasgos de carácter y que no tienen que ver con conocimientos técnicos.	Adaptabilidad sobre el enfoque de ventas.
	Adaptabilidad sobre el comportamiento de ventas.
	Resolución de problemas
	Trabajo en equipo
	Influencia en la negociación

Las dimensiones de la Tabla 1: Presentación interpersonal, comunicación efectiva, adaptabilidad sobre el enfoque de ventas, adaptabilidad sobre el comportamiento de ventas, fueron tomadas del estudio realizado por (Rodríguez et al., 2022), así como también las dimensiones: Resolución de problemas, trabajo en equipo e influencia en la negociación, fueron tomadas de la investigación realizada por (Vera, 2021) y también del estudio realizado por (Fuentes et al., 2021).

El procedimiento realizado para las encuestas fue que primero se diseñó el cuestionario en Google Forms en el mes de mayo 2024; luego se obtuvo el link que redirige al cuestionario en línea, el cual se compartió por email y por WhatsApp a las personas que cumplían con el perfil requerido, se enviaron las encuestas en junio del 2024 y los encuestados las realizaron dentro del mismo mes, de manera automática se va receptando las encuestas en la misma herramienta, la cual realiza la tabulación automática de cada pregunta que se realizó en los encuestados, pero también posteriormente se utilizó la herramienta Excel para elaborar tablas, tabulación adicional y estadísticas.

Resultados

El análisis de la información sociodemográfica suministrada por los encuestados contiene elementos como: edad, estado civil, género y cargas familiares. Estos datos se presentan a continuación en la Tabla 2 y se obtuvo que de los encuestados: el 38% están entre las edades de 28 – 37 años, el 44% están entre las edades de 38 – 47 años, y el 14% tienen más de 48 años; dejando a una minoría del 4% en menores de 27 años, este rango joven es mínimo comparado a la mayoría.

De esta tabla también se interpreta que un 58%, que es la mayoría; está casado o tiene “unión libre”, que para la jurisdicción y ley ecuatoriana tienen los mismos derechos. Entonces se puede considerar que en su mayoría este tipo de vendedor busca la estabilidad con su cónyuge, formalizando su relación. También se puede apreciar que la mayoría, con un 62% de resultado pertenecen al género masculino y la mayoría de los vendedores tienen de 1- 3 cargas familiares llegando a un 64%.

Tabla 2

Resultados de las variables sociodemográficas

Edad		Estado Civil		Género		Cargas familiares	
18 - 27 años	4%	Soltero	28%	Masculino	62%	Ninguna	20%
		Casado/Unión					
28 - 37 años	38%	Libre	58%	Femenino	38%	1-3 personas	64%
38 - 47 años	44%	Divorciado	14%			4-6 personas	14%
48 o más	14%	Viudo	0%			más de 6 personas	2%

También existen dos variables sociodemográficas analizadas en esta investigación, el nivel de estudios y la experiencia en ventas. Estos resultados los podemos observar en la Tabla 3.

En cuanto al nivel de estudios se aprecia que un poco más de la mitad, es decir un 56% ha logrado alcanzar sus estudios de tercer nivel, el 22% ha obtenido título de Tecnólogo, y el 10% tiene ya un cuarto nivel, quedando solo una minoría del 12% con estudios secundarios. Esto presume la motivación que existe en el área comercial por prepararse, educarse y estar lo más capacitado posible para desempeñarse bien en las ventas. Se demuestra una gran oportunidad de seguir preparando académicamente a los vendedores para que puedan seguir poniendo en práctica los conocimientos adquiridos.

Por otro lado, también casi la mitad, es decir el 48% de los vendedores encuestados tienen un alto nivel de experiencia en ventas B2B, con más de seis años. También se puede observar que el 22% tiene entre cinco y seis años, y el 24% tiene entre tres a cuatro años de experiencia. Es decir que el 94% demuestra que la profesión de vendedor B2B da bastante estabilidad a aquellos que la adoptan, haciendo de esta profesión, toda una carrera.

Tabla 3*Resultados de las variables sociodemográficas*

Nivel de estudios		Experiencia en ventas (U.E.)	
Secundaria	12%	1-2 años	6%
Técnico/Tecnólogo	22%	3-4 años	24%
Universitario	56%	5-6 años	22%
Máster/Doctorado	10%	más de 6 años	48%

Los resultados presentados en la Tabla 4, muestran que tomando en cuenta la escala de Likert usada, donde 1 =Nunca, 2 =Casi nunca, 3 =Algunas veces, 4 =Casi siempre, 5 =Siempre; todos los puntajes están sobre tres, lo que sugiere que todos los vendedores encuestados están conscientes de la importancia de manejar sus competencias blandas en el proceso comercial, y lo desempeñan en su mayoría con un buen promedio. De las siete habilidades blandas evaluadas, destaca la presentación interpersonal (M= 4,400). Adicionalmente, en los puntajes sobre cuatro destacan: la comunicación efectiva, la resolución de problemas y el trabajo en equipo.

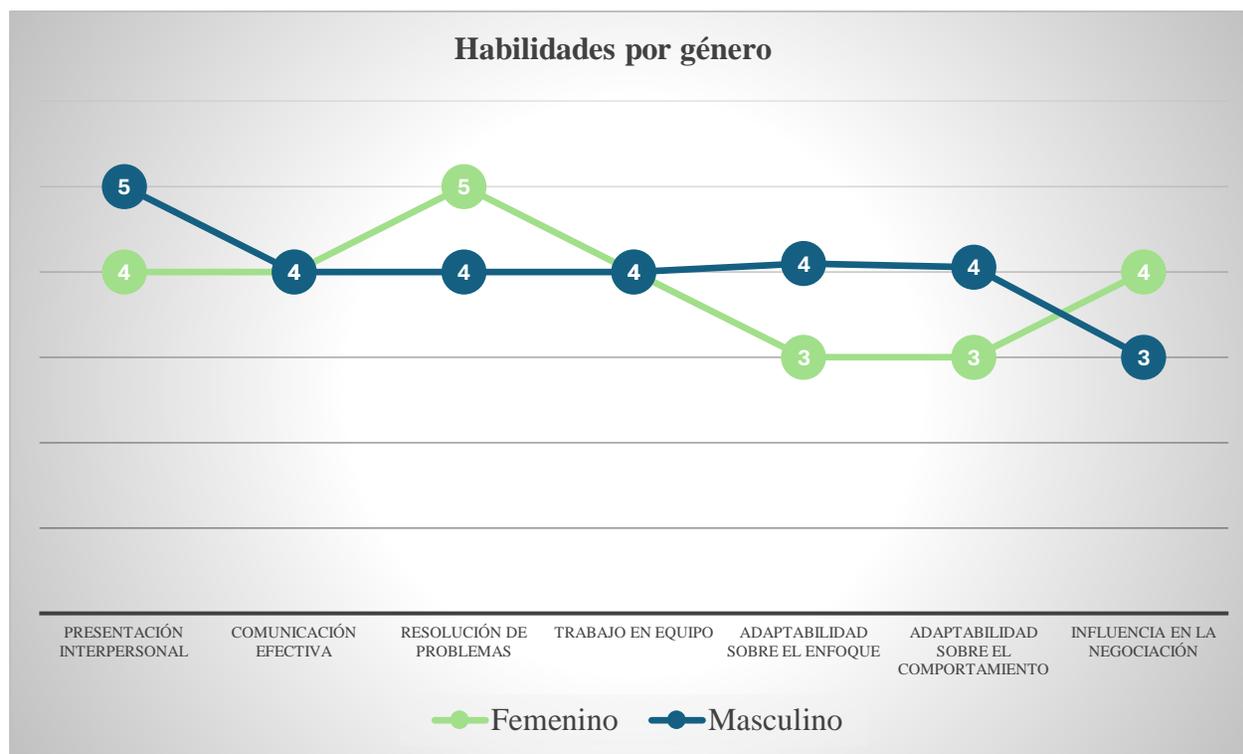
Sin embargo, se puede observar claramente que hay una oportunidad de mejoramiento en tres habilidades blandas: adaptabilidad sobre el enfoque de ventas (M= 3,947), adaptabilidad sobre el comportamiento de ventas (M= 3,893) y la influencia en la negociación (M= 3,870).

Tabla 4*Estadísticos descriptivos de habilidades blandas*

Habilidad Blanda	Promedio
Presentación Interpersonal	4,400
Comunicación efectiva	4,147
Resolución de problemas	4,113
Trabajo en equipo	4,020
Adaptabilidad sobre el enfoque de ventas.	3,947
Adaptabilidad sobre el comportamiento de ventas.	3,893
Influencia en la negociación	3,870

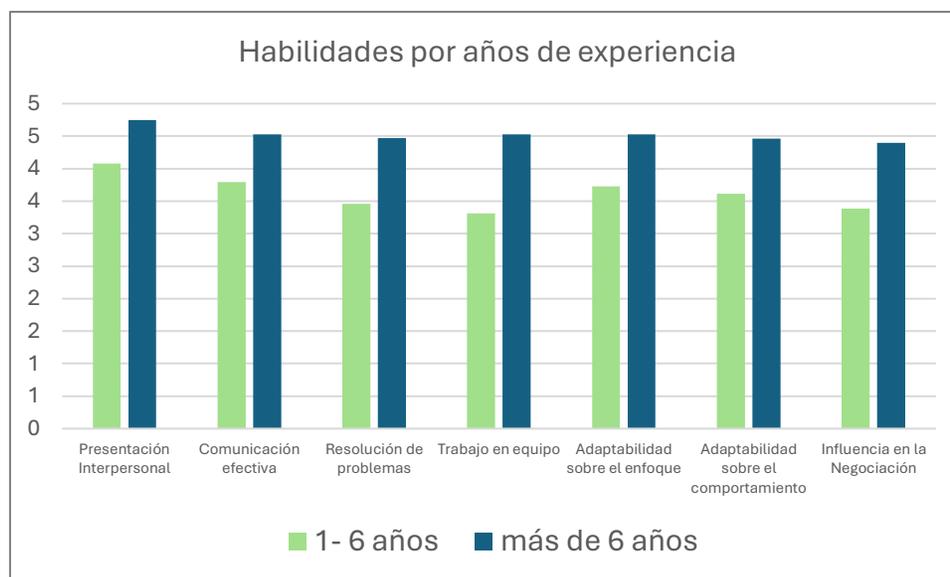
Figura 1

Resultado de habilidades por género



Adicionalmente, se presenta una gráfica en la figura 1, donde detalla el resultado por género, y se ve datos importantes: en el género femenino resaltan las habilidades de resolución de problemas e influencia en la negociación; mientras que en el masculino resaltan mejor puntuadas las habilidades de presentación interpersonal y adaptabilidad.

Además, se incluye un segundo gráfico en la figura 2, donde se hace un comparativo por habilidad, primero están aquellos vendedores que tienen experiencia entre 1 – 6 años y luego se compara con aquellos vendedores con experiencia mayor a seis años, y vemos que la diferencia es evidente, mientras más experiencia tenga el vendedor, mejor desarrolladas van a tener las habilidades blandas necesarias para la venta.

Figura 2*Resultado de habilidades por experiencia en ventas*

Conclusiones

Con los datos recolectados se concluye que el 88% de los vendedores B2B encuestados le dan mayor importancia a prepararse académicamente en educación superior, sea con título Universitario, de Tecnólogo o Maestría, es decir, no se quedan solo con un nivel de Bachillerato, sino que se profesionalizan para poder desempeñarse mejor en su labor comercial. Esta disposición para aprender es una gran oportunidad para tomar en cuenta en el proceso de formación y fortalecimiento de las habilidades blandas.

También se ha podido recopilar que el 94% de los vendedores B2B encuestados tienen más de tres años de experiencia vendiendo productos o servicios a Unidades Educativas, esto demuestra una alta estabilidad laboral de los vendedores que trabajan para dichas empresas, algo muy acertado cuando se busca tener una baja rotación de sus colaboradores, y además se debe aprovechar para generar lealtad y retención del talento. Al evaluar a sus colaboradores acerca de qué habilidades manejan mejor y cuales son las que tienen que desarrollar, les permite a ellos conocer sus fortalezas y debilidades para desarrollarse de manera personal y profesionalmente; y esto les permitirá ser más productivos complementando sus habilidades blandas con las

habilidades duras o técnicas, tales como el manejo de un software de gestión, CRM, dominio de ofimática, la IA, entre otras.

Con respecto a las siete habilidades blandas evaluadas, entre las mejores puntuadas y con mayor frecuencia, destacan cuatro habilidades que mejor manejan dichos vendedores: la presentación interpersonal, la comunicación efectiva, la resolución de problemas y el trabajo en equipo. Sin embargo, se recopilan datos importantes sobre las oportunidades de mejorar en tres habilidades blandas: adaptabilidad sobre el enfoque de ventas, adaptabilidad sobre el comportamiento de ventas y la influencia en la negociación.

Siendo todas estas habilidades muy importantes para el proceso comercial de vendedores B2B; se puede aprovechar la relevancia que le da este perfil en cuanto a sus estudios y preparación académica; para capacitarlo y ayudarlo a repotenciar estas habilidades blandas, con el fin de que aporte a mejorar la calidad de su desempeño laboral. Se motiva a que existan más ofertas de capacitación y formación en este tipo de habilidades siendo de vital importancia ahora más que nunca, ya que la tecnología avanza rápidamente pero donde justamente el ser humano seguirá siendo indispensable en muchos aspectos donde el hardware, software y la IA no pueden reemplazarlo.

Referencias

- Al-Sa'di, A., Yamjal, P., Ahmad, E., Panjabi, R., McPhee, C. A., & Guler, O. (2023). Assessing Educators' Soft Skills: Developing a Self-Assessment Instrument. *MDPI and ACS Style, Adm. Sci.* 2023, 13, 208. doi: <https://doi.org/10.3390/admsci13090208>
- Aridi, M., Ahmad, M., Ghach, W., Charifeh, S., & Alwan, N. (2023). Development and Validation of the Soft Skills Questionnaire for Nurses. *SAGE Open Nursing*, 1. doi:10.1177/23779608231159620
- Bersin, J. (Julio de 2017). *Deloitte Review*. Recuperado el 15 de mayo de 2024, de Súbbase a la ola. La carrera del siglo XXI: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/3943_Catch-the-wave/DUP_Catch-the-wave-ES.pdf
- Escamilla Vielma, R. D., Segovia-Romo, A., & López Pérez, J. F. (2022). Las habilidades blandas en el servicio al cliente: en el. *Contaduría y Administración*, 67 (2), 2022, 212-236, 214. doi:<http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.3172>
- Fleming, S. (11 de Febrero de 2019). *World Economic Forum*. Recuperado el 15 de mayo de 2024, de These 4 trends are shaping the future of your job: <https://www.weforum.org/agenda/2019/02/job-trends-shaping-the-future-of-jobs/>
- Fuentes, G., Moreno-Murcia, L., Rincón-Tellez, D., & Silva-Garcia, M. (2021). Evaluación de las habilidades blandas en la educación superior. *Formación universitaria, Form. Univ. vol.14 no.4 La Serena*. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000400049>
- Gaitán Nicolás, M. (2024). Análisis del requerimiento de competencias blandas en el campo de Administración de Empresas, Marketing y Publicidad en el fortalecimiento de los currículos académicos. *MLS Educational Research (MLSER), Vol. 8 Núm. 1 (2024), 127-14*. Obtenido de <https://www.mlsjournals.com/Educational-Research-Journal/article/view/1799>
- Ibrahim, R., Boerhannoeddin, A., & Kayode, B. K. (2017). Organizational culture and development: Testing the structural path of factors affecting employees' work performance in an organization. *Asia Pacific Management Review, Volume 22, Issue 2, June 2017*, 104. doi:<https://doi.org/10.1016/j.apmr.2016.10.002>
- Ogunrinde, A. (2022). The Effectiveness of Soft Skills in Generating Dynamic Capabilities in ICT companies. *Esic Market Economics and Business Journal, Vol. 53, Issue 3, September-December 2022, e286, 4*. doi:<https://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm/article/view/286>
- Ortega, R., Bravo, W., & Santillán, D. (2022). Competencias blandas como factor determinante en la sostenibilidad de los emprendimientos. *Revista Killkana Sociales, Vol. 6, No. Esp., pp. 165 - 184*. doi:<https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v6i4.1129>
- Rodriguez, R., Høgevold, N., Otero-Neira, C., & Svensson, G. (2022). The direct effect of B2B sellers' skills on relative and absolute sales performance: a dual measurement approach. *Journal of Organizational Change Management, Vol. 36 No. 1, pp. 64-85*. doi:<https://doi.org/10.1108/JOCM-03-2022-0083>

- Sarmiento Sarmiento, I. K. (2023). Tendencias sobre competencias Blandas: del Saber Hacer hacia la Formación del Ser. *REVISTA LATINOAMERICANA OGMIOS*, Vol. 3 Núm. 8 p. 55-81, 58. doi:<https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.082>
- Singh, A., & Jaykumar, P. (2019). On the road to consensus: key soft skills required for youth employment in the service sector. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 11 No. 1, pp. 10-24. doi:<https://doi.org/10.1108/WHATT-10-2018-0066>
- Szilárd, S., Benedek, A., & Ionel-Cioca, L. (2018). Soft Skills Development Needs and Methods in Micro-Companies of ICT Sector. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 238, 2018, Pages 94-103. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2018.03.012>
- Vera, F. (2021). Competencias blandas para la fuerza laboral del siglo XXI. *REVISTA ELECTRÓNICA TRANSFORMAR*, Volumen 02/Nro. 02 20–29, 20. Obtenido de www.revistatransformar.cl/index.php/transformar/article/view/20



Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Maestría en Administración de Empresas

Cuestionario de habilidades blandas para vendedores B2B

El presente instrumento forma parte de un estudio realizado por la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. La información recogida será procesada guardando la confidencialidad de las respuestas y el anonimato de los participantes y la institución a la que representan. La información será utilizada con fines únicamente académicos.

Consentimiento informado

Declaro que he sido informado e invitado a participar en una investigación denominada "Evaluación de habilidades blandas para el personal del área comercial de empresas B2B que ofertan productos y servicios a Unidades Educativas", éste es un proyecto de investigación científica que cuenta con el respaldo de la Maestría en Administración de Empresas de la UCSG.

Sé que mi participación consistirá en responder una encuesta que demorará alrededor de 10-15 minutos. Me han explicado que la información registrada será confidencial y anónima. Estoy en conocimiento que los datos no me serán entregados. Asimismo, sé que puedo negar la participación o retirarme en cualquier etapa de la investigación, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí.

Acepta participar: SÍ___ NO___

Sección A

Datos sociodemográficos

Marque con una X

1. EDAD:

- a. 18 - 27 años
- b. 28 - 37 años
- c. 38 - 47 años
- d. 48 o más

2. ESTADO CIVIL:

- a. Soltero (a)
- b. Casado (a) / Unión Libre
- c. Divorciado (a)
- d. Viudo (a)

3. Género:

- a. Masculino
- b. Femenino

4. NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES

- a. Ninguna
- b. 1 - 3 personas
- c. 4 - 6 personas
- d. más de 6 personas

5. NIVEL DE ESTUDIOS:
- a. Primaria
 - b. Secundaria
 - c. Técnico/Tecnólogo
 - d. Universitario (Tercer nivel)
 - e. Máster (Cuarto Nivel)

6. EXPERIENCIA EN VENTAS (U. Educativas)
- a. 1 - 2 años
 - b. 3 - 4 años
 - c. 5 - 6 años
 - d. más de 6 años

Sección B

Responda a los siguientes reactivos relacionados a sus actitudes y comportamientos en el **PROCESO DE VENTAS**. En la siguiente escala indique qué tanto se identifica con el enunciado dado, siendo:

Siempre	5
Casi Siempre	4
Algunas Veces	3
Casi Nunca	2
Nunca	1

Dimensión # 1: Presentación interpersonal		1	2	3	4	5
1	Me concentro en descubrir las necesidades reales de nuestros clientes.					
2	Convenzo a nuestros clientes de que entiendo sus necesidades específicas.					
3	Comunico mis presentaciones de ventas de forma clara.					
Dimensión # 2: Habilidades de comunicación		1	2	3	4	5
4	No tengo miedo de hablar en las presentaciones de productos o servicios.					
5	Me siento tranquilo en las presentaciones de productos o servicios.					
6	Me siento relajado mientras converso con un nuevo posible cliente.					
Dimensión # 3: Adaptabilidad sobre el enfoque de ventas		1	2	3	4	5
7	Puedo cambiar a otro enfoque cuando siento que mi enfoque de ventas no funciona.					
8	Modifico mi presentación de ventas si la situación lo requiere.					
9	Tengo confianza en que puedo cambiar mi presentación planificada cuando sea necesario.					
Dimensión # 4: Adaptabilidad sobre el comportamiento de ventas		1	2	3	4	5

10	Tengo la capacidad de controlar la forma en que me presento ante las personas, dependiendo de la impresión que deseo darles.					
11	Cuando siento que la imagen que represento no funciona, puedo cambiarla por algo que sí funcione.					
12	No tengo problemas para cambiar mi comportamiento y adaptarlo a diferentes personas.					
Dimensión # 5: Resolución de problemas		1	2	3	4	5
13	Mantengo el interés en resolver problemas que se presentan a los clientes.					
14	En el proceso comercial, busco diferentes alternativas de solución para los problemas que tiene el cliente (necesidades del cliente).					
15	Tienes la libertad y autoridad para actuar independientemente para resolver problemas.					
Dimensión # 6: Trabajo en equipo		1	2	3	4	5
16	¿Ayuda a sus colegas a desarrollar y ejecutar nuevos proyectos para los clientes?					
17	Al realizar tareas para los clientes, usted confía en sus compañeros de trabajo.					
18	Considera que depende de sus compañeros de trabajo para atender bien a sus clientes.					
Dimensión # 7: Influencia en la Negociación		1	2	3	4	5
19	En la etapa de negociación, manifiesto argumentos válidos y aclaro la forma en que éstos pueden beneficiar al cliente.					
20	Busco establecer acuerdos mutuos en la que el cliente gane y a la vez también gane la empresa a la que represento.					

Las dimensiones y las preguntas fueron tomadas de varios estudios y adaptadas para el objetivo de esta investigación; entre ellos está el estudio realizado por (Rodríguez et al., 2022), así como también la investigación realizada por (Vera, 2021) y el estudio realizado por (Fuentes et al., 2021).



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Jonathan Josué Guachilema Armendáriz, con C.C: # 1716172836 autor del trabajo de titulación: Evaluación de habilidades blandas para el personal del área comercial de empresas que ofertan productos y/o servicios para Unidades Educativas, previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 10 de enero de 2025

f. _____

Nombre: Jonathan Josué Guachilema Armendáriz

C.C: 1716172836



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Evaluación de habilidades blandas para el personal del área comercial de empresas que ofertan productos y/o servicios para Unidades Educativas.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Jonathan Josué Guachilema Armendáriz		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Zerda Barreno Elsie Ruth		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Administración de Empresas		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	10 de enero de 2025	No. DE PÁGINAS:	11
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio, habilidades blandas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Gestión de Talento, Estabilidad laboral, Liderazgo		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>Con los datos recolectados se concluye que el 88% de los vendedores B2B encuestados le dan mayor importancia a prepararse académicamente en educación superior, sea con título Universitario, de Tecnólogo o Maestría, es decir, no se quedan solo con un nivel de Bachillerato, sino que se profesionalizan para poder desempeñarse mejor en su labor comercial. Esta disposición para aprender es una gran oportunidad para tomar en cuenta en el proceso de formación y fortalecimiento de las habilidades blandas. También se ha podido recopilar que el 94% de los vendedores B2B encuestados tienen más de tres años de experiencia vendiendo productos o servicios a Unidades Educativas, esto demuestra una alta estabilidad laboral de los vendedores que trabajan para dichas empresas, algo muy acertado cuando se busca tener una baja rotación de sus colaboradores, y además se debe aprovechar para generar lealtad y retención del talento.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-986036096	E-mail: jonathan.guachilema@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: María del Carmen Lapo Maza		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			