

UNIVERSIDAD LA SALLE
CARRERA DE PSICOLOGÍA



PROYECTO DE GRADO

“PROGRAMA EN INTELIGENCIA EMOCIONAL
PARA VENDEDORES DE SEGUROS DE UNA EMPRESA
DE LA CIUDAD DE LA PAZ”

Por: Pablo Mauricio Montaña Portugal

Docente guía: Lic. Silvana Sofia Calla Lovera

Proyecto de Grado presentado al departamento de psicología
como requisito para la obtención del título de:

LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

La Paz - Bolivia
2019

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico con mucho cariño y con mucho amor a mis padres Jaime Montaña Suarez y Wendy Pilar Portugal Silva por su sacrificio y esfuerzo, por brindarme una carrera para poder luchar en un futuro y por siempre creer en mi capacidad de poder salir adelante pese a los problemas y dificultades que se fueron presentado a lo largo de este camino.

A mis hermanos Carlos Montaña Portugal y Andrea Montaña Portugal quienes fueron mi fuente de motivación para poder superarme cada día más y así poder luchar para salir adelante.

A mis compañeros y amigos que sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que a lo largo de estos años estuvieron a mi lado apoyándome para que este sueño se haga realidad

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado fuerzas para no desistir en el transcurso de la investigación.

A mis padres por apoyarme siempre y no dejarme vencer en ningún momento.

A mis hermanos por impulsarme a seguir adelante.

A mis amigos que siempre han estado ahí para darme fuerzas y ánimos siempre que lo necesitaba.

A mis docentes que siempre estuvieron prestos y dispuestos en ayudarme en todo momento.

A la empresa por permitir que esta investigación sea posible, por brindarme el espacio y recursos necesarios que fueron indispensables para concluir esta investigación

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
ÍNDICE DE CONTENIDO	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	1
CAPÍTULO I.....	2
INTRODUCCIÓN	2
I.1 Planteamiento del problema.....	2
I.2 Pregunta de investigación	8
I.3 Justificación	8
I.3.1 Justificación académica.....	8
I.3.2 Justificación social	9
I.3.3 Justificación económica	10
I.4 Objetivos.....	11
I.4.1 Objetivo general	11
I.4.2 Objetivos específicos	11
CAPÍTULO II	12
MARCO TEÓRICO.....	12
II.1 Psicología	12
II.2 Psicología social	13
II.3 Psicología industrial y organizacional.....	14
II.4 Empresa	15
II.4.1 Clasificación de la empresa según su actividad.....	16
II.4.2 Empresa aseguradora	19

II.5 Programa.....	20
II.6 Capacitación	20
II.6.1 La capacitación dentro las Empresas	22
II.7 Emoción.....	23
II.8 Inteligencia Emocional.....	23
II.8.1 Componentes de la inteligencia emocional según Goleman	25
II.8.1.1 Autoconocimiento	25
II.8.1.2 Autocontrol	26
II.8.1.3 Motivación	26
II.8.1.4 Empatía	27
II.8.1.5 Habilidades Sociales	27
II.8.2 Componentes de la inteligencia emocional según IceBarOn.....	30
II.8.2.1. Componente intrapersonal (Ob. Cit.).....	31
II.8.2.2. Componente interpersonal (Ob. Cit.).....	32
II.8.2.3. Componente de adaptabilidad (Ob. Cit.).....	32
II.8.2.4. Componente del manejo del estrés (Ob. Cit.)	33
II.8.2.5. Componente del estado de ánimo en general (Ob. Cit.)	33
CAPÍTULO III.....	34
MÉTODO	34
III.1 Enfoque de la investigación	34
III.2 Diseño de investigación	34
III.3 Tipo de investigación	35
III.4 Análisis del procesamiento estadístico.....	35
III.5 Variables	36
III.5.1 Variable uno	36
III.5.2 Variable dos.....	36
III.6 Categorización de variables	36

III.7 Lugar	41
III.8 Muestra.....	42
III.9 Instrumentos	43
III.10 Procedimiento	49
CAPÍTULO IV	50
RESULTADOS	50
CAPÍTULO V	88
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	88
V.1 Conclusiones	88
V.2 Recomendaciones.....	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	92
ANEXOS.....	98
ANEXO 1 PROGRAMA DE CAPACITACION EN INTELIGENCIA EMOCIONAL	98
III.10 Desarrollo	98
III.10.1 Descripción del programa.....	98
III.10.2 Nombre del programa.....	98
III.10.3 Objetivo del programa	98
III.10.4 Características del programa	98
III.10.5 Duración del programa	99
III.11 Estructura de los talleres	99
III.11.1 Actividad por sesión	99
III.11.2 Contenido de los talleres	99
III.12 Desarrollo del programa.....	101
ANEXO 2 PRUEBA DE INTELIGENCIA EMOCIONAL	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Investigaciones relacionadas.....	8
Tabla No. 2 Clasificación de las empresas de servicio.....	17
Tabla No. 3 Conceptualización de variables	36
Tabla No. 4 Categorización de variables	39
Tabla No. 5 Escala de puntuación de Ice BaOn	48
Tabla No. 6 Fases de la investigación.....	49
Tabla No. 7 Representación general de inteligencia emocional	50
Tabla No. 8 Relación de ventas por mes	52
Tabla No. 9 Sujeto uno	54
Tabla No. 10 Sujeto dos.....	55
Tabla No. 11 Sujeto tres	57
Tabla No. 12 Sujeto cuatro	58
Tabla No. 13 Sujeto cinco.....	60
Tabla No. 14 Sujeto seis	61
Tabla No. 15 Sujeto siete	63
Tabla No. 16 Sujeto ocho	64
Tabla No. 17 Sujeto Nueve.....	66
Tabla No. 18 Sujeto 10	67
Tabla No. 19 Sujeto 11	69
Tabla No. 20 Sujeto 12	70
Tabla No. 21 Sujeto 13	72
Tabla No. 22 Sujeto 14	74
Tabla No. 23 Sujeto 15	75
Tabla No. 24 Sujeto 16	77
Tabla No. 25 Sujeto 17	78
Tabla No. 26 Sujeto 18	80

Tabla No. 27 Sujeto 19	81
Tabla No. 28 Sujeto 20	83
Tabla No. 29 Relación individual de ventas e inteligencia emocional	85
Tabla No. 30 Frecuencia de la relación entre inteligencia emocional y ventas.....	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No 1	Índice de penetración	3
Figura No 2	Índice de Profundización.....	4
Figura No 3	Enfoque Sistémico de los 15 subcomponentes de inteligencia emocional	44
Figura No 4	Enfoque Topográfico de los 15 subcomponentes de inteligencia emocional	46
Figura No 5	Representación gráfica general de inteligencia emocional	51
Figura No 6	Representación gráfica de la relación de ventas.....	53
Figura No 7	Historial de ventas por mes	53
Figura No 8	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto uno.....	55
Figura No 9	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto dos,	56
Figura No 10	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto tres	58
Figura No 11	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto cuatro....	59
Figura No 12	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto cinco	61
Figura No 13	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto seis.....	62
Figura No 14	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto siete	64
Figura No 15	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto ocho	65
Figura No 16	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto nueve	67
Figura No 17	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 10.....	68
Figura No 18	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 11.....	70
Figura No 19	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 12.....	71
Figura No 20	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 13.....	73
Figura No 21	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 14.....	75
Figura No 22	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 15.....	76
Figura No 23	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 16.....	78
Figura No 24	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 17.....	79

Figura No 25	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 18.....	81
Figura No 26	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 19.....	82
Figura No 27	Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 20.....	84
Figura No 28	Representación gráfica de la frecuencia de la relación entre inteligencia emocional y ventas	87

RESUMEN

La presente investigación está orientada a brindar información útil acerca de la importancia de la capacitación en inteligencia emocional en las ventas, para ello reúne información necesaria la cual describe de manera puntual los conceptos que son clave para demostrar la importancia de la inteligencia emocional. Así mismo, la investigación es de carácter propositivo puesto que propone un programa de capacitación que se cree ayudará a incrementar los niveles de ventas de los agentes de seguro de una compañía de la ciudad de La Paz. Para poder proponer dicho programa primeramente se realizó un estudio de tipo cuantitativo con un diseño descriptivo el cual servirá para demostrar que el nivel de inteligencia emocional y los índices de ventas de los agentes de seguro son bajos. Para dicho estudio se utilizó el test de inteligencia emocional de Ice BarOn, el cual mide cinco dimensiones que según el autor son importantes para ver los niveles de inteligencia emocional que posee una persona y también los niveles de ventas de los últimos seis meses de los agentes para finalmente hacer un cruce de datos los cuales serán útiles para determinar tanto el nivel de inteligencia emocional como los niveles de ventas de cada uno de los agentes. Con respecto a los niveles de ventas y los índices de inteligencia emocional de cada uno de los participante se puede observar que en su mayoría existe una relación entre los niveles de ventas bajos con los niveles de inteligencia emocional que también son bajos llegando a la conclusión de que hay una gran probabilidad de que la causa de que las ventas sean bajas sea por los niveles de inteligencia emocional de cada participante.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se expondrán la instauración de las empresas aseguradoras y el papel importante que éstas tienen para el desarrollo de las sociedades. Así mismo la importancia que tiene la capacitación y cómo influye en el rendimiento de los trabajadores.

I.1 Planteamiento del problema

Las organizaciones han estado presentes a lo largo de la historia de la humanidad, creadas con la finalidad de tener una estructura social más sólida y con el paso del tiempo se volvieron necesarias dentro de la civilización para el desarrollo y crecimiento de ésta (Jimenez, 2012).

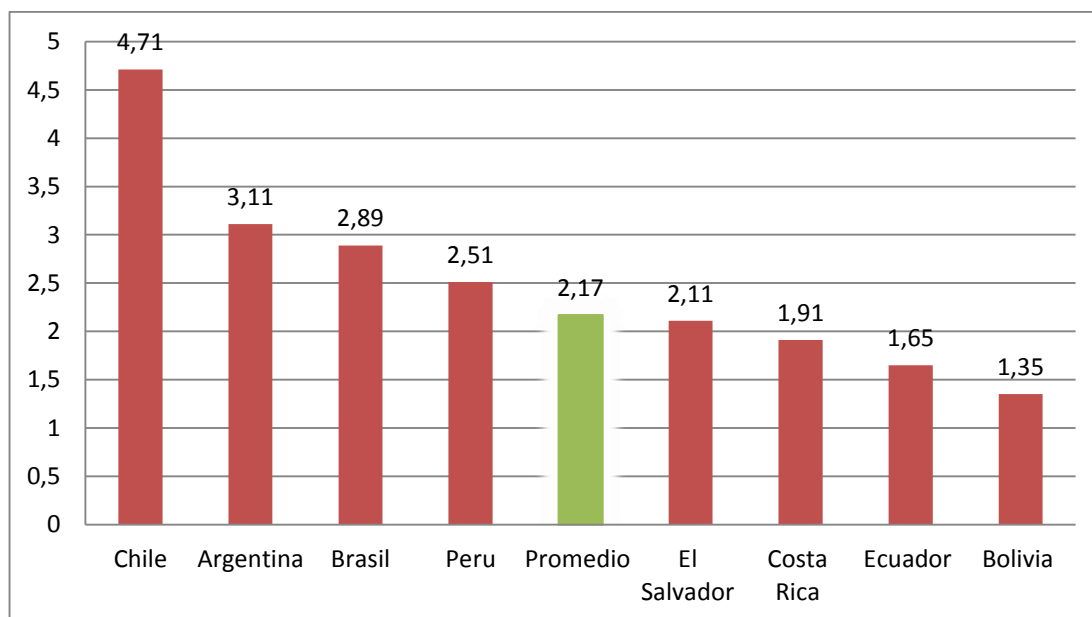
A medida que el desarrollo tecnológico avanzaba en la sociedad humana, se comenzaron a percibir nuevos riesgos que suponían estas nuevas tecnologías por lo que la sociedad comenzó a preocuparse por la protección de sus bienes, dándoles un valor monetario en caso de su pérdida, otorgando la definición al seguro como tal desde las culturas romanas y griegas y desarrollándose al paso de los años (Flores, 2000)

De esta manera se concibe una nueva organización dedicada a la valorización de los bienes, tras la necesidad que suponían estos para la sociedad, dando lugar a las compañías de seguro a mediados del siglo XIX.

En Bolivia se crea la (ABA) Asociación Boliviana de Aseguradores (1948), una agrupación de empresas de seguros y reaseguros cuyo objetivo fundamental es la representación, gestión y defensa de los intereses económicos, sociales y gremiales de sus entidades asociadas (Asociación Boliviana de Aseguradores, 2016).

En la actualidad la Asociación de Supervisores de Seguros en América Latina (ASSAL) para el año 2015 realizó un estudio con una muestra de 19 países Latinoamericanos donde indicaba la penetración y profundización de los seguros en cada país donde se muestra primeramente el Índice de Penetración donde el promedio se ubica en 2,17% cifra superior a lo registrado a finales de los 90 (1,74%) pero se encuentra significativamente por debajo de lo registrado en los considerados países desarrollados. Por ejemplo, en España y Portugal donde el Índice de Penetración asciende a 5,12 y 6,28% respectivamente (Navarro, 2017).

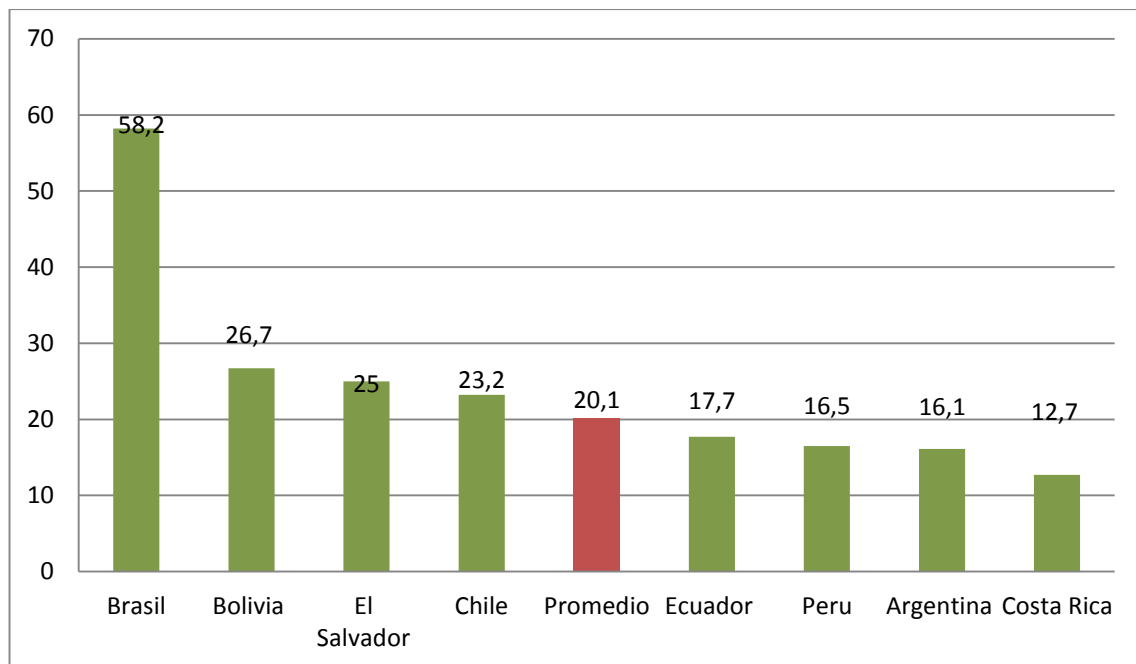
Figura No 1 Índice de penetración



Fuente: Elaboración propia en base a ASSAL

El Índice de Profundización se ubica en 20,1%, también por debajo de España (46,5%) y Portugal (68,1%). Los dos países más grandes de la región, Brasil y México, son los que presentan el mayor grado de profundización, con 58,2% y 40,8% respectivamente (Navarro, 2017).

Figura No 2 Índice de Profundización



Fuente: Elaboración propia en base a ASSAL

Bolivia ocupa el penúltimo lugar en recaudación de primas de seguros, ya que representa el 0,03% de la producción o ingresos de seguros en el mercado latinoamericano, reveló la Asociación Boliviana de Aseguradoras (ABA) en un comunicado de prensa. Por otra parte, el porcentaje de penetración del seguro en el país es del 1,35% de las primas totales versus el PIB, mientras que el promedio regional de penetración es del 3,1%, con cifras a 2015 (Pagina Siete , 2017).

Los datos proporcionados por la Asociación de Pensiones y Seguros (APS), informan que apenas un 20% de la población boliviana cuenta con alguna prima de seguro, el presidente de ABA estimó que la mayor parte de ese porcentaje corresponde al Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT) y a los seguros vinculados a créditos del

sistema financiero. Son muy pocos los ciudadanos que voluntariamente cuentan con seguros de vida o generales de cualquier naturaleza (Pagina Siete, 2017).

Los datos proporcionados anteriormente por ASSAL, APS y ABA dan a entender que, en Bolivia las compañías aseguradoras, comparadas con otros países de Latinoamérica tienen ventas muy bajas lo cual a futuro podría traer distintos problemas y dificultades para dichas compañías.

Es aquí donde radica la importancia de la fuerza de ventas, ya que esta se establece como uno de los pilares fundamentales de la estrategia empresarial y es la encargada de realizar tareas cada vez más importantes y en mayor número, como consecuencia de ello la fuerza de venta necesita de mayores conocimientos y habilidades (Perez, 2011).

La fuerza de ventas es la encargada de ofrecer y vender los productos y servicios que una empresa ofrece así mismo, de mantener y cuidar a los clientes que tiene para evitar el fracaso de la misma (Mendez, 2004).

Canales (2006), afirma que el control sobre la fuerza de ventas se convierte en un factor clave del éxito comercial, así como la necesidad de las empresas de poder contar con un equipo comercial que garantice ventas crecientes, adecuadas, confiables y que consigan un alto grado de satisfacción del cliente, dando a entender que el vendedor se convierte en uno de los elementos clave de la supervivencia de la empresa tal y como afirman Simintras, Lancaster y Cadogan (1994).

Entendiendo la importancia de los equipos de ventas, la capacitación dentro de una empresa es muy importante ya que brinda a sus trabajadores las bases para que estos cuenten con la preparación necesaria que les permitan realizar sus labores en mejores condiciones y de mejor manera (Fernandez, 2006).

De esta manera se entiende que la capacitación es necesaria en el lugar de trabajo, ya que cuando una empresa no capacita apropiadamente a sus empleados, a menudo éstos tienen dificultades para adaptarse y entender cómo hacer su labor, trayendo como consecuencias un rendimiento que por lo general es escaso en comparación con los empleados más experimentados, lo cual puede generar gran frustración por su incapacidad para alcanzar sus objetivos lo que lleva al empleado a conformarse con un rendimiento mediocre (Miksen, 2017).

Si un trabajador no entiende como completar un trabajo o realizarlo eficazmente, la empresa como consecuencia tendrá bajos niveles de producción lo cual a futuro puede conllevar a un problema mucho mayor (Miksen, 2017).

En cuanto a la capacitación en ventas esta ayuda a incorporar los conceptos, habilidades y destrezas requeridas para generar más ganancias tanto para el empleado como para la empresa debido a que con esta se logra homogeneizar la productividad y efectividad con los clientes potenciales (Peker, 2017).

La capacitación cumple distintos objetivos como la elevación de la calidad del desempeño individual y organización, la actualización de conocimientos y habilidades de los empleados (Fernandez, 2006).

Es así que Fernández (2006), afirma que la capacitación se orienta a la formación de la cultura de identidad empresarial basada en los valores de productividad, competitividad y calidad de tareas laborales.

En cuanto a la compañía aseguradora esta realizó un taller de capacitación llamado CENASE el año 2018 el cual fue dado por trabajadores de la empresa los cuales cumplen la función de jefes comerciales, el taller tuvo una duración de un mes y estuvo dirigido a brindar técnicas de ventas relacionadas a cómo vender un seguro y a describir la importancia de tener uno, con la finalidad de que los agentes de salud pudieran utilizarlas

al momento de realizar una venta. Después de un mes de capacitación, con características teóricas que explicaron en específico qué es un seguro, la empresa observó en los resultados que no hubo un incremento de ventas por lo cual no se cumplieron los objetivos del taller ya que las características teóricas de este no aportaron en la formación de los vendedores para cerrar una venta.

Es así que, la capacitación dentro de las empresas juega un papel importante, puesto que contribuye al desarrollo de los trabajadores, de manera que estos podrán adquirir nuevos conocimientos que les permitirán satisfacer sus propias necesidades y alcanzar las metas y objetivos que la organización plantea (Peirane, 2014).

Dentro de una organización, la inteligencia emocional es de particular interés cuando se presentan situaciones y actividades que precisan soluciones creativas a distintos problemas o requieren cierto tipo de regulación emocional; ya que se cree que las personas emocionalmente inteligentes son mejores trabajadores y poseen mayor probabilidad de éxito (Bender, 2013).

Goleman (1995, p 89), define la inteligencia emocional como; “la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y de los demás, de motivarnos y de manejar adecuadamente las relaciones”.

La inteligencia emocional en el área de la fuerza de ventas juega un papel muy importante puesto que brinda herramientas útiles para potenciar distintas cualidades que son requeridas para que los vendedores puedan interactuar de mejor manera con los distintos clientes que se presentan (Costa, 2013).

Entendiendo que el taller del CENASE no proporcionó temas de manejo de emociones, habilidades sociales, auto conocimiento, auto control o motivación se plantea la siguiente pregunta de investigación.

I.2 Pregunta de investigación

¿Existe correlación entre el nivel de inteligencia emocional y los índices de ventas en agentes de seguros de una empresa aseguradora de la ciudad de La Paz?

I.3 Justificación

I.3.1 Justificación académica

La presente investigación tiene como fin el brindar información útil acerca del papel importante que juega la inteligencia emocional en las empresas, así como la importancia de tener trabajadores capacitados para así poder incrementar los niveles de producción en ventas de las empresas. Es de esta manera que tras una rigurosa investigación se pueden encontrar las siguientes investigaciones con respecto al tema:

Tabla No. 1 Investigaciones relacionadas

TÍTULO	AUTOR	AÑO	UNIVERSIDAD
Propuesta de la capacitación su impacto en la calidad de servicio	Lilia Verónica Ahumada Carmona	2010	UMSA
Taller de capacitación para balancear la orientación de liderazgo en jefes de una pyme financiera de la paz sucursal el alto “estudio de caso”	Paula Andrea Donoso Torrez	2015	La Salle
Diseño y aplicación de un taller de capacitación en inteligencia emocional destinado a mejorar el estilo de liderazgo en el área gerencial de una pequeña empresa de la ciudad de La Paz “estudio de caso”	Carolina Camargo Valda	2013	La Salle
Aplicación de un programa de capacitación de habilidades sociales en personal de ventas para incrementar las ventas	Claudia Cecilia Chávez	2005	UCB

TÍTULO	AUTOR	AÑO	UNIVERSIDAD
personales			
Inteligencia emocional y desempeño laboral en los ejecutivos de una compañía de seguros caso: Alianza de seguros y reaseguros S.A.	Lidia Dennise Lanza Torrez	2005	UCB

Fuente: Elaboración propia

I.3.2 Justificación social

Las organizaciones cumplen un papel muy importante dentro de la sociedad puesto que son consideradas como el pilar fundamental de la producción, es por ello que se enfrentan a cambios tecnológicos y de mercado cada vez más significativos por lo cual deben adaptar sus recursos para ser capaz de adaptarse y de incrementar su nivel de aprendizaje para que los trabajadores puedan responder a la demanda, lo cual se puede lograr con una adecuada capacitación (Chavez, 2005).

La capacitación es una tarea muy importante que tiene por objetivo llenar el vacío entre lo que alguien está capacitado para hacer y lo que puede llegar a ser capaz, estos resultados influyen en la sociedad al incrementar la eficacia; y la eficiencia de una organización, lo que genera un incremento en la productividad logrando un crecimiento tanto económico como social (Robbins, 1996).

La capacitación por consiguiente es también de importancia social ya que la evolución de la administración en recursos humanos es un fenómeno social que implica relaciones interpersonales, el movimiento de grupos, liderazgo, etc. (Chavez, 2005).

Así mismo se puede inferir que la presente investigación ayudará a que las personas consideren como relevantes los aspectos relacionados con la inteligencia emocional,

puesto que la falta de desarrollo en habilidades emocionales y un bajo desarrollo de E.Q. (Coeficiente emocional) en un individuo conlleva a consecuencias negativas en el ámbito laboral, personal y social (Lanza, 2005).

De esta manera se entiende que la importancia de la inteligencia emocional dentro de las empresas es un factor clave para el sustento de una empresa en vías de desarrollo, por consiguiente, la presente investigación aporta con un beneficio para la empresa y de igual manera a la sociedad como lo han estado haciendo hasta ahora las empresas aseguradoras dentro del contexto económico social.

La presente investigación busca desarrollar un programa de capacitación efectivo para una empresa aseguradora a partir del desarrollo de los componentes identificados en la inteligencia emocional, con el cual se pretende mejorar la gestión de la empresa.

I.3.3 Justificación económica

Se detalla que la industria de seguros en Bolivia se encuentra altamente concentrada, con las tres aseguradoras más grandes del mercado registrando 45% del total de las primas (A.B.A, 2016).

Sin embargo, el negocio asegurador en Bolivia presenta los índices más bajos en penetración (producción respecto al Producto Interno Bruto) y densidad (gasto per cápita en seguros) del continente, lo que revela la existencia de un espacio virgen para la expansión de la actividad de las compañías que trabajan en este rubro (A.B.A, 2016)

El monto de la producción de seguros en la gestión 2014 alcanzó un monto de 412 millones de dólares con un crecimiento relativo del 11,5%, frente a 371 millones del año 2013 cuando la tasa de crecimiento llegó al 17%, explica Justino Avendaño, Gerente General de la Asociación Boliviana de Aseguradores (ABA), las estadísticas de ABA revelan que, como consecuencia de la expansión de la economía boliviana, las personas

realizan mayores erogaciones para la contratación de servicios de seguro. El índice de densidad que mide este gasto, muestra que, en el año 2009, el gasto en seguro en Bolivia alcanzaba a 20 dólares, mientras que en 2013 llegó a 35,7 dólares y el 2014 se ubicó en 39,69 dólares (A.B.A, 2016).

Pese a la favorable evolución, ambos indicadores siguen siendo los más bajos de América Latina. Para muestra varios botones. El índice de penetración alcanza en Chile un 4% del PIB, mientras que en Venezuela representa el 3,7% y en Argentina el 3,3% del producto. Esto frente a un modestísimo 1,3% en Bolivia (A.B.A, 2016).

I.4 Objetivos

A continuación, se procederá a explicar los objetivos de la presente investigación

I.4.1 Objetivo general

- Proponer un programa de inteligencia emocional para vendedores de seguros de una empresa de la ciudad de La paz.

I.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los índices de ventas de los agentes de seguros de salud de la empresa de Seguros S.A.
- Evaluar el nivel de inteligencia emocional de los agentes de Salud de la empresa de seguros S.A.
- Comparar los índices de ventas y los resultados de las pruebas de inteligencia emocional de cada uno de los agentes de seguro.
- Proponer un programa de capacitación en inteligencia emocional

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El presente capítulo brinda una descripción de los aspectos teóricos descritos en la investigación, así como las diversas teorías y definiciones que refieren a Psicología, Organización, empresa, programa y todas sus características que se procederán a explicar.

II.1 Psicología

Para poder comprender los conceptos de la Psicología Organizacional y del rubro empresarial de este primeramente es necesario conocer la definición de Psicología, al igual que su objeto de estudio y sus áreas de trabajo.

Por esa razón es muy importante mencionar que la historia de la Psicología como una ciencia se considera producto de una discontinuidad la cual se marca por la ruptura con un conocimiento anterior la cual no se desarrolló como tal hasta que se popularizaron las obras de autores como Emil Kraepelin, Wilhelm Wundt, Iván Pavlov o Sigmund Freud, en los siglos XIX y XX cuando la Psicología surge como ciencia independiente (Monroy, 2013).

Es así que palabra Psicología proviene del griego *Psyche* palabra que hace referencia a la actividad mental o alma y logos que hace referencia al estudio, de esta manera puede traducirse el concepto de Psicología como la ciencia que estudia el comportamiento y los procesos mentales de las personas (Pérez, 2012).

Para Aristóteles la Psicología es el estudio del alma, lo que diferencia los seres animados de los inanimados (Itapt, 2017).

Para William Hamilton (1859), la Psicología es el estudio de los fenómenos de la conducta por medio de la observación externa y la estadística. Según Sigmund Freud

(1856-1939) la Psicología tiene por objeto de estudio los procesos mentales inconscientes que determinan la conducta (Ávila, 2012).

Se considera a la Psicología a la disciplina encargada del estudio del alma, que toma en cuenta los procesos internos del ser humano, como el lenguaje, el pensamiento, la memoria y la atención, en relación con la conducta (Rodríguez, 2012).

Es de esta manera que se puede entender a la Psicología como aquella ciencia que tiene como fin, el estudio de los procesos mentales y el comportamiento de las personas a través de la observación y el análisis de dichos comportamientos.

II.2 Psicología social

En la división número ocho que realiza la APA (American Psychological Association) podemos encontrar la Psicología Social la cual se focaliza principalmente en comprender las causas o factores que moldean los pensamientos, sentimientos y conductas de los seres humanos, tomando en cuenta que estos se encuentran influenciados constantemente por la interacción de otras personas al igual que por factores sociales, cognitivos, ambientales, culturales y biológicos (Almagia, 1998).

Gordon Allport afirmó en 1954 *"los psicólogos sociales consideran su disciplina como un intento de comprender y explicar cómo los pensamientos, sentimientos y conducta de los individuos son influenciados por la presencia actual, imaginada o implícita de otros seres humanos"* (p. 5). Una segunda definición dada por el mismo autor en una segunda edición de 1968 afirma que: La psicología social es una disciplina en la cual las personas intentan comprender, explicar y predecir cómo los pensamientos, sentimientos y acciones de los individuos son influenciados por los pensamientos, sentimientos y acciones percibidos, imaginados o implícitos, de otros individuos (Barra, 1998).

La Psicología social analiza los comportamientos y las relaciones sociales en tanto a fenómenos relacionados a construcciones cognitivas, sistemas de representación y actitudes que se expresan en creencias, estereotipos y prejuicios que se expresan a través de distintos mecanismos de comunicación (Navarro, 2012).

La psicología social es entendida como el campo científico que busca comprender la naturaleza y causas de la conducta y pensamiento de los individuos en situaciones sociales (Barra, 1998).

II.3 Psicología industrial y organizacional

La psicología Industrial/Organizacional se encuentra en la división catorce de la APA y se la entiende como una disciplina o rama de la psicología orientada al estudio del comportamiento de los individuos dentro de una organización y su lugar de trabajo, es decir analiza cómo este individuo se comporta, socializa y realiza sus actividades en su área d trabajo con el propósito de incrementar el desempeño de este dentro la organización (Aamodt, 2010).

Es de esta manera que diferentes autores realizaron distintos aportes a la definición de la Psicología Organizacional, las cuales Juan Orozco presenta a continuación.

Furnham (2001) menciona que la Psicología Organizacional es el estudio de la forma en que las personas se reclutan, seleccionan y socializan en las organizaciones, así como la manera en que son recompensados y motivados (Cardenas, 2013).

Spector (2002) define la Psicología Industrial/Organizacional como un pequeño campo de la psicología aplicada, se refiere al desarrollo y aplicaciones de principios científicos en el lugar de trabajo (Ob. Cit.).

Muchinsky (2002), ofrece el concepto de Psicología Organizacional como la aplicación o extensión de hechos y principios psicológicos a los problemas que conciernen a seres humanos que trabajan dentro del contexto de los negocios y la industria (Orozco, 2013).

Es de esta manera que se puede entender que la Psicología Organizacional se define como una rama de la Psicología que se en carga de estudiar el comportamiento de las personas, así mismo, como es que socializan y se desarrollan dentro de las organizaciones.

II.4 Empresa

Ricardo Romero, autor del libro "*Marketing*", define la empresa como el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela (Thompson, 2006).

Julio García y Cristóbal Casanueva, autores del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", definen la empresa como una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados (Casanueva, 2001).

Para Simón Andrade, autor del libro Diccionario de Economía la empresa es aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios (Andrade, 2006).

El Diccionario de *Marketing*, de Cultural S.A., define a la empresa como una unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad (Bengoechea, 1990).

Para Idalberto Chiavenato, autor del libro “Iniciación a la Organización y Técnica Comercial”, la empresa es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos (González, 2015).

De esta manera se puede entender que la empresa es una entidad económica formada por un grupo de personas los cuales a partir de materiales técnicos y financieros prestan diferentes tipos de servicios con el fin de satisfacer una necesidad social.

II.4.1 Clasificación de la empresa según su actividad

Las empresas pueden ser clasificadas de acuerdo con la actividad que desarrollen, es decir la situación actual, su producto, el tamaño o su competencia, de tal modo las empresas se dividen (Mejia, 2008):

- **Empresas industriales:** Son aquellas empresas cuya actividad se basa en la producción de bienes por medio de la transformación o extracción de las materias primas. Estas se pueden clasificar como: Extractivas, Las cuales se dedican a la extracción de recursos naturales sean renovables o no y manufactureras, las cuales transforman las materias primas en productos terminados (Ob. Cit.)
- **Empresas comerciales:** Se trata de empresas intermediarias entre el productor y el consumidor donde su principal función es la compra y venta de productos terminados aptos para la comercialización (Ob. Cit.) Las empresas comerciales pueden clasificarse en:
 1. **Mayoristas:** Son aquellas que realizan ventas a otras empresas en grandes volúmenes, pueden ser al menudeo o al detalle.

2. Menudeo: Son aquellas empresas que venden productos en grandes cantidades o en unidades para la reventa o para el consumidor final.
 3. Minoristas o detallistas: Son los encargados de vender productos en pequeñas cantidades al consumidor final.
 4. Comisionistas: La venta es realizada a consignación donde se percibe una ganancia o una comisión.
- Empresas de servicios: Son las que buscan prestar un servicio para satisfacer las necesidades de la comunidad. En esencia son otra forma de empresas comerciales, pero la diferencia es que el valor ofrecido es intangible (Mejia, 2008), estas se pueden clasificar a su vez en:

Tabla No. 2 Clasificación de las empresas de servicio

EMPRESA	DEFINICIÓN	TIPO DE SERVICIO
Servicios Públicos	Es una organización que brinda distintos servicios sujetos a formas de control y regulación pública que van desde grupos comunitarios locales hasta monopolios estatales	Electricidad, gas natural, agua, alcantarillado, teléfono
Servicios Privados	Son aquellas organizaciones comerciales que pertenecen a inversionistas privados los cuales se encuentran conformadas por un conjunto de socios accionistas o propietarios.	Unipersonal, Asociación, Corporación.
Transporte	El transporte forma parte de la logística, que es el conjunto de medios y métodos que permiten organizar un servicio o una empresa en el mundo del comercio, vinculada	Transporte publico Transporte Privado

EMPRESA	DEFINICIÓN	TIPO DE SERVICIO
	a la colocación de bienes en el lugar preciso, en el momento apropiado y bajo las condiciones adecuadas	
Turismo	Los Servicios Turísticos son conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos.	Agencias de Viajes Tours Servicio de Guía Consultora Turística
Instituciones Financieras	Las instituciones financieras son organizaciones especializadas en la acumulación de capitales y su transferencia por medio de préstamos a interés o su inversión directa	Bancos, cooperativas de ahorros de créditos, de préstamo inmobiliario, fondo de pensiones, corredores y fondos de inversión
Educación	Las instituciones educativas persiguen el objetivo de mejorar los conocimientos y aptitudes de las personas.	Centros educativos
Salud	Las instituciones de salud son aquellas que brindan asistencia sanitaria a través de un sistema de atención orientado al mantenimiento la restauración y la promoción de la salud	Hospitales, clínicas, centro de salud, postas medicas
Seguros	Una compañía de seguros es la empresa especializada en el seguro, cuya actividad económica consiste en producir el servicio de seguridad cubriendo determinados riesgos económicos a las unidades económicas de producción y consumo.	Patrimoniales, vida, salud

Fuente: Elaboración propia

Como se pudo apreciar existe una gran variedad de empresas las cuales dependiendo a la actividad que realicen pueden ser parte de algún área dentro la clasificación

II.4.2 Empresa aseguradora

Como se mencionó en el párrafo anterior la compañía de seguros o empresa de seguros forma parte de la clasificación de las empresas de servicios, es por tal motivo que se procederá a dar una explicación acerca de las compañías aseguradoras

Una aseguradora, también designada en algunas partes como compañía de seguros, puede ser una persona física o una empresa que se ocupa de la aseguración de riesgos a terceros, es decir, su principal actividad consiste en resguardar a aquellos bienes materiales de determinados riesgos a los que están expuestos (Ucha, 2012).

La mencionada labor estará pactada y establecida en el denominado contrato de seguro, que es un acuerdo a partir del cual el asegurador, en este caso la compañía de seguros o aseguradora se compromete a resarcir de un daño o a pagar una suma de dinero acordada oportunamente a la otra parte, denominada como tomador. Por tal prestación, el tomador, se encuentra obligado a abonarle a la aseguradora un valor y entonces, a cambio, la aseguradora le brindará la cobertura debida (Ucha, 2012).

En otras palabras, el seguro es un contrato por el cual una de las partes (el asegurador) adquiere la obligación, mediante una prima obtenida por parte del asegurado a rescindir el daño o cumplir la prestación convenida si ocurre algún siniestro (Campa, 1984)

El contrato tiene como misión primordial proteger económicamente bienes o individuos que son plausibles de sufrir algún daño en el futuro, en tanto, con la celebración del mismo se garantizan la cobertura ante cualquier eventualidad que suceda y además el tomador se libra de tener que por ejemplo afrontar un juicio por perjuicios económicos que implique una suma de dinero realmente onerosa. Esta relación contractual con la

aseguradora le asegura estar protegido a cambio de una cuota o prima definida (Ucha, 2012).

II.5 Programa

El concepto de programa término derivado del latín *programma* que, a su vez, tiene su origen en un vocablo griego posee múltiples significados. Puede ser entendido como el anticipo de lo que se planea realizar en algún ámbito o circunstancia; el temario que se ofrece para un discurso; la presentación y organización de las materias de un cierto curso o asignatura; y la descripción de las características o etapas en que se organizan determinados actos o espectáculos artísticos (Merino 2012).

Secuencia de actividades que deben llevarse a cabo para cumplir con los objetivos y metas propuestos, considerando el tiempo requerido para su realización la cual implica la integración de recursos humanos, materiales y financieros para su ejecución.

Los programas son aquellos planes en los que no solamente se fijan los objetivos y la secuencia de las operaciones sino principalmente el tiempo requerido para realizar cada una de sus partes.

Los programas son un conjunto de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones, pasos a seguir y otros elementos necesarios para llevar a cabo un curso de acción dado

Según la definición de la Real Academia Española (2012) un programa es una serie ordenada de operaciones necesarias para llevar a cabo un proyecto.

II.6 Capacitación

De acuerdo con la Real Academia Española (RAE), se entiende la palabra capacitar como “formar, preparar, hacer a alguien apto, habilitarlo para algo” (Ahumada, 2010).

El glosario del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE), nos ofrece tres definiciones de capacitación: Primero se refiere a éste como el “proceso destinado a promover, facilitar, fomentar y desarrollar las aptitudes ,habilidades o grados de conocimiento de los trabajadores, procurando la necesaria adaptación de los trabajadores a los procesos tecnológicos y a las modificaciones estructurales de la economía”, luego menciona que corresponde a “aquellas acciones que preparan a una persona para una actividad laboral con el fin de actualizarlo o prepararlo para responder a los requerimientos del proceso productivo, ya sea por innovaciones tecnológicas o por cambios organizacionales” y por último, la capacitación corresponde al “conjunto de actividades permanentes, organizadas y sistemáticas destinadas a que los funcionarios desarrollen, complementen, perfeccionen o actualicen los conocimientos y destrezas necesarios para el eficiente desempeño de sus cargos o aptitudes funcionarias” (Servicio nacional de capacitacion y empleo, 2003).

Otra definición con respecto a capacitación la realiza la UCECA (Unidad Coordinadora del Empleo, la Capacitación y el Adiestramiento) la cual propone que la capacitación es la acción destinada a desarrollar las aptitudes del trabajador, con el propósito de prepararlo para desempeñar efectivamente una unidad de trabajo específica e impersonal.

La capacitación es el proceso que permite a la organización, en función de las demandas del contexto, desarrollar la capacidad de aprendizaje de sus miembros, a través de la modificación de conocimientos, habilidades y actitudes, orientándola a la acción para enfrentar y resolver problemas de trabajo (Guiñazu, 2004).

Alfonso Siliceo Aguilar, en su libro “Capacitación y desarrollo de personal” cuarta edición publicado en 2004 menciona que “*La capacitación es el medio o instrumento que enseña y desarrolla sistemáticamente, y coloca en circunstancias de competencia y competitividad a cualquier persona*” (Siliceo, 2004, P. 23).

II.6.1 La capacitación dentro las Empresas

La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del trabajador (Jamaica, 2015).

En muchas organizaciones la capacitación es considerada como una inversión que beneficiara tanto a la empresa como a sus trabajadores, por consiguiente, la capacitación debe ser un proceso continuo ya que la realidad, la tecnología y los conocimientos no dejan de cambiar y de desarrollarse (Barrios, 2012).

La función de la capacitación dentro de una empresa, de acuerdo con Alfonso Silíceo es aportar a la empresa un personal debidamente adiestrado, capacitado y desarrollado para que desempeñe bien sus labores, otra función de la capacitación es contribuir a formar una cultura de identidad empresarial, fomentar y desarrollar los valores organizacionales y favorecer el incremento de la calidad de las tareas que desempeña cada empleado (Ahumada, 2010)

La capacitación, es un tema importante para todas las empresas, puesto que contribuye al desarrollo de los trabajadores de manera que estos podrán adquirir nuevos conocimientos que les permitirán satisfacer sus propias necesidades y alcanzar las metas y objetivos que la organización plantea (Peirane, 2014).

En términos económicos, la capacitación es de vital importancia, puesto que si no se cuenta con la formación adecuada se presentarán fallas o un gasto superior de tiempo en las operaciones o procesos que desarrolla la organización trayendo como consecuencia una productividad baja que en muchas ocasiones afecta de manera directa a la economía de la empresa (Jamaica, 2015).

II.7 Emoción

Una emoción es un proceso que se activa cuando el organismo detecta algún peligro, amenaza o desequilibrio con el fin de poner en marcha los recursos a su alcance para controlar la situación (Fernandez, 1999).

Según Goleman (1996), el término emoción se refiere a un sentimiento, a los pensamientos, los estados biológicos, los estados psicológicos y el tipo de tendencia a la acción que lo caracteriza (Pablos, 2014).

Bisquerra (2000), define la emoción como un estado complejo del organismo el cual se caracteriza por una excitación o perturbación que predispone a la acción.

Martinez Selva define la emoción como reacciones complejas y estructuradas de carácter rápido, difícil de controlar con un fuerte contenido subjetivo y fisiológico, que alteran el comportamiento que se está realizando en ese momento y que preparan para la acción (Martinez, 1995).

II.8 Inteligencia Emocional

El concepto de inteligencia emocional alude a una competencia o habilidad caracterizada por la adecuada gestión de las emociones propias y ajenas (Rivas, 2014).

Para Dozier “la inteligencia emocional se encuentra definida por algunas características de la persona entre estas, poder percibir y expresar emociones, relacionar las emociones en su pensamiento, entender, razonar y equilibrar las emociones en la misma persona y en los otros” (Gallego, 2000).

Se define a la inteligencia emocional como un conjunto de habilidades personales, sociales y emocionales las cuales determinan la capacidad de poder alcanzar el éxito al momento de afrontar las demandas y las presiones del entorno (Cali, 2015).

Cooper, Sawaf (1998), definen la inteligencia emocional como “la capacidad de sentir, entender y aplicar eficazmente el poder y la agudeza de las emociones como fuente de energía humana”.

El término “inteligencia emocional” se refiere a la capacidad de sentir, entender, controlar y modificar estados emocionales de sí mismo y en los demás. Lo cual no implica acumular emociones, sino dirigir las y equilibrarlas (Cabello, 2011).

Biedma (2017) Define la inteligencia emocional como *“aquella posibilidad de conocer y manejar las emociones propias, y las de terceras personas, permitiendo la reelaboración y corrección de las percepciones y la evaluación de las emociones. Todo ello permitirá adquirir conocimientos suficientes para mejorar la dirección de los pensamientos y acciones propias como de los demás”*

La inteligencia emocional es la capacidad de comprender emociones y conducirlas, de tal manera que podamos utilizarlas para guiar nuestra conducta y nuestros procesos de pensamiento, para producir mejores resultados (Goleman, 2004).

De esta manera es que las emociones juegan un papel fundamental en el desarrollo del ser humano, debido a que estas forman parte de su vida desde el momento en el que nace, además que contribuyen con el bienestar psicológico y éxito personal (Meis, 2015)

La importancia del control de las emociones surge de la necesidad que tiene el ser humano de no dejarse llevar por los impulsos emocionales, ya que de lo contrario tendría consecuencias muy negativas tanto a nivel personal como social (Dueñas, 2002).

Hoy en día se sabe que una forma de reducir los futuros niveles de violencia, de incrementar el rendimiento académico o de prevenir problemas de salud pasa por la puesta en práctica del aprendizaje emocional y social. Dando a entender que aprender a gestionar las emociones es de suma importancia (Meis, 2015).

Daniel Goleman realiza una investigación acerca del concepto de inteligencia emocional aplicado al trabajo y demuestra que quienes alcanzan altos niveles dentro de las organizaciones poseen gran control de sus emociones (Lanza, 2005).

De esta manera se pudo observar que la inteligencia emocional desempeña un papel importante dentro del ámbito laboral puesto a que las emociones pueden proporcionar información acerca de uno mismo, de los demás y sobre determinadas situaciones, la clave se encuentra en utilizar las emociones de forma que estas sean un beneficio y no así un perjuicio para obtener mejores resultados (Lanza, 2005).

De acuerdo con el modelo de BarOn (1997), la inteligencia emocional es definida como un conjunto de habilidades emocionales, personales e interpersonales que influyen en nuestra habilidad general para afrontar las demandas y presiones del medio ambiente (Ugarriza, 2001).

II.8.1 Componentes de la inteligencia emocional según Goleman

Al hablar de Inteligencia Emocional, Daniel Goleman hace referencia a que esta se compone de cinco pilares, los cuales son importantes para el crecimiento y desarrollo personal y social de las personas (Martinez, 2013).

II.8.1.1 Autoconocimiento

Hace referencia al conocimiento de las emociones de uno mismo y cómo es que el estado de ánimo influye en el comportamiento tanto en el individuo como en los demás, es la capacidad de reconocer un sentimiento al momento en el que ocurre (Robles, 2015).

Elena Ianantuoni define el autoconocimiento como el proceso reflexivo por el cual la persona adquiere noción de su yo y de sus propias cualidades y características. Como todo

proceso, puede ser desglosado en diversas fases, como: autopercepción, autoobservación, memoria autobiográfica, autoestima, autoaceptación (Alvarado, 2016)

II.8.1.2 Autocontrol

El autocontrol es la capacidad de reconocer nuestras emociones, es la capacidad de poder tranquilizarse, equilibrarse y no dejarnos llevar por dichos sentimientos, saber reconocer que el sentimiento es pasajero y de no poder controlarlo puede traer consigo muchas consecuencias negativas (Nicuesa, 2018).

W.R. Miller y J. Brown consideran que el autocontrol es la capacidad de llevar a cabo conductas controladoras específicas a fin de alterar la probabilidad de conductas posteriores es decir mantener el control y la calma de uno mismo en situaciones estresantes o que provoquen fuertes emociones (Folres, 2010).

Por otra parte, para A.R. Luria⁵ el autocontrol constituye una capacidad aprendida y su origen se encuentra desde las primeras etapas de la vida del ser humano (Folres, 2010).

II.8.1.3 Motivación

Es la capacidad de motivar y motivarse a uno mismo es decir aquella habilidad de dirigir los estados emocionales hacia una meta u objetivo determinado, se trata de ser aplicado y juicioso para permanecer en la tarea, no dejarse desalentar y ser capaz de ordenar las emociones de modo que estas ayuden a alcanzar distintos objetivos (Costa, 2013).

La motivación es un estado interno que provoca una conducta como la voluntad o disposición de querer ejercer un esfuerzo que generen comportamientos de acciones como procesos que conduzcan a la satisfacción de necesidades (Romero, 2005).

Torre (2000), señala que la motivación es la “fuerza que impulsa al sujeto a adoptar una conducta determinada” por otra parte Donnelly (2006) dentro de la misma perspectiva, la definen como fuerzas que actúan sobre el individuo o que parten de él para iniciar y orientar su conducta.

Reeve (2003), define la motivación como un conjunto de procesos que proporcionan energía y dirección a la conducta.

Robbins (2004), concibe la motivación como una serie de procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo por conseguir una meta.

II.8.1.4 Empatía

Es el reconocimiento de las emociones ajenas, es la habilidad que permite a las personas concebir las carencias, emociones o dificultades de los demás, colocándose en su lugar para corresponder adecuadamente a sus reacciones emocionales (Martinez, 2013).

La empatía es un tipo de habilidad tanto emocional como cognitiva que tiene un individuo, con el cual es capaz de ponerse en el lugar del otro, o sea en la situación emocional del otro (Couso, 2015).

II.8.1.5 Habilidades Sociales

Es la capacidad de conocer los sentimientos de otra persona y actuar de manera que se pueda dar una respuesta adecuadas al entorno o situación, siendo capaz de manejar las emociones y relacionarnos mejor con las personas que nos rodean (Costa, 2013).

Como se mencionó en párrafos anteriores la inteligencia emocional brinda herramientas importantes que sirven para potenciar lo que Daniel Goleman define como

"habilidades blandas", cualidades que sin dudas son requeridas para preparar a los vendedores para el mundo que viene (Costa, 2013).

La venta es por encima de todo un proceso humano el cual se basa en la conexión emocional que se es capaz de generar entre vendedor y cliente, es ahí donde la inteligencia emocional realza su importancia ya que es la responsable de mostrar al vendedor ante nuestros clientes con el estado emocional adecuado para alcanzar una relación satisfactoria para ambos (Davo, 2014).

Y es que el placer del proceso de compra depende en gran parte de la capacidad que tiene el vendedor para hacer que el cliente se sienta cómodo con él y con el proceso de venta que se le está presentando (Cavanillas, 2015),

Es por ello que ahora se procederá a explicar cómo es que los componentes de la inteligencia emocional se relacionan con la actividad que realiza el vendedor;

- Autoconocimiento: Significa hacer un análisis profundo para lograr reconocerse, reconocer aquellas emociones que surgen cuando las cosas no sales bien, cuando existen quejas, cuando una venta no se puede cerrar, el tiempo agobia, los jefes presionan, la autoconciencia es conocer a profundidad nuestras emociones, es hacer consiente aquellas emociones negativas que alejan al vendedor de sus objetivos que desean alcanzar (Foix, 2016).

La autoconciencia ayuda a los vendedores a prepararse para enfrentar los distintos obstáculos y objeciones que muchas veces los clientes potenciales pueden levantar, de igual manera permite reforzar el autoestima, da una visión más clara de sus puntos fuertes y aspectos de mejora, amplía la capacidad de lectura corporal del cliente otorgando de esta manera mayor facilidad de comprender las necesidades del cliente (Costa, 2013).

- **Autocontrol:** Es la competencia emocional que permite gobernar los impulsos, se trata de controlar nuestras emociones y adaptarlos a las circunstancias es por ello que cuando un vendedor consigue auto controlar sus emociones posee una gran ventaja ante un conflicto con algún cliente ya que podrá manejar la situación con más calma y mayor confianza, entonces a capacidad para manejar los impulsos conflictivos y las propias emociones será crucial para establecer relaciones emocionales más duraderas con los clientes, resolver conflictos de manera más efectiva y evitar que se dañe la salud emocional del vendedor (Foix, 2016).
- **Auto motivación:** Capacidad de motivarse y de motivar a otros. Las empresas actualmente están enfocadas en brindar incentivos cada vez más innovadores para motivar a los vendedores sin embargo estos incentivos son a corto plazo. Pensar que el vendedor solamente se siente motivado por un premio es no tener en consideración la parte humana ya que hay numerosos factores intrínsecos que motivan al vendedor al margen de estos incentivos extrínsecos que puede plantear una empresa, como son la vocación de servicio, las ganas de interactuar con la gente y ayudarla a satisfacer sus necesidades, la curiosidad por conocer diferentes personas, estilos de vida, explorar, aprender de nuevas experiencias (Costa, 2013).

La motivación impacta directamente en el trabajo del vendedor puesto a que determina la calidad de la venta al margen de lo cuantificable, es el compromiso que asume el vendedor, su responsabilidad, las buenas relaciones que sostiene con clientes tanto externos como internos y la búsqueda de descubrir nuevas oportunidades de negocios en el mercado (Costa, 2013).

- **Empatía:** La empatía es el proceso por el cual las personas son capaces de reconocer los estados de ánimo de los demás identificándose mental y afectivamente. Para los vendedores es una cualidad muy importante ya que les permite servir a los clientes, escucharlos, saber qué necesitan, desean, cuáles son sus preocupaciones, preferencias y limitaciones. Además, que permite al vendedor hacer un análisis sobre lo que le pasa al cliente, porque no quiere comprar el producto, que quiere, que tipo de servicio se le puede brindar, cuáles son sus expectativas, sus deseos. Y a partir de esta información el vendedor no solamente aumenta sus probabilidades de vender más, también estrechará lazos emocionales más duraderos con los clientes, que pueden terminar en la lealtad (Costa, 2013).
- **Habilidad social:** La habilidad social para relacionarse es primordial en el mundo empresarial y en especial en las ventas debido a que resulta imposible venderle algo a alguien sin antes relacionarse con esa persona. Sin duda cada relación requiere por parte del vendedor cierta flexibilidad y adaptación, hecho que trae aparejado la personalización de la venta. Es decir, adaptar la oferta a la demanda, más específicamente buscar el mejor camino para satisfacer la necesidad puntual de un cliente, con los productos, servicios y medios que tiene a su alcance el vendedor (Costa, 2013).

II.8.2 Componentes de la inteligencia emocional según IceBarOn

Al referirse a inteligencia emocional el modelo de BarOn comprende cinco componentes principales que son; el componente intrapersonal, el componente interpersonal, el componente de adaptabilidad, el componente de manejo del estrés y el componente de estado de ánimo general. A su vez, cada una de estas amplias dimensiones involucra un número de subcomponentes que han sido descritas y analizadas en el estudio de la inteligencia emocional de los adultos (Ugarriza, 2001).

BarOn en su investigación menciona como componentes de la inteligencia emocional (Ugarriza, 2001):

II.8.2.1. Componente intrapersonal (Ob. Cit.)

Área que reúne los siguientes componentes: comprensión emocional de sí mismo, asertividad, autoconcepto, autorrealización e independencia.

Comprensión emocional de sí mismo

La habilidad para percatarse y comprender nuestros sentimientos y emociones, diferenciarlos y conocer el porqué de éstos.

Asertividad

La habilidad para expresar sentimientos, creencias y pensamientos sin dañar los sentimientos de los demás y defender nuestros derechos de una manera no destructiva.

Autoconcepto

La habilidad para comprender, aceptar y respetarse a sí mismo, aceptando nuestros aspectos positivos y negativos, así como también nuestras limitaciones y posibilidades.

Autorrealización

La habilidad para realizar lo que realmente podemos, queremos y disfrutamos de hacerlo.

Independencia

Es la habilidad para autodirigirse, sentirse seguro de sí mismo en nuestros pensamientos, acciones y ser independientes emocionalmente para tomar nuestras decisiones.

II.8.2.2. Componente interpersonal (Ob. Cit.)

Área que reúne los siguientes componentes: empatía, responsabilidad social y relación interpersonal.

Empatía

La habilidad de percatarse, comprender y apreciar los sentimientos de los demás.

Relaciones interpersonales

La habilidad para establecer y mantener relaciones mutuas satisfactorias que son caracterizadas por una cercanía emocional e intimidad.

Responsabilidad social

La habilidad para demostrarse a sí mismo como una persona que coopera, contribuye y es un miembro constructivo del grupo social.

II.8.2.3. Componente de adaptabilidad (Ob. Cit.)

Área que reúne los siguientes componentes: prueba de la realidad, flexibilidad y solución de problemas.

Solución de problemas

La habilidad para identificar y definir los problemas como también para generar e implementar soluciones efectivas.

Solución de problemas

La habilidad para evaluar la correspondencia entre lo que experimentamos (lo subjetivo) y lo que en la realidad existe (lo objetivo).

Flexibilidad

La habilidad para realizar un ajuste adecuado de nuestras emociones, pensamientos y conductas a situaciones y condiciones cambiantes.

II.8.2.4. Componente del manejo del estrés (Ob. Cit.)

Área que reúne los siguientes componentes: tolerancia al estrés y control de los impulsos.

Tolerancia al estrés

La habilidad para soportar eventos adversos, situaciones estresantes y fuertes emociones sin “desmoronarse”, enfrentando activa y positivamente el estrés.

Control de los impulsos

La habilidad para resistir o postergar un impulso o tentaciones para actuar y controlar nuestras emociones.

II.8.2.5. Componente del estado de ánimo en general (Ob. Cit.)

Área que reúne los siguientes componentes:

Felicidad

La habilidad para sentirse satisfecho con nuestra vida, para disfrutar de sí mismo y de otros y para divertirse y expresar sentimientos positivos.

Optimismo

La habilidad para ver el aspecto más brillante de la vida y mantener una actitud positiva, a pesar de la adversidad y los sentimientos negativos

CAPÍTULO III

MÉTODO

III.1 Enfoque de la investigación

La investigación se enmarca en el tipo cuantitativo debido a que es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no se puede eludir ningún paso, el orden es riguroso, aunque, desde luego, se puede redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, así mismo se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables, estas variables se miden en un determinado contexto, se analizan las mediciones obtenidas y se establece una serie de conclusiones respecto de las hipótesis (Hernandez, 2010).

El enfoque cuantitativo está referido a un conjunto de procesos que pueden probarse y que están establecidos de forma secuencial y rigurosa. Este enfoque utiliza la recolección de datos para probar las hipótesis, con base a la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento (Hernandez, 2010).

Es así que la presente investigación tiene un enfoque de tipo cuantitativo, puesto a que permite medir de forma rigurosa, probable y secuencial si el programa de capacitación en inteligencia emocional “Formando Agentes” contribuye en el incremento de las ventas, verificando estos datos mediante los índices de ventas posteriores al programa.

III.2 Diseño de investigación

La presente investigación tiene un diseño descriptivo propositivo el tipo de investigación descriptivo propositivo se caracteriza por que la meta del investigador

consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos, quiere decir evalúa o recolecta datos de diferentes variables necesarias para la investigación (Hernandez, 2010).

Descriptivo puesto que describe la situación prevaleciente en el momento de realizarse el estudio, además que la investigación descriptiva no incluye un grupo de tratamiento o un grupo control eso quiere decir que no se pretende mostrar la influencia de una variable sobre otra (Salkind, 1998).

Propositiva puesto que pretende brindar una solución a un problema identificado, pretende desarrollar una iniciativa a la cual se la denomina propuesta la cual no tiene como requisito su implementación (Ob. Cit.).

La investigación propositiva se ocupa de mostrar como deberían ser las cosas para alcanzar unos fines y funcionar adecuadamente (Hernandez, 2010)

III.3 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptivo puesto que este describe la situación prevaleciente en el momento de realizarse el estudio, es de esta manera que la investigación descriptiva no incluye a un grupo de tratamiento o a un grupo control con lo cual se da a entender que no se pretende mostrar la influencia de una variable sobre otra (Salkind, 1998).

III.4 Análisis del procesamiento estadístico

Para la presente investigación se utilizó el análisis estadístico univariado y bivariado, el análisis univariado está referido a conocer la frecuencia de la presentación de ocasiones de una variable y el análisis bivariado permite ver la relación entre variables planteada en la investigación en este caso una variable es las ventas y la otra variable es la inteligencia emocional

III.5 Variables

Cuando se hace referencia a una variable se puede definir al término como las cualidades, propiedades o características de los sujetos de estudio que pueden ser enumeradas, contadas o medidas cuantitativamente y cuyo valor varía de una a otra (Cuestas, 2009).

III.5.1 Variable uno

Para la presente investigación la variable uno será el programa de inteligencia emocional

III.5.2 Variable dos

Para la presente investigación la variable dos será el porcentaje de ventas que responde al número de seguros vendidos en un mes de los agentes del área de salud de la empresa.

III.6 Categorización de variables

Tabla No. 3 Conceptualización de variables

COMPONENTES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL		DIMENSIONES
COMPONENTE INTRAPERSONAL (CIA). Área que reúne los siguientes componentes: comprensión emocional de sí mismo, asertividad,	Comprensión emocional de sí mismo (CM) Asertividad (AS)	La habilidad para percatarse y comprender nuestros sentimientos y emociones, diferenciarlos y conocer el porqué de éstos La habilidad para expresar sentimientos, creencias y pensamientos sin dañar los sentimientos de los demás y defender

COMPONENTES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL	DIMENSIONES
<p>autoconcepto, autorrealización e independencia.</p>	<p>nuestros derechos de una manera no destructiva.</p> <p>Autoconcepto (AC) La habilidad para comprender, aceptar y respetarse a sí mismo, aceptando nuestros aspectos positivos y negativos, así como también nuestras limitaciones y posibilidades</p> <p>Autorrealización (AR) La habilidad para realizar lo que realmente podemos, queremos y disfrutamos de hacerlo.</p> <p>Independencia (IN) Es la habilidad para autodirigirse, sentirse seguro de sí mismo en nuestros pensamientos, acciones y ser independientes emocionalmente para tomar nuestras decisiones.</p>
<p>COMPONENTE INTERPERSONAL (CIE). Área que reúne los siguientes componentes: empatía, responsabilidad social y relación interpersonal.</p>	<p>Empatía (EM). La habilidad de percatarse, comprender y apreciar los sentimientos de los demás.</p> <p>Relaciones interpersonales (RI) La habilidad para establecer y mantener relaciones mutuas satisfactorias que son caracterizadas por una cercanía emocional e intimidad.</p> <p>Responsabilidad social (RS) La habilidad para demostrarse a sí mismo como una persona que coopera, contribuye y es un miembro constructivo del grupo social.</p>
<p>COMPONENTE DE ADAPTABILIDAD (CAD).</p>	<p>Solución de problemas (SP).- - La habilidad para identificar y definir los problemas como también para</p>

COMPONENTES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL	DIMENSIONES
<p>- Área que reúne los siguientes componentes: prueba de la realidad, flexibilidad y solución de problemas.</p>	<p>generar e implementar soluciones efectivas.</p>
	<p>Prueba de la realidad (PR).- La habilidad para evaluar la correspondencia entre lo que experimentamos (lo subjetivo) y lo que en la realidad existe (lo objetivo).</p>
	<p>Flexibilidad (FL).- La habilidad para realizar un ajuste adecuado de nuestras emociones, pensamientos y conductas a situaciones y condiciones cambiantes.</p>
<p>COMPONENTE DEL MANEJO DEL ESTRÉS (CME). Área que reúne los siguientes componentes: tolerancia al estrés y control de los impulsos</p>	<p>Tolerancia al estrés (TE) La habilidad para soportar eventos adversos, situaciones estresantes y fuertes emociones sin “desmoronarse”, enfrentando activa y positivamente el estrés.</p>
	<p>Control de los impulsos (CI) La habilidad para resistir o postergar un impulso o tentaciones para actuar y controlar nuestras emociones.</p>
<p>COMPONENTE DEL ESTADO DE ÁNIMO EN GENERAL (CAG) Área que reúne los siguientes componentes:</p>	<p>Felicidad (FE) La habilidad para sentirse satisfecho con nuestra vida, para disfrutar de sí mismo y de otros y para divertirse y expresar sentimientos positivos.</p>
	<p>Optimismo (OP) La habilidad para ver el aspecto más brillante de la vida y mantener una actitud positiva, a pesar de la adversidad y los sentimientos negativos.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla No. 4 Categorización de variables

COMPONENTES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL	DEFINICION	DIMENSIONES	ESCALA	INDICADOR
COMPONENTE INTRAPERSONAL (CIA).	Área que reúne los siguientes componentes: comprensión emocional de sí mismo, asertividad, auto concepto, autorrealización e independencia .	Comprensión emocional de sí mismo (CM)	Inventario de BarOn (I-CE)	7,9,23,35,52,63,88 116
		Asertividad (AS)	Inventario de BarOn (I-CE)	22,37,67,82,96,111 126
		Auto concepto (AC)	Inventario de BarOn (I-CE)	11,24,40,56,70,85 100,114,129
		Autorrealización (AR)	Inventario de BarOn (I-CE)	6,21,36,51,66,81,95 110,125
		Independencia (IN)	Inventario de BarOn (I-CE)	3,19,32,48,92,107,121
COMPONENTE INTERPERSONAL (CIE).	Área que reúne los siguientes componentes: empatía, responsabilidad social y relación interpersonal	Empatía (EM).	Inventario de BarOn (I-CE)	18,44,55,61,72,98 119,124
		Relaciones interpersonales (RI)	Inventario de BarOn (I-CE)	10,23,31,39,55,62,69 84, 99, 113,128
		Responsabilidad social (RS)	Inventario de BarOn (I-CE)	16,30,46,61,72,76,90 98, 104119

COMPONENTES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL	DEFINICION	DIMENSIONES	ESCALA	INDICADOR
COMPONENTE DE ADAPTABILIDAD.(CAD).	Área que reúne los siguientes componentes: prueba de la realidad, flexibilidad y solución de problemas.	Solución de problemas (SP)	Inventario de BarOn (I-CE)	1,15,29,45,60,75,89 118
		Prueba de la realidad (PR).-	Inventario de BarOn (I-CE)	8,35,38,53,68,83,88 97,112,127
		Flexibilidad (FL).-	Inventario de BarOn (I-CE)	14,28,43,59,74,87 103,131
COMPONENTE DEL MANEJO DEL ESTRÉS (CME).	Área que reúne los siguientes componentes: tolerancia al estrés y control de los impulsos	Tolerancia al estrés (TE)	Inventario de BarOn (I-CE)	4,20,33,49,64,78,93 108,122
		Control de los impulsos (CI)	Inventario de BarOn (I-CE)	13,27,42,58,73,86 102 110,117,130
COMPONENTE DEL ESTADO DE ÁNIMO EN GENERAL (CAG)	Área que reúne los siguientes componentes:	Felicidad (FE)	Inventario de BarOn (I-CE)	2,17,31,47,62,77,91105,120
		Optimismo (OP)	Inventario de BarOn (I-CE)	11,20,26,54,80,106,108 132

Fuente: Elaboración propia

III.7 Lugar

La recolección de datos de la investigación se desarrolló en las instalaciones de la empresa aseguradora las cuales cuentan un ambiente de trabajo óptimo para realizar los talleres de capacitación, el ambiente con el que se trabajo es amplio, iluminado tanto con luz artificial como natural, así mismo el ambiente se encuentra en el último piso de las instalaciones por lo que es un ambiente aislado libre de interferencias externas tales como interrupción de terceras personas o cualquier tipo de ruido externo a la sala.

La Empresa de Seguros S.A. conocida inicialmente como Seguros S.A. formaba parte de una prestigiosa institución financiera, el cual en el año de 1996 crea la división de Seguros de Vida y Salud. Ya para el año de 1999 de crea el grupo de Seguros de Vida S.A. mediante la Resolución Administrativa No. 246 del 30 de Agosto de mismo año con la cual la Superintendencia de Pensiones Valores y Seguros, autoriza su funcionamiento (Seguros, S.A.).

El grupo de Seguros de Vida S.A. permaneció en la administración de la institución financiera hasta finales del año 2001, año en el cual la institución decide vender sus compañías de seguros a Adriática Seguro S.A (Ob. Cit).

Es entonces que para el año 2003 surge una nueva dirección la cual implementa una nueva misión y visión en la organización con una cultura orientada al servicio del cliente con transparencia y respaldo. Es así que después de los cambios administrativos se convierte en la compañía de seguros de personas “Seguros de Vida S.A.”. Para ese mismo año se reestructura la compañía estableciéndose en las regiones de Santa Cruz, La Paz, Cochabamba y Sucre (Ob. Cit).

En el año 2005 la compañía es adquirida en su totalidad por un grupo de empresarios privados quienes enfocándose en el fortalecimiento de la imagen institucional transforman

la filosofía empresarial y nace el Grupo Seguros de Vida S.A, ese mismo año se genera el relanzamiento de la compañía con un posicionamiento de marca, creando y desarrollando nuevos productos y proyectos a través de la primera planificación estratégica (Ob. Cit).

Es hasta el año 2007 que el Grupo Seguros de Vida S.A. decide incorporar seguros Patrimoniales y finanzas es entonces que para el 31 de Mayo del mismo año la Superintendencia de Pensiones Valores y Seguros autoriza su funcionamiento para operar en la comercialización de seguros en la modalidad de Seguros Generales(Ob. Cit)..

La Empresa de Seguros S.A. es el resultado de la visión empresarial del grupo financiero de inversionistas Bolivianos quienes apuestan por el desarrollo del país en general y del sector particular (Ob. Cit).

Actualmente la compañía cuenta con sucursales en 8 de los 9 departamentos de Bolivia, siendo Pando el único departamento sin contar con una sucursal, es así que la presente investigación se realizó con la sucursal que se encuentra en la Ciudad de La Paz la cual cuenta con 57 trabajadores de planta y alrededor de 90 agentes de seguro que figuran en las distintas áreas que son salud, vida y patrimoniales (Ob. Cit).

III.8 Muestra

Para la presente investigación se utilizará el muestreo por conveniencia el cual es un muestreo de tipo no probabilístico el cual consiste en seleccionar a individuos que son accesibles al investigador, así como de su conveniencia. Esta conveniencia se produce porque al investigador le resulta sencillo examinar a dichos sujetos (Hernandez 2010).

Suele utilizarse en estudios iniciales para comprobar si se cumplen las hipótesis que se plantea el investigador. Una vez realizado el estudio, si se comprueba que los resultados son favorables a sus predicciones, ya se puede plantear la posibilidad de hacer el estudio con muestras probabilísticas para generalizar el resultado (Hernandez, 2010).

III.9 Instrumentos

Para medir el nivel de inteligencia emocional de los participantes se utilizará el cuestionario de coeficiente emocional EQ-I BarOn Emotional Quotient Inventory el cual se ha desarrollado independientemente de las propuestas teóricas de distintos investigadores. Sin embargo, su contribución en este campo es haber definido los constructos y los componentes conceptuales (Ugarriza, 2001).

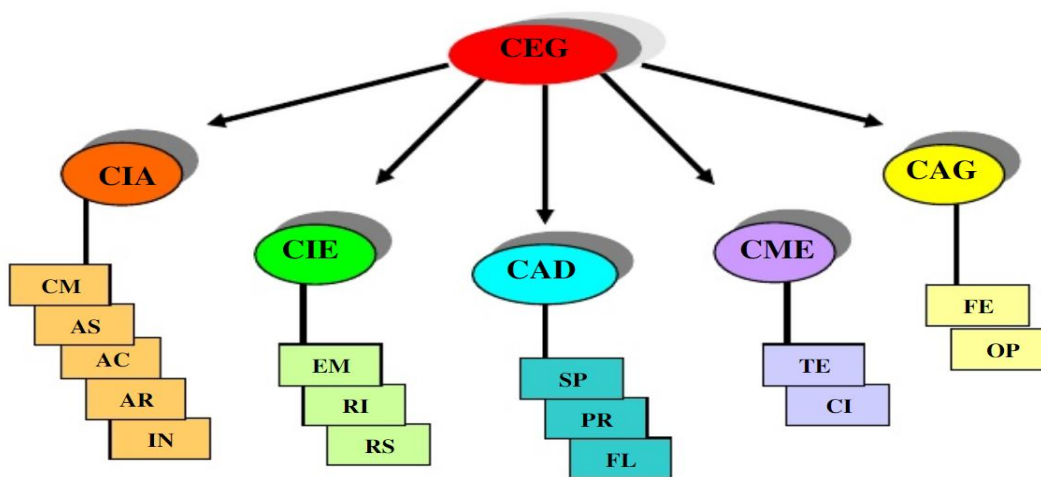
Bar-On utiliza el término “inteligencia emocional y social” para denominar un tipo específico de inteligencia que difiere de la inteligencia cognitiva. El autor opina, que los componentes factoriales de la inteligencia no cognitiva se asemejan a los factores de la personalidad, pero a diferencia de ellos la inteligencia emocional y social puede modificarse a través de la vida (Ugarriza, 2001).

Desde sus inicios, el enfoque de Bar-On fue multifactorial con la finalidad de ampliar las habilidades involucradas en la inteligencia no-cognitiva. El autor estudió su propuesta de 11 a 15 factores de la inteligencia no-cognitiva durante dos décadas es así que la estructura del modelo de Bar-On (1997) de inteligencia no cognitiva puede ser visto desde dos distintas perspectivas una sistemática (figura 3) y una topográfica (Figura 4) (Ugarriza, 2001).

En el contexto latinoamericano, la prueba fue validada en Lima Perú por Nelly Ugarriza el año 2001 en su investigación “La evolución de la inteligencia emocional a través del inventario de BarOn (I CE) en una muestra de Lima Metropolitana” donde a través de la prueba chi cuadrada se obtuvo un nivel de valides significativo donde se aprecia que el componente CIA tiene la carga factorial más elevada (0.92) con una proporción de varianza explicada de CEG del 85% seguida de CAG (carga factorial = 0.88; % varianza

explicada = 77), CAD (carga factorial = 0.78; % varianza explicada = 61), CIE (carga factorial = 0.68; % varianza explicada = 46) y CME (carga factorial = 0.61; % varianza explicada = 37), en cuanto al nivel de confiabilidad para la muestra peruana se puede apreciar que el alfa de Cronbach para el inventario total posee una consistencia interna muy alta con un puntaje de: .93; para los componentes del I-CE oscila entre .77 y .91. Los más bajos coeficientes son para los subcomponentes de flexibilidad .48, independencia y solución de problemas .60. Los 13 factores restantes arrojan valores por encima de .70.

Figura No 3 Enfoque Sistémico de los 15 subcomponentes de inteligencia emocional



Fuente: Adaptación y estandarización del inventario de inteligencia emocional de BarOn ICE en jóvenes y adultos muestra de Lima Metropolitana

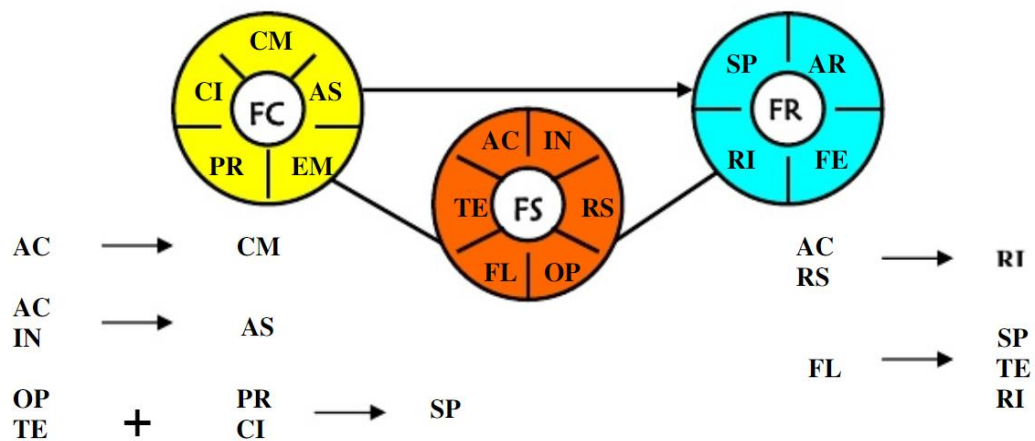
La visión sistemática, es la que ha sido descrita considerando los cinco componentes mayores de la inteligencia emocional y sus respectivos sub componentes que se relacionan lógica y estadísticamente. Dichos componentes se entiendes de la siguiente manera:

CEG= Cociente Emocional General; CIA= Componente Intrapersonal; CIE= Componente Interpersonal; CAD= Componente de Adaptabilidad; CME= Componente del manejo del estrés; CAG= Componente del estado de ánimo en general. Y para los subcomponentes: CM= Comprensión de sí mismo; AS= Asertividad; AC= Autoconcepto; AR= Autorrealización; IN= Independencia; EM= Empatía; RI= Relaciones Interpersonales; RS= Responsabilidad Social; SP= Solución de Problemas; PR= Prueba de Realidad; FL= Flexibilidad; TE= Tolerancia al Estrés; FE= Felicidad; OP= Optimismo,

El enfoque topográfico organiza los componentes de la inteligencia no cognitiva de acuerdo a un orden de rangos, distinguiendo “Factores Centrales”: FC (o primarios) relacionados con “Factores Resultantes”: FR (o de más alto orden), y que están conectados por un grupo de “Factores de Soporte”: FS (apoyo o secundarios o auxiliares).

Los tres factores centrales más importantes de la inteligencia emocional son: La comprensión de sí mismo, la asertividad y la empatía. Los otros dos factores centrales son: la prueba de la realidad y el control de los impulsos. Estos factores centrales guían a factores resultantes como la solución de problemas, las relaciones interpersonales y la autorrealización lo que contribuye a la felicidad así mismo las relaciones interpersonales dependen del auto concepto positivo y la responsabilidad social. Además, los factores de apoyo como el optimismo y la tolerancia al estrés se combinan con los factores centrales como la prueba de la realidad y el control de los impulsos para facilitar la solución de problemas de un modo eficiente. Finalmente, la flexibilidad es otro factor importante de soporte que contribuye a los otros factores como la solución de problemas, la tolerancia al estrés y las relaciones interpersonales como se muestra en la siguiente figura (Ugarriza, 2001).

Figura No 4 Enfoque Topográfico de los 15 subcomponentes de inteligencia emocional



Fuente: Adaptación y estandarización del inventario de inteligencia emocional de BarOn ICE en jóvenes y adultos muestra de Lima Metropolitana

El cuestionario a ser aplicado consta de 133 preguntas o ítems, clasificados dentro de cinco distintas áreas las cuales se distribuyen de la siguiente manera:

40 ítems miden el área de componentes intrapersonales

- 8 miden habilidades de comprensión de si mismo
- 7 miden habilidades de asertividad
- 9 miden habilidades de autoconcepto
- 9 miden habilidades de autorrealización
- 7 miden habilidades de independencia

29 ítems miden el área de habilidades interpersonales

- 8 miden habilidades de empatía
- 11 miden habilidades de relación interpersonal
- 10 miden habilidades de responsabilidad social

26 ítems miden el área de habilidades de adaptabilidad

- 8 miden habilidades de solución de problemas
- 10 miden habilidades de prueba de la realidad
- 8 miden habilidades de flexibilidad

19 ítems miden el área de manejo del estrés

- 9 miden habilidades de tolerancia al estrés
- 10 miden habilidades de control de impulsos

17 ítems miden el área de estado de animo general

- 9 miden habilidades de felicidad
- 8 miden habilidades de optimismo

Cada una de las 133 preguntas que corresponden al cuestionario se encuentran en una escala Likert las cuales presentan cinco posibles respuestas: Rara vez o nunca en mi caso (1), Pocas veces es mi caso (2), A veces es mi caso (3), Muchas veces es mi caso (4), Con mucha frecuencia o siempre es mi caso (5). Los puntajes asignados eventualmente servirán para el posterior cálculo del nivel de desarrollo de la E.Q. (Coeficiente Emocional) de los individuos de estudio.

Para realizar el cálculo y asignar los puntajes Ice BarOn construyó una escala la cual divide y asigna los puntajes a distintas áreas de la siguiente manera: De 1 a 70 mediocrementemente bajo, de 71 a 80 inferior muy bajo, de 81 a 90 limítrofe bajo, de 91 a 110 promedio, de 110 a más superior.

Tabla No. 5 Escala de puntuación de Ice BaOn

Escala	Puntaje
Superior (Tiene excelentes habilidades)	Mas de 110
Escala	Puntaje
Promedio	91 a 110
Limítrofe (Bajo)	81 a 90
Inferior (muy bajo)	71 a 80
Mediocrementemente bajo (urge mejoras)	1 a 70

Fuente: Elaboración propia

III.10 Procedimiento

Tabla No. 6 Fases de la investigación

Fases	Tipo de procedimiento
Fase 1	Identificación del problema
Fase 2	Búsqueda de pruebas que permitan recoger datos confiables e información científica que respalde la investigación
Fase 3	Aplicación de pruebas de inteligencia emocional y recolección de los índices de ventas
Fase 4	Análisis de los resultados
Fase 5	Elaboración de un programa como propuesta

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

En el presente capítulo se procederá a explicar los resultados obtenidos después de realizar un análisis y cruce de datos del nivel de inteligencia emocional de cada uno de los participantes con el nivel de ventas que tienen, de esta manera los resultados obtenidos son los siguientes

Tabla No. 7 Representación general de inteligencia emocional

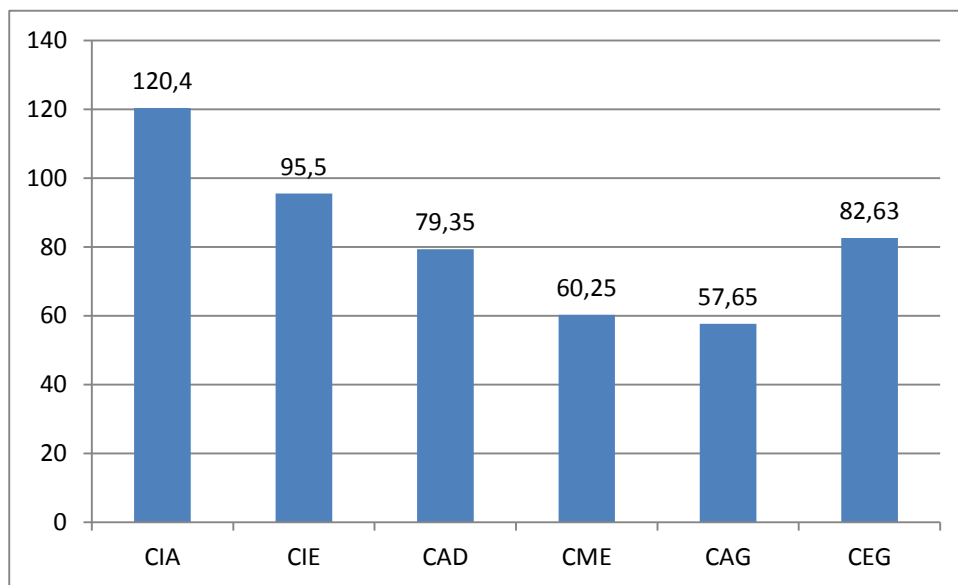
Dimensión	Valor	Nivel
CIA	120,4	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	95,5	Promedio
CAD	79,35	Inferior (Muy bajo)
CME	60,25	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	57,65	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	82,63	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

La presente tabla muestra la puntuación general del nivel de inteligencia emocional del grupo, así como la de sus cinco diferentes dimensiones donde se puede observar que la primera dimensión que es el componente intrapersonal (CIA) tiene un puntaje de 120,4 lo que da a entender que el grupo presenta un nivel superior en relación a la escala de IceBaron seguida de la dimensión del componente interpersonal (CIE) que presenta una puntuación de 95,5 que en relación a la escala se encuentra en un nivel promedio, a continuación se presenta la dimensión de componente de adaptabilidad (CAD) la cual

presenta una puntuación de 79,35 que la coloca en una posición por debajo de la media en relación a la escala, la dimensión de componente de manejo de estrés (CME) presenta una puntuación de 60,25 posicionándola por debajo de la media en relación a la escala dando a entender que el grupo tiene poco manejo de estrés y por último la dimensión del componente de estado de ánimo en general que presenta una puntuación de 57,65 dejándolo en un nivel muy por debajo de la media dando a entender que el mayor problema del grupo es el estado de ánimo. El componente de inteligencia emocional general (CEG) de todo el grupo presenta una puntuación de 82,63 puntos lo que significa que el nivel de inteligencia emocional del grupo se encuentra en la media con respecto a la escala dando a entender que a nivel general el grupo presenta dificultades a las distintas áreas.

Figura No 5 Representación gráfica general de inteligencia emocional



Fuente: Elaboración propia

En la figura 3 se puede observar el nivel de inteligencia emocional general de todo el grupo dando a entender que si bien existe un puntaje aceptable en las dimensiones no

existe un patrón constante lo que como resultado final lleva a que el nivel de inteligencia emocional se encuentre el un punto medio de lo superior y lo mediocrementemente bajo.

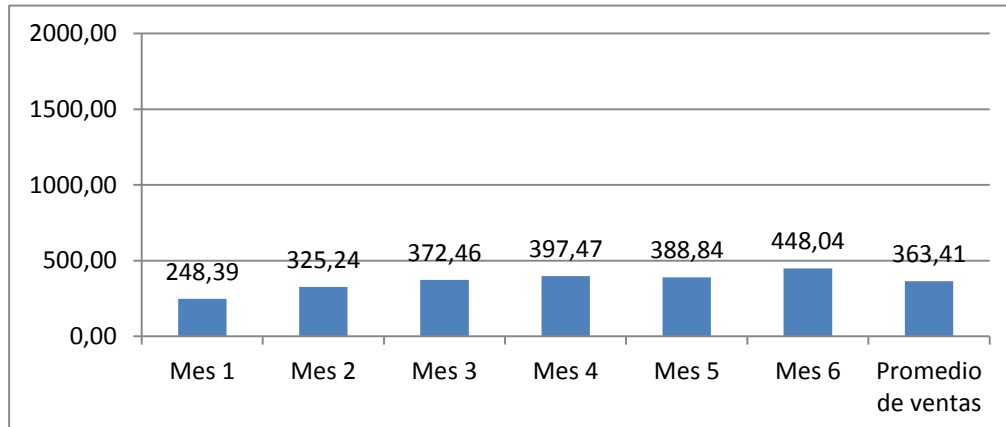
Tabla No. 8 Relación de ventas por mes

Mes	Valor	Nivel
Mes 1	248,39	Bajo
Mes 2	325,24	Bajo
Mes 3	372,46	Bajo
Mes 4	397,47	Bajo
Mes 5	388,84	Bajo
Mes 6	448,04	Bajo
Promedio de ventas	363,41	Bajo

Fuente: Elaboración propia

Para poder sacar los índices de ventas por mes se utilizó los siguientes parámetros: de 1 a 500 bajo, de 501 a 1000 regular de 1001 a 1500 aceptable y de 1501 a 2000 optimo, de esta manera se puede observar que el rendimiento de general de todos los agentes de los últimos 6 meses se encuentra por lo bajo dando a entender que al grupo se le dificulta alcanzar ventas que superen los 501dolares por mes.

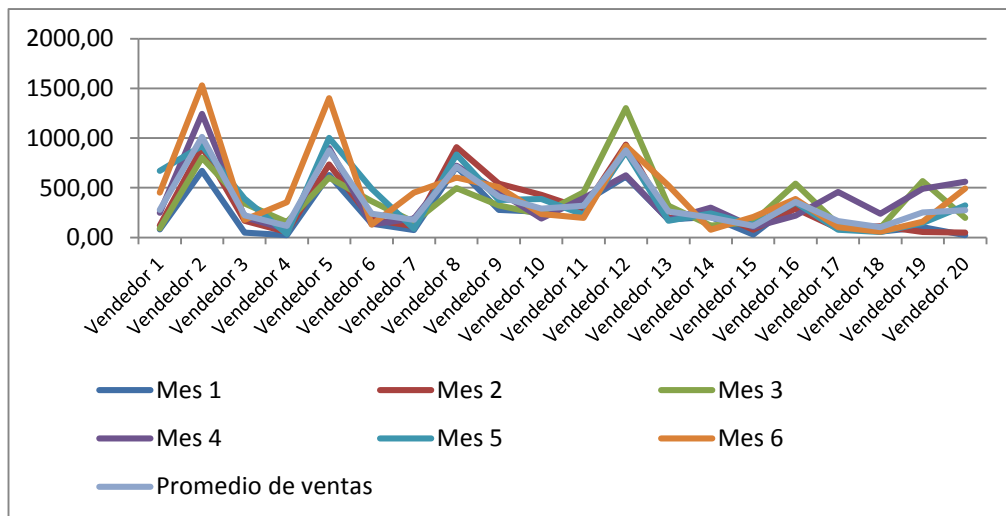
Figura No 6 Representación gráfica de la relación de ventas



Fuente: Elaboración propia

En la representación gráfica de la relación de ventas se puede observar que si bien existe un incremento mínimo en las ventas no es lo suficiente para poder catalogar las ventas del grupo como un nivel de ventas regular esto debido a que no sobrepasan los 500 dólares de ventas por mes.

Figura No 7 Historial de ventas por mes



Fuente: Elaboración propia

En la figura se puede observar el promedio de ventas de cada uno de los participantes donde si bien existen algunos picos altos que llegan a una calificación aceptable es claro que en su mayoría a muchos de los participantes se les dificulta sobrepasar el indicador de 500 es por ello que en la figura se puede apreciar que donde más radican los indicadores de ventas son de 1 a 500 dando a entender que de manera individual muchos participantes presentan problemas a la hora de realizar una venta.

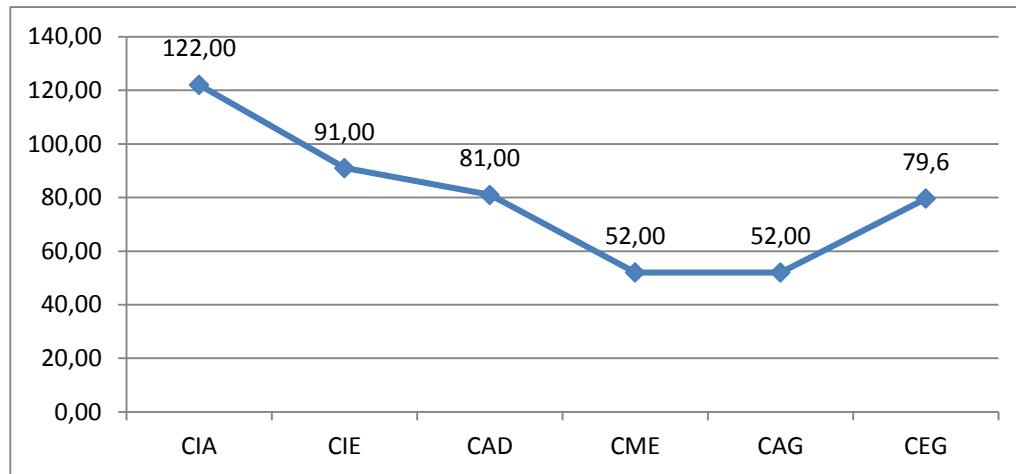
Tabla No. 9 Sujeto uno

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	122,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	91,00	Promedio
CAD	81,00	Limítrofe (Bajo)
CME	52,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	52,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	79,60	Inferior (Muy bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “uno” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 122.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte las áreas CME Y CAG presentan ambas una puntuación de 52.00 lo cual los sitúa en un nivel por muy debajo de la media, esto da a entender que son en estas dos áreas donde el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 79,6 lo cual posiciona a este en un nivel inferior por debajo de la media en relación a la escala

Figura No 8 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto uno



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “uno”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 76,6 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel inferior lo que significa que el participante posee un nivel de IE por debajo de la media en relación a la escala.

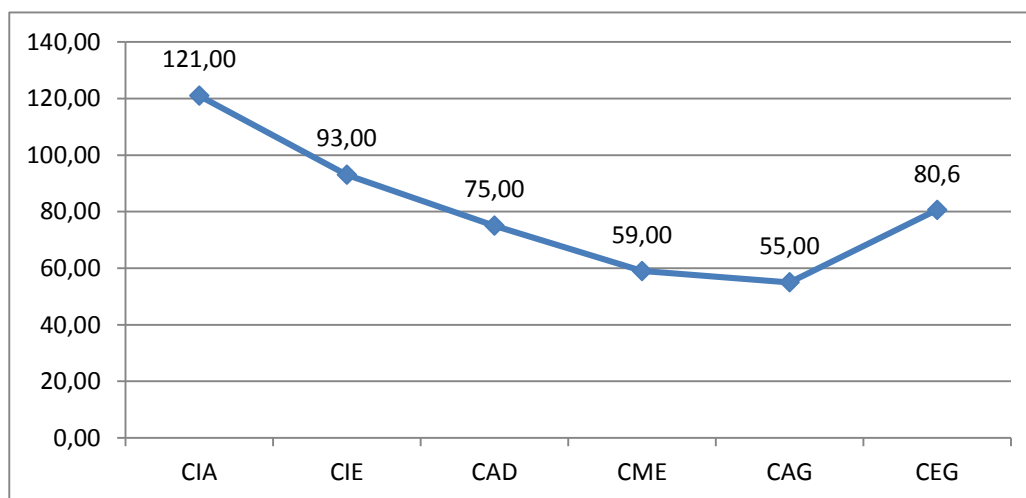
Tabla No. 10 Sujeto dos

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	121,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	93,00	Promedio
CAD	75,00	Inferior (Muy bajo)
CME	59,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	55,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	80,60	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “dos” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 121.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte el área CME presenta una puntuación de 59.00 lo cual lo sitúa en un nivel por muy debajo de la media, de la misma manera se puede observar que el área CAG presenta una puntuación de 55.00 dando a entender que en estas dos áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 80,6 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo en la media en relación a la escala

Figura No 9 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto dos,



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “dos”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 80,6 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe lo que significa que el participante posee un nivel de IE dentro de la media en relación a la escala.

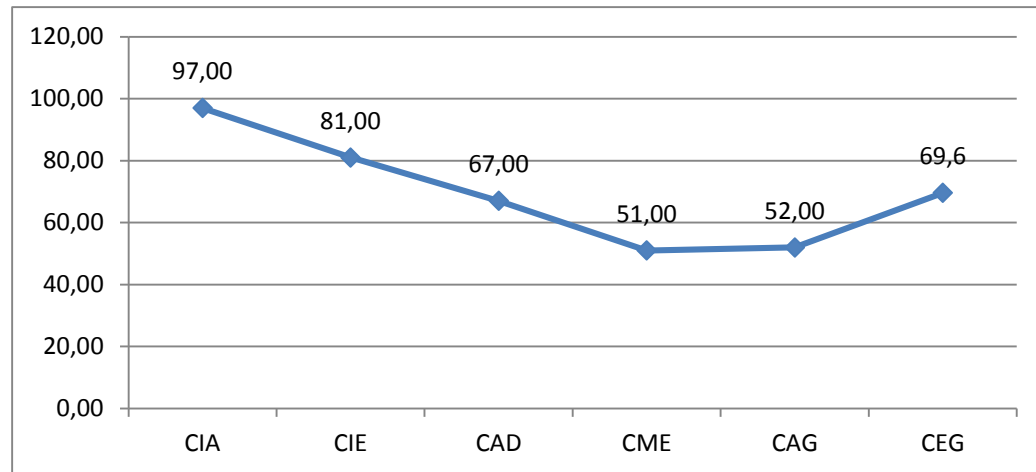
Tabla No. 11 Sujeto tres

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	97,00	Promedio
CIE	81,00	Limítrofe (Bajo)
CAD	67,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CME	51,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	52,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	69,60	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “tres” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 97.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel promedio dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte el área CME presenta una puntuación de 51.00 lo cual lo sitúa en un nivel por muy debajo de la media, de la misma manera se puede observar que el área CAG presenta una puntuación de 52.00 dando a entender que en estas dos áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 69,6 lo cual posiciona a este en un nivel marcadamente bajo situándolo por muy debajo de la media en relación a la escala

Figura No 10 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto tres



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “tres”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 69,6 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel marcadamente bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE muy por debajo de la media en relación a la escala.

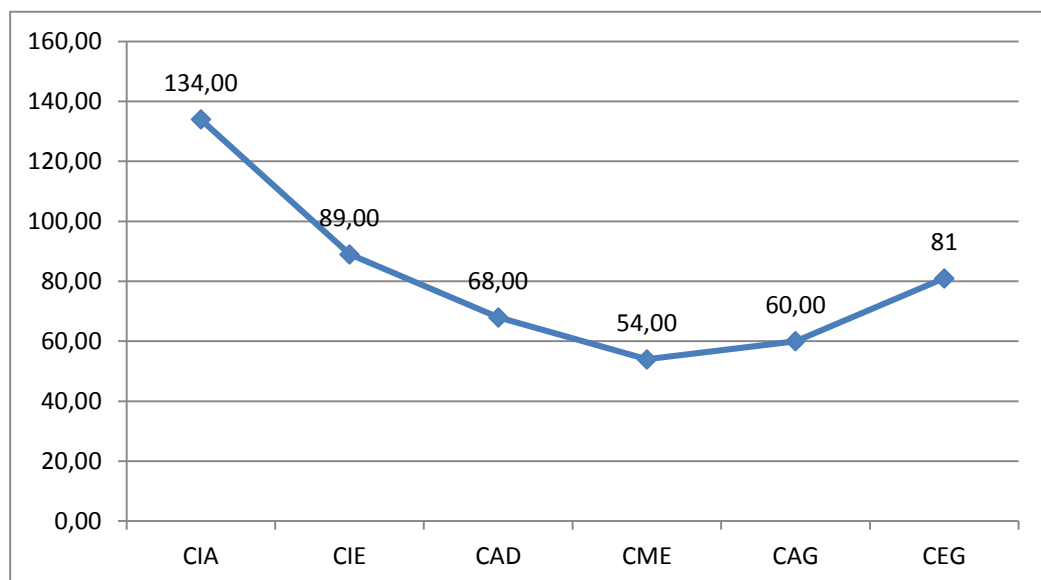
Tabla No. 12 Sujeto cuatro

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	134,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	89,00	Limítrofe (Bajo)
CAD	68,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CME	54,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	60,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	81,00	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “cuatro” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 134.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte el área CAD muestra una puntuación de 68.00 lo cual lo sitúa en un nivel muy por debajo de la media, así mismo la dimensión CME presenta una puntuación de 54.00 lo cual lo sitúa en un nivel por muy debajo de la media, de la misma manera se puede observar que el área CAG presenta una puntuación de 60.00 situándolo en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas tres áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 81.00 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala

Figura No 11 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto cuatro



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “cuatro”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 81.00 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE dentro de la media en relación a la escala.

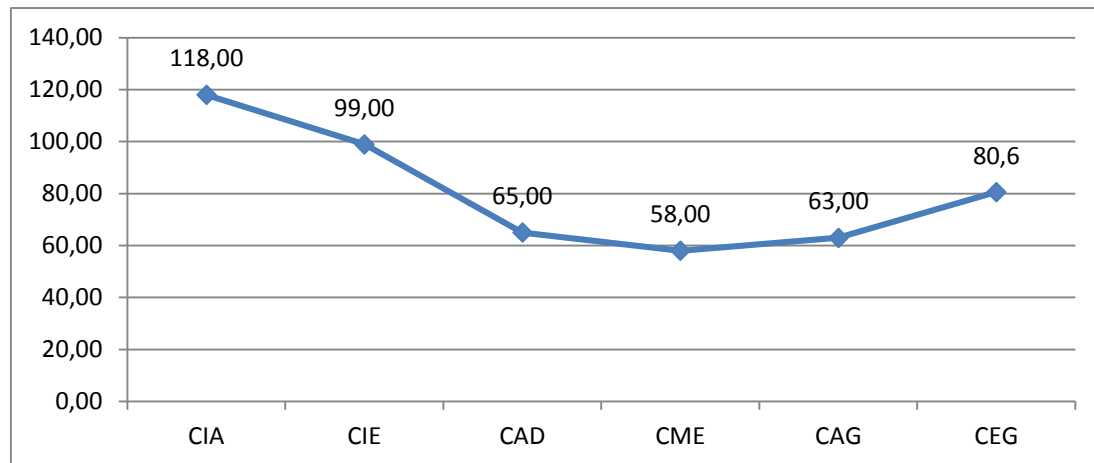
Tabla No. 13 Sujeto cinco

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	118,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	99,00	Promedio
CAD	65,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CME	58,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	63,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	80,60	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “cinco” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 118.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte el área CAD muestra una puntuación de 65.00 lo cual lo sitúa en un nivel muy por debajo de la media, así mismo la dimensión CME presenta una puntuación de 58.00 lo cual lo sitúa en un nivel por muy debajo de la media, de la misma manera se puede observar que el área CAG presenta una puntuación de 63.00 situándolo en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas tres áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 80.6 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala

Figura No 12 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto cinco



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “cinco”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 80.6 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE dentro de la media en relación a la escala.

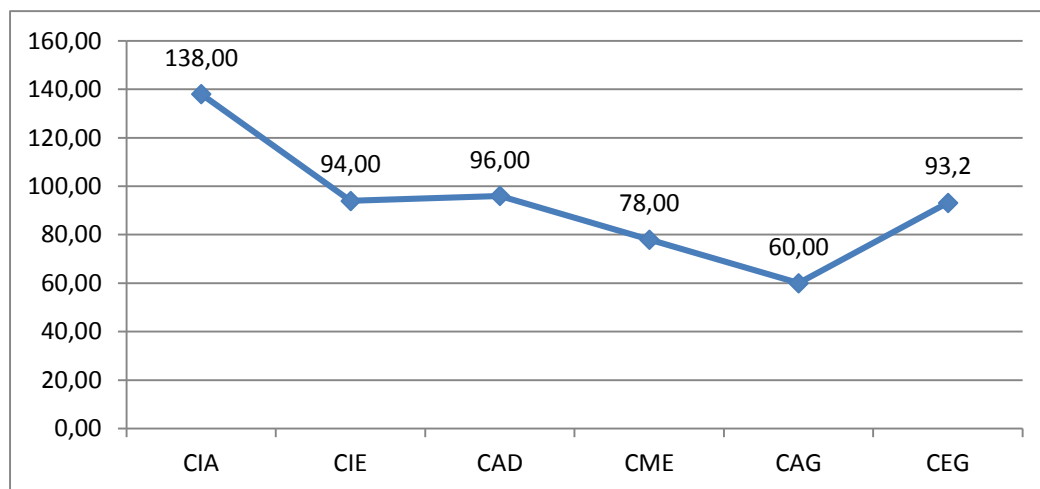
Tabla No. 14 Sujeto seis

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	138,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	94,00	Promedio
CAD	96,00	Promedio
CME	78,00	Inferior (Muy bajo)
CAG	60,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	93,20	Promedio

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “seis” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 138.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte el se puede observar que el área CAG presenta una puntuación de 60.00 situándolo en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en esta área el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 93.2 lo cual posiciona a este en un nivel promedio por encima la media en relación a la escala

Figura No 13 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto seis



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “seis”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 93.2 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel promedio lo que significa que el participante posee un nivel de IE superior a la media en relación a la escala.

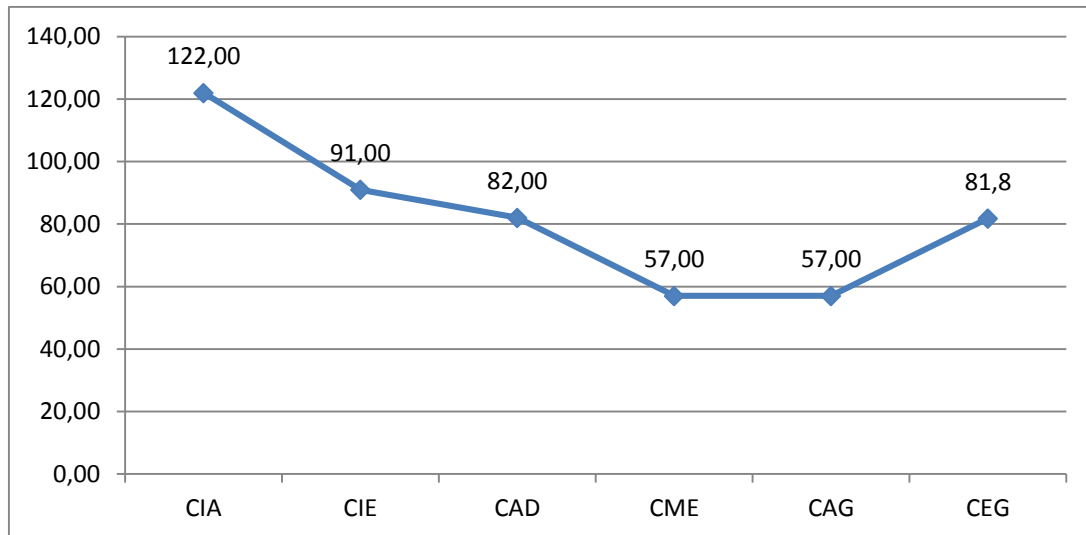
Tabla No. 15 Sujeto siete

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	122,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	91,00	Promedio
CAD	82,00	Limítrofe (Bajo)
CME	57,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	57,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	81,80	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “siete” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 122.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME CAG presentan una puntuación de 57.00 situándolos en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 81.2 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala

Figura No 14 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto siete



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “siete”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 81.8 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel promedio lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

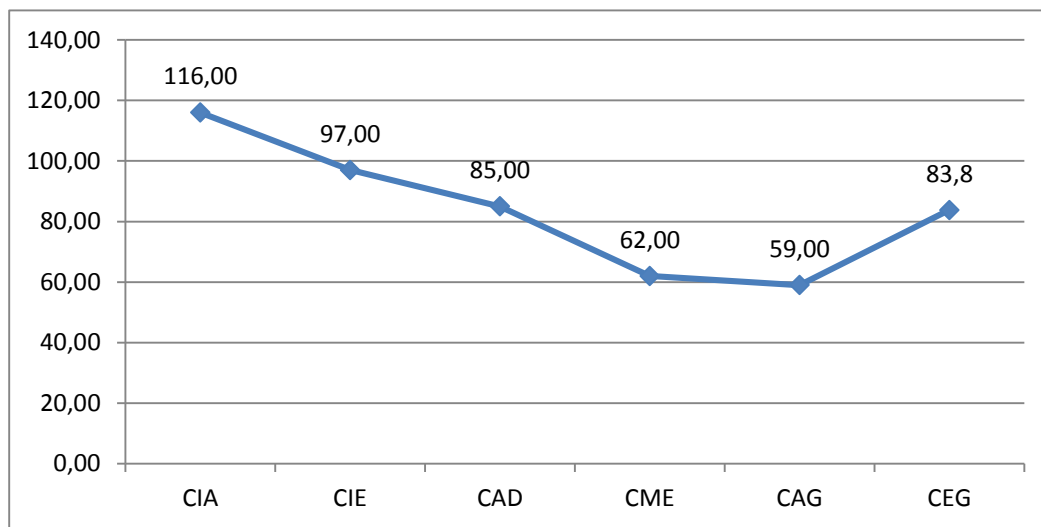
Tabla No. 16 Sujeto ocho

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	116,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	97,00	Promedio
CAD	85,00	Limítrofe (Bajo)
CME	62,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	59,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	83,80	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “ocho” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 116.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME y el area CAG presentan una puntuación de 62.00 y de 59.00 situándolos en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 83.8 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala

Figura No 15 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto ocho



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “ocho”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 83.8 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

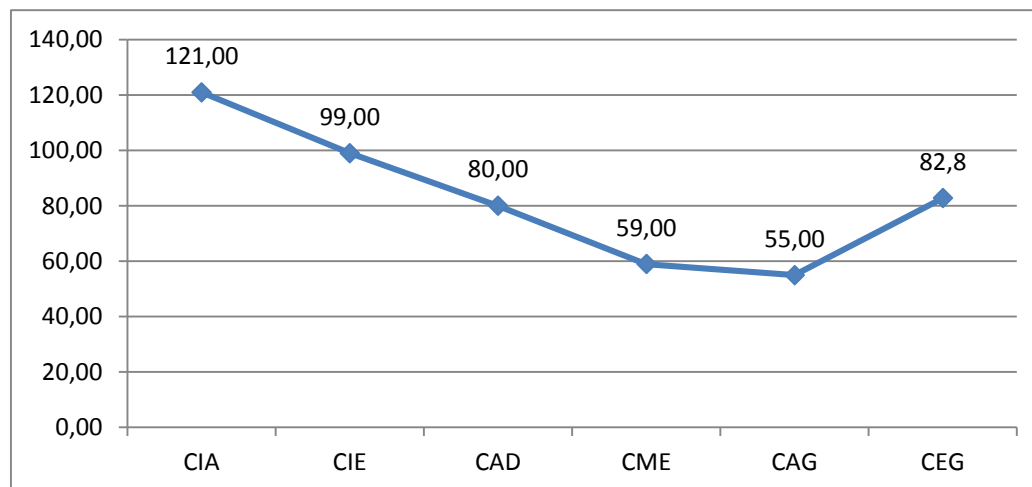
Tabla No. 17 Sujeto Nueve

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	121,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	99,00	Promedio
CAD	80,00	Inferior (Muy bajo)
CME	59,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	55,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	82,80	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “nueve” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 121.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME y el area CAG presentan una puntuación de 59.00 y de 550.00 situándolos en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 81.8 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala.

Figura No 16 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto nueve



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “nueve”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 82.8 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

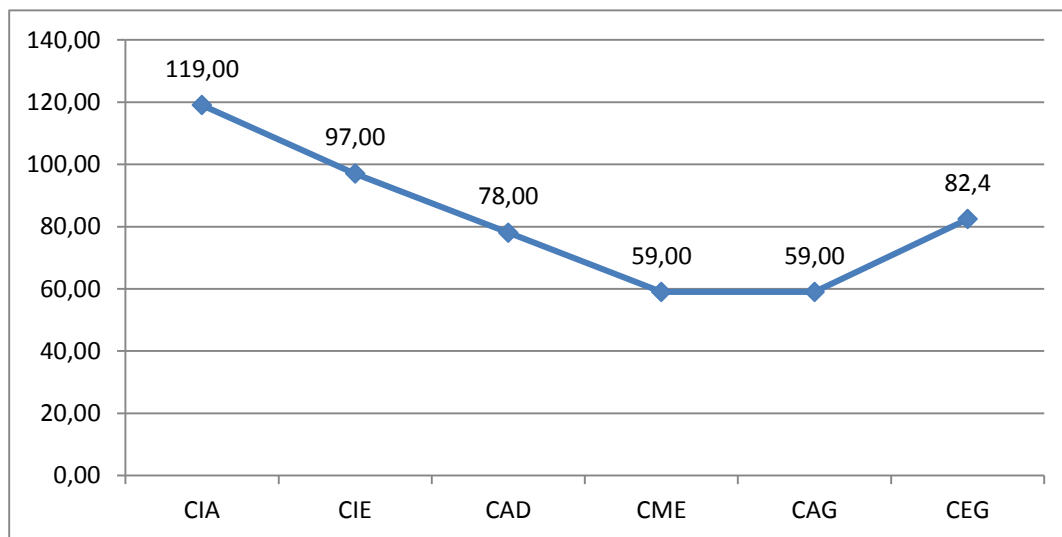
Tabla No. 18 Sujeto 10

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	119,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	97,00	Promedio
CAD	78,00	Inferior (Muy bajo)
CME	59,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	59,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	82,40	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “10” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 119.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME y el area CAG presentan una puntuación de 59.00 situándolos en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 82.4 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala

Figura No 17 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 10



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “10”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 82.4 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

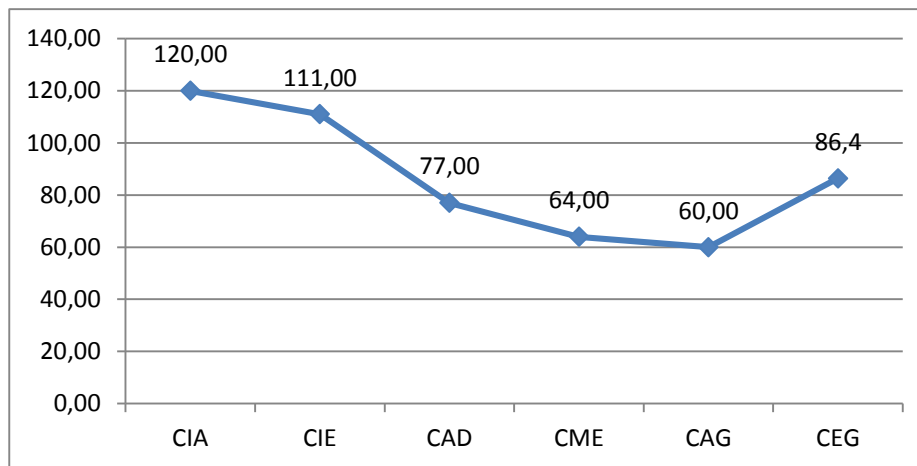
Tabla No. 19 Sujeto 11

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	120,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	111,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CAD	77,00	Inferior (Muy bajo)
CME	64,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	60,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	86,40	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “11” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 120.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME y el area CAG presentan una puntuación de 64.00 y de 60.00 situándolos en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 86.4 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala

Figura No 18 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 11



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “11”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 86.4 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

Tabla No. 20 Sujeto 12

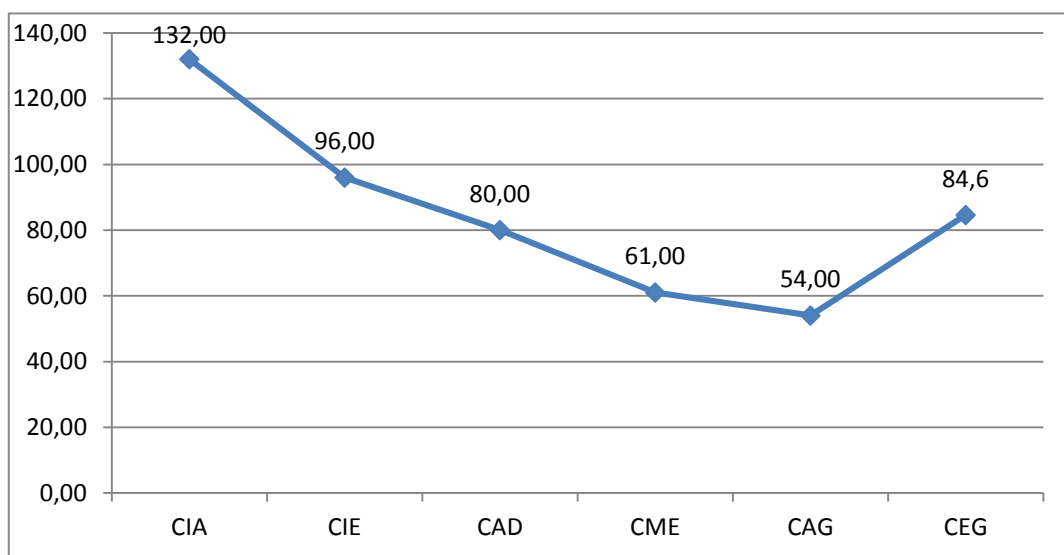
Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	132,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	96,00	Promedio
CAD	80,00	Inferior (Muy bajo)
CME	61,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	54,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	84,60	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “12” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta

mayor puntaje con un resultado de 132.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME y el area CAG presentan una puntuación de 61.00 y de 54.00 situándolos en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 84.6 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala.

Figura No 19 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 12



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “12”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 84.6 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

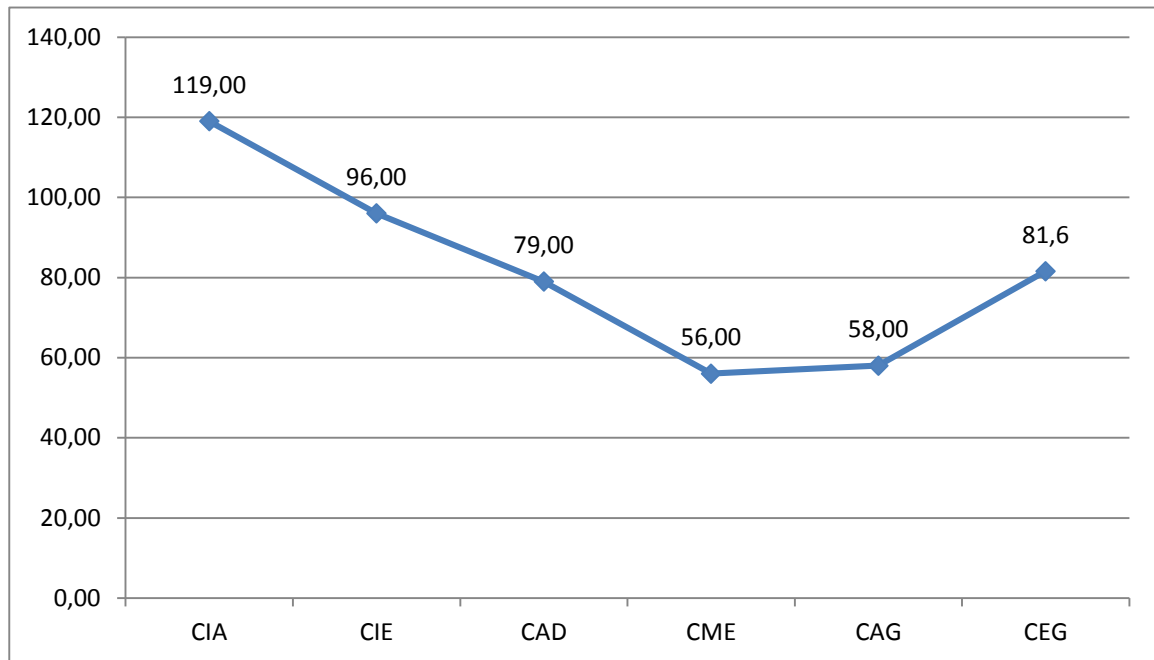
Tabla No. 21 Sujeto 13

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	119,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	96,00	Promedio
CAD	79,00	Inferior (Muy bajo)
CME	56,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	58,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	81,60	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “13” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 119.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME y el área CAG presentan una puntuación de 56.00 y de 58.00 situándolos en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 81.6 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala

Figura No 20 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 13



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “13”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 81.6 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

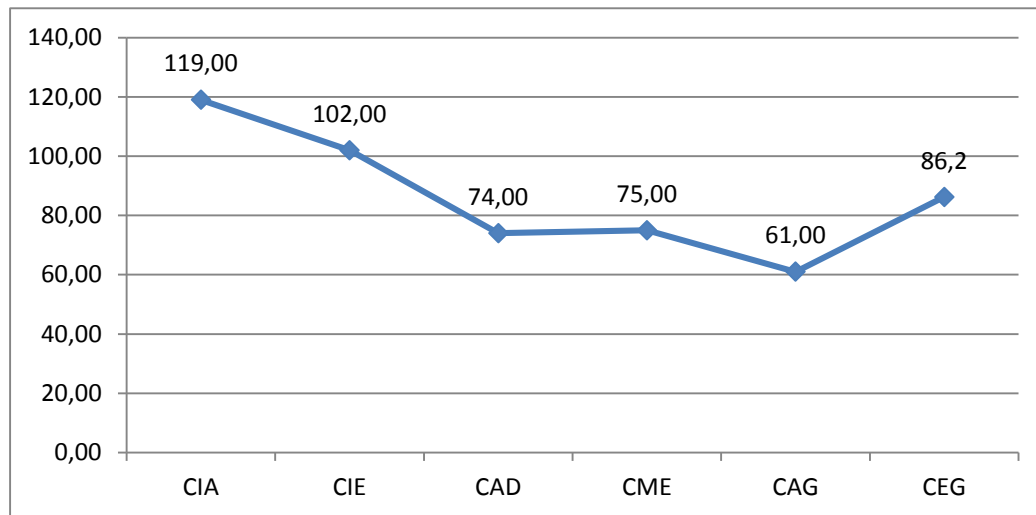
Tabla No. 22 Sujeto 14

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	119,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	102,00	Promedio
CAD	74,00	Inferior (Muy bajo)
CME	75,00	Inferior (Muy bajo)
CAG	61,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	86,20	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “14” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 119.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CAG presenta una puntuación de 61.00 situándolo en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en esta área el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 86.2 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala.

Figura No 21 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 14



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “14”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 86.2 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

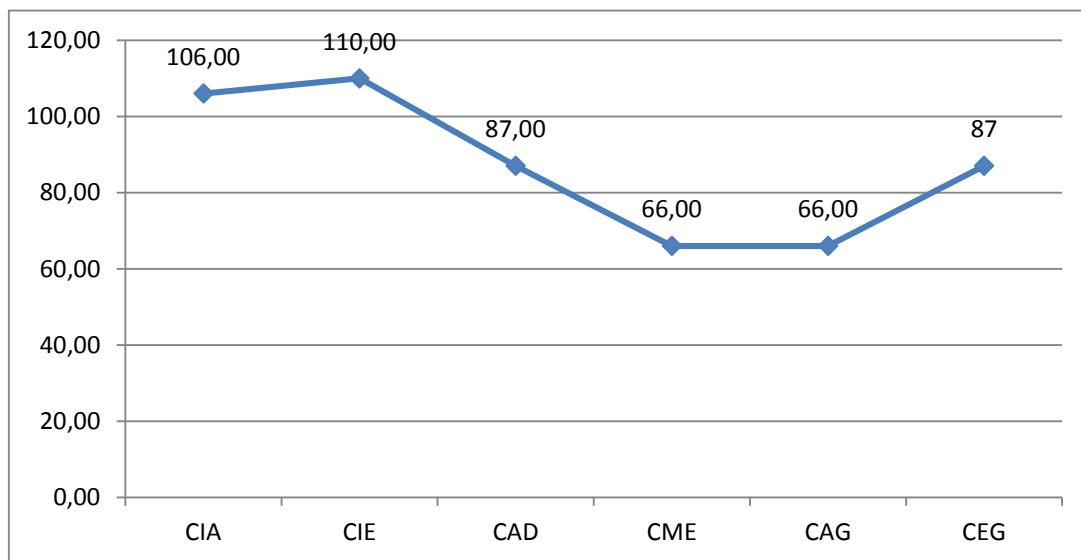
Tabla No. 23 Sujeto 15

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	106,00	Promedio
CIE	110,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CAD	87,00	Limítrofe (Bajo)
CME	66,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	66,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	87,00	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “15” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 106.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel promedio dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME Y CAG presentan una puntuación de 66.00 situándolo en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en esta área el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 87.00 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala.

Figura No 22 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 15



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “15”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 87.00 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

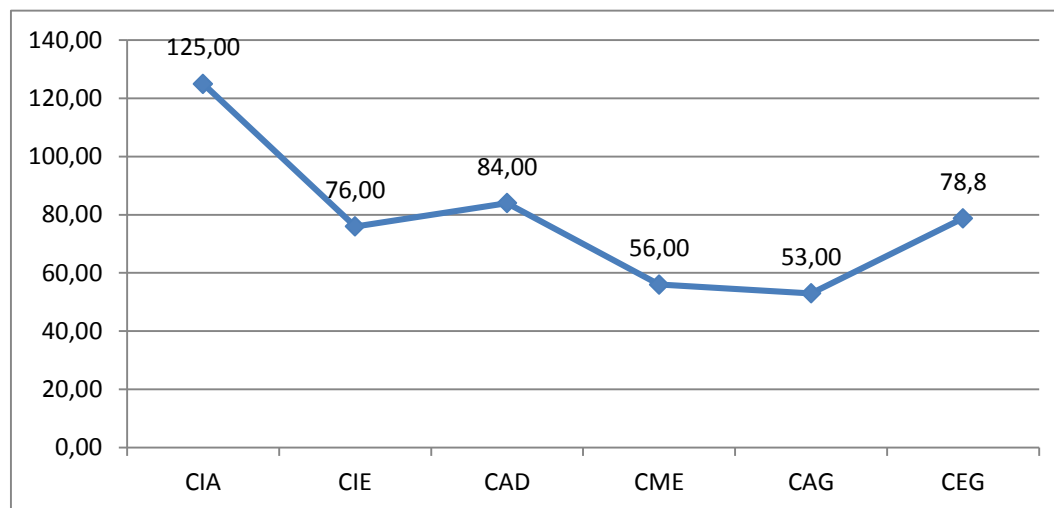
Tabla No. 24 Sujeto 16

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	125,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	76,00	Inferior (Muy bajo)
CAD	84,00	Limítrofe (Bajo)
CME	56,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	53,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	78,80	Inferior (Muy bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “16” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 125.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME Y CAG presentan una puntuación de 56.00 y 53.00 situándolos en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 78.00 lo cual posiciona a este en un nivel inferior muy bajo situándolo por debajo de la media en relación a la escala.

Figura No 23 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 16



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “16”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 78.80 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel inferior bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por debajo de la media en relación a la escala.

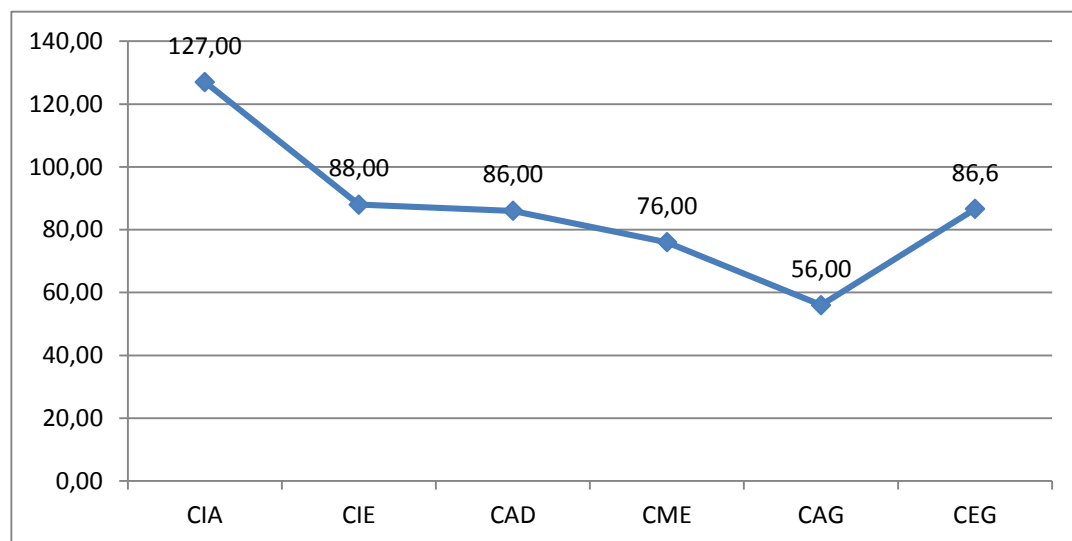
Tabla No. 25 Sujeto 17

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	127,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	88,00	Limítrofe (Bajo)
CAD	86,00	Limítrofe (Bajo)
CME	76,00	Inferior (Muy bajo)
CAG	56,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	86,60	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “17” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 127.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CAG presenta una puntuación de 56.00 situándolo en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en esta área el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 86.6 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo en la media en relación a la escala.

Figura No 24 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 17



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “17”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 86.6 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

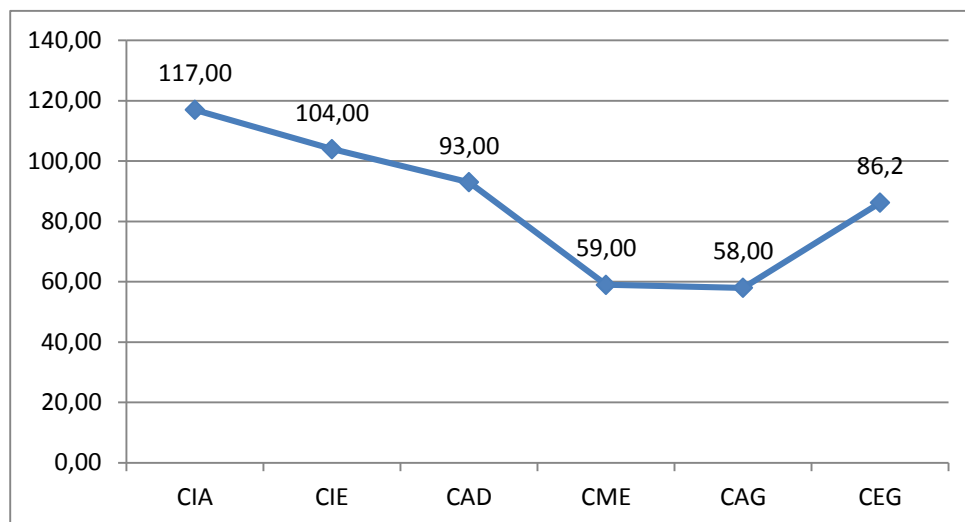
Tabla No. 26 Sujeto 18

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	117,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	104,00	Promedio
CAD	93,00	Promedio
CME	59,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	58,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	86,20	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “18” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 117.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME y CAG presentan una puntuación de 59.00 y 58.00 situándolos en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 86.2 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo en la media en relación a la escala.

Figura No 25 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 18



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “18”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 86.2 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

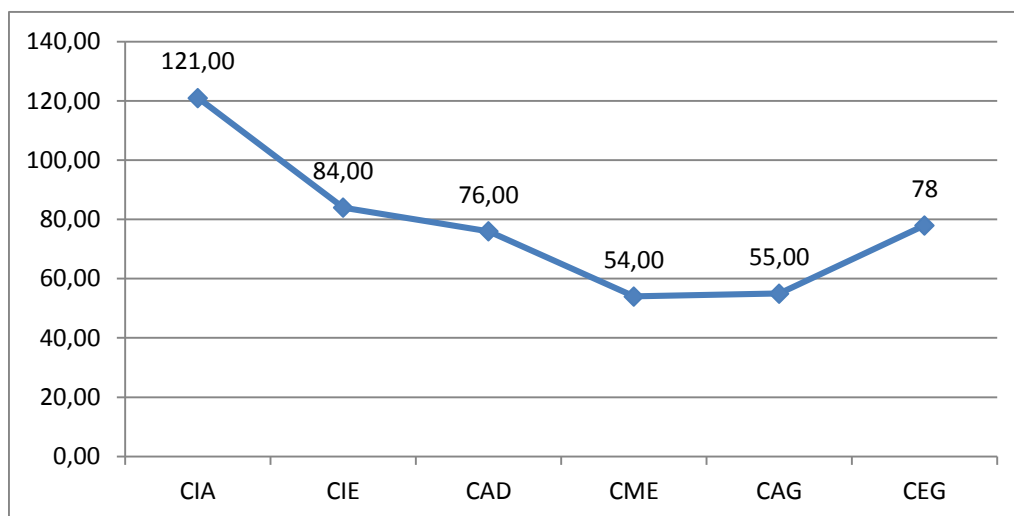
Tabla No. 27 Sujeto 19

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	121,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	84,00	Limítrofe (Bajo)
CAD	76,00	Inferior (Muy bajo)
CME	54,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	55,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	78,00	Inferior (Muy bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “19” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 121.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME y CAG presentan una puntuación de 54.00 y 55.00 situándolos en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 78 lo cual posiciona a este en un nivel inferior muy bajo situándolo por debajo de la media en relación a la escala

Figura No 26 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 19



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “19”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 78.00 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel inferior muy bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por debajo de la media en relación a la escala.

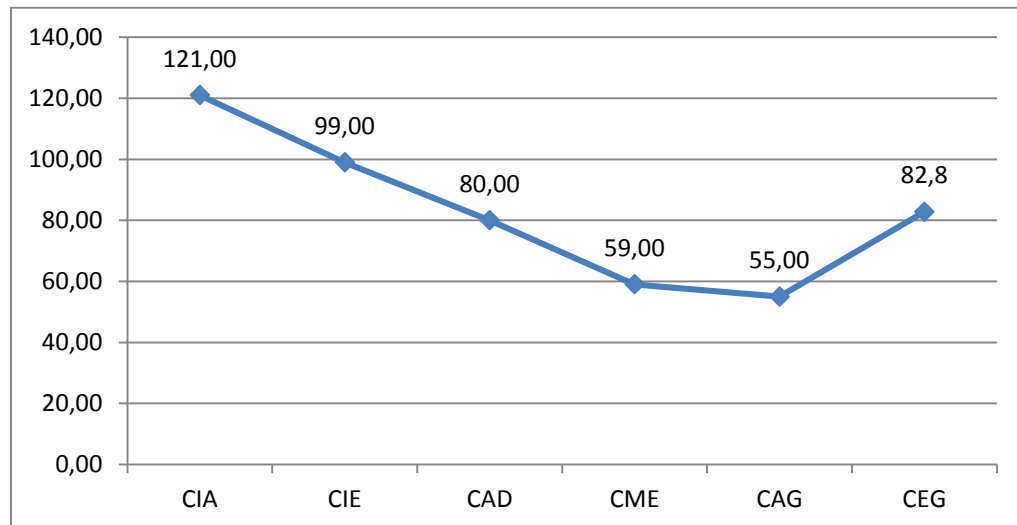
Tabla No. 28 Sujeto 20

Dimensión	Puntaje	Nivel
CIA	121,00	Superior (Tiene Excelentes habilidades)
CIE	99,00	Promedio
CAD	80,00	Inferior (Muy bajo)
CME	59,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CAG	55,00	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
CEG	82,80	Limítrofe (Bajo)

Fuente: Elaboración propia

En el sujeto “20” se puede observar la puntuación de cada una de las cinco áreas del test, donde los resultados obtenidos muestran que la dimensión CIA que es la que presenta mayor puntaje con un resultado de 121.00 puntos, la cual la posiciona en un nivel superior dentro de la escala de Ice BarOn, por otra parte se puede observar que el área CME y el area CAG presentan una puntuación de 59.00 y de 550.00 situándolos en un nivel por muy debajo de la media dando a entender que en estas áreas el sujeto presenta mayor dificultad al momento de desenvolverse y por último se puede observar el resultado de su nivel de inteligencia emocional general CEG el cual obtiene un puntaje de 81.8 lo cual posiciona a este en un nivel limítrofe bajo situándolo por la media en relación a la escala

Figura No 27 Representación gráfica de la inteligencia emocional del sujeto 20



Fuente: Elaboración propia

Dentro del puntaje general de la inteligencia emocional (CEG) del sujeto “20”, después de realizar la sumatoria de las dimensiones, se observa que el resultado corresponde a una puntuación de 82.8 que dentro de la escala de calificación de Ice BaOn se encuentra en un nivel limítrofe bajo lo que significa que el participante posee un nivel de IE por la media en relación a la escala.

Tabla No. 29 Relación individual de ventas e inteligencia emocional

Vendedor	Ventas		Inteligencia emocional	
	Valor	Nivel	Valor	Nivel
1	276,67	Bajo	79,6	Inferior (Muy bajo)
2	1013,12	Aceptable	80,6	Limítrofe (Bajo)
3	221,67	Bajo	69,6	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)
4	117,47	Bajo	81,0	Limítrofe (Bajo)
5	877,66	Regular	80,6	Limítrofe (Bajo)
6	239,03	Bajo	93,2	Promedio
7	178,43	Bajo	81,8	Limítrofe (Bajo)
8	712,85	Regular	83,8	Limítrofe (Bajo)
9	414,09	Bajo	81,8	Limítrofe (Bajo)
10	288,89	Bajo	82,8	Limítrofe (Bajo)
11	320,73	Bajo	82,4	Limítrofe (Bajo)
12	876,33	Regular	86,4	Limítrofe (Bajo)
13	260,43	Bajo	84,6	Limítrofe (Bajo)
14	201,40	Bajo	81,6	Limítrofe (Bajo)
15	116,17	Bajo	86,2	Limítrofe (Bajo)
16	357,93	Bajo	87,0	Limítrofe (Bajo)
17	164,36	Bajo	78,8	Inferior (Muy bajo)
18	103,70	Bajo	86,6	Limítrofe (Bajo)
19	253,05	Bajo	86,2	Limítrofe (Bajo)
20	274,15	Bajo	78,0	Inferior (Muy bajo)

Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla se puede observar la relación que existe entre la inteligencia emocional y las ventas de cada uno de los participantes donde como resultados se obtiene

que en su gran mayoría los participantes presentan un nivel bajo de ventas al igual que de inteligencia emocional.

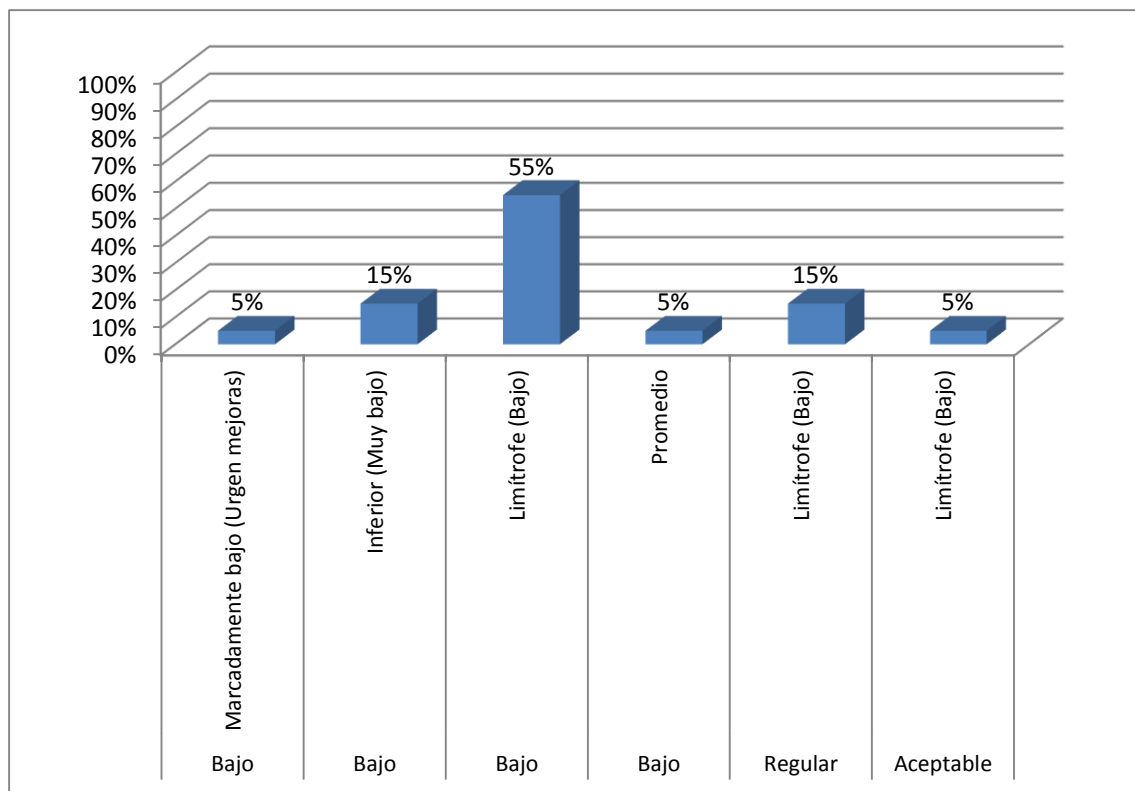
Tabla No. 30 Frecuencia de la relación entre inteligencia emocional y ventas

Ventas	Relación Inteligencia Emocional	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	Marcadamente bajo (Urgen mejoras)	1	5%
Bajo	Inferior (Muy bajo)	3	15%
Bajo	Limítrofe (Bajo)	11	55%
Bajo	Promedio	1	5%
Regular	Limítrofe (Bajo)	3	15%
Aceptable	Limítrofe (Bajo)	1	5%
TOTAL		20	100%

Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla se puede observar la frecuencia con la que aparece la relación de inteligencia emocional y ventas de los sujetos, donde se obtiene que de un 100% el 5% que es representado por un sujeto presenta un nivel de ventas bajo y un nivel de inteligencia emocional marcadamente bajo, un 15% que es representado por tres sujetos presentan un nivel de ventas bajo y un nivel de inteligencia emocional inferior muy bajo un 55% que es representado por once sujetos presentan un nivel de ventas bajo y un nivel de inteligencia emocional limítrofe bajo, un 5% que es representado por un sujeto presenta un nivel de ventas bajo y un nivel de inteligencia emocional promedio, un 15% que es representado por 3 sujetos presentan un nivel de ventas regular y un nivel de inteligencia emocional limítrofe bajo y un 5% que es representado por un sujeto presenta un nivel de ventas aceptable y un nivel de inteligencia emocional limítrofe bajo

Figura No 28 Representación gráfica de la frecuencia de la relación entre inteligencia emocional y ventas



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

V.1 Conclusiones

Después de haber investigado las variables y haber obtenido los resultados se puede concluir lo siguiente:

Como conclusiones del planteamiento del problema se muestra que efectivamente los agentes no cumplen con los niveles de ventas impuestos por la empresa, demostrando así que existen falencias y carencias al momento de realizar las capacitaciones, puesto a que es evidente que se deja de lado la parte psicológica que como se pudo observar juega un papel muy importante en el relacionamiento de los sujetos con su entorno.

En cuanto a la justificación académica si bien existen investigaciones que muestran la importancia de la capacitación dentro de las empresas es evidente que son muy pocas las investigaciones que hablan y realzan la importancia de la capacitación en inteligencia emocional dentro de las empresas y los aportes y beneficios que esta puede tener sobre la misma.

Como conclusión de los objetivos en la presente investigación se pudo observar que cada uno de ellos fue cumplido de manera exitosa pudiendo mostrar así la situación en la que se encuentra los niveles de ventas de los participantes, así como los niveles de inteligencia emocional de cada uno de ellos y como es que estas dos variables se relacionan para poder mostrar que efectivamente existe un bajo rendimiento en cuanto a las ventas como también existe un bajo nivel de inteligencia emocional.

Analizando el marco teórico se puede concluir que la capacitación como tal juega un papel muy importante dentro de las empresas puesto a que primeramente ayudan a

promover, facilitar, fomentar y desarrollar las aptitudes y grados de conocimientos de los trabajadores otorgándoles de manera continua nuevas herramientas útiles para desenvolverse con mayor efectividad en el ámbito laboral puesto a que la tecnología y los conocimientos no dejan de cambiar y desarrollarse. De esta manera la empresa puede garantizar la prevención de fallas que pueden afectar de manera directa su economía.

También se puede concluir con que la inteligencia emocional desempeña un papel importante dentro del ámbito laboral puesto a que es la encargada de brindar información acerca de uno mismo y sobre los demás permitiendo así utilizar las emociones de manera que estas se puedan utilizar para obtener algún beneficio y de esta manera mejorar el rendimiento laboral y obtener mejores resultados.

Tras una recolección de datos e interpretación de resultados se puede observar que a nivel grupal el porcentaje de inteligencia emocional de todo el grupo se encuentran en un nivel limítrofe bajo lo cual quiere decir que si bien el grupo tiene un desarrollo aceptable este no es lo suficientemente alto para alcanzar las metas que la empresa impone.

Después de realizar un análisis en los resultados es preocupante observar que los niveles de ventas grupales los participantes se sitúan en un nivel bajo todos los meses puesto que da a entender que el grupo presenta muchos problemas al momento de concretar una venta.

En conclusión del historial de ventas por mes: Como se puede observar en las gráficas la gran mayoría de los participantes presenta índices de ventas bajos lo que es preocupante puesto a que no se cumplen con los objetivos personales que la empresa propone a cada uno de los trabajadores lo que como consecuencia se refleja como un rendimiento bajo en comparación a las demás áreas de trabajo

Tras una investigación exhaustiva se puede concluir que si bien los niveles de inteligencia emocional de los participantes no superan la media se puede observar que la gran mayoría presenta puntajes altos en ciertas dimensiones del test como por ejemplo el componente intrapersonal el cual comprende las áreas de asertividad autoconcepto auto realización e independencia dando a entender que estos son los puntos más fuertes y mejor trabajados que tiene todos los participantes, por otra parte es alarmante que de igual manera casi en su totalidad los agentes presenten puntajes bajos en las dimensiones de componentes de adaptabilidad, componentes del manejo del estrés y componentes del estado de ánimo en general puesto a que estas dimensiones están conformadas por elementos importantes como el manejo del estrés, el control de los impulsos la felicidad, el optimismo, la capacidad de solución de problemas que son aptitudes necesarias para poder interactuar de manera correcta con las demás personas lo que da a entender que los participantes tiene muchas dificultades al momento de desarrollar estas aptitudes lo que nos lleva a concluir que es por este motivo que su rendimiento en cuanto a ventas es bajo.

Con respecto a los niveles de ventas y los índices de inteligencia emocional de cada uno de los participante se puede observar que en su mayoría existe una relación entre los niveles de ventas bajos con los niveles de inteligencia emocional que también son bajos llegando a la conclusión de que hay una gran probabilidad de que la causa de que las ventas sean bajas sea por los niveles de inteligencia emocional de cada participante

Es por ello que como última conclusión se ve la importancia de realizar talleres de capacitación en inteligencia emocional en los agentes de ventas del área de salud de la empresa de seguro ya que los resultados muestran en los agentes tiene ventas por debajo de lo regular y presentan puntuaciones bajas en inteligencia emocional.

V.2 Recomendaciones

Se recomienda a los psicólogos que se trabaje más las relaciones de las ventas con la inteligencia emocional.

Se recomienda a los agentes de seguros del área de salud trabajar más en las áreas donde presentan mayor problema y menor puntaje para poder tener un desempeño óptimo.

Se recomienda a las agencias de seguro realizar más capacitaciones en inteligencia emocional u otras variables psicológicas que puedan afectar de manera negativa el desempeño de los trabajadores.

Se recomienda a la universidad fomentar la investigación en el área de psicología organizacional para poder detectar distintas variables psicológicas que puedan afectar al rendimiento laboral de los trabajadores y poder brindarles una posible solución.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A.B.A. (2012). *Asociación Boliviana de Aseguradores*. Recuperado el 2017, de Asociación Boliviana de Aseguradores:
<http://nuevaeconomia.com.bo/gne.com.bo/?p=1118>
- Aamodt, M. (2010). *Psicología Industrial/Organizacional 6ta edición* . Mexico : Wadsworth .
- Ahumada, L. (2010). *Propuesta de evaluacion de la capacitacion y su impacto en la calidad del servicio* . Mexico: Instituto Politecnico Nacional.
- Ahumada, L. (2010). *Propuesta de la capacitacion y su impacto en la calidad del servicio* . Mexico.
- Almagia, E. B. (1998). *Psicologia social* . En E. B. Almagia, *Psicologia social* (págs. 11-14). Concepción : Univeersidad de Concepción .
- Alvarado, J. (2016). *Autoconocimiento y autoestima* . Mexico: Universidad autonoma del estado de Hidalgo .
- Andrade, S. (2006). *Diccionario de economia* . En S. Andrade. Lima: Andrade .
- Avila, C. (29 de 01 de 2012). *SildeSahre* . Recuperado el 23 de 10 de 2017, de <https://es.slideshare.net/diana5219/barrido-historico-en-definiciones-de-la-psicologa>.
- Barra, E. (1998). *Psicologia Social* . Concepcion : Universidad de Concepcion .
- Barrios, Y. (31 de 07 de 2012). *pymempresario*. Recuperado el 26 de 10 de 2018, de <https://www.pymempresario.com/2012/07/la-importancia-de-la-capacitacion/>
- Bender, B. (2013). *Inteligencia emocional en la sorganizaciones*. Buenos Aires: Universidad de San Andres .
- Bengoechea, P. (1990). *Diccionario de marketing /Cultural, S. A.* En P. Bengoechea, *Diccionario de marketing* (pág. 110). Madrid : Cultural/S.A.
- Biedma, J. M. (2017). *La inteligencia emocional en las organizaciones y su impacto sobre algunos aspectos de los recursos humanos* . España : Universidad de Cadiz.
- Bilbao, D. (1961). *Antecedentes historicos del seguro*. Bilbao.

- Bisquerra, R. (2000). *Educacion emocional y bienestar*. Barcelona: Praxis.
- Cabello, M. (2011). Importancia de la inteligencia emocional como contribucion al desarrollo integral de los niños/as de educacion infantil. *pedagogia magna*, 178.
- Cali, A. (2015). Inteligencia Emocional como elemento estrategico en la empresa . *Revista ciencia UNEMI*, 119-125.
- Campa, O. d. (1984). *Lexico de seguros* . Venezuela : Funda seguros primera edicion .
- Canales, R. (2006). *Evaluacion y control de la fuerza de ventas*. España: Universidad Businness.
- Cardenas, F. (2013). *El rol de un psicologo organizacional en un mercado globalizado*. Cali, Colombia: Icesi.
- Cardenas, V. A. (05 de 05 de 2011). *Sesion de aprendizaje* . Recuperado el 16 de 08 de 2018, de <http://vilmaalvarado.blogspot.com/2011/05/definicion-de-cliente-para-fines-de.html>
- Casanueva, J. G. (2001). Prácticas de gestión empresarial . En J. G. Casanueva, *Prácticas de gestión empresarial* (pág. 3). Madrid : Mc Graw Hill.
- Cavanillas, B. (17 de 05 de 2015). *Smart-lighting.com*. Recuperado el 08 de 10 de 2018, de <https://smart-lighting.es/inteligencia-emocional-en-las-ventas-core-business/>
- Chavez, C. (2005). *Aplicacion de un rograma de capacitacion de habilidades sociales en personal de ventas para incrementar las metas comerciales* . La Paz: Universidad Catolica Boliviana .
- Chavez, C. C. (2005). *Aplicacion de un programa de capacitacion de habilidades sociales en personal de ventas para incrementar las ventas personales*. La Paz: Universidad Catolica Boliviana .
- Costa, W. (2013). La inteligencia emocional aplicada a las ventas . *Tiempo de gestion* , 45-52.
- Couso, M. M. (2015). *Empatia: efectos de los vinculos primarios* . Montevideo : Universidad de la republica .
- Cuestas, E. (2009). *Vaiables*. Recuperado el 18 de 12 de 2018, de http://www.revista.fcm.unc.edu.ar/Rev.2009.3/Variables_Cuesta.pdf
- Davo, R. (2014). *Feeleeng: inteligencia emocional aplicada a la venta*. Madrid : Kolima

- Dueñas, M. (2002). Importancia de la inteligencia emocional. En M. Dueñas, *Importancia de la inteligencia emocional* (págs. 86-89). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Fernandez, A. (1999). *Emociones y salud*. Barcelona: Ariel.
- Fernandez, J. (2006). análisis de la importancia de la capacitación en la prevención de accidentes laborales y aumento de la productividad. En J. Fernandez, *análisis de la importancia de la capacitación en la prevención de accidentes laborales y aumento de la productividad* (págs. 16-17). Colombia: universidad de la Sabana.
- Flores, O. (2000). *Instauración del seguro en México*. México: Porrúa.
- Foix, M. (08 de 08 de 2016). *Catedra Coaching*. Recuperado el 08 de 10 de 2018, de <http://catedracoaching.com/la-inteligencia-emocional-en-la-venta/>
- Folres, D. M. (2010). El autocontrol y las adicciones. *Ciencia y cultura*, 3-7.
- Gallego, D. (2000). *La inteligencia emocional: Implicaciones en la educación y el mundo del trabajo*. Colombia: El Buho.
- Goleman, D. (1995). Emotional intelligence. En D. Goleman, *Emotional intelligence* (pág. 89). New York: Bantam.
- Goleman, D. (1995). *Inteligencia Emocional*. New York : Bantam Books.
- Goleman, D. (2004). *Inteligencia Emocional*. Barcelona : Kairos.
- Gonzales, G. (14 de 02 de 2015). *Blogspot*. Recuperado el 05 de 12 de 2017, de <http://mariaglvz.blogspot.com/2015/02/definicion-de-empresa.html>
- Guiñazu, G. (2004). *Capacitación efectiva de la empresa*. Invenio.
- Hernandez. (2010). *Metodología de la investigación (5ª edición)*. México: Mc Graw-Hill.
- Itapt, A. (28 de 06 de 2017). *Brainly. lat*. Recuperado el 23 de 10 de 2017, de <https://brainly.lat/tarea/5622027>
- Jamaica, F. (2015). *LOS BENEFICIOS DE LA CAPACITACION Y EL DESARROLLO DEL PERSONAL DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS*. Bogotá: Universidad militar nueva granada.

- Jimenez, A. (21 de 11 de 2012). *El blog Salmon*. Recuperado el 21 de 12 de 2017, de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=14&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwio2qbQ7djYAhXIUN8KHW9DAkwQFghiMA0&url=https%3A%2F%2Fwww.elblogsalmon.com%2Fhistoria-de-la-economia%2F1a-evolucion-historica-del-concepto-de-empresa&usg=AOvVaw0NVuzp>
- Lanza, L. (2005). *Inteligencia Emocional y desempeño laboral en los ejecutivos de una compañía de seguros caso: Alianza de seguros y reaseguros S.A.* La Paz: Universidad Católica Boliviana .
- Martinez, A. (2013). Inteligencia emocional: una herramienta necesaria para el liderazgo. concepto y componentes . *UNAD*, 150-156.
- Martinez, S. (1995). *Psicofisiología*. Madrid: Síntesis .
- Meis, L. (2015). *La importancia de la inteligencia emocional. Prouesta de intervencion educativa para educacion infantil* . Santiago de Compostela : Universidad de Santiago de Compostela .
- Mejia, B. (2008). *Estrategias de comunicacion para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa de calzado de la ciudad capital de Guatemala* . Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala .
- Mendez, J. T. (2004). Administrativo Comercial . En J. T. Mendez, *Administrativo Comercial* (págs. 310-312). Antaquera : Inovacion y cualificacion S.L.
- Miksen, C. (23 de 03 de 2017). *ehow en español*. Recuperado el 18 de 09 de 2018, de http://www.ehowenespanol.com/efectos-negativos-falta-capacitacion-info_472094/
- Monroy, Z. (2013). *Historia de la Psicología*. Departamento de publicaciones de la facultad de Psicología de la UNAM.
- Navarro, F. (27 de 09 de 2017). *celag.org*. Recuperado el 02 de 07 de 2018, de <http://www.celag.org/el-sector-asegurador-en-america-latina/>
- Navarro, O. (2012). *Psicología Social temas, teorías y aplicaciones*. Colombia: Universidad de Antioquia.
- Nicuesa, M. (15 de 03 de 2018). *Psicología online* . Recuperado el 08 de 10 de 2018, de <https://www.psicologia-online.com/los-5-elementos-de-la-inteligencia-emocional-142.html>

- Orozco, J. (16 de 04 de 2013). *Psicología Organizacional* . Recuperado el 24 de 10 de 2017, de <http://mmcpsicologiaorg.blogspot.com/2013/04/la-definiciones-spector-2002-la.html>
- Pablos, A. D. (2014). La importancia de las emociones en la escuela propuesta educativa para 2 de educacion primaria . En A. D. Pablos. Segovia : Universidad de valladolid .
- Pagina Siete . (09 de 03 de 2017). *Bolivia ocupa el penultimo lugar en seguros*. Recuperado el 2018 de 07 de 02, de <http://www.paginasiete.bo/economia/2017/3/9/bolivia-ocupa-penultimo-lugar-seguros-129940.html>
- Peirane, R. (17 de 03 de 2014). *Gestiopolis* . Recuperado el 26 de 10 de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-la-capacitacion-y-motivacion-dentro-de-la-empresa/>
- Peker, P. (09 de 02 de 2017). *Salesup*. Recuperado el 20 de 09 de 2018, de <https://www.salesup.com/crm-online/capacitacion-en-ventas.shtml>
- Pérez, J. (2012). *Definicion*. Recuperado el 13 de Mayo de 2017, de <http://definicion.de/psicologia/>
- Perez, L. (2011). *Propuesta para mejorar la productividad de la fuerza de ventas en el area de electrodomesticos de carrefour* . Chia: Universidad de la Sabana .
- R. Sampieri, C. F. (2003). *Metodologia de la investigacion* . Mexico: McGraw.
- Reeve, J. (2003). Motivacion y Emocion . En J. Reeve, *Motivacion y Emocion* (pág. 5). Mexico: MCGRAW-HILL.
- Rivas, V. (2014). *La inteligencia emocional como herramienta predictiva en la selección de personal en relación*. Quito: Universidad central del Ecuador .
- Robbins, S. (1996). *Comportamiento Organizacional* . Mexico: Prentice Hall.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. Mexico: Pearson Educacion .
- Robles, A. (13 de 01 de 2015). *Resultados* . Recuperado el 08 de 10 de 2018, de <http://resulta-2.com/2015/01/los-5-componentes-de-la-inteligencia-emocional-explicadas-a-traves-de-el-padrino/>
- Rodriguez, C. (2012). *Psicologia Social* . Mexico: Red tercer milenio S.C.

- Romero, D. (25 de 11 de 2005). *Trabajo y motivacion*. Recuperado el 21 de 11 de 2018, de trabajo y motivacion:
<http://trabajomotivacion.blogspot.com/2005/11/aproximacin-la-motivacin-en-el-trabajo.html>
<http://trabajomotivacion.blogspot.com/2005/11/aproximacin-la-motivacin-en-el-trabajo.html>
- Salkind, N. (1998). *Metodos de investigacion* . Naucalpan de Juarez : PRENTICE HALL HISPANOAMERICA, S.A.
- Salkind, N. (1999). *Metodos de investigacion*. Mexico: Pretince Hall.
- Salkind, N. J. (1998). Diseño cuasi experimental. En N. J. Salkind, *Metodos de investigacion* (pág. 143).
- Seguros, E. d. (S.A.). *Manual de Lineamiento*. La Paz: Empresa de Seguros.
- Servicio nacional de capacitacion y empleo. (2003). *Glosario tecnico de terminos de capacitacion y empleo*. Santiago.
- Siliceo, A. (2004). Capacitacion y desarrollo del personal Cuarta Edicion . En A. Siliceo, *Capacitacion y desarrollo del personal* (pág. 23). Mexico : Limusa S.A. .
- Standley, C. y. (1991). Diseños de investigacion . En C. y. Standley, *Metodo de investigacion* .
- Thompson, I. (2006). *Promonegocios.net* . Recuperado el 05 de 12 de 2017, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- Torre, F. d. (2000). *Relaciones humanas en el ambito laboral*. Mexico: Trillas.
- Ucha, F. (28 de 06 de 2012). *Definicion ABC*. Recuperado el 09 de 12 de 2017, de <https://www.definicionabc.com/?s=Aseguradora#resultados>
- Ugarriza, N. (2001). *La evolucion de la inteligencia emocional a traves del inventario de BarOn Ice en jovenes y adultos muestra de Lima Metropolitana*. Lima Peru: Universidad de Lima.
- Valera, R. (25 de Marzo de 2015). *joblers*. Recuperado el 13 de Junio de 2017, de <http://www.joblers.net/desventajas-del-trabajo-en-equipo.html>

ANEXOS

ANEXO 1 PROGRAMA DE CAPACITACION EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

III.10 Desarrollo

III.10.1 Descripción del programa

El programa “Formando Agentes” es una herramienta la cual servirá como guía al expositor durante el proceso de mejorar la inteligencia emocional. El programa fue diseñado para jóvenes adultos de 25 a 60 años.

III.10.2 Nombre del programa

El nombre del programa “Formando Agentes” surge de la idea de formar y capacitar a los agentes desde una perspectiva distinta, desde una perspectiva psicológica a la que las empresas de hoy en día están acostumbradas intentando así dar una nueva visión de capacitación para las ventas.

III.10.3 Objetivo del programa

El objetivo del taller es el de mejorar las habilidades psicológicas relacionadas a la inteligencia emocional en las áreas de Componente interpersonal, Componente intrapersonal, Componente de adaptabilidad, Componente de manejo de estrés y Componente de estado de ánimo en general.

III.10.4 Características del programa

El programa de capacitación está elaborado para realizarse en quince sesiones las cuales tendrán una duración de una hora, dentro de las quince sesiones se desglosar a unto

con distintas actividades las cinco áreas de la inteligencia emocional que plantea Daniel Goleman las cuales son: Auto conciencia, Auto control, Auto motivación Empatía y habilidad social.

III.10.5 Duración del programa

El programa se aplicará durante un mes y una semana, cada sesión será aplicada tres veces por semana durante una hora cada sesión.

III.11 Estructura de los talleres

III.11.1 Actividad por sesión

- Presentación del tema a los participantes
- Presentación de los objetivos
- Realización del programa
- Cierre e interpretación del programa
- Conclusiones y despedida

III.11.2 Contenido de los talleres

El contenido del taller que se presentará a los agentes de seguro consta de cinco temas que contienen distintas temáticas de trabajo relacionadas a los componentes de la inteligencia emocional según Ice BarOn (AÑO):

1. Autoconciencia

- Conciencia de las emociones

- Habilidades y debilidades como vendedor

- Dinámicas

2. Autocontrol

- Autocontrol de las emociones

- Como controlar a un cliente en base sus emociones

- Dinámicas

3. Motivación

- Automotivación

- Fidelización

- Dinámicas

4. Empatía

- Escucha empática

- Soluciones efectivas

- Dinámicas

5. Habilidad social

- Comunicación Asertiva

- Como iniciar una conversación

- Dinámicas

III.12 Desarrollo del programa

AUTOCONCIENCIA

- Sesión 1

Tema: Conciencia de las emociones

A) Objetivo:

- Brindar información útil acerca de las distintas emociones
- Brindar herramientas útiles para manejar las emociones

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data show, hojas de papel y bolígrafos

D) Procedimiento:

Primeramente se procederá a dar la bienvenida a los agentes y se les explicara el objetivo principal del taller, la duración de este y los días y la hora en que se realizara, una vez dada la bienvenida se procederá a explicar la parte teórica y los objetivos del primer tema a exponer el cual es “Las Emociones”, dentro del tema se explicara la definición de que es una emoción para lo cual se utilizaran tres tipos de definiciones de distintos autores, una vez dada las definiciones se pedirá a los participantes que entre todos den una definición global en base a las definiciones que se dieron anteriormente, continuando con la exposición se explicara la diferencia que existe entre sentimiento y emoción posteriormente se pondrá en conocimiento cuales son las cinco emociones principales para lo cual se utilizara la teoría de Daniel Goleman sobre la inteligencia emocional, una

vez que se tenga en claro cuáles son las emociones principales se explicará cómo manejarlas dependiendo la situación y el motivo que las originó. Es importante mencionar que cada punto que se expondrán se ayudara con ejemplos de hechos cotidianos para su mejor entendimiento.

E) Cierre:

Una vez concluida la exposición se procederá responder las dudas que los participantes tengan con respecto al tema, una vez resuelta las dudas de los participantes se dará fin al primer taller recordando el día y la hora que se hará el siguiente taller.

➤ Sesión 2

Tema: Habilidades y debilidades como vendedor

A) Objetivo:

- Reconocer las habilidades que tienen los participantes como vendedores
- Reconocer las debilidades que tienen los participantes como vendedores

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show, hojas de papel y bolígrafos

D) Procedimiento:

Se iniciara dando la bienvenida a los agentes al segundo día de capacitación y se procederá a explicar la parte teórica y los objetivos del tema “habilidades y debilidades de un vendedor”, dentro del tema se explicara que es un análisis FODA, una vez que se explicó que es el análisis FODA y siguiendo al mismo autor se procederá a explicar cómo es que se lo realiza, ya entendiendo este segundo punto se explicara cuáles son los

beneficios que se obtiene a partir del análisis FODA y como último punto se hablara de porque es importante realizarlo.

Una vez concluida la exposición se pedirá a los agentes que realicen un análisis FODA con la finalidad de que puedan ver sus fortalezas y debilidades, después que cada agente haya realizado su análisis FODA y cada agente haya podido ver sus fortalezas y debilidades se procederá a brindar distintas técnicas que ayuden a mejorar aquellas debilidades que cada participante tiene, así como reforzar las fortalezas individuales de los mismos.

E) Cierre:

Una vez concluida la exposición y la dinámica se les pedirá a los participantes que cuenten sobre su experiencia realizando el análisis FODA y que rescatarían de todo lo aprendido

➤ Sesión 3

Tema: Reconozco mis emociones

A) Objetivo:

- Identificar que emociones son las correctas para poder vender un producto

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show, rompe cabezas

D) Procedimiento:

Para la dinámica reconozco mis emociones se pedirá a los agentes que recuerden cuales eran las emociones mencionadas en el taller anterior una vez que los participantes hayan

reconocido las emociones se realizara un rol play el cual consiste en vender un seguro de salud, para poder realizar la dinámica se dividirá al grupo de agentes en dos grupos una mitad serán agentes de seguros y la otra mitad serán clientes quienes utilizando las emociones identificadas anteriormente pondrán en diferentes situaciones a los agentes puesto que cada cliente deberá actuar con una emoción distinta, una vez que todos los agentes que tienen el papel de clientes hayan actuado se intercambiaran los roles con los agentes del otro grupo para que la dinámica se pueda realizar con ambos grupos cada rol play tendrá una duración de 5 minutos aproximadamente, el objetivo de la dinámica es que el agente pueda reconocer cada vez con mayor facilidad las emociones que cada cliente puede presentar y como debe ser el correcto proceder para poder atender de manera adecuada al cliente, con el fin de que este pueda captar bien lo que el agente quiere transmitir y el agente pueda comprender la situación en la que se encuentra el cliente.

E) Cierre:

Una vez concluida la dinámica se les pedirá a los agentes que cuenten sobre su experiencia en la dinámica y que es lo que rescatarían de todo lo aprendido.

AUTOCONTROL

➤ Sesión 4

Tema: Tipos de clientes

A) Objetivo:

- Identificar los distintos tipos de clientes

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show, hojas de papel y bolígrafos

D) Procedimiento:

Primeramente se dará la bienvenida a los participantes y se procederá a explicar la parte teórica del tema “tipos de clientes” para lo cual se trabajara con la información que nos brinda la empresa Praxis Consultores Ltda. así mismo con algunas definiciones de Philip Kotier resaltando los puntos más importantes y relevantes como por ejemplo: Que son los tipos de clientes para lo cual como se mencionó anteriormente se utilizara la definición de distintos autores, posterior a la definición se hablara sobre la clasificación de los clientes para lo cual nos apoyaremos en la información obtenida de la empresa Praxis Consultores Ltda. Siguiendo con la exposición se tratara el punto de cómo atender a los distintos tipos de clientes, es importante mencionar que cada punto que se expondrá se ayudara con ejemplos de hechos cotidianos para su mejor entendimiento.

E) Cierre:

Una vez concluido el taller se procederá a responder las distintas preguntas que se puedan generar durante la exposición, una vez respondidas todas las dudas que se pudieran generar en el taller se procederá a realizar el cierre del taller recordando a los participantes la fecha del próximo taller y la hora.

➤ Sesión 5

Tema: Como auto controlarse y controlar a un cliente

A) Objetivo:

- Brindar información útil acerca de cómo poder auto controlarse
- Brindar información útil acerca de cómo poder controlar a un cliente

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show

D) Procedimiento:

Se iniciara dando los buenos días a los participantes al taller, seguidamente se procederá a explicar la parte teórica del tema “Como auto controlarse y controlar a un cliente” resaltando los puntos más importantes y relevantes como por ejemplo: Que es el auto control emocional para lo cual nos apoyaremos en las definiciones que dan distintos autores e instituciones, posteriormente se explicaran distintas Técnicas de auto control, asimismo se explicara cual es la importancia de saber controlarse, de esta manera se concluirá la exposición hablando acerca de cómo tratar con un cliente. Una vez concluida la parte teórica se realizara una dinámica de comunicación asertiva cuyo objetivo es hacer que entre los participantes se digan adjetivos calificativos negativos a los cuales ellos deberán responder de manera asertiva, para la dinámica se intercalaran a los participantes de manera que haya un chico a lado de una chica y una chica a lado de un chico, se pondrá al grupo en círculo y se comenzara con una chica a lazar la cual empezara decir adjetivos calificativos negativo a la persona que se encuentre a la derecha, el participante que se encuentre a la mano derecha de la chica que empezara la dinámica tendrá un minuto para responder de manera asertiva a los comentarios que le hicieron, si es que no pudiera responder en un minuto de manera asertiva quedara desclasificado. Una vez que el participante haya podido responder de manera asertiva a este le tocara decir adjetivos calificativos negativos de la persona que se encuentre a su derecha y así sucesivamente hasta que solo quede un participante dentro del círculo, la dinámica tendrá una duración de 15 a 20 minutos aproximadamente en caso de que haya pasado el tiempo requerido para la dinámica y aun quedaran varios jugadores se someterá a votación para que la persona con más autocontrol y asertividad sea la ganadora.

E) Cierre:

Una vez concluida la dinámica se procederá a realizar una retroalimentación resaltando los puntos fuertes y débiles de cada agente al momento de realizar la dinámica y que aspectos se debería mejorar.

➤ Sesión 6

Tema: Los clientes

A) Objetivo:

- Dar a conocer los distintos tipos de clientes que se pueden presentar en una situación y como tratar con cada uno

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show, hojas de papel y bolígrafos

D) Procedimiento:

Se trabajara de manera individual con cada participante realizando un rol play con los mismos participantes la empresa las cuales irán turnándose para cumplir el rol de “cliente”, el objetivo de la dinámica consiste en que una vez recordando los tipos de clientes que se vio en la exposición anterior los participantes puedan aprender a tratar con cada uno de ellos poniendo en práctica todo lo aprendido en el tema. Para la dinámica los participantes que hagan el papel de clientes deberán actuar en base a los siete tipos de clientes que se explicó anteriormente para ello se darán dos minutos a cada participante para que puedan realizar la dinámica.

E) Cierre:

Una vez concluida la dinámica se procederá a realizar una retroalimentación resaltando los puntos fuertes y débiles de cada agente al momento de realizar la dinámica.

MOTIVACIÓN

➤ Sesión 7

Tema: Auto motivación

A) Objetivo:

- Dar a conocer distintas técnicas de auto motivación

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show

D) Procedimiento:

Primeramente se procederá a explicar la parte teórica del tema “auto motivación” resaltando los puntos más importantes y relevantes como por ejemplo: Que es la motivación, así mismo que es la automotivación basándonos en lo que refiere Goleman al respecto, posteriormente se trataran las técnicas para auto motivarse para finalmente terminar con la importancia de la motivación, es importante mencionar que cada punto que se expondrán se ayudara con ejemplos de hechos cotidianos para su mejor entendimiento.

E) Cierre:

Una vez concluido el taller se procederá a responder todas las dudas que se hayan

podido generar durante la exposición concluyendo con una despedida y recordando a los participantes el día y la hora de la próxima exposición

➤ Sesión 8

Tema: Fidelización

A) Objetivo:

- Brindar distintas técnicas de fidelización

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show

D) Procedimiento:

Primeramente, se procederá a explicar la parte teórica del tema “fidelización” resaltando los puntos más importantes y relevantes como por ejemplo: Que es la fidelización para lo cual se utilizara conceptos de distintos autores, posteriormente se explicara el tema de la importancia de la fidelización para proceder a dar Técnicas de fidelización a clientes para lo cual nos apoyaremos en distintas investigaciones para concluir con una explicación de cómo crear un plan de fidelización de clientes.

E) Cierre:

Una vez concluido el taller se procederá a responder todas las dudas que se hayan podido generar durante la exposición

➤ Sesión 9

Tema: Plan de fidelización

A) Objetivo:

- Crear un plan de fidelización de clientes

B) Tiempo: 90 minutos

C) Materiales: Data Show, hojas de papel y bolígrafos

D) Procedimiento:

Primeramente se hará un resumen de todo lo que se vio en el taller de “fidelización” el cual tendrá una duración de 10 minutos, una vez que se haya realizado el resumen se procederá con la dinámica “creando un plan de fidelización” el cual como su nombre indica consiste en crear un plan de fidelización para lo cual seguiremos la guía de Juan Javier Álvarez, la dinámica tendrá una duración de 60 minutos, se pedirá a los participantes que formen grupos de tres y a cada grupo se le repartirá dos hojas de papel y un bolígrafo.

Cada grupo tendrá un representante el cual al final de la dinámica tendrán 7 minutos para poder exponer el plan de fidelización que crearon con su grupo una vez que todos los grupos hayan expuesto se procederá a realizar el cierre de la actividad primeramente agradeciendo a todos los grupos por su participación y colaboración e invitando a que pongan en acción el plan de fidelización que ellos crearon

E) Cierre:

Una vez concluida la dinámica se expondrán los distintos planes de fidelización para que así los participantes den a conocer sus estrategias para fidelizar a sus clientes, una vez más se les agradecerá la participación y se les hará recuerdo de la hora y el día del siguiente taller.

EMPATÍA

➤ Sesión 10

Tema: Escucha empática

A) Objetivo:

- Brindar información útil y necesaria sobre la escucha empática y los elementos que la conforman.

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show

D) Procedimiento:

Primeramente, se procederá a explicar la parte teórica del tema “escucha empática” resaltando los puntos más importantes y relevantes como por ejemplo: Que es la empatía, una vez explicado el concepto de empatía se procederá a explicar que es la escucha empática, ya teniendo en claro el concepto de escucha empática a continuación se expondrán los elementos necesarios para escuchar.

E) Cierre:

Una vez concluido el taller se procederá a responder todas las dudas que se hayan podido generar durante la exposición, una vez resuelta todas las dudas se recordara a los participantes el día y la hora de la siguiente exposición

➤ Sesión 11

Tema: Soluciones Efectivas

A) Objetivo:

- Brindar información acerca de la importancia de encontrar soluciones efectivas.
- Describir un panorama de los problemas más comunes en las ventas de seguro.

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show

D) Procedimiento:

Primeramente se procederá a explicar la parte teórica del tema “Soluciones efectivas” resaltando los puntos más importantes y relevantes como por ejemplo: Encontrar soluciones a problemas y problemas comunes en las ventas de seguros para la presente exposición se trabajan los dos temas de manera conjunta, una vez concluida la exposición se realizara una pequeña dinámica la cual consiste en dar distintos problemas que suelen suceder al momento de vender un seguro o al momento en que un asegurado tiene que utilizar el seguro, el objetivo es que los participantes de manera individual busquen soluciones efectivas a los distintos problemas que se les presentara para buscar soluciones a cada problema tendrán un aproximado de 3 minutos dentro los cuales los participantes tendras que buscar la mayor cantidad de soluciones.

E) Cierre:

Una vez concluido el taller se procederá a responder todas las dudas que se hayan podido generar durante la exposición, una vez respondida todas las dudas y concluida la dinámica se recordara a los participantes el día y la hora de la siguiente exposición

Tema: Encontrando soluciones efectivas

A) Objetivo:

- Realizar una dinámica de rol play que ponga en practica todo lo aprendido acerca de las soluciones efectivas.

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show

D) Procedimiento:

Con todo lo explicado en los talleres anteriores y con la dinámica realizada anteriormente primeramente se dividirá a los participantes en dos grupos esta vez se los dividirá por antigüedad los mas antiguos serán el grupo 1 y los recientes serán el grupo 2, la dinámica consiste en que primeramente el grupo 1 propondrá distintos problemas que se tiene después de vender un seguro de salud al grupo 2 para que estos puedan dar soluciones efectivas a todos los problemas que el grupo 1 planteo, posteriormente será el turno del grupo 2 quienes de igual manera propondrán distintos problemas que se tiene antes de vender un seguro de salud al grupo 1 para que estos estos puedan dar soluciones efectivas a todos los problemas que el grupo 2, cada grupo tendrá un total de media hora para responder a los problemas que cada grupo planteo una vez concluida la dinámica se escogerán las soluciones más creativas que se dieron para que los autores de estas reciban un premio

E) Cierre:

Una vez concluida la dinámica se procederá a analizar las distintas soluciones que los agentes brindaron y que soluciones más se podrían dar seguidamente se hará recuerdo a

los agentes el día y la hora del próximo taller

➤ Sesión 13

Tema: Comunicación asertiva

A) Objetivo:

- Explicar la importancia de la comunicación asertiva.
- Brindar técnicas de comunicación asertiva.
- Realizar una dinámica con distintas técnicas de comunicación asertiva.

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show, hojas de papel y bolígrafos

D) Procedimiento:

El taller toma inicio al momento de explicar la parte teórica del tema “comunicación asertiva” resaltando los puntos más importantes y relevantes como por ejemplo: Que es la comunicación, una vez que se haya podido dar una definición concreta de lo que es la comunicación asertiva se procederá a brindar técnicas de comunicación asertiva para lo cual nos apoyaremos en 7 dinámicas las cuales nos ayudaran a comprender mejor como se trabajan las distintas técnicas de comunicación para poder realizar la dinámica se pedirá a los participantes que hagan grupos de dos, una vez conformados los grupos se procederá con la primera dinámica la cual se llama Técnica del disco rayado: La técnica del disco rayado consiste en repetir varias veces una afirmación sin modificar ni nuestro tono, ritmo y volumen, y sin intención de entrar en ninguna confrontación, la segunda técnica es la Técnica del banco de niebla: La técnica del banco de niebla consiste en otorgarle al cliente

la razón pero no dejando lugar a continuar con el enfrentamiento o discusión. En este caso, hay que tener cierto cuidado al usar esta técnica ya que el cliente puede llegar a sentir que no queremos ayudarlo, la tercera técnica es la Técnica para el cambio: la cual consiste en intenta dar una visión global de la discusión relativizándola para reducir el nivel de agresividad y/o frustración, la cuarta técnica es la Técnica del acuerdo asertivo: En este caso se intenta llegar a un acuerdo donde se confirma lo que se pueda considerar como error, pero dando como fundamento que en general, no es lo habitual, la quinta técnica es la técnica de la pregunta asertiva: La cual consiste en contestar a nuestro receptor con una pregunta que pone en positivo lo que se está discutiendo dando además al cliente la oportunidad de afrontar en el mismo sentido la crítica o dificultad que nos haya planteado, la sexta técnica es la técnica de ignorar: Esta técnica se suele usar cuando en la llamada, el cliente, se muestra muy alterado o enfadado y es complicado mantener una conversación constructiva. En estos momentos tenemos que ser los más empáticos posibles para no despertar ninguna impresión de agresión y por último la séptima técnica es la técnica del aplazamiento asertivo: Esta técnica la usamos cuando no somos capaces en ese momento de dar una solución o respuesta adecuada a la reclamación que nos hace el cliente. Se puede compaginar con la técnica del banco de niebla, si el cliente insiste mucho, es importante recalcar que para cada dinámica se dispondrá de tres minutos

E) Cierre:

Una vez concluido el taller se procederá a responder todas las dudas que se hayan podido generar durante la exposición, así también se preguntara a los participantes que les pareció la dinámica y que rescatarían de ella al igual de que técnicas les parecieron las mas efectivas al momento de practicarlas y se les sugerirá que las vayan practicando cuando trabajen con algún cliente, una vez dicho todo esto se recordara a los participantes el día y la hora de la próxima exposición

➤ Sesión 14

Tema: Como iniciar una conversación

A) Objetivo:

- Brindar información acerca de cómo iniciar correctamente una conversación.
- Brindar estrategias útiles para iniciar una conversación.
- Brindar técnicas para iniciar una conversación.

B) Tiempo: 60 minutos

C) Materiales: Data Show

D) Procedimiento:

Primeramente, se procederá a explicar la parte teórica del tema “Como iniciar una conversación” resaltando los puntos más importantes y relevantes como, por ejemplo: Estrategia para iniciar una conversación interesante y Pensar antes que hablar. Para este taller no se trabajaran conceptos como tal pero si s dará una pequeña introducción de los beneficios que se tiene cundo se inicia correctamente una conversación, después de dar la introducción se procederá con las estrategias para iniciar una conversación dando pie a la primera estrategia la cual se llama Deshazte de la vergüenza con la técnica de la Máscara: La Técnica de la Máscara consiste en crearse un alter ego, un personaje que te permita salir de tu realidad cotidiana para que puedas hacer y decir cosas que habitualmente no harías. De esta forma, si alguien te rechaza, puedes estar seguro de que no te está rechazando a ti, sino a tu personaje, la segunda estrategia se llama Nunca olvides tu objetivo real la tercera estrategia se llama Sonríe al mundo y el mudo te sonreirá la cuarta estrategia se llama Prepárate el terreno con esta sencilla frase: “¿Qué tal va el día?” “Hola,

¿cómo estás?” “Buenas, ¿qué tal todo?”, la quinta estrategia se llama Pregunta algo relacionado con la situación o lugar, la sexta estrategia se llama Demuestra curiosidad por lo que está haciendo, la séptima estrategia se llama Haz un cumplido y continúa con una pregunta, la octava estrategia se llama, Pide una recomendación, consejo u opinión, la novena estrategia se llama Rellena los huecos de información y por último la décima estrategia se llama Da una salida y evita el rechazo una vez que todas las estrategia hayan sido explicadas y ejemplificadas correctamente se procederá a explicar el último punto el cual del taller el cual es pensar antes de hablar para este punto se llevara a la reflexión a los participantes atreves de distintos ejemplos que hablen sobre la importancia de pensar antes de hablar

E) Cierre:

Una vez concluido el taller se pedirá la opinión de los participantes con respecto al tema y que estrategias les parecieron efectivas para poder iniciar una conversación invitando de esta manera a los participantes a practicar las distintas estrategias que se vieron en el taller una vez hecha la invitación se recordará a los participantes la hora y fecha del ultimo taller

➤ Sesión 15

Tema: Entablando conversaciones y cierre de taller

Objetivo:

- Realizar una dinámica la cual ponga en práctica las distintas técnicas de como iniciar una conversación.
- Realizar un cierre de despedida agradeciendo a los participantes por su colaboración en el taller.

A) Tiempo: 60 minutos

B) Materiales: Data Show

C) Procedimiento:

Con todo lo visto anteriormente se realizara un rol play donde primeramente se pedirá a los participantes que se dividan en dos grupos donde al primer grupo se les pedirá a que utilicen tres de las distintas estrategias vistas en el anterior taller para iniciar una conversación con el segundo grupo una vez que el primer grupo haya realizado la dinámica se realizara la misma dinámica con el grupo dos con ello se pretende trabajar la confianza personal de cada participante para que posteriormente puedan realizar la dinámica de manera real en sus vidas cotidianas.

D) Cierre:

Una vez concluida la dinámica se procederá a resaltar los puntos fuertes y débiles de cada agente al momento de realizar la dinámica posteriormente se dará inicio al cierre del taller agradeciendo a todos por su participación resaltando los cambios personales y grupales que hubo durante el desarrollo del taller para así concluir con la entrega de unos certificados de participación.

ANEXO 2 PRUEBA DE INTELIGENCIA EMOCIONAL

EQI: FORMULARIO EQ

Dr. Reuven Bar-On

Traducido por Daniel Gomez Dupertuis, PhD. y Cecilia Naiman, M. A.

Introducción

El formulario EQ contiene una serie de frases cortas. El EQ-i le permite hacer una descripción de usted mismo(a). Para ello, usted debe indicar en que medida cada una de las oraciones que aparecen a continuación es verdadera, de acuerdo a como se siente, piensa o actúa la mayoría de las veces. Hay cinco respuestas para cada frase.

Lea cada una de las frases y seleccione **UNA de las cinco respuestas**, la que sea mas apropiada para usted, seleccione el numero (del 1 al 5) que corresponda a la respuesta que usted eligió y marqueló.

Si a alguna de las frases no tiene nada que ver con usted, igualmente responda teniendo en cuenta como se sentiría, pensaría o actuaría si estuviera en esa situación. Notará que algunas frases no le proporcionan toda la información necesaria; aunque no esté seguro(a), seleccione la respuesta mas adecuada para usted. No hay respuestas "correctas" o "incorrectas", ni respuestas "buenas" ni

"malas". Responda honesta y sinceramente de acuerdo a como es usted, no cómo le gustaría que otros lo(a) vieran. No hay límite de tiempo, pero por favor, trabaje con rapidez y asegúrese de responder todas las oraciones.

1 = Rara Vez o Nunca es mi caso

2 = Pocas Veces es mi caso

3 = A Veces es mi caso

4 = Muchas Veces es mi caso

5 = Con Mucha Frecuencia o Siempre es mi caso.

1.- Para superar las dificultades que se me presentan actúo paso a paso.	1	2	3	4	5
2.- Me resulta difícil disfrutar de la vida.	1	2	3	4	5
3.- Prefiero un tipo de trabajo en el que me indiquen casi todo lo que debo hacer.	1	2	3	4	5
4.- Sé cómo manejar los problemas más desagradables.	1	2	3	4	5
5.- Me agradan las personas que conozco.	1	2	3	4	5
6.- Trato de valorar y darle el mejor sentido a mi vida.	1	2	3	4	5
7.- Me resulta relativamente fácil expresar mis sentimientos.	1	2	3	4	5
8.- Trato de ser realista, no me guata fantasear ni soñar despierto/a.	1	2	3	4	5
9.- Entro fácilmente en contacto con mis emociones.	1	2	3	4	5
10.- Soy incapaz de demostrar afecto.	1	2	3	4	5
11.- Me siento seguro(a) de mí mismo(a) en la mayoría	1	2	3	4	5

12.- Tengo la sensación que algo no está bien en mi cabeza.	1	2	3	4	5
13.- Tengo problemas de controlarme cuando me enojo.	1	2	3	4	5
14.- Me resulta difícil comenzar cosas nuevas.	1	2	3	4	5
15.- Frente a una situación problemática obtengo la mayor cantidad de información posible para comprender mejor lo que está pasando.	1	2	3	4	5
16.- Me gusta ayudar a la gente.	1	2	3	4	5
17.- Me es difícil sonreír.	1	2	3	4	5
18.- Soy incapaz de comprender cómo se sienten los demás.	1	2	3	4	5
19.- Cuando trabajo con otras personas, tiendo a confiar más en las ideas de los demás que en las mías propias.	1	2	3	4	5
20.- Creo que difíciles tengo la capacidad para poder controlar las situaciones	1	2	3	4	5
21.- No puedo identificar mis cualidades, no sé realmente para qué cosas soy bueno/a.	1	2	3	4	5
22.- No soy capaz de expresar mis pensamientos.	1	2	3	4	5
23.- Me es difícil compartir mis sentimientos más profundos.	1	2	3	4	5
24.- No tengo confianza en mí mismo/a.	1	2	3	4	5
25.- Creo que he perdido la cabeza.	1	2	3	4	5
26.- Casi todo lo que hago, lo hago con optimismo.	1	2	3	4	5
27.- Cuando comienzo a hablar me resulta difícil detenerme.	1	2	3	4	5
28.- En general, me resulta difícil adaptarme a los demás.	1	2	3	4	5
29.- Antes de intentar solucionar un problema me gusta obtener un panorama general del mismo.	1	2	3	4	5
30.- No me molesta aprovecharme de los demás, especialmente si se lo merecen.	1	2	3	4	5
31.- Soy una persona bastante alegre y optimista.	1	2	3	4	5
32.- Prefiero que los otros tomen las decisiones por mí.	1	2	3	4	5
33.- Puedo manejar situaciones de estrés sin ponerme demasiado nervioso/a.	1	2	3	4	5
34.- Tengo pensamientos positivos para con los demás.	1	2	3	4	5
35.- Me es difícil entender cómo me siento.	1	2	3	4	5
36.- He logrado muy poco en los últimos años.	1	2	3	4	5
37.- Cuando estoy enojado/a con alguien se lo puedo decir.	1	2	3	4	5
38.- He tenido experiencias extrañas que son inexplicables.	1	2	3	4	5
39.- Me resulta fácil hacer amigos/as	1	2	3	4	5
40.- Me tengo mucho respeto.	1	2	3	4	5
41.- Hago cosas muy raras.	1	2	3	4	5
42.- Soy impulsivo/a y esto me trae problemas.	1	2	3	4	5
43.- Me resulta difícil cambiar de opinión.	1	2	3	4	5
44.- Tengo la capacidad para comprender los sentimientos ajenos.	1	2	3	4	5
45.- Lo primero que hago cuando tengo un problema es detenerme a pensar.	1	2	3	4	5
46.- A la gente le resulta difícil confiar en mí.	1	2	3	4	5
47.- Estoy contento/a con mi vida.	1	2	3	4	5
48.- Me resulta difícil tomar decisiones por mí mismo/a.	1	2	3	4	5
49.- No resisto el estrés.	1	2	3	4	5
50.- En mi vida no hago nada malo.	1	2	3	4	5
51.- No disfruto lo que hago.	1	2	3	4	5
52.- Me resulta difícil expresar mis sentimientos más profundos.	1	2	3	4	5

53.- La gente no comprende mi manera de pensar.	1	2	3	4	5
54.- En general, espero que suceda lo mejor.	1	2	3	4	5
55.- Mis amistades me confían sus intimidades.	1	2	3	4	5
56.- No me siento bien conmigo mismo/a	1	2	3	4	5
57.- Percibo cosas extrañas que los demás.	1	2	3	4	5
58.- La gente me dice que baje el tono de voz cuando discuto.	1	2	3	4	5
59.- Me resulta fácil adaptarme a situaciones nuevas.	1	2	3	4	5
60.- Frente a una situación problemática, analizo todas las opciones y luego opto por la que considero será más exitosa.	1	2	3	4	5
61.- Si veo a padres, un niño aunque llorando me detengo a ayudarlo a encontrar a sus en ese momento tenga otro compromiso.	1	2	3	4	5
62.- Soy una persona divertida.	1	2	3	4	5
63.- Soy consiente de cómo me siento.	1	2	3	4	5
64.- Siento que me resulta difícil controlar mi ansiedad.	1	2	3	4	5
65.- Nada me perturba.	1	2	3	4	5
66.- No me entusiasman mucho mis intereses.	1	2	3	4	5
67.- Cuando no estoy de acuerdo con alguien siento que se lo puedo decir.	1	2	3	4	5
68.- Tengo una tendencia a perder contacto con la realidad y a fantasear.	1	2	3	4	5
69.- Me es difícil relacionarme con los demás.	1	2	3	4	5
70.- Me resulta difícil aceptarme tal cual soy.	1	2	3	4	5
71.- Me siento como si estuviera separado/a de mi cuerpo.	1	2	3	4	5
72.- Me importa lo que puede sucederle a los demás.	1	2	3	4	5
73.- Soy impaciente.	1	2	3	4	5
74.- Puedo cambiar mis viejas costumbres.	1	2	3	4	5
75.- Me resulta difícil escoger la mejor solución cuando tengo que resolver un problema.	1	2	3	4	5
76.- Si pudiera violar la ley sin pagar las consecuencias, lo haría en determinadas situaciones.	1	2	3	4	5
77.- Me deprimó.	1	2	3	4	5
78.- Se cómo mantener la calma en situaciones difíciles.	1	2	3	4	5
79.- Nunca he mentado.	1	2	3	4	5
80.- En general me siento motivado/a para seguir adelante, incluso cuando las cosas se ponen difíciles.	1	2	3	4	5
81.- Trato de seguir adelante con las cosas que me gustan.	1	2	3	4	5
82.- Me resulta difícil decir "no" aunque tenga el deseo de hacerlo.	1	2	3	4	5
83.- Me dejo llevar por mi imaginación y mis amigos.	1	2	3	4	5
84.- Mis relaciones más cercanas significan mucho, tanto para mí como para mis amigos.	1	2	3	4	5
85.- Me siento feliz conmigo mismo/a.	1	2	3	4	5
86.- Tengo reacciones fuertes, intensas que son difíciles de controlar.	1	2	3	4	5
87.- En general, me resulta difícil realizar cambios en mi vida cotidiana.	1	2	3	4	5
88.- Soy consiente de lo que me está pasando, aún cuando estoy alterado/a.	1	2	3	4	5
89.- Para poder resolver una situación que se presenta analizo todas las posibilidades existentes.	1	2	3	4	5
90.- Soy respetuoso/a con los demás.	1	2	3	4	5
91.- No estoy muy contento/a con mi vida.	1	2	3	4	5
92.- Prefiero seguir a otros a ser líder.	1	2	3	4	5
93.- Me resulta difícil enfrentar las cosas desagradables de la vida.	1	2	3	4	5
94.- Nunca he violado la ley.	1	2	3	4	5

95.- Disfruto de las cosas que me interesan.	1	2	3	4	5
96.- Me resulta relativamente fácil decirle a la gente lo que pienso.	1	2	3	4	5
97.- Tengo tendencia a exagerar.	1	2	3	4	5
98.- Soy sensible a los sentimientos de las otras personas.	1	2	3	4	5
99.- Mantengo buenas relaciones con la gente.	1	2	3	4	5
100.- estoy contento/a con mi cuerpo.	1	2	3	4	5
101.- Soy una persona muy extraña.	1	2	3	4	5
102.- Soy impulsivo/a	1	2	3	4	5
103.- Me resulta difícil cambiar mis costumbres.	1	2	3	4	5
104.- Considero que es importante ser un ciudadano/a que respeta la ley.	1	2	3	4	5
105.- Disfruto las vacaciones y los fines de semana..	1	2	3	4	5
106.- En general tengo inconvenientes. una actitud positiva para todo. aún cuando surgen	1	2	3	4	5
107.- Tengo tendencia a apearme demasiado a la gente.	1	2	3	4	5
108.- Creo en mi capacidad para manejar los problemas más difíciles.	1	2	3	4	5
109.- No me siento avergonzado/a por nada de lo que he hecho hasta ahora.	1	2	3	4	5
110.- Trato de aprovechar al máximo las cosas que me gustan.	1	2	3	4	5
111.- Los demás piensan que no me hago valer, que me falta firmeza.	1	2	3	4	5
112.- Soy capaz de dejar de fantasear para inmediatamente ponerme a tono con la realidad.	1	2	3	4	5
113.- Los demás opinan que soy una persona sociable.	1	2	3	4	5
114.- Estoy contento/a con la forma en que me veo.	1	2	3	4	5
115.- Tengo pensamientos extraños que los demás no logran entender.	1	2	3	4	5
116.- Me es difícil describir lo que siento.	1	2	3	4	5
117.- Tengo mal carácter.	1	2	3	4	5
118.- Por lo general me trabo cuando analizo diferentes opciones para resolver un problema.	1	2	3	4	5
119.- Me es difícil ver sufrir a la gente.	1	2	3	4	5
120.- Me gusta divertirme.	1	2	3	4	5
121.- Me parece que necesito de los demás más de los ellos me necesitan.	1	2	3	4	5
122.- Me pongo ansioso.	1	2	3	4	5
123.- Nunca tengo un mal día.	1	2	3	4	5
124.- Intento no herir los sentimientos de los demás.	1	2	3	4	5
125.- No tengo idea de los que quiero hacer en la vida.	1	2	3	4	5
126.- Me es difícil hacer valer mis derechos.	1	2	3	4	5
127.- Me es difícil ser realista.	1	2	3	4	5
128.- No mantengo relación con mis amistades.	1	2	3	4	5
129.- Mis cualidades superan a mis defectos y esto me permite estar contento/a conmigo mismo/a.	1	2	3	4	5
130.- Tengo una tendencia a explotar de rabia fácilmente.	1	2	3	4	5
131.- Si me viera obligado/a dejar mi casa actual, me sería difícil adaptarme nuevamente.	1	2	3	4	5
132.- En general, cuando comienzo algo nuevo tengo la sensación que voy a fracasar.	1	2	3	4	5
133.- He respondido sincera y honestamente a las frases anteriores.	1	2	3	4	5