



“Inteligencia emocional en Agentes de Ventas de un Grupo Inmobiliario en Medellín: Estudio
Descriptivo, 2025”

Astrid Dallana Oquendo Mejía

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Psicología

octubre de 2025

Inteligencia emocional en agentes de ventas de un grupo inmobiliario en Medellín, 2025

Astrid Dallana Oquendo Mejía

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Psicólogo

Asesor(a)

William Ignacio González Vásquez

Mg en Educación y desarrollo Humano

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Psicología

octubre de 2025

Dedicatoria

A la fuerza que mueve el mundo, mi mundo; Dios, que es el artífice de todas las bendiciones y amor que llega a mi vida, quien me ha permitido llegar a este momento, siendo fuerza que sostiene, sabiduría en los momentos que deseo rendirme. Tus promesas has cumplido en gran manera.

A la persona que sin ella nada de esto sería posible, quien se ha levantado cada día con la esperanza y la convicción que será Psicóloga, que aprenderá a investigar y que contribuirá a la sociedad desde su profesión. Quien en su condición humana se ha equivocado, pero en esperanza se ha levantado creyendo en sí misma, llegando a la recta final. A mí, que este sea el recordatorio que puedo lograr lo que me proponga, creyendo en Dios y sus promesas, con amor y trabajo constante.

A los seres que desde el amor me han dado fuerza, me corrigen cuando me equivoco y son mi constante apoyo. La vida hubiera sido más difícil sin ustedes, a mi Madre Johanna Mejia que me ha enseñado la bondad y el amor sin condiciones; a mi hermano Jeferson Ramírez por llenar de risas mi vida; a mis abuelos Mariela Lora y Alejandro Muñoz por asumir el papel cuidadores en mi infancia, por enseñarme con amor a escribir y leer. Gracias por tanto amor y confianza

Agradecimientos

Primeramente, a Dios porque he visto su promesa cumplida en este proceso; a la maravillosa carrera de Psicología que me permitió comprenderme; a mi familia por ser un apoyo constante, por todo el amor y creer en mí; a mis amigas Zulma Barrera y Valeria Gómez por escucharme siendo una parte fundamental para llegar a esta instancia; a mi psicoterapeuta Paola Gómez que me ha ensañado que es ejercer la psicología desde mi perspectiva como paciente y ética profesional.

Definitivamente este proceso hubiera sido muy difícil sin tener quien camine a mi lado, infinitas gracias a cada una de las personas que Dios puso en mi vida, que me han apoyado en este proceso; a mis jefes Catalina Giraldo y Santiago Palacio quienes han creído en mi esencia y han posibilitado que cumpla con mis compromisos académicos; a mis mejores amigas que han hecho de la carga emocional más liviana; a Laura y Daniel, mis compañeros de carrera que se han convertido en amigos y colegas; y a los demás que no alcanzo a mencionar con nombre propio, pero han estado presente en mi vida.

A mi asesor William Ignacio González Vásquez que me estuvo acompañando durante estos dos semestres en la elaboración de mi monografía y a Juan Daniel Carvajal que desde su vocación de docencia aportó luz y claridad a mi proceso investigativo.

Contenido

Lista de tablas	8
Lista de figuras	9
Lista de anexos.....	10
Resumen	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
Capítulo I.....	15
Planteamiento Del Problema.....	15
Planteamiento y Formulación Del Problema	15
Justificación.....	19
Objetivos	21
Objetivo general.....	21
Objetivos específicos	21
Capítulo II.....	22
Marco teórico y conceptual de la inteligencia emocional en los agentes de ventas	22
¿Qué es Inteligencia?.....	23
¿Qué son las Emociones?.....	26
¿Qué es la Inteligencia Emocional?	29
Intrapersonal.....	33
Interpersonal.....	39
Competencia emocional	42
Inteligencia Emocional desde las Habilidades Blancas y Habilidades Técnicas.....	42
Habilidades blandas	43

Habilidades técnicas/duras.....	44
Capítulo III.....	45
Metodología.....	45
Consideraciones Éticas.....	48
Capítulo IV.....	53
Resultados.....	53
Tabla 1.....	54
Figura 1.....	55
Figura 2.....	56
Tabla 2.....	57
Figura 3.....	58
Tabla 3.....	59
Figura 4.....	60
Tabla 4.....	61
Figura 5.....	62
Tabla 5.....	63
Figura 6.....	64
Tabla 6.....	65
Figura 7.....	65
Tabla 7.....	68
Figura 8.....	69
Capítulo V.....	70
Discusiones.....	70
Conclusiones.....	75

Referencias.....	77
Anexos.....	83
Anexo 1.	83
Test de Inteligencia Emocional, Emily A. Sterrett (2002)	83
Anexo 2.	87
Consentimiento informado en Forms.....	87

Lista de tablas

Tabla 1.....	54
Tabla 2.....	57
Tabla 3.....	59
Tabla 4.....	61
Tabla 5.....	63
Tabla 6.....	65
Tabla 7.....	68

Lista de figuras

Figura 1	55
Figura 2	56
Figura 3	58
Figura 4	60
Figura 5	62
Figura 6	64
Figura 7	65
Figura 8	69

Lista de anexos

Anexo 1.	83
Anexo 2.	87

Resumen

El presente trabajo de investigación describió los niveles de inteligencia emocional de 18 agentes de ventas con edades comprendidas entre 24 a 60 años, pertenecientes a un grupo inmobiliario de la ciudad de Medellín. El enfoque de la investigación es cuantitativo, con corte transversal, con un diseño no experimental de alcance descriptivo y la muestra es de tipo no probabilística. Para identificar los niveles de inteligencia emocional se aplicó la prueba de Emily A. Sterrett (2002), compuesta por 30 preguntas que evalúa 2 dimensiones y 6 competencias: Intra personal (autoconocimiento emocional, auto confianza, auto control, y motivación) e interpersonal (empatía y competencia social).

La prueba proporcionó información para la descripción de los niveles de inteligencia emocional, desde la identificación de las competencias y a su vez reconoció los niveles de inteligencia emocional, que fueron resultados descriptivos en niveles de: *Fortaleza*, el promedio consignado fue de 1,0 agente de ventas; lo que equivale a un 5,6%; 9 agentes de ventas estaban en *adecuado*, que sería un 50% de la población investigada y en mejora se encontraron 8 agentes de ventas; que fue de 44,4, además, que los niveles mencionados no estaban concentrados en una categoría sociodemográfica, estaban distribuidos por los diferentes agentes de ventas, es decir, que si bien hubo agentes de ventas con fortaleza en una o dos competencias no fue directamente proporcional con las demás competencias evaluadas en la prueba, en conclusión, los datos consignados destacan la necesidad de implementar programas que fortalezcan las competencias intrapersonales e interpersonales de los agentes de ventas, con el fin de mejorar su desempeño laboral, bienestar emocional y organizacional.

Palabras claves: Habilidades Blandas, Agentes de ventas inmobiliarios, Competencia emocional, Inteligencia emocional.

Abstract

This research study described the emotional intelligence levels of 18 sales agents aged between 24 and 60, belonging to a real estate group in the city of Medellín. The research approach is quantitative, cross-sectional, with a non-experimental design and a non-probabilistic sample. To identify emotional intelligence levels, the Emily A. Sterrett (2002) test was applied, consisting of 30 questions that assess two dimensions and six competencies: intrapersonal (emotional self-awareness, self-confidence, self-control, and motivation) and interpersonal (empathy and social competence).

The test provided information for describing emotional intelligence levels, from identifying competencies to recognizing emotional intelligence levels, which were descriptive results in terms of: Strength, the average recorded was 1.0 sales agent, equivalent to 5.6%; 9 sales agents were at an adequate level, which would be 50% of the population surveyed, and 8 sales agents were improving, which was 44.4. Furthermore, the aforementioned levels were not concentrated in one sociodemographic category but were distributed among the different sales agents. In other words, although there were sales agents who were strong in one or two competencies, this was not directly proportional to the other competencies evaluated in the test. In conclusion, the data highlights the need to implement programs that strengthen the intrapersonal and interpersonal competencies of sales agents in order to improve their job performance and emotional and organizational well-being.

Keywords: Soft skills, Real estate sales agents, Emotional competence, Emotional intelligence

Introducción

La inteligencia emocional (IE), en las últimas décadas se ha reafirmado como un componente clave, porque está compuesta de un conjunto de competencias como, el autoconocimiento emocional, Automotivación, y las habilidades interpersonales, que permiten que las personas puedan adaptarse de manera funcional a los diferentes contextos, educativos, familiares y el que ocupa a la presente investigación, el organizacional, García (2022) señala que, "la IE se halla vinculada positivamente al bienestar, a la salud, a la calidad de vida, a la satisfacción laboral, al liderazgo eficaz y al rendimiento académico" (p. 148). Lo que cobra relevancia para el sector inmobiliario, específicamente en las áreas de ventas, debido a que los agentes diariamente ejercen actividades como, la resolución de conflictos, negociaciones y están en contacto directo con clientes que requieren soluciones rápidas.

Teniendo en cuenta lo anterior, cobra relevancia la inteligencia emocional porque abre paso a ser una herramienta concluyente, porque posibilita crear vínculos efectivos, de confianza y fomenta la motivación en los agentes de ventas inmobiliarios, los cuales se encuentran en entornos competitivos o los que están siendo percibidos como desafiantes, por lo que requieren de la IE, para desempeñar sus actividades de manera funcional. Según, Aragón (2019) menciona que, "La inteligencia emocional es muy importante en el desarrollo organizacional, ya que cuenta con componentes que son indicadores para afrontar los diferentes desafíos en la empresa" (p. 58). Desafíos que, al no ser gestionados de forma efectiva, conllevan a que las personas que ejercen su profesión como agentes de ventas presenten: fatiga emocional, tensión y estrés.

En esa misma línea, el Ministerio del Trabajo de Colombia (2019) informa que, "Dos de cada tres trabajadores, manifestaron estar expuestos a factores psicosociales durante la última jornada laboral completa y entre un 20% y un 33% manifestaron sentir altos niveles de estrés" (párr.13). Las cifras expuestas anteriormente van más allá de una afectación biológica como respuesta de una actividad, están más relacionadas a causas conectadas a un sentir subjetivo que nace desde la experiencia de los

colaboradores. Es decir, aun cuando durante la jornada laboral la persona no identifique ni logre exponer físicamente un dolor en su cuerpo, experimenta situaciones que afectan su bienestar psicoemocional a lo largo de su ejercicio profesional.

Ahora bien, en los apartados que anteceden exponen factores ligados directamente al ámbito organizacional relacionado a la experiencia subjetiva de los colaboradores, es decir, como perciben y viven en sus entornos de trabajo, desde la motivación, el rendimiento, la comunicación, la resolución de problemas, el liderazgo, la competitiva, el estrés, etc. Teniendo en cuenta lo anterior, la presente investigación busca describir los niveles de inteligencia emocional de los agentes de ventas de un grupo inmobiliario de la ciudad de Medellín en el año 2025, desde la identificación y el reconocimiento de sus competencias emocionales, que permitirá proporcionar información desde la aplicación de una prueba estandarizado, para orientar estrategias de formación y desarrollo organizacional.

Capítulo I

Planteamiento Del Problema

Planteamiento y Formulación Del Problema

En el sector inmobiliario, donde los agentes de ventas asumen una actitud activa, dinámica y competitiva en el entorno, la Inteligencia emocional, proporciona una característica fundamental para ellos, porque como menciona Goleman (1996) “Las personas que han desarrollado adecuadamente las habilidades emocionales suelen sentirse más satisfechas, son más eficaces y capaces de dominar los hábitos mentales que determinan la productividad” (p.46). Lo anterior permite que las personas que ejercen la laboral como agentes de venta se integren efectivamente en la relación con los clientes, colegas, en la regulación emocional y en logro efectivo de las metas, lo que para los agentes significa ingreso de recursos económicos.

Siguiendo en la línea de la relación de IE con retribución económica y crecimiento profesional, Córdova *et al* (2024), mencionan en su estudio que, “la inteligencia emocional está fuerte y positivamente correlacionada con los ingresos del corredor, lo que sugiere que aquellos con mayores habilidades en este campo tienen más probabilidades de desarrollarse profesionalmente dentro de la industria, avanzar u obtener nuevas oportunidades” (p. 86). Es decir, que la IE contribuye a que los agentes de ventas crezcan en su profesión, gestionen sus emociones de forma efectiva, llevándolos al crecimiento personal y profesional, lo que no es solo percibido por la empresa como productividad, sino que aporta a la salud de la persona que desempeña la labor.

En esa línea, la Organización Mundial de la Salud (1948) define que, “La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades” (párr. 1). En concordancia con la definición de la OMS, la IE vista desde un enfoque amplio, que está relacionado con el crecimiento personal, profesional, la gestión de emociones, relacionamiento con clientes y colegas, ahora desde el aspecto de salud específicamente en el bienestar mental y/o

psicológico, se encuentra que, “un meta-análisis de la pasada década corroboraba que individuos con mayores niveles de IE experimentaban mayor bienestar psicológico” (Sánchez *et al*, 2015, como se cita en García, 2022, p.151).

Con base en lo anterior, un agente de ventas en el ejercicio de su labor está permeado con una serie de factores sociales, emocionales, económicos, psicológicos o mentales y que, además, se hace necesario en el ámbito organizacional. Por lo cual la IE no se desdibuja en el ejercicio profesional en el área de ventas porque, como lo menciona, Aragón (2019) “La aplicación de los distintos elementos o áreas de la inteligencia emocional en el campo laboral, permite mejorar notablemente con eficacia el desempeño laboral” (p.65), es decir, en los factores que están permeando al agente de ventas se debe añadir el desempeño que este tiene en el ejercicio profesional, porque también la IE contribuye al mismo en el ejercicio de las labores en el área de ventas.

El área de ventas del sector inmobiliario no es distinta de otros sectores, porque en términos generales se requieren de los factores antes enunciados y además se debe resaltar el relacionamiento, no solo con clientes sino con colegas y líderes de ventas. La investigación de, Diaz y Chávarry (2022) ha señalado que “la inteligencia emocional se ha posicionado como uno de los elementos más indispensables dentro del entorno laboral, pues no solo permite mantener motivado al personal, sino también mejora el clima laboral y faculta al funcionario a interactuar saludablemente con sus superiores y colegas” (P.108). Si bien, en dicha área se debe cumplir con indicadores y cierres efectivos, el agente de ventas debe de tener un relacionamiento efectivo con sus pares y superiores.

Lo expuesto por los autores anteriores, presentan la importancia de la inteligencia Emocional, de cómo está se vuelve clave para el desarrollo funcional del ejercicio de las labores profesionales, particularmente en aquellas áreas que están en constante competencia por cumplimiento de metas, en estar en trabajo colaborativo con colegas del sector, seguir instrucciones de los líderes de ventas y estar preparados a las objeciones constantes que exponen los clientes. Si bien las

investigaciones previas hablan de actividades similares a las que ejercen los agentes de ventas inmobiliarios, en el rastreo no se hallaron estudios que identifiquen los niveles de inteligencia emocional de aquellas personas que se dedican al oficio que concierne a la presente investigación en la ciudad de Medellín.

Además, en el rastreo de información que realizó la presente investigación encontró que el pasado 20 de marzo de 2025 se llevó a cabo el VI Encuentro de Vendedores Inmobiliarios con una agenda que incluía temas: formación de ventas, marketing digital, análisis del mercado, entre otros (La Lonja, 2025). Si bien, las habilidades técnicas relacionadas con los temas tratados en el evento son requisitos para la ejecución de la actividad laboral, la IE es clave porque como menciona, Carmona et al. (2015) “la inteligencia emocional puede ser considerada complementaria, y la importancia del concepto se debe a que el conocimiento y las emociones se interrelacionan, y explican los diferentes niveles de éxito en varias esferas de la vida, entre ellas, indubitablemente, en el ámbito laboral (p.66).

Para sector inmobiliario, la relación entre el conocimiento sobre los saberes relacionados a normas, marketing, métodos de cierres de negocios efectivos, entre otros son necesarios; también lo es la IE, porque le permite al agente de ventas que reconozca y regule sus propias emociones, a motivarse y/o relacionarse con los demás. Según Jiménez *et al* (2024) menciona que “participantes con contrato a término indefinido con aquellos que trabajan por obra-labor o a término fijo, se encontró mayor probabilidad de tener este segundo tipo de contratación en quienes cuentan con mayores habilidades relacionadas con los sentimientos ($\beta=0,52$ y $OR=1,68$).” (p.135). Es decir, que las compañías o agremiaciones del sector inmobiliario deben de ver las personas que desarrollan la profesión de forma completa, tanto desde los conocimientos técnicos, como desde la inteligencia emocional.

Si el agente de ventas se encuentra vinculado a la empresa o agremiación “La IE puede aprenderse mediante la formación” (Mababu, 2013, p.221), lo que implica para la organización donde se encuentra vinculado el agente de ventas invertir en programas que identifiquen los niveles de IE y

formen a los agentes de ventas en dicha habilidad según la necesidad que se haya detectado, si bien puede representar una inversión en recursos económicos, logísticos y de tiempo, tanto los empleados como los empleadores serán beneficiados, porque según Mababu (2014) afirma que “En un mundo cada vez más globalizado en que la competitividad es un elemento importante para el éxito, las empresas que apuestan por desarrollar la IE de sus trabajadores son las que tienen más oportunidad de lograr sus objetivos de crecimiento y desarrollo (p.221).

Lo anterior cobra relevancia cuando el agente de ventas empieza el contacto directo con el cliente, donde se da un relacionamiento de agente de ventas como persona que escucha, empatiza y entrega al cliente lo solicitado, es decir, lo que va a vivir el cliente. Sin embargo, “La falta de inteligencia emocional de los empleados inhibe la creación conjunta de valor para el cliente o usuario con la organización” (Boadi *et al.*, 2020, citado en Díaz y Chávarry, 2022, p. 105). Por lo que los niveles bajos de IE en los agentes de ventas, llega a perjudicar la experiencia satisfactoria del cliente, convirtiéndolo en una situación no agradable para él y llegando a obstaculizar la fidelización del cliente, lo que puede conducir a riesgos reputacionales y bajas de ingresos para la empresa.

Si bien el agente de ventas inmobiliario está en interacción constante con diferentes personas, como clientes, colegas y entre otros que se encuentran en el mismo entorno, se hace necesario contemplar una visión más allá de únicamente el ejercicio profesional, es decir, no quedarse en la superficie de beneficios y consecuencias que pueda traer que los colaboradores no cuenten con una inteligencia emocional desarrollada, sino que antes de anticiparse a programas de formación que la fortalezcan se debe entender el estado actual. En ese orden de ideas, la presente investigación se formula la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los niveles de inteligencia emocional en los agentes de ventas de un grupo inmobiliario en Medellín durante el año 2025?

Justificación

La revisión preliminar de la literatura sobre bienestar emocional en el sector inmobiliario en Medellín evidenció la ausencia de investigaciones centradas en la experiencia de los agentes de ventas. Es porque esto se hace indispensable para la presente investigación identificar los niveles de IE de dichas personas. Además, siguiendo la línea con lo abordado en el planteamiento del problema, donde las investigaciones mencionadas indican que la IE contribuye al desempeño de los colaboradores, beneficia la relación con clientes, colegas y superiores proporcionando un entorno armónico y lo que se vuelve fundamental para el desarrollo de la profesión de agente de ventas inmobiliario, debido a que éstos están expuestos a ambientes de trabajo dinámicos, transitando por diferentes emociones en periodos de tiempos cortos.

Con base a lo mencionado en el párrafo anterior, al identificar los niveles de IE de los agentes de ventas inmobiliarios, permitirá a la presente investigación explicar al grupo inmobiliario donde se aplicó la prueba los resultados, que los llevará a tomar decisiones (si así lo deciden) con base a los resultados obtenidos y tener un punto de partida que les proporcionará un camino a seguir, éstas no solo estarán a cargo de la gerencia de las inmobiliarias, líderes de equipo o personal de gestión humana, sino también de los mismos agentes de ventas, porque para tomar la decisión las empresas deben conocer los estados actuales, entendiendo la inversión de tiempo y espacio que deberán tener presente, además, los agentes tendrán con evidencias de la presente investigación el nivel de su inteligencia emocional.

En concordancia con lo descrito antes, la población directamente beneficiada y que es la que ocupa a la presente investigación son las personas que se desempeñan como agentes de ventas inmobiliarios, ya que, mediante lectura de investigaciones previas, la presente investigación encontró que la IE fortalece el relacionamiento con las demás personas, mejora la motivación de estas personas. En un segundo lugar e indirectamente estarían beneficiados: las empresas donde éstas personas desarrollan su profesión porque mejorarían en los cierres efectivos; a otros agentes de ventas que

trabajan en otros grupos inmobiliarios porque son los que estarán trabajando mano a mano con estas personas y los clientes porque también estarán interactuando con los agentes de ventas en el momento de realizar una inversión inmobiliaria (compra y venta de un bien inmueble).

Además, la presente investigación permitirá visibilizar la inteligencia emocional de los agentes de ventas del sector inmobiliario en la ciudad de Medellín, lo que podrá servir de punto de partida, no solo para el sector inmobiliario, sino que se sumará a investigaciones previas de inteligencia emocional y ventas, lo que será un insumo para las personas que desempeñan cargos de recursos humanos y líderes de los equipos de ventas, que podrán replicar los hallazgos, para crear capacitaciones que fortalezcan o desarrollen la inteligencia emocional de sus agentes. También, para las instituciones de educación superior que cuentan con programas de formación de asesores/agentes inmobiliarios, que incorporen a sus programas cursos que fortalezcan la inteligencia emocional

Objetivos

Objetivo general

Describir los niveles de inteligencia emocional (IE) en los agentes de ventas de un grupo inmobiliario en Medellín durante el año 2025.

Objetivos específicos

Identificar las competencias de la IE (autoconciencia, autoconfianza, autocontrol, motivación, empatía y habilidades sociales) presentes en los agentes de ventas según los resultados obtenidos en la aplicación del test

Reconocer los niveles de inteligencia emocional en los agentes de ventas de un grupo inmobiliario en Medellín durante el 2025 según los resultados del test.

Listar la información sociodemográfica con los niveles de inteligencia emocional de los agentes de ventas inmobiliarios.

Capítulo II

Marco teórico y conceptual de la inteligencia emocional en los agentes de ventas

En este apartado la presente investigación entregará al lector conceptos en categoría que le permitirá leer y entender la inteligencia emocional desde las definiciones que la anteceden, además, de aquellas palabras y estudios que posibilitaron que hoy se hablará de inteligencia emocional.

Si bien los agentes de ventas inmobiliarios conocen bien el ejercicio de su labor, se forman de manera continua para atender a los clientes, y aprenden sobre: El mercado inmobiliario, es decir, en que valores se encuentran las tasas de interés para los créditos hipotecarios, el valor del metro cuadrado por zonas, las nomenclaturas de la ciudad; Además, conocen de derecho inmobiliario, saben leer un certificado de tradición y libertad, saben elaborar una promesa de compraventa, etc. Lo cual va de la mano con el ejercicio profesional. Todo lo anterior, se conoce como *competencias técnicas* y son habilidades que deben de aprender de memoria para realizar diariamente a la hora de gestionar a sus clientes, y de esta manera llegar a los cierres de negocios efectivos.

Se podría decir que el cierre de un negocio inmobiliario requiere de una enorme preparación tanto técnica como práctica, y la combinación de habilidades residen en ambas partes. Todo lo anterior, puede ser encasillado en una exteriorización de un tipo de inteligencia que los agentes se encuentran desarrollando desde su formación y aplicación de saberes en la vida diaria de sus labores. En tal sentido, este proceso intelectual les permite de una manera óptima el fortalecer sus aspiraciones a la hora de vender o comprar un bien inmueble, todo ello gracias a la inteligencia. No obstante, decir *inteligencia* es dejar un proceso demasiado elevado en el aire, y es por ello por lo que se hace necesario establecer una serie de definiciones que posibiliten su comprensión en un espectro más amplio, por ello a continuación se invita al lector a que aborde el significado de este concepto.

¿Qué es Inteligencia?

Si bien la inteligencia es un concepto antiguo, la presente investigación no se centra en la comprensión de dicho concepto, por lo cual se va a precisar las definiciones relevantes que contribuyan a conocer la evolución que dio paso a la inteligencia emocional, por lo que, en síntesis, la Real Academia de la Lengua Española (2024) la define como, “Capacidad de entender o comprender” (párr. 1), quedando abierto a la interpretación, que si una persona tiene dicha capacidad es inteligente. Sin embargo, como la definición no dice mucho al lector, es fundamental dirigirse al siglo XX, donde la psicología empezó a escrudiñar el concepto y utilizó la *inteligencia* como objeto de diálogos entorno a definir lo que es; autores como, Piaget (1972) y Gardner (1995) que la utilizaron como base en sus estudios.

En una postura más biológica, la describe Piaget (1972), como “el grado de eficiencia común al conjunto de las aptitudes del sujeto, casi podría decirse la calidad de la organización nerviosa y psíquica, según la cual un individuo tiene más facilidad que otros para cumplir un trabajo mental” (p.203), lo anterior, mencionado es para Piaget (1972): “la inteligencia general” (p.203). Esta es una postura más integradora desde el punto de vista del hacer, es decir, que la persona pueda responder con base a una estructura mental ante una actividad de forma eficiente, lo que aun en ese concepto no se acercaba a una capacidad subjetiva, sino más a unos recursos cognoscitivos que tiene cada persona para atender a las demandas del entorno y en respuesta a una actividad propuesta.

Ahora, en contraste con lo enunciado en el párrafo anterior, llega una definición que va más allá de ver la inteligencia que atiende a aspectos de actividades desde el razonamiento lógico, análisis o argumentos. En ese sentido, Gardner (2001): Dice que la inteligencia es, “la capacidad de resolver problemas, o de crear productos, que sean valiosos en uno o más contexto o más ambientes culturales” (p. 5). La diferencia que se encuentra con lo expuesto en el párrafo anterior es que esta definición, si bien utiliza las herramientas cognoscitivas, estas ya no están enfocadas en responder a una actividad,

sino de generar una idea que beneficie a los demás, es decir, va más enfocada a la solución de problemas que se presenten de carácter social.

Desde los dos autores que se abordaron anteriormente, se logra evidenciar que la inteligencia es más compleja en su definición y en su aplicación, ya que, aparte del proceso biológico que se realiza para generar una respuesta ante una actividad planteada, va a incluir factores de carácter relacional. Lo previo, posibilita la comprensión de la evolución de conceptos que se irán incluyendo, como el que ocupa a la presente investigación, *inteligencia emocional*, porque en las próximas paginas habrá puntos medios, que se encargarán de integrar el concepto de *inteligencia*, pues las emociones como se verán más adelante hacen parte del proceso de adaptación del ser humano quien es el que vive toda la experiencia, es decir, quien recibe la información, almacena y procesa, realizando el proceso de quedarse con ellas o mostrar a otros lo que puede hacer con la misma.

Para el sector que ocupa la presente investigación, no es indiferente lo enunciado previamente, puesto que la persona que ejerce el rol como agente de ventas es quien está alimentándose de información constantemente, por lo que las definiciones presentadas por los autores anteriores son utilizadas por estos los agentes de ventas inmobiliarios que están en los diferentes roles, y que en ciertos momentos del día deberán asumir una postura de escucha, ya sea entendiendo los requerimientos de los clientes, escuchando a sus jefes en las directrices sobre cumplimiento de labores o con sus colegas con los que están intercambiando información de propiedades y clientes, es en ese momento, cuando estarán alimentándose de lo que le están proporcionando a estas personas.

Posterior a lo enunciado, quien ejerce el rol como agente de ventas deberá retener o procesar esta información, para posteriormente saber qué hacer con ella. Toda esta información, va más de la mano con condiciones técnicas, en un lado con sus clientes está guardando cuántos metros cuadrados requiere el inmueble, el número de habitaciones que necesita y la zona donde lo quieren; esta información será de suma importancia cuando se comunique con los colegas para contrastarla con la de

los clientes, de esta manera se espera lograr estar más en sintonía con los objetivos trazados que se deben cumplir, toda esa cantidad de datos estarán ingresando para dar comienzo con el proceso biológico del caso.

Lo ya dicho, es importante para el momento en que una empresa se encuentre en la selección de sus agentes de ventas inmobiliarios, porque requiere de dichas características para ser aptos en el cargo, también descritas por Montano *et al* (2023) como “habilidades intelectuales: Información, juicio, vocabulario, síntesis, concentración, análisis, abstracción, planeación, organización y atención, permite visualizar a detalle fortalezas que sustentan la toma de decisiones para la incorporación de talentos a la organización” (p.159), es decir, que para las empresas vinculantes es fundamental reconocer que sus colaboradores si cuentan con habilidades intelectuales porque será un indicador que las personas que ocuparán el rol podrán aprender todo lo relacionado a los procesos internos de la empresa (técnicas, estrategias y metodologías), para en el caso del sector inmobiliario cumplir con la meta de ventas.

En lo mencionado anteriormente no estuvo vinculado ningún proceso relacionado con temas subjetivos, dicho de otra manera, no está siendo en consideración lo que quiere el agente de ventas, sino que está relacionado con una solicitud previa, lo que conduce a toda la información referente a los estudios que realizaron estos profesionales para desempeñarse en el sector inmobiliario en Medellín, ya sea que el aprendizaje lo hayan adquirido en la profesión o por medio de la experiencia que fueron adquiriendo a medida que estuvieron trabajando en el sector, en este aspecto está persona actúa conforme a los deseos e ideas que tiene otros, visto el agente de ventas como aquel profesional experto en un tema, en este caso en sector inmobiliario, que va a tener un gran número de opciones (inmuebles en venta), donde el cliente espera que esté el inmueble de su sueños para la compra.

Lo anterior da entenderse como si la labor inmobiliaria se limitara a una transacción y puede ser que la gestión desde el exterior se evidencie así; sin embargo, al ser un proceso donde estos profesionales están con sus clientes o colegas en un contacto cara a cara, un relacionamiento constante, donde existen emociones al momento de comprar y vender un inmueble, el agente no solo trabajará con un cliente, sino que estará con un colega del gremio inmobiliario, un cliente que vende su propiedad y un cliente que va comprar la propiedad, por lo que solo conocer la información técnica no será suficiente, pues tendrá que gestionar las emociones que están dentro de la negociación con los seres humanos que se encuentran involucrados, este agente deberá estar sereno, no demostrar miedo o angustia y hacer una gestión efectiva de sus emociones.

¿Qué son las Emociones?

La gestión de los agentes de ventas no se debe limitar a un proceso técnico, porque, así como se enunciaba en el apartado anterior, que si bien la inteligencia o el proceso de información técnica es importante en la gestión, al ser una interacción entre seres humanos, no debe ser visto como una mera transacción, puede ser que sea una relación de un promedio de tiempo de 3 a 6 meses que estén estas personas interactuando en función de un producto en común (comprar o vender un inmueble), durante ese tiempo quien ejerce el rol como agente de ventas inmobiliario, está experimentando un sinnúmero de sensaciones que va también ligadas a lo que le transmite los clientes, como la indecisión, el miedo al no encontrar el inmueble que quieren, la alegría al creer que el inmueble que están viendo es el elegido o alguna desilusión por no poder adquirir el inmueble por alguna razón.

Lo expuesto previamente, puede ser visto que esas sensaciones, sentimientos o experiencias, son más producto proveniente del cliente, ahora bien, diferente a eso el agente de ventas inmobiliario, también está sintiendo, desde su propia experiencia, que puede estar relacionada con lo económico,

cada vez que no se logre ubicar a un cliente en un inmueble, es un día que se va sumando en tiempo en que no se cumple con la meta, están las presiones por el cumplimiento, la frustración de no ser un buen agente de ventas porque entiende que no está encontrando el requerimiento del cliente. La persona que ejerce esta profesión, no solo debe manejar o gestionar aquello que está sintiendo, sino que también debe recibir lo que le está entregando el cliente, deberá responder al cliente no solo con información técnica, sino brindar tranquilidad y estabilidad.

Lo que se describe previamente, solo es nombrado desde sensaciones, no sea ha dado un nombre que permita comprender muy bien, que es lo que están viviendo los agentes de ventas, que permita entender a lo que se refiere, si bien son experiencias subjetivas, imagínese que usted es quien está ejerciendo como agente de ventas inmobiliario, que le han asignado hoy 5 clientes, donde cada uno cuenta con un presupuesto y requerimiento distinto, puede pasar por su mente que con ese número de clientes ya está cerca de cumplir la meta o por el contrario que deberá de exigirse mucho si desea cerrar por lo menos uno, porque cada cliente tiene un requerimiento distinto lo va limitar en las opciones en el mercado, pero aun así decide empezar con la gestión centrándose en como podrá apoyar a esas personas que al mismo tiempo contribuirán a su cumplimiento.

Lo ya mencionado, da luz al lector sobre a que hace referencia las sensaciones, que puede estar más alineado, con las emociones, aquellas que se experimentan en el cuerpo, sea por factores internos experimenta la persona por sus propias ideas (no cumplir con la meta, ser despedido, dudar de sus capacidades, etc.) o por factores externos, por lo que el cliente trasmite (alegría o tristeza al ver un inmueble), entre muchos más factores ya sean de carácter interno o externo que estarán presentes en cada interacción con los diferentes actores que están en el entorno de los agentes de ventas. Si bien, esas emociones se hablan en situaciones muy cotidianas, normales del ser humano, como en los entornos de trabajo, es importante para el lector entenderlas desde explicaciones teóricas que posibilitaran la comprensión y porque son relevantes para la presente investigación.

En ese orden de ideas, las emociones han sido estudiadas por ramas como la psicología o las ciencias sociales, es decir, han sido vista más allá de lo orgánico, porque las emociones no son solo de carácter biológico, sino también cognitivas, conductuales y pueden producirse por estímulos externos del entorno. Según Ekman (2017) la emoción se define como: “Un tipo particular de valoración automática influida por nuestro pasado evolutivo y personal, en el que sentimos que está ocurriendo algo importante para nuestro bienestar, con lo que un conjunto de cambios fisiológicos y comportamientos emocionales comienza a encargarse de la situación” (p.27), en ese sentido, para que pueda existir una reacción, primero debe de pasar una serie de funciones internas, para poder responder ante un estímulo.

Por consiguiente, Bisquerra (2003), define que, “una emoción es un estado complejo del organismo caracterizado por una excitación o perturbación que predispone a una respuesta organizada. Las emociones se generan como respuesta a un conocimiento externo o interno” (p.12). Es decir, que las respuestas pueden variar entre situaciones que el ser humano puede percibir como agradables o no agradables para él. Sin embargo, estas no dejan de ser la respuesta ante diferentes estímulos que pueden ser de carácter interno (propias de los órganos) que no están a simple vista y además que pueden estar relacionados ante situaciones externas, aquellas que son recibidas por los 5 sentidos, en sí, lo que la persona puede ver, tocar, entre otros.

A la luz de lo expuesto desde los autores, para el sector inmobiliario no deja de ser relevante, porque los agentes de ventas desde sus vivencias en el ejercicio profesional están experimentando diferentes estímulos que pueden ser percibidos como satisfactorios que están más relacionados con encontrar el inmueble que el cliente estaba buscando o el cierre de la venta, ahora bien, también pueden ser percibidos como no agradables y terminar creando desagrado o frustración en estas personas. Al no encontrar para un cliente o que este compre con otro agente de ventas. Estas personas desde la experiencia subjetiva viven las emociones directamente, adicional que deben de gestionar las

de su cliente, ser esa persona que le va a aportar desde la información técnica hasta quien va a brindar serenidad al cliente frente a las emociones que están viviendo.

Es decir, la interacción social es constante en el ejercicio del rol de agente de ventas inmobiliario, el párrafo que antecede evidencia la gestión de emociones con el cliente, sin embargo, para el grupo inmobiliario donde se vive día a día el colegaje (trabajo en equipo), los agentes de ventas están en constante intercambio no solo de información técnica, sino de experiencias subjetivos; éstos deben de gestionar sus emociones para lograr ambientes de trabajo armoniosos. Según Salguero *et al* (2024) menciona que “La efectividad de un equipo no solo depende de habilidades técnicas y conocimientos, sino también de la capacidad de gestionar emociones y fomentar una dinámica de trabajo saludable” (p.209), por lo que las personas deben de integrar a sus dinámicas de trabajo, la inteligencia vista desde los conocimientos técnicos y lo subjetivos desde las emociones que experimentan.

De lo mencionado en los apartados anteriores, esta investigación entiende que las emociones son vistas desde un proceso de adaptación en el entorno, en el cual intervienen los procesos: Cognitivos, biológicos y sociales, lo que permite que las personas tomen decisiones. También está la conducta que permite establecer vínculos y relaciones interpersonales. Lo cual es importante para comprender el concepto de *inteligencia emocional*, como puede aportar a la labor profesional de los agentes de ventas inmobiliarios, porque conocer y gestionar las emociones propias y ajenas se convierte en una herramienta fundamental para el desarrollo de la profesión, por lo que el lector a continuación encontrara bases teóricas sobre la *inteligencia emocional*.

¿Qué es la Inteligencia Emocional?

Se abordaron los conceptos de emociones e inteligencia, que no están alejados de la definición de *inteligencia emocional* (IE), que surgió a inicios de los años 90 para esa época la definieron como: “La habilidad para controlar los sentimientos y emociones en uno mismo y en otros, discriminar entre ellos y

usar esta información para guiar las acciones y el pensamiento de uno” (Salovey y Mayer, 1990, como se citó en Mestre *et al.*, 2008, p. 1), la anterior fue una de las primeras definiciones de IE donde se evidencia que se integra la regulación emocional, el entendimiento de si y los demás, la toma de decisiones, y la definición, no solo toma los procesos conductuales, sino que centra también su interés en integrar los procesos afectivos desde la comprensión de los demás.

Para esa misma época, y en esa misma línea cuando se habla de IE se establece que las:

Características como la capacidad de motivarnos a nosotros mismos, de perseverar en el empeño a pesar de las posibles frustraciones, de controlar los impulsos, de diferir las gratificaciones, de regular nuestros propios estados de ánimo, de evitar que la angustia interfiera con nuestras facultades racionales y, por último —pero no. por ello, menos importante—, la capacidad de empatizar y confiar en los demás (Goleman, 1996, p.43)

Lo anterior, trae la idea que integra la IE como base de las relaciones interpersonales en relación con los ámbitos privados, académicos y organizacionales y la manera en cómo el sujeto a través de su gestión emocional (regulación) se integra a la vida social, al establecer un puente de estabilidad entre su mundo (fuero interno) y el medio circundante, a este ejercicio que se encarga de contener y tramitar las emociones negativas/disfuncionales, se le denominará una gestión funcional en el acto, lo cual posibilita que la interacción con los demás sea sana y que la persona posea procesos de integración colectiva que se alejen de un aspecto patológico.

Por otro lado, Sterrett (2001), definió inteligencia emocional: “Al conjunto de habilidades sociales y de gestión personal que permiten el éxito en el ámbito laboral y en la vida en general. (p.2), lo anterior representa más es un beneficio de IE, porque enmarca una palabra clave y es el **éxito**, entendido como el cumplimiento de una meta, esto no es indiferente para el sector inmobiliario, donde los agentes están en búsqueda de alcanzar las metas del mes mejorando sus ingresos. En un informe del Foro Económico Mundial (2018) dice que “las personas con un alto grado de inteligencia emocional

ganan más dinero, un promedio de \$ 29,000 más por año que las personas con un bajo nivel de inteligencia emocional” (párr. 14), lo que refuerza la IE como beneficio de adquirir mayores ingresos, que el sector inmobiliario va en sintonía con el cierre de negocios.

Desde una perspectiva holística, Meléndez (2025) sostiene que la IE como “La inteligencia emocional, al integrarse en la enseñanza formal, provee herramientas que trascienden el ámbito académico y profesional, por lo que fomentar este tipo de competencias amplía las posibilidades de éxito, contribuye a la resolución pacífica de conflictos y favorece la cooperación” (p.5), la anterior definición va a luz de las relaciones efectiva con el entorno. En esa misma línea de las habilidades, Placencia (2025) menciona que “los estudios más robustos, como los realizados en el sector de liderazgo y educación, tienden a destacar la importancia de la IE para la gestión efectiva y el liderazgo, dónde habilidades como la automotivación, la empatía y la regulación emocional son fundamentales” (pp.316-317), si bien la primera habla más hacia el ámbito social no se puede desconocer que las habilidades al ser propias del ser humano se pueden integrar a la definición de la segunda que es más para el ámbito organizacional.

Lo ya mencionado, da pie que el lector pueda explorar la inteligencia emocional en el entorno laboral en especial en el sector inmobiliario, donde los agentes de ventas están experimentando la presión desde lo interno (sus deseos de cumplir) y lo externo (la expectativa del cliente y la relación con sus compañeros. En ese sentido Ramírez (2022) menciona que, “a mayor exigencia de un trabajo, más importante será poseer un dominio de la inteligencia emocional, ya que su déficit puede suponer un riesgo a la hora de desarrollar actividades que alteren la salud y bienestar emocional del trabajador” (p.24), en ese sentido, en el día a día puede ser habitual que un colaborador experimente ambientes de presión, ahora, no es normal que esto afecte su salud física o psicológica, por lo cual este requiere fortalecer la inteligencia emocional para equilibrar su vida.

En esa misma línea Medrano (2023), expone que “La relevancia de la IE ha aumentado significativamente, particularmente en el ámbito laboral, pues de ella puede depender no sólo la productividad, sino también el bienestar del trabajador y de la organización” (p.50), en dicho estudio se evidencia de una forma más amplia en beneficio de la inteligencia emocional, mostrando que si bien es importante el cumplimiento de metas, las experiencias del bienestar va a ser desde lo colectivo, pues va a proporcionar un escenario donde el agente y su entorno laboral estarán transitando de manera funcional por las emociones, por lo que el entorno estará sano, desde la tranquilidad, armonía, amor y vínculo efectivo con los demás.

A la luz de lo expuesto en el párrafo anterior, Placencia (2025) menciona que “La inteligencia emocional se ha relacionado con numerosos beneficios organizacionales, incluyendo un mejor liderazgo, mayor cooperación entre empleados y una gestión más eficaz del estrés y los conflictos” (p. 311). Dicho de otra manera, la utilidad trasciende del sentir interno de los colaboradores, lo *intrapersonal*, lo propio de cada persona, hacia lo externo que se evidencia desde lo interpersonal, relacionado a los vínculos que realiza el ser humano con el otro; lo que para el grupo inmobiliario donde se centra la presente investigación es fundamental, porque es un ambiente donde se vive competitividad por cierres de negocio, al mismo tiempo que cada agente de ventas debe relacionarse para trabajar con sus compañeros de forma efectiva, evitando conflictos o separaciones entre compañeros o superiores.

Por lo anterior, la presente investigación va a precisar unos conceptos que van a hacer de soporte teórico y conceptual. Además, que proporcionaran comprensión de las habilidades o competencias que mencionan los autores teóricos del párrafo que antecede, estos conceptos se definen tanto desde las mismas bases teóricas de los autores, como de las definiciones encontradas en bases oficiales, estas darán claridad sobre la gestión que realizan los agentes de ventas inmobiliarios en su ejercicio laboral, ya que están relacionadas a la experiencia propia del ejercicio comercial que se realiza

en el sector inmobiliario de la ciudad de Medellín. La presente investigación aborda la inteligencia emocional desde las siguientes dos competencias

Intrapersonal

Esta primera competencia va ligada con aquella habilidad que tiene el ser humano de poder mirar dentro de sí, va alineado con el reconocimiento que cada persona sostiene sobre si misma; para la inteligencia emocional, se hace necesario dicha competencia, porque vincula al ser humano desde lo social y emocional. Además, para el ámbito organizacional, donde no únicamente se mide por conocimientos técnicos, sino por la capacidad que tiene la persona para gestionar sus emociones, reconocer sus fortalezas y debilidades, y de esta manera lograr integrarse de manera funcional a los procesos de compra y venta.

Por lo tanto, la gestión emocional para los agentes de ventas inmobiliarios no es indiferente, ya que tener esa habilidad de poder realizar una introspección del proceso que está realizando, marcar puntos de partida y caminos a continuar, es funcional para el ejercicio profesional, además, que cumple una función esencial de reflexión interna, pues permite al individuo identificar sus capacidades, fortalezas e identificar sus oportunidades de mejora, que serán de utilidad a la hora de gestionar sus funciones o actividades laborales. Lo anterior, no solo permitirá que el agente de ventas inmobiliario se reconozca de forma profesional, sino también personal lo que posibilitará su crecimiento en ambos ámbitos de su vida.

Ahora bien, la competencia intrapersonal no está únicamente ligada al autoconocimiento, sino en si a una serie de competencias que son de carácter intrínseco, es decir, de la relación que cada persona tiene consigo misma y como menciona Ruiz *et al* (2023) se vuelven “una herramienta necesaria que el profesional debe conocer y gestionar, puesto que dentro de su quehacer profesional y su vida personal está en constante interacción con diferentes tipos de personalidades, situaciones y opiniones (p. 128), para el caso de los agentes de ventas inmobiliarios no es indiferente, siendo que las

herramientas o competencias serán grandes aliadas para integrar la inteligencia emocional, que dentro de ella se encontrará: la autoestima, la autoconciencia emocional, la autoconfianza, el autocontrol y la motivación, por ello a continuación podrá explorar los conceptos para conocer más sobre estas.

Autoestima. La definición de *autoestima* debe ser vista más allá de lo físico, es decir, debe ser observada desde un proceso más intrínseco que no se queda en la superficie, sino que va más allá de lo perceptible a los ojos y así como su nombre lo dice, nace de cada ser humano hacia el propio afecto que este se puede tener. Desde esa perspectiva es más un proceso de resaltar aspectos positivos de sí mismo, con una capacidad de admirarse, felicitarse y amarse; en ese orden de ideas Branden (1995) dice que, “La autoestima es la disposición a considerarse competente para hacer frente a los desafíos básicos de la vida y sentirse merecedor de la felicidad” (p. 35); esta definición es más profunda, porque habla no solo de esa capacidad de verse, sino que también del compromiso que tiene cada persona de darse un valor que trasciende de lo que otros pueden ver y se hace fundamental para los agentes de ventas, porque les permite tener confianza en sí mismos en la gestión comercial.

En ese orden de ideas, la autoestima es una competencia que debe poseer los profesionales de diferentes áreas y en especial los agentes de ventas inmobiliarios, porque les permite ganar seguridad en ellos mismos, pueden tener conocimiento en todo lo relacionado a las competencias técnicas, pero sino tienen seguridad en ellos mismos no pueden lograr la afectividad en su ejercicio profesional, allí precisamente radica la autoestima, en permitir que los agentes de ventas puedan reconocerse, interiorizar lo que son, para representarlo a su entorno. En ese sentido Bermeo(2023), dicen que aquellos individuos “Son muy flexibles a enfrentar retos y desafíos que se presenten al andar y con frecuencia se muestran solidarios” (p.13), es decir, que al contar con una autoestima fortalecida pueden lograr no solo una mejor relación consigo mismo, sino también adaptarse a entornos de presión en el área de ventas.

Lo anterior, entrega al lector una arista (*habilidad*) que hace parte de lo que ha hablado la presente investigación y es inteligencia emocional que si bien es importante que el agente de ventas

inmobiliario, pueda fortalecer su autoestima en sintonía a mejorar la relación consigo mismo, para poder proyectar a esos clientes, colegas o superiores seguridad de sí mismo, confianza y poder asumir el rol con todas las responsabilidades del cargo, que es reconocerse como un profesional en el sector inmobiliario, para acompañar a las personas en la compra o venta de un inmueble, es decir, en la toma de decisiones inmobiliarias. Por esto, no solo debe tener autoestima, sino que deberá asumir una autoconciencia emocional.

Autoconciencia emocional. Según lo planteado en el apartado anterior, si bien la seguridad y confianza en sí mismo son importantes para el desarrollo profesional, también lo es concientizarse de sí, frente a sus sensaciones, sentimientos o emociones, porque esto también permitirá tomar conciencia sobre el sentir de los demás. En la presente investigación cuando se habló de inteligencia, se describió un conocimiento técnico sobre los procesos que desarrolla un agente de ventas inmobiliario, en este apartado si bien está relacionado con un proceso de conocimiento, está más arraigado a esa mirada interna y reconocimiento de sí, es decir, que implica que dichos profesionales deberán realizar un proceso de introspección, para conocer sus reacciones y emociones ante ciertas situaciones o experiencias.

En un estudio experiencial de Martínez (2025) indicó que “los participantes demostraron ser conscientes de sus emociones en su día a día y cómo estas influyen en el clima laboral y su relación con los compañeros” (p.40), lo que para el proceso de introspección es necesario, puesto si las personas realizan conciencias sobre sus emociones podrán saber cómo actuar o entender cómo actúan en diferentes situaciones para hacer correctivos sobre las acciones o mantener lo que vienen haciendo bien, porque si bien no hay emociones positivas o negativas la forma en que se gestionan pueden traer molestias para las personas y su entorno. Además, el reconocimiento de las emociones les va a permitir tener un relacionamiento efectivo con colegas.

En esa misma línea de reacción , Goleman (1996) menciona que es “Mayor comprensión de las causas de los sentimientos”(p.308), al saber de dónde provienen, que causan o cómo reaccionan ante una situación similar, puede el agente de ventas gestionar sus emociones de una manera funcional, en ese orden de ideas, la *Autoconciencia Emocional*, está ligada al entendimiento que tiene una persona sobre sus emociones, que va a permitir tener las herramientas o saber qué hacer ante una situación que si bien no es la misma, las emociones que se van a presentar solo cambian según la experiencia, es decir, que va a saber cómo actuar si se presentan situaciones que le hace sentir, rabia, tristeza, amor, alegría, etc. Esa autoconciencia le permitirá entender las emociones de los demás y vincularse desde su propio conocimiento con seguridad.

Autoconfianza. En ese sentido, en el sector inmobiliario no es indiferente que sea necesario que los agentes de ventas se comuniquen de una forma segura con los clientes, la seguridad debe de surgir de la confianza que este se tiene frente a los conocimientos técnicos que posee y al autoconocimiento que tiene de sí, como frente a la imagen que proyecta o al conocimiento sobre la exploración sobre sus emociones ante una situación de la vida cotidiana. Lo anterior desde lo técnico o desde el ser les permite a estas personas desempeñarse en el cargo como agentes de ventas inmobiliarios, de forma efectiva con ellos mismos y con su entorno, puesto que les permitirá proyectarse como profesionales íntegros, que, al tener seguridad en sí, pueden proyectar lo mismo a los demás.

En ese orden de ideas, la *autoconfianza*, es la seguridad que tienen los seres humanos sobre si mismos, con base a un valor, un proceso y una experiencia que se ha formado durante la vida. En ese sentido, los agentes de ventas inmobiliarios que poseen esta competencia desarrollada serán las personas que podrán atender a los clientes de una forma más efectiva, sin dejar dudas sobre el proceso; porque los perciben como aquellos profesionales que tienen el conocimiento para guiarlos en la compra o venta de su inmueble. Con base lo anterior, primero se debe confiar en sí mismo, para que los demás puedan tener confianza para vincularse, si bien corresponde a la *dimensión intrapersonal*, debe salir de

una introspección, aprobación para que los demás puedan percibirla; además, las personas deberán gestionar el conocimiento y las capacidades del ser para que no salga el exceso de confianza.

Autocontrol. En la línea del *exceso*, las personas para no caer en el desborde de emociones deberán desarrollar una postura que permita disponer de límites ante las situaciones o vivencias que propician que se salga de la medida como se deben expresar con otro, a ello se le llama *Autocontrol*, definida por Goleman (1998) como la “capacidad de manejar adecuadamente las emociones y los impulsos conflictivos” (p.37). A la luz de la definición anterior, el autocontrol no solo permite regular sino también evitar disputas lo que beneficia las relaciones interpersonales y más en los agentes de ventas inmobiliarios, que deben de controlar sus emociones, en primer lugar, para que el cliente pueda sentir seguridad con quien los atiende, en segundo lugar, como están trabajando en colegaje que va de la mano con el trabajo en equipo debe de proporcionar relaciones sin conflictos con sus pares.

Basado en lo expuesto anteriormente, García *et al* (2025) mencionan que “quienes poseen un mayor dominio emocional son menos propensos a adoptar actitudes frías o distantes y a sentirse ineficaces en el desempeño de su labor” (p.6131). En otras palabras, el *autocontrol* permite también que las personas tengan confianza en el ejercicio de su profesión, porque les permite estar seguros de sí mismos y de sus acciones, no solo basado en sus emociones, sino también en su conocimiento; si bien, lo expuesto en los presentes conceptos está basado desde la *inteligencia emocional*, no hay que desconocer que pueden explicar también las habilidades técnicas como el presente concepto, que le permite al agente de ventas tener el control frente a lo que siente y sabe, para brindar una excelente experiencia al cliente; además, de sentirse bien consigo mismo en el ejercicio de su rol.

Ahora bien, para que las personas puedan alcanzar el autocontrol ya sea desde las emociones o lo técnico, es importante para la presente investigación seguir el hilo conductor para abordar los demás conceptos, puesto que para llegar al *autocontrol* primero los seres humanos deben de transitar por una conciencia en sí, no se puede controlar aquello que no se conoce o lo que no se ha explorado desde el

punto de vista de una fortaleza u oportunidad de mejora. Además, que el *autocontrol* le permite al agente de ventas inmobiliario llegar a la Autoconfianza, porque si esté ya es consciente de si, como reacciona ante las situaciones, ya le es más fácil de reaccionar de una manera efectiva cuando se presenten situaciones diversas, para evitar fricciones que perjudiquen la relación con clientes o colegas, generando en la persona el impulso que le permite estar inspirado a cumplir con sus objetivos personales y laborales.

Motivación. Con base al párrafo anterior, los impulsos que son esa energía interna que mueve a las personas a alcanzar los propósitos, también se denominan *Motivación*, lo que en palabras de Ryan y Deci (2000) mencionan que “es concerniente a la energía, la dirección, la persistencia y la equifinalidad - todos aspectos de la activación y de la intención”(p.3), en ese concepto de *motivación* el lector puede evidenciar que es esa fuerza que tiene cada persona en su interior, eso no es distinto para las personas que desempeñan labores como agentes de ventas inmobiliarios, porque ellos requieren de esa firmeza para desarrollar su rol, ya que estos aparte de sus intereses personales, tienen unas metas por alcanzar laboralmente y deben de cumplir a su cliente con la solicitud que les realiza, aquellas metas se convierten directamente en motivadores que permiten que este se mueva.

Con base a lo mencionado en el apartado anterior, Olvera y Valencia (2025) informan que, “La motivación, sin duda es un aspecto del que se tiene gran significado en el comportamiento del trabajador, generando sentido de pertenencia y aprendizaje continuo” (p. 21), si bien, la motivación es más una experiencia interna, factores externos que estén ligados a los deseos internos de las personas, posibilitan que esa energía permita que se mueva, ya sea a alcanzar una meta personal o común. Es decir, que de nuevo entra ese autoconocimiento que se tiene de sí, para saber cuáles son las causas que hacen que se encuentren activos o motivados en diferentes circunstancias y también importante que el agente de ventas entenderá que es ese motivador que le permitirá moverse hacia el cumplimiento de las metas.

En ese sentido, para las personas que desempeñan ese rol no es indiferente la *motivación*, puesto que es una de las competencias que les permite llevar a cabo su cargo de forma funcional, no siendo un requisito único, pero si necesario porque surge desde la fuerza interna de cada persona para poder relacionarse de una forma efectiva con los demás, llevar a cabo las funciones laborales de manera efectiva y encontrar un bienestar en el entorno personal. Además, que está unido a los demás conceptos de los enunciados anteriormente, no es que uno dependa del otro, es que ambos son parte de las características intrapersonales de cada ser humano y en el caso de la motivación, siendo el empuje interno de cada persona es lo que puede permitir un alcance al exterior frente aquellos motivadores que se encuentran afuera o provienen de factores externos, más hacia lo interpersonal.

Interpersonal

El lector explora conceptos con sus significados de la primera dimensión mencionada, lo *intrapersonal* (la relación consigo mismo), ahora es importante para comprender a fondo el tema que ocupa a la presente investigación (inteligencia emocional), por lo cual es importante adentrarse en lo concerniente con lo *interpersonal*, que es esa relación hacia afuera, es decir, el tipo de vínculo que sostienen las personas con los demás. Lo que permite ser un complemento con la intrapersonal, porque por ello primero la presente investigación habló de lo intrapersonal, la relación consigo mismo, para entregar al lector las herramientas o competencias que componen dicha dimensión, que es primordial partir de sí mismo para poder integrarse en este caso a un ambiente laboral.

Además, que es importante para quien lee entender que la *inteligencia emocional*, va más allá de conocer el significado de las palabras que componen el concepto, puesto que es un proceso más profundo que involucra, lo interno y externo de cada persona. Por lo cual, se encontrará la segunda dimensión, lo interpersonal que lo define Chenche *et al* (2023) como “las capacidades que se poseen de desenvolverse y darse a conocer con otros individuos dentro de una sociedad y estas deben desarrollarse de manera que faciliten la convivencia con las personas que forman el entorno familiar,

social y laboral” (p. 374). En ese orden de ideas, la dimensión interpersonal no es solo el relacionamiento con el otro, sino que se debe dar a luz de los vínculos funcionales en los diferentes ámbitos incluyendo el que ocupa a la presente investigación, el laboral.

Para que dichas relaciones interpersonales, se den de forma tolerante y basadas en una convivencia, debe partir de unas competencias, que al igual que la dimensión *intrapersonal*, permitirán que los seres humanos desarrollen una inteligencia emocional efectiva. En dicho caso, Pérez *et al* (2023) informa que “la inteligencia interpersonal les otorga la capacidad de comprender a los demás, promover la empatía y gestionar las relaciones interpersonales de forma eficaz” (p. 205). Lo que es de relevancia para el sector inmobiliario, pues desde el contacto con colegas, clientes y superiores, estas personas deben de vincularse con dichas personas desde los vínculos que les permita generar relaciones a largo plazo, por lo que es importante ahora mencionar los dos conceptos de *empatía* y *competencia social*, que son los que ocupan a la presente investigación en la dimensión interpersonal.

Empatía. Según lo expuesto en el párrafo anterior, en la relación con el otro es importante contar con el componente de entender, escuchar, o comprender lo que el otro está sintiendo. En ese sentido, Rogers (1959) señala que “el marco de referencia interno del otro con precisión y con los componentes emocionales y significados que le pertenecen como si uno fuera la otra persona, sin perder nunca esa condición de ‘como si’ es la esencia de la empatía” (p.210), en ese orden de ideas, lo que expone el autor no es convertirse en el otro, sino conectar de tal modo que ambos estén presentes en el vínculo presente, la *Empatía*, permite al agente de ventas crear una relación genuina con las demás que personas que interactúan y salirse de solo pensar que únicamente es un proceso transaccional.

En ese sentido, Corchado *et al* (2025) dice que “Ineludiblemente, la empatía es una actitud que construye mejores sociedades en la convivencia, generando en los seres humanos una sensación de satisfacción por el ejercicio de esta” (p. 106). En ese proceso transaccional en el que puede ser visto el

acompañamiento del agente de ventas inmobiliario, lo expuesto por los autores previos abre la posibilidad que puedan ser visto de otra manera y como ya se ha mencionado en la presente investigación el rol de la persona que ejerce como agentes de ventas, va más allá de una búsqueda o venta de un inmueble, este genera la cercanía con los clientes que le permite ver en el mercado la opción ideal, que si bien este no toma la decisión, es los ojos a la hora de buscar lo que el cliente requiere, por lo que también es importante el concepto a continuación.

Competencia social. En la línea del relacionamiento con los demás, en el caso del sector inmobiliario, con clientes, colegas y superiores, el agente de ventas debe de poseer la competencia social, porque le permitirá integrar herramientas para un vínculo efectivo; para Megías y Castro (2018) está “constituida por un conjunto de conductas, capacidades y estrategias, que permiten a la persona construir su propia identidad, actuar competentemente, relacionarse satisfactoriamente con otras personas (p. 68). En ese orden de ideas la *competencia social* no solo les permite a las personas un relacionamiento efectivo, sino también ser la persona idónea para ocupar un cargo, ya que las acciones que tiene una persona con competencia social efectiva están directamente relacionadas con el éxito laboral.

Si bien, es importante que la competencia social aporte al logro de las metas o el desempeño de los agentes de ventas, también desde el vínculo que este hace con los demás, como se comunica con sus pares o clientes, ganando desde esa parte la confianza y que puedan tener seguridad en él. Según López (2021) también “Las Habilidades Sociales permiten expresar los sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos de modo adecuado a la situación en la cual el individuo se encuentra mientras respeta las conductas de los otros” (p. 12), lo que para la dimensión interpersonal es necesario porque no es solo para potenciar la conducta propia sino para comprender la de las demás personas y con base a ello el agente puede regular sus emociones.

Competencia emocional

En cada de una de las dos dimensiones, interpersonal e intrapersonal, se abordaron conceptos que la componen, dichos conceptos hacen parte de la *competencia emocional*, según Gonzales (2023), está definida como “la capacidad de movilizar adecuadamente conocimientos (‘saberes’), capacidades y habilidades relacionadas con el ‘saber hacer’, pero además actitudes del ‘saber ser’, todas necesarias para expresar de forma apropiada los fenómenos emocionales” (p.3198), es decir, cada vez que un agente de ventas está expuesto a una situación donde va estar mediada por las emociones, va intervenir cada una de las competencias que la persona allá integrado de manera funcional a su vida, para responder, ya sea desde la dimensión intrapersonal (autoestima, autoconciencia, autocontrol, autoconfianza y motivación) y la interpersonal (empatía y competencia social).

Ahora bien, a su vez las competencias emocionales, al estar integrada, por la parte cognitiva (los conocimientos de las personas) y dirigidas a la acción de las mismas, se hacen fundamental para que las personas las integren y por medio de ellas fortalezcan su nivel de inteligencia emocional, porque como menciona Patiño (2024) que “al permitirnos comprender, gestionar y expresar nuestras emociones eficazmente, al mismo tiempo que desarrollamos la capacidad de interpretar las emociones de los demás, constituyéndose así en pilares fundamentales para el bienestar personal, el desempeño laboral y la convivencia social” (P.12), en ese orden de ideas, en el momento que los agentes de ventas identifiquen las oportunidades de mejora en cada de las competencias, fortalecerán su inteligencia emocional y por ende sus esferas de la vida.

Inteligencia Emocional desde las Habilidades Blancas y Habilidades Técnicas.

Lo expresado en el presente capítulo ha desarrollado su curso desde la inteligencia emocional y sus dimensiones, brindando al lector definiciones de los conceptos que la componen, entendiendo la importancia en el ámbito laboral y en especial en el sector inmobiliario. Sin embargo, también es importante que en el presente capítulo esté tres conceptos que entregaran al lector un mayor

entendimiento sobre lo que abordo en la presente investigación por medio de autores que posibilitan la comprensión de la *inteligencia emocional*, como lo son las *habilidades blandas* de la cual hace parte los conceptos antes abordados y en contraste definir las habilidades técnicas que, si bien no son propias de las competencias abordadas se ha mencionado desde los conocimientos técnicos de los agentes, por lo cual se hace necesario precisar la definición en la presente investigación.

Habilidades blandas.

Las habilidades blandas son aquello que se escapa a lo perceptible frente a las metas y rendimiento laboral, pues están más en la lista de competencias socioemocionales, desde lo que está en los componentes de la relación consigo mismo y con los demás, es decir, aquellas competencias abordadas desde la dimensión intrapersonal (autoestima, autoconciencia emocional, autoconfianza, autocontrol y motivación) y en la interpersonal (empatía y competencia social), están más en la línea de aquello que es inherente al ser humano, si bien, son arraigadas al ser no quiere decir que si una persona no las ha desarrollado no las pueda adquirir, todo lo contrario, las personas pueden identificar sus puntos de mejoras para saber que competencias debe fortalecer

En ese sentido, Castelar (2024) menciona que, “una característica típica de estas habilidades es que se adquieren a través de la experiencia y el relacionamiento con otros” (p.102), a luz de lo expuesto anteriormente, un agente inmobiliario que en el desarrollo de su profesión no cuente con alguna de las competencias que componen la habilidad de inteligencia emocional al ser parte de las habilidades blandas pueden llegar a adquirirlas, fortalecerlas o desarrollarlas, según la situación actual. Además, no es algo que se aprenda de memoria, sino que va de la mano con el vínculo que hace con los otros, con el papel que entra a realizar dentro de una compañía y que están ligadas a la acción, en ese proceso de observación que hace cada persona para alcanzar las competencias que requiere para su ejercicio profesional.

Habilidades técnicas/duras.

En el desarrollo de la presente investigación el lector pudo entender grosso modo el significado de las habilidades técnicas o duras que están relacionadas con aquellos conocimientos que están en la línea de procesos cognoscitivos sobre los saberes ligados académico, en ese sentido Ramírez y Manjarrez (2022), mencionan que “las habilidades duras son aquellas capacidades de carácter científicos adquiridas por el profesional, que son” (p. 30). Con base a lo anterior y en el caso de los agentes de ventas en el sector inmobiliario, se preparan con dicho conocimiento, ya sea que lo hayan aprendido en su experiencia laboral previa, en las formaciones de carreros universitarias o en programas directos del sector inmobiliario, que es acerca de datos financieros (tasas de interés), valor de metro cuadrado (cursos en valuación) o redacción de promesas de compraventa (cursos en ventas).

En concordancia con el párrafo que antecede, las habilidades técnicas también se hacen necesarias para las personas en el desarrollo del su rol profesional, pues les permite desarrollarse de una forma efectiva en sus lugares de trabajo, en el sector organizacional las vacantes se buscan inicialmente por los conocimientos que tiene la persona sobre el perfil que se estaba buscando y en la era de la tecnología que tenga un desarrollo de esas destrezas de manejo de diferentes programas, en el caso de los agentes de ventas inmobiliarios, están enfocados al manejo de CRM, Word, Excel, entre otros; además, que tener conocimientos en legislación inmobiliaria entre otros conocimientos. Sin embargo, un profesional puede estar preparado técnicamente, llegar hacer un especialista en el tema, pero si no se relaciona de una forma efectiva o regula sus emociones, esas habilidades técnicas quedan en un segundo plano, dando prioridad a las habilidades blandas e *inteligencia emocional*

Capítulo III

Metodología.

El presente estudio va a extraer los niveles de inteligencia emocional en agentes de ventas por medio de una medición de dimensiones desde un enfoque *cuantitativo*, para responder a la pregunta de la presente investigación, en se orden de ideas, Hernández *et al* (2014), menciona que el enfoque “se utiliza para consolidar las creencias (formuladas de manera lógica en una teoría o un esquema teórico) y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población” (p.10). Según lo anterior, el enfoque permite que se realice un análisis objetivo de los resultados obtenidos por medio de la prueba de Inteligencia emocional Emily A. Sterrett (2002) aplicado a los agentes de ventas de un grupo inmobiliario que mide los niveles de esta.

Ahora bien, para que la presente investigación pueda responder al enfoque, se adoptó un diseño de tipo no experimental, porque como lo define Hernández *et al* (2014), son: “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”(p. 152) es decir, no hubo preparación previa de la muestra con situaciones que pudieran evidenciar sus niveles, sino que se envió a cada persona para que respondiera en su ambiente en un solo momento del día, por lo cual es de corte transversal, que Hernández *et al.*, (2014), mencionan que: “Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.154), lo que se ajusta a lo que pretende la presente investigación, que es describir los niveles de inteligencia emocional presentes en los agentes de ventas.

En mención de lo anterior, el tipo es *descriptivo*, según Hernández *et al* (2014), “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.92), lo cual se realizará a través del reconocimiento de los niveles de inteligencia emocional por medio de las dimensiones presentes, intrapersonal (Autoconciencia emocional, autoconfianza, autocontrol y

motivación) y la interpersonal (empatía y competencia social), que permite entender como los agentes de ventas de un grupo inmobiliario experimentan sus estados emocionales en su entorno de trabajo inmobiliario.

La población que ocupa a la presente investigación son los agentes de ventas de un grupo inmobiliario de la ciudad de Medellín, por lo que la muestra es no probabilística, al centrar su interés en un "Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación" (Hernández et al, p.176). Es decir, que la muestra está conformada por 18 agentes de ventas inmobiliarios, que se encuentran en las edades entre los 24 y 60 años. Los criterios de inclusión fueron: Que tuvieran accesibilidad y disposición para participar en la investigación, pertenecer al grupo inmobiliario que fue seleccionado para la presente investigación y aceptar voluntariamente el consentimiento informado. Excluyendo de la muestra aquellos participantes que no completaron la prueba o no aceptaron el consentimiento informado, siendo una participación voluntaria, donde se garantizó la confidencialidad y el uso exclusivo de las respuestas para fines académicos.

Con base a los criterios de inclusión o exclusión, la prueba es estandarizada compuesta de 30 preguntas, las cuales se deberán de responder en una escala Likert que es definida por Hernández *et al* (2014) como el "Conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías" (p. 238), donde cada pregunta deberá valorarla el agente de ventas de 1 siendo lo menos frecuente a 5 lo que hace con más frecuencia; siendo las respuestas clasificadas por puntuación, en el caso que cada competencia sume un total de menos de 20 sería calificada en *por mejorar*, si es de un total de igual o mayor 24 es calificada en *grandes fortalezas* y en un valor entre 20 a 23 es calificada en *adecuado*.

En la línea de los criterios o exclusión y la muestra de la presente investigación, la prueba fue creada de forma virtual, se enviará un enlace a cada agente por medio de WhatsApp que los dirigirá a un

formulario de [Office 365](#), que cada agente tendrá derecho de responder de forma anónima y voluntaria en su disponibilidad de tiempo sin que se genere presiones. Además, en el formulario no solo estarán las 30 preguntas para la clasificación de cada competencia, sino también, unas preguntas de carácter sociodemográfico (Edad, sexo, estado civil, nivel educativo, tiempo de experiencia en el sector inmobiliario, tipo y tiempo de vinculación), lo que contribuye a describir los niveles de inteligencia emocional junto a las características sociodemográficas de los agentes de ventas.

En concordancia con los párrafos anteriores, la presente investigación realizará el análisis de la prueba aplicada a los agentes de ventas por medio de Microsoft Excel, porque esta se integra con forms de office 365, lo que permitió organizar, tabular y procesar los datos obtenidos para la descripción de los niveles de inteligencia de los agentes de ventas en concordancia con las escalas de la prueba de Sterret.

Consideraciones Éticas

La presente investigación y todo lo que en ella implicó se rige bajo los principios éticos de la Ley 1090 del 2006 aprobado por el congreso de la república, la cual sigue en vigencia y regula la profesión de Psicología desde las disposiciones al ejercicio profesional en todo el territorio colombiano. Con base a lo mencionado previamente los Artículos aplicados que dieron cumplimiento desde el ejercicio ético son los siguientes:

Artículo del título II

“Artículo 2. De los principios generales. Los psicólogos que ejerzan su profesión en Colombia se registrarán por los siguientes principios universales” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p. 2)

1. “Responsabilidad. Al ofrecer sus servicios los psicólogos mantendrán los más altos estándares de su profesión. Aceptarán la responsabilidad de las consecuencias de sus actos y pondrán todo el empeño para asegurar que sus servicios sean usados de manera correcta” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p. 2).

3. Estándares morales y legales:

Los estándares de conducta moral y ética de los psicólogos son similares a los de los demás ciudadanos, a excepción de aquello que puede comprometer el desempeño de sus responsabilidades profesionales o reducir la confianza pública en la Psicología y en los psicólogos. Con relación a su propia conducta, los psicólogos estarán atentos para regirse por los estándares de la comunidad y en el posible impacto que la conformidad o desviación de esos estándares puede tener sobre la calidad de su desempeño como psicólogos (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p. 2).

6. Bienestar del usuario:

Los psicólogos respetarán la integridad y protegerán el bienestar de las personas y de los grupos con los cuales trabajan. Cuando se generan conflictos de intereses entre los

usuarios y las instituciones que emplean psicólogos, los mismos psicólogos deben aclarar la naturaleza y la direccionalidad de su lealtad y responsabilidad y deben mantener a todas las partes informadas de sus compromisos. Los psicólogos mantendrán suficientemente informados a los usuarios tanto del propósito como de la naturaleza de las valoraciones, de las intervenciones educativas o de los procedimientos de entrenamiento y reconocerán la libertad de participación que tienen los usuarios, estudiantes o participantes de una investigación (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p. 2).

8. Evaluación de técnicas:

En el desarrollo, publicación y utilización de los instrumentos de evaluación, los psicólogos se esforzarán por promover el bienestar y los mejores intereses del cliente. Evitarán el uso indebido de los resultados de la evaluación. Respetarán el derecho de los usuarios de conocer los resultados, las interpretaciones hechas y las bases de sus conclusiones y recomendaciones. Se esforzarán por mantener la seguridad de las pruebas y de otras técnicas de evaluación dentro de los límites de los mandatos legales. Harán lo posible para garantizar por parte de otros el uso debido de las técnicas de evaluación (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p. 2).

9. Investigación con participantes humanos:

La decisión de acometer una investigación descansa sobre el juicio que hace cada psicólogo sobre cómo contribuir mejor al desarrollo de la Psicología y al bienestar humano. Tomada la decisión, para desarrollar la investigación el psicólogo considera las diferentes alternativas hacia las cuales puede dirigir los esfuerzos y los recursos. Sobre la base de esta consideración, el psicólogo aborda la investigación respetando la dignidad y el bienestar de las personas que participan y con pleno conocimiento de las normas

legales y de los estándares profesionales que regulan la conducta de la investigación con participantes humanos (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, pp. 2-3).

Artículos del título III

Artículo 3. Del ejercicio profesional del psicólogo:

a) Diseño, ejecución y dirección de investigación científica, disciplinaria o interdisciplinaria, destinada al desarrollo, generación o aplicación del conocimiento que contribuya a la comprensión y aplicación de su objeto de estudio y a la implementación de su quehacer profesional, desde la perspectiva de las ciencias naturales y sociales (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.3).

Artículo 5. “Dentro de los límites de su competencia, el psicólogo ejercerá sus funciones de forma autónoma, pero respetando siempre los principios y las normas de la ética profesional y con sólido fundamento en criterios de validez científica y utilidad social” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.4).

Artículos del título V

Artículo 10. Deberes y obligaciones del psicólogo. Son deberes y obligaciones del psicólogo:

f) “Guardar el secreto profesional sobre cualquier prescripción o acto que realizare en cumplimiento de sus tareas específicas, así como de los datos o hechos que se les comunicare en razón de su actividad profesional” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.6).

g) “Cumplir las normas vigentes relacionadas con la prestación de servicios en las áreas de la salud, el trabajo, la educación, la justicia y demás campos de acción del psicólogo” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.6).

h) “Respetar los principios y valores que sustentan las normas de ética vigentes para el ejercicio de su profesión y el respeto por los derechos humanos” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.6).

Artículos del título VII

Artículo 49. Los profesionales de la psicología dedicados a la investigación son responsables de los temas de estudio, la metodología usada en la investigación y los materiales empleados en la misma, del análisis de sus conclusiones y resultados, así como de su divulgación y pautas para su correcta utilización (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.12).

Artículo 50. “Los profesionales de la psicología al planear o llevar a cabo investigaciones científicas, deberán basarse en principios éticos de respeto y dignidad, lo mismo que salvaguardar el bienestar y los derechos de los participantes” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.13).

Artículo 51. Es preciso evitar en lo posible el recurso de la información incompleta o encubierta.

a) “Que el problema por investigar sea importante” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.13).

b) “Que solo pueda investigarse utilizando dicho tipo de información” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.13).

c) “Que se garantice que al terminar la investigación se les va a brindar a los participantes la información correcta sobre las variables utilizadas y los objetivos de la investigación” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.13).

Artículo 55. “Los profesionales que adelanten investigaciones de carácter científico deberán abstenerse de aceptar presiones o condiciones que limiten la objetividad de su criterio u obedezcan a intereses que ocasionen distorsiones o que pretendan darles uso indebido a los hallazgos” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.13).

Artículo 56. “Todo profesional de la Psicología tiene derecho a la propiedad intelectual sobre los trabajos que elabore en forma individual o colectiva, de acuerdo con los derechos de autor establecidos

en Colombia. Estos trabajos podrán ser divulgados o publicados con la debida autorización de los autores” (Colegio Colombiano de Psicólogos, 2006, p.13).

Es importante destacar que los agentes de ventas que cumplieron con los criterios de inclusión para participar en la presente investigación aceptaron el consentimiento informado el cual les indicaba que la prueba era confidencial, que se podían retirar en cualquier momento sin tener ninguna consecuencia, que si deseaban podían dejar sus datos de forma voluntaria y que la prueba no tenía compensación económica; respetando la aceptación e interés de los participantes.

Capítulo IV

Resultados

En este apartado del presente capítulo, se dará a conocer al lector los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002 a los agentes de ventas inmobiliarios en la ciudad Medellín. Es importante que el lector tenga presente que la muestra es de 18 personas, con base a dicha cantidad se realizó el cálculo porcentual tanto de los datos sociodemográficos (sociodemográficas: Edad, sexo, estado civil, nivel educativo, tiempo de experiencia en el sector inmobiliario, tipo y tiempo de vinculación), así como de los valores arrojados por las competencias de la prueba, las cuales son: Autoconciencia, empatía, motivación, autocontrol y competencia social, lo cual posibilita la comprensión del perfil sociodemográfico que se describe a continuación:

La muestra estuvo conformada con un predominio del sexo femenino, es decir, de los 18 agentes de ventas 11 que respondieron la encuesta fueron mujeres lo que representó el 61,11% y lo cual se encuentra por encima del sexo masculino el cual tuvo un porcentaje del 38,99% que equivale a 7 personas, lo cual quiere decir que las mujeres representen un mayor número de participación en la prueba de inteligencia emocional.

Además, con el número de participantes como se muestra en la *Tabla 1*, tanto en número como en porcentajes de ambos sexos, en el caso de los hombres que respondieron a la prueba no es equivalente al número de mujeres participantes, no es factor excluyente del estudio, lo cual posibilitó que el ejercicio de análisis en relación con la inteligencia emocional fuese integrador al ocuparse por el abordaje de ambos sexos. En tal sentido la participación de ambos sexos es relevante porque va a quedar visible los niveles de inteligencia emocional de ambos, lo que permite al grupo inmobiliario fortalecer sus capacitaciones de habilidades blandas.

Tabla 1

Distribución de agentes de ventas por sexo.

Sexo	Número de agentes de ventas	Porcentaje de agentes de ventas
Femenino	11	61,11%
Masculino	7	38,89%
Total	18	100%

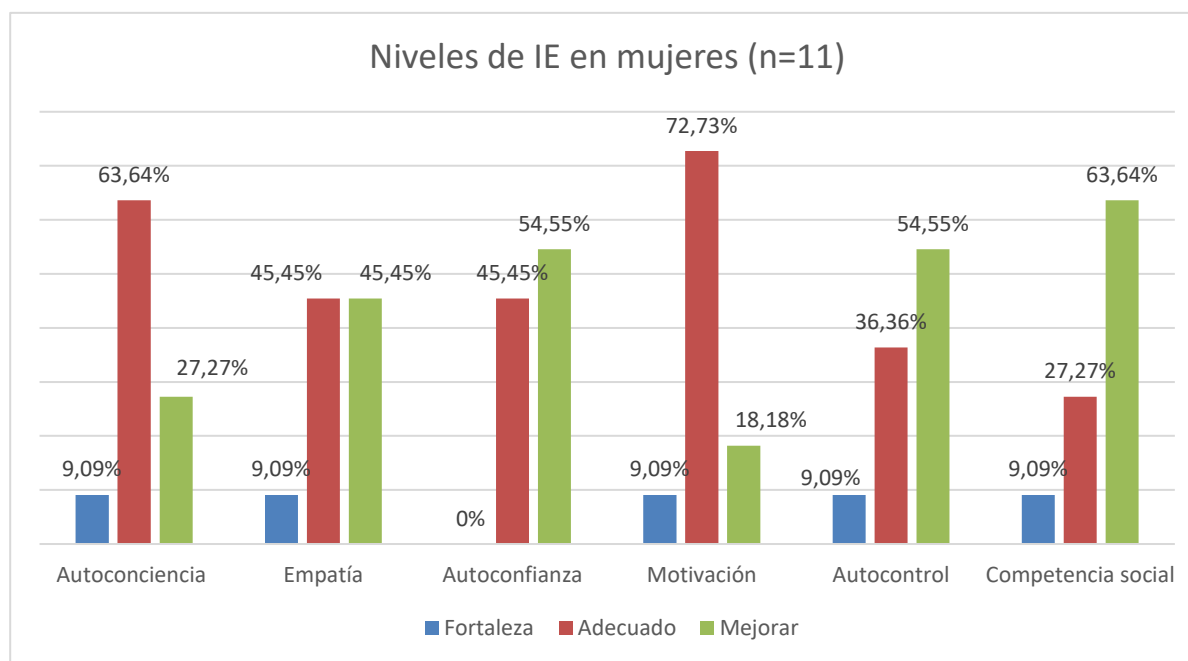
Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

Referente a los niveles de inteligencia emocional presente en los hombres y mujeres del grupo inmobiliario, se identifica que ambos responden a todas las preguntas que corresponden a cada competencia que avalúa la prueba, donde se aplican categorías que permitirán reconocer los niveles de inteligencia emocional (IE), proporcionando datos para posteriormente describir la información. Para la variable sociodemográfica de *sexo* el lector va a encontrar una gráfica que relaciona dicha variable con cada competencia, es decir, el número de personas que tienen competencias: *mejorar* (obtuvieron un puntaje <20), *adecuado* (obtuvieron un puntaje 20 a 23) y *fortaleza* (obtuvieron puntajes >=24)

En el caso de las mujeres que se dedican a la profesión como agentes de ventas, la gráfica presenta que 5 de las 6 competencias presentan una persona en cada una con *fortaleza*, lo que equivale para cada una 9,09%; el nivel de *adecuado* estuvo presente en las 6 competencias con porcentajes: en autoconciencia 63,64%; empatía y autoconfianza es del 45,45%, en el caso de motivación es de 72,73%; en el caso de autocontrol y competencia social los datos son de 36,36% y 27,27%, respectivamente. se evidencia que las mujeres encuestadas tienen la categoría: *mejorar*; el 27,27% es de autoconciencia; 45,45% es de la empatía; en el caso de la autoconfianza 54,55%, para la motivación es de 18,18%; el 54,55% que equivale a 6 mujeres es el autocontrol y la competencia social que equivale al 63,64%

Figura 1

Niveles de inteligencia emocional de agentes de ventas mujeres



Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

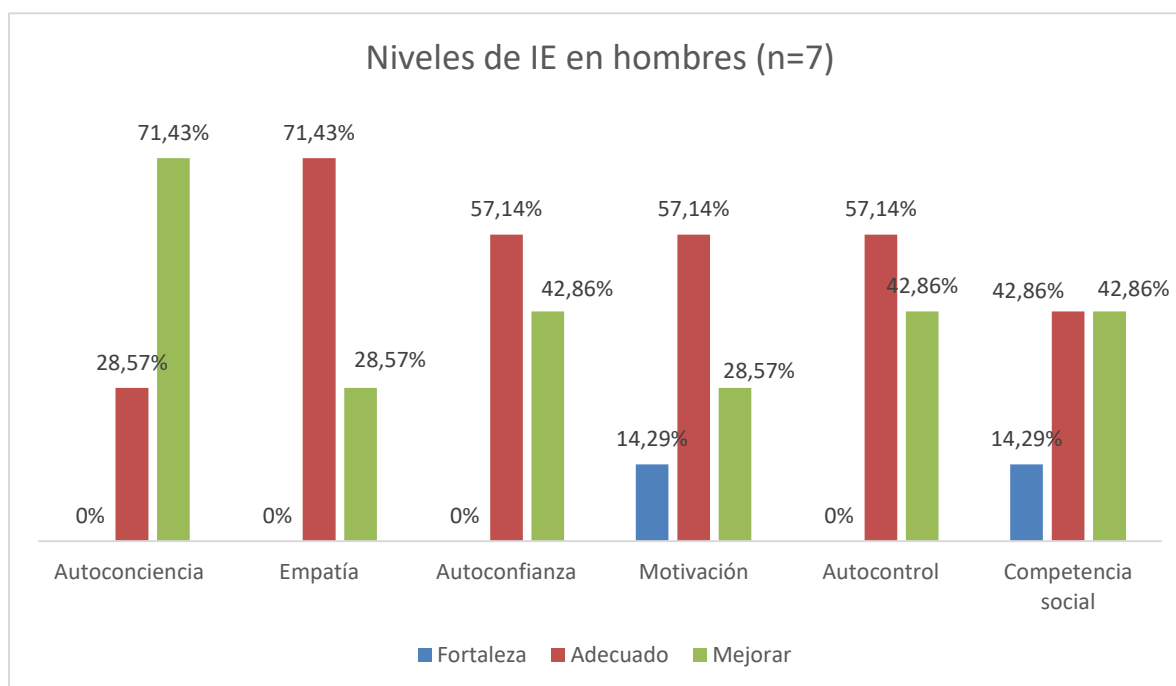
En el caso de los hombres, la categoría de fortaleza estuvieron presentes en las competencias de motivación y competencia social en 14,29% que equivalen a 1 persona; la categoría de adecuado estuvo presente en las 6 competencias, en autoconciencia representada con un 28,57% que se traduce en 2 agentes de ventas; empatía fue 71,43% siendo 5 agentes de ventas; en las competencias de autoconfianza, motivación, autocontrol es del 57,14% siendo 4 agentes de ventas para cada una; y competencia social que fue un 42,86% siendo 3 agentes de ventas. para la categoría de mejorar, está presente en todas las competencias: autoconciencia fue la variable con mayor predominio con un 71,43% que representa a 5 agentes de ventas; en las competencias de empatía y motivación fue un 28,57% que es 2 agentes de ventas por cada una; para las competencias de autoconfianza, autocontrol y competencia social estuvo en 3 agentes de ventas lo que equivale a un 42,86% para cada uno.

Según los párrafos que anteceden, es importante también que el lector tenga presente que con el perfil sociodemográfico también se comprenden otras variables que son importantes para entender

como está compuesta la muestra, variables que durante el presente capítulo estarán siendo descritas junto a los niveles de inteligencia emocional presentes en cada una según el número de personas que respondieron en cada competencia. En este momento la segunda variable corresponde a los rangos de edades, que al igual que la del sexo, permite que se pueda comprender no solo como está integrado la muestra, sino que posibilita que el grupo inmobiliario pueda reconocer las edades que aplicaron la encuesta para medir los niveles de inteligencia emocional, lo que les servirá para crear futuros planes de capacitación enfocados a un determinado público

Figura 2

Niveles de inteligencia emocional de agentes de ventas hombres



Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

En línea con lo abordado en los párrafos previos y la tabla 2, los agentes de ventas del grupo inmobiliario que respondieron la encuesta son un grupo heterogéneo, tanto por sexo como por sus edades, como lo puede evidenciar el lector, si bien hay una mayor concentración de personas en los rangos de edades comprendidos de los 30 a los 39 años que representa una cantidad de 10 personas

equivalente a 55,56%, es decir, más del 50% que participó en la prueba. Esto cumple con lo mencionado al inicio del presente párrafo, es una muestra heterogénea debido que hay personas entre los rangos de 24 a 29 años, representado por 2 personas que equivale al 11,11%, el rango entre 40 a 49 años 3 que es el 16,67% de los 18 participantes y al igual que el rango de edades entre 50 a 60 años, que representa la misma cantidad del rango de 40 a 49 años.

Tabla 2

Distribución de agentes de ventas por sexo.

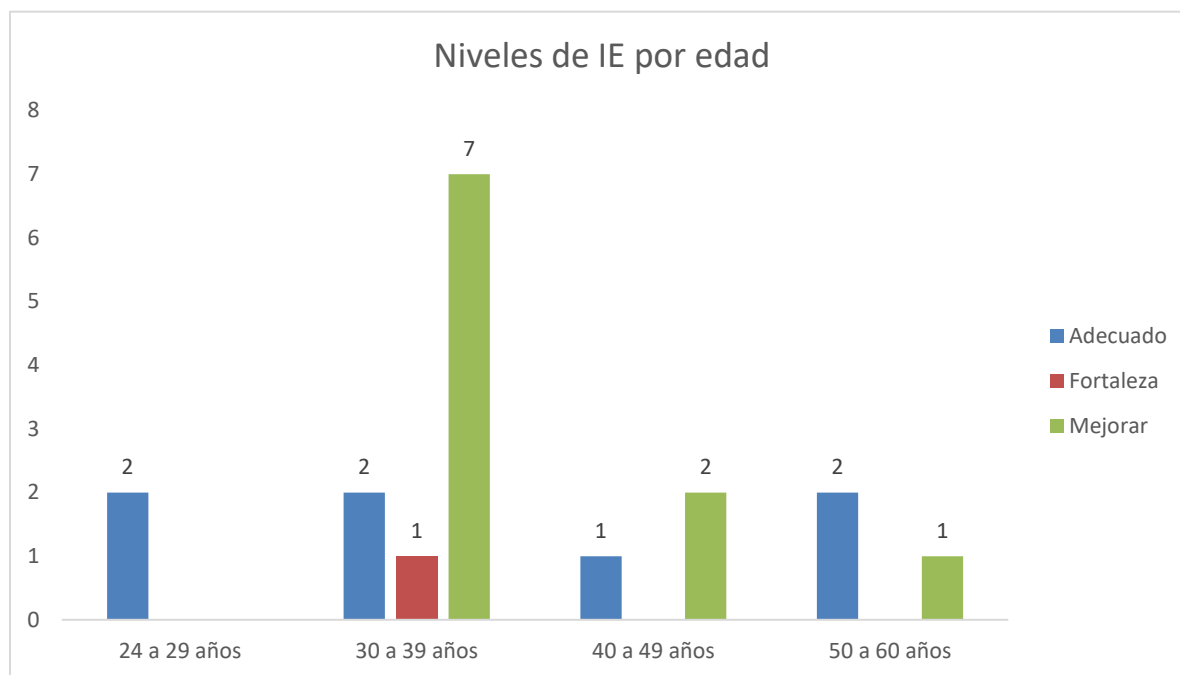
Edades	Número de agentes de ventas	Porcentaje de agentes de ventas
24 a 29 años	2	11,11%
30 a 39 años	10	55,56%
40 a 49 años	3	16,67%
50 a 60 años	3	16,67%
Total	18	100%

Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

La gráfica representa el nivel de inteligencia emocional distribuida por los rangos de edad, en el rango de edad de 24 a 29 años los 2 agentes de ventas se encuentran en un nivel adecuado, es decir, que tienen la posibilidad de fortalecer su *inteligencia emocional*; en el caso del rango de edad de 30 a 39 años es diferente, pues de los 10 agentes de ventas que se encuentran en dicho rango de edad: 7 deben de mejorar sus niveles de inteligencia emocional, 2 de ellos se encuentran en un nivel adecuado y 1 cuenta con fortaleza; en el caso de los rangos de edad de 40 a 49 años, se distribuyó en 1 agente de ventas que está en un nivel adecuado y 2 que están en un nivel de mejorar. por último, el rango de edad de 50 a 60 años, 2 agentes de ventas se encuentran en adecuado y 1 en el nivel de mejorar. En ese orden de ideas, un 55,5% de los agentes de ventas tienen oportunidad de mejora, el 38,89% se encuentra en un nivel adecuado y el 5,56% tiene fortaleza en sus niveles de inteligencia emocional.

Figura 3

Niveles de inteligencia emocional por rangos de edad



Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas

El tiempo de experiencia que se evidencia en la *Tabla 3* es diverso, donde hay 3 agentes de ventas con menos de 1 año de experiencia equivalente al 16,67%, 5 agentes de ventas que equivalen al 27,77% con un tiempo de experiencia de 1 a 3 años, para los rangos de 4 a 6 años y 7 a 10 años cada uno es de 3 agentes de ventas que corresponde a 16,67%, por último y no menos importantes los que llevan más de 10 años que representa el 22,22% que son 4 agentes de ventas.

Tabla 3*Distribución de agentes de ventas por tiempo de experiencia*

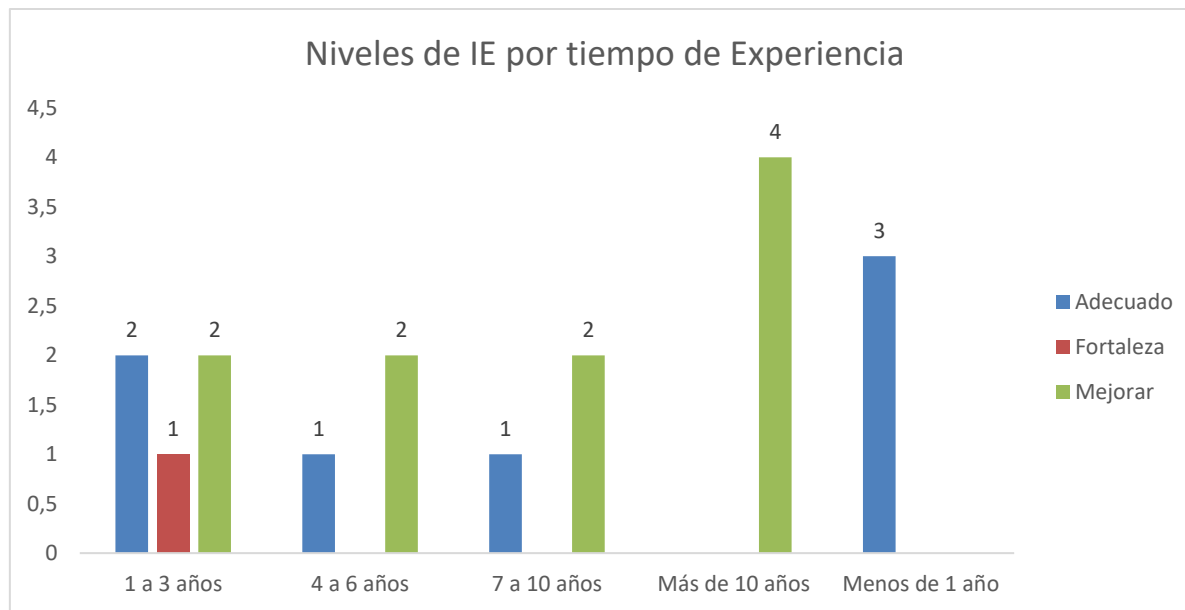
Experiencia en años	Número de agentes de ventas	Porcentaje de agentes de ventas
1 a 3 años	5	27,77%
4 a 6 años	3	16,67%
7 a 10 años	3	16,67%
Más de 10 años	4	22,22%
Menos de 1 año	3	16,67%
Total	18	100%

Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de venta.

En esta misma línea, es importante reconocer que hay diferentes rangos de edades en la muestra, si bien, existe un predominio en el rango de edad de 1 a 3 años, es solo una frecuencia más alta, porque al igual que las variables anteriores, todos los datos son necesarios, de hecho, el tiempo de experiencia representa la historia de cada agente de ventas, que contribuye ya sea de forma funcional o no a formar las competencias de la inteligencia emocional.

La *gráfica 4* representa los niveles de inteligencia emocional agrupados por edades, en el tiempo de experiencia de 1 a 3 años 1 agente de ventas se encuentra en fortaleza, para la nivel de mejorar y adecuado se encuentra 2 agentes por cada una; en el tiempo de experiencia de 4 a 6 años, 1 agentes de ventas se encuentra en adecuado y 2 en mejorar; en el caso de los agentes de ventas con experiencia de 7 a 10 años se encuentra 1 con un nivel adecuado y 2 por mejorar; los agentes de ventas con más de 10 años de experiencia los 4 que responden a la encuesta deben de mejorar su inteligencia emocional y en el caso de los que llevan menos de 1 año de experiencia los 3 se encuentran en un nivel adecuado. Los agentes de ventas con más de 4 años de experiencia representan el 55,55% de los cuales el 44,44% se encuentra en mejorar y el 11,11% en adecuado; los agentes de ventas que se encuentran en el rango de menos de un año a 3 años, es el 44,44% de los cuales el 27,78% está en adecuado, el 11,11% en mejorar y el 5,55% en fortaleza.

Figura 4

Niveles de inteligencia emocional de agentes de ventas por tiempo de experiencia

Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

El estado civil de los agentes de ventas del grupo inmobiliario, si bien es heterogéneo se encuentra un predominio en Casado(a) o unión libre, es decir, que el 66,67% que es el equivalente a 12 personas, el otro estado civil que le sigue con 5 personas equivalente al 27,78% es el Soltero(a) y el estado civil Separado(a) / Divorciado(a) es del 5,55% equivalente a 1 persona. La información del estado civil de los agentes de ventas se hace necesario al momento de entender que si bien por medio de la edad, el tiempo de experiencia en el sector, contribuye a adquirir componentes de habilidades del ser, ya sea que estos sean efectivos o no para las competencias de la inteligencia, también es necesario conocer aparte de la esfera laboral, la influencia de la esfera familiar en el desarrollo de los niveles de inteligencia emocional.

Tabla 4*Distribución de agentes de ventas por estado civil*

Estado civil	Número de agentes de ventas	Porcentaje de agentes de ventas
Casado(a) o unión libre	12	66,67%
Separado(a) / Divorciado(a)	1	5,55%
Soltero(a)	5	27,78%
Total	18	100%

Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

En la *gráfica 5* se evidencia que el 55, 55% tienen su nivel de inteligencia emocional debe de Mejorar, esto se encuentra distribuido por 8 agentes de ventas que están Casado(a) o en unión libre y 2 agentes de ventas están solteros(as); el 38,89% se encuentran en el nivel de Adecuado, 3 agentes de ventas Casado(a) o unión libre, 1 Separado(a)/Divorciado(a) y 3 Soltero (a); y el 5,55% es de la categoría Fortaleza con 1 persona de estado civil Casado(a) o unión libre. Como el lector pudo evidenciar en la *gráfica* las categorías de Mejorar y Adecuado, se encuentran distribuidas en los 3 tipos de estado civil lo que representa que la aplicación de los programas de formación no es solo para una edad, sino que deben ser capacitados en Inteligencia emocional a todos.

Figura 5

Niveles de inteligencia emocional de agentes de ventas por estado civil



Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

En la variable de nivel educativo, la muestra presentó que está distribuida de la siguiente manera: 1 agente de ventas es bachiller lo que equivale a un 5,55%; 5 agentes de ventas Técnico / Tecnólogo y Universitario (pregrado) que equivale al 27,78% para cada uno; y en el caso de Posgrado es el dato de 7 agentes de ventas que representa el 38,89%. En la gráfica se evidencia que 17 agentes de ventas que representa el 94,44% de la muestra culminó con la educación superior, lo cual presume que han adquirido diferentes habilidades técnicas/duras durante la formación académica indistintamente de la profesión que hayan estudiado y han podido adquirir experiencia en su campo de formación. Ahora bien, el lector va a encontrar a continuación la gráfica de niveles de inteligencia emocional con respecto a los niveles de formación académica.

Tabla 5*Distribución de agentes de ventas por niveles educativos*

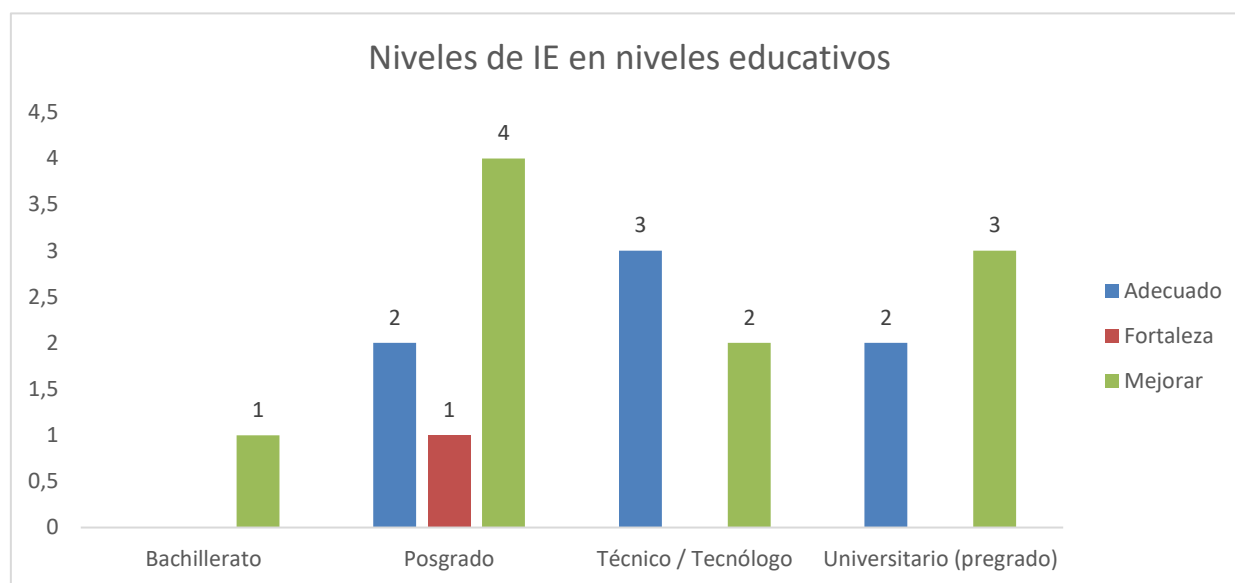
Nivel educativo	Número de agentes de ventas	Porcentaje de agentes de ventas
Bachillerato	1	5,55%
Posgrado	7	38,89%
Técnico / Tecnólogo	5	27,78%
Universitario (pregrado)	5	27,78%
Total	18	100%

Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

En la *gráfica 6*, el lector puede evidenciar a simple vista que los niveles de Fortaleza presentes en las categorías de inteligencia emocional no están directamente relacionadas con el nivel de formación académica, porque el 55,55%, tiene un nivel de Mejora en su inteligencia emocional, el cual está dividido de la siguiente forma, 1 agente de ventas en bachillerato, 4 agentes de ventas en Posgrado, 2 agentes de ventas en Técnico/Tecnólogo y 3 universitarios; en el caso en la categoría de Adecuado representa el 38,89%, distribuido en 2 agentes de ventas en posgrado, 3 agentes de ventas en Técnico/Tecnólogo y 2 personas en Pregrado; y por último la categoría de Fortaleza está presente en 1 agente de ventas en el nivel educativo de Posgrado que equivale al 5,55%. En ese orden de ideas, más del 50% de los agentes de ventas tienen oportunidades de mejora en su Inteligencia Emocional

Figura 6

Niveles de inteligencia emocional de agentes de ventas por niveles educativos



Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

En ese orden de ideas, en las variables anteriores del perfil sociodemográfico el lector ha evidenciado que en todas las variables más del 50% de los agentes de ventas tienen oportunidad de mejora, sin que estas variables como experiencia en el sector, edad, nivel educativo hayan contribuido de forma efectiva a obtener un nivel de Fortaleza descrito como categoría en el test de Inteligencia emocional. La presente investigación no busca dar relación entre variables; sin embargo, es importante para describir los niveles de Inteligencia emocional y como se han comportado los niveles en cada una de las variables, para identificar posteriormente la generación de las categorías, además de brindar un análisis del comportamiento de las competencias por cada agente de ventas.

En la *tabla 6*, se presentan los tipos de contratos con los cuales los agentes de ventas se vinculan a las empresas que hacen parte del grupo inmobiliario al cual se aplicó la prueba, que son: Comisión / freelance (actúa en nombre de una empresa sin relación laboral, cobra honorarios por cierres), en ese caso el 33,33% de los agentes de ventas están en dicha modalidad; Contrato laboral directo (por medio de contrato a término fijo o indefinido, devenga salario y honorarios) al igual que el tipo anterior

representa el 33,33%; Independiente (no representan ninguna marca, trabajan bajo sus criterios y se unen al grupo inmobiliario para trabajar en colegaje teniendo respaldo de un grupo), el cual representa el 27,78% equivalente a 5 agentes de ventas y por último el contrato por Prestación de Servicio (también actúa para una marca, genera honorarios por cierres y a diferencia del Freelance debe presentar resultados por cumplimiento), está representado por el 5,56%, equivalente a 1 agente de ventas.

A continuación, el lector encontrará como están presentes los niveles de inteligencia emocional en sus categorías de Fortaleza, Adecuado y Mejorar en los agentes de ventas según su tipo de contrato; en el caso de Fortaleza está en un 5,55% en la vinculación Independiente con un agente de ventas; para la categoría de Adecuado está en un 38,89% presente en la vinculación Comisión o Freelance con 4 agentes de ventas, Contrato Laboral Directo con 2 agentes de ventas e Independiente con una agente de ventas; y para la categoría de Mejorar, en un 55,55% que está presente en los 4 tipos de vinculación, en el caso de comisión/freelance con 2 agentes de ventas, contrato laboral directo 4 agentes de ventas, independiente 3 agentes de ventas y prestación de servicio 1 agente de ventas

Tabla 6

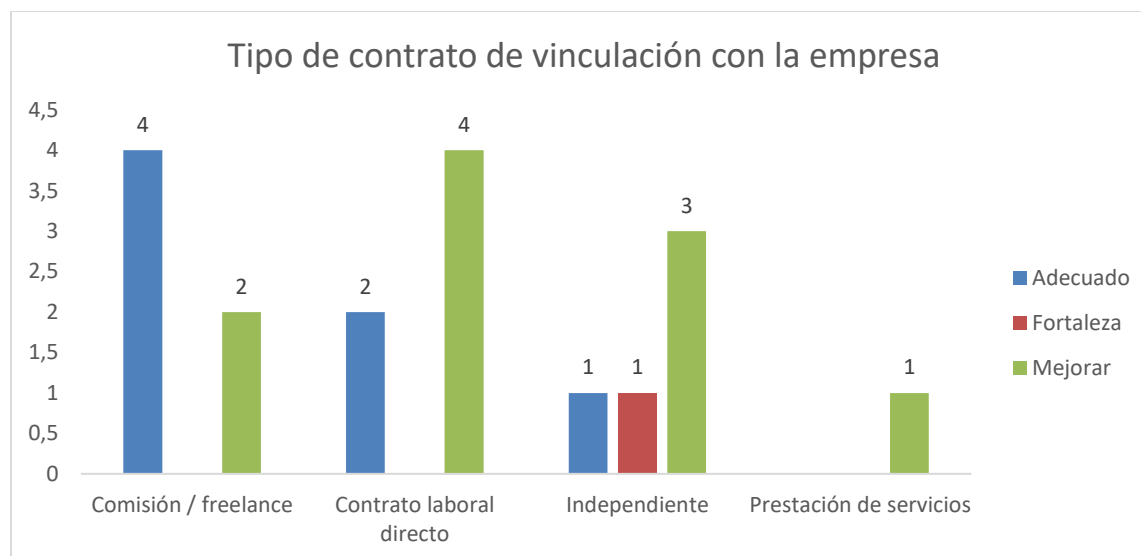
Distribución de agentes de ventas por tipo de contrato

Tipo contrato	Número de agentes de ventas	Porcentaje de agentes de ventas
Comisión / freelance	6	33,33%
Contrato laboral directo	6	33,33%
Independiente	5	27,78%
Prestación de servicios	1	5,56%
Total	18	100%

Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

Figura 7

Niveles de inteligencia emocional de agentes de ventas por tipo de contrato



Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

En los niveles de las 6 competencias que evalúa el test, el lector podrá evidenciar en la gráfica lo siguiente: Autoconciencia, el 5,56 % cuenta con un nivel de Fortaleza lo que equivale, 1 agente de ventas tiene, el 50% está en un nivel de adecuado lo que equivale a 9 agentes de ventas y el 44,44% está en un nivel de Mejorar lo que equivale a 8 agentes de ventas. Si bien, el 50% logra comprender las emociones de una forma adecuada, casi la mitad de los agentes de ventas tienen oportunidad de mejora en dicha competencia. Además, la prueba arrojó que tan solo 1 agente de ventas cuenta con un óptimo nivel de inteligencia emocional y logra gestionar de sí mismo y posee confianza, es decir, que la presente competencia debe ser incluida en los programas de formación para su consolidación.

Para el caso de la competencia de Empatía, si bien se evidencia un ligero aumento hacia los agentes de ventas que tienen un nivel Adecuado con número de 10 personas, representado por el 55,55%, solo 1 persona cuenta con dicha competencia en Fortaleza por lo que es capaz de reconocer las emociones de los demás y un 38,89% que equivale a 7 agentes de ventas que deben de Mejorar su Empatía. Por lo anterior y dado que los agentes de ventas están en constante interacción con clientes, colegas y superiores, donde en el caso de los clientes deben de asumir una postura activa frente a

entender el requerimiento y apropiarse de el para poder cumplir con lo que desea el cliente, es una competencia que deben de fortalecer para su desarrollo personal y profesional.

La competencia de Autoconfianza, así como las competencias antes descritas también requiere ser incluida en los programas de formación y/o capacitación, porque en primera instancia no se logró evidenciar agentes de ventas en el nivel de Fortaleza, además que para los niveles en las categorías de Adecuado y Mejorar se encontraron datos equivalentes en un 50% para cada uno lo que equivale a 9 agentes de ventas que se encuentran en cada nivel. Lo que es un indicativo que no todos los agentes de ventas tienen la creencia en sus capacidades, en la gestión de sus emociones, en sus conocimientos de habilidades blandas y técnicas, por lo que la persona que desarrolla su ejercicio profesional en el sector inmobiliario no está teniendo toma de decisiones de forma segura.

Al contrario de las competencias previas, en la competencia de Motivación se vio un leve aumento en los niveles, en el caso de la categoría de Fortaleza 2 agentes de ventas equivalentes al 11, 11%; en el caso del nivel en la categoría de Adecuado es del 66,67% lo que quiere decir, que 12 agentes de ventas sienten el impulso y encuentran la inspiración hacia los objetivos o actividades habituales para realizarlas; en el caso de Mejorar el 22,22% que representa 4 agentes de ventas tienen oportunidad de mejorar en dicha área por lo que en ciertos momentos de sus vidas no encuentran aquello que les permite tener o servir de inspiración a los demás para alcanzar metas u objetivos personales y profesionales. Si bien, más de la mitad se encuentra en Adecuado, pueden encontrar más herramientas que les permitan llegar a un nivel en la categoría de Fortaleza.

En la competencia de Autocontrol, el 50% de los agentes de ventas que respondieron al test se encuentran en el nivel de Mejorar, en ese orden de ideas 9 personas no tienen un poder efectivo sobre sus emociones, lo que para el sector inmobiliario que durante el día está transitando por diferentes emociones por periodos pequeños de tiempo, se traduce en agentes de ventas que puedan llegar a tener conflictos y dificultades con ellos mismos y con las personas con las que interactúan constantemente. En

el caso del nivel en la categoría de Adecuado está presente en el 44,44% lo que equivale a 8 agentes de ventas y es el nivel de Fortaleza tan solo está presente en el 5,56% (1 sola persona); por lo que así, como las demás competencias deben de ser trabajadas en los programas de formación.

Finalmente, se encuentra la competencia de Competencia Social, si bien es la última no es la menos importante, pues al igual que las demás hacen parte de la Inteligencia emocional y contribuye a formar las competencias y habilidades blandas de los agentes de ventas. En la competencia social se encuentra que el 11,11% (2 personas) tienen el nivel de Fortaleza, el 33,33% en el nivel de Adecuado y el 55,56% que equivale a 10 personas Mejorar. En la tabla se evidencia que en promedio 1,17 personas equivalente al 6,5% cuentan con un nivel de Fortaleza, en el nivel Adecuado el promedio es de 9 personas que representa el 50% y para el nivel de Mejorar el promedio es de 7,83% lo que equivale al 43,5%; en ese orden de ideas, las 6 competencias deben de ser consideradas para los programas de formación y/o capacitación debido a que se encuentran con oportunidades de mejora en Inteligencia emocional

Tabla 7

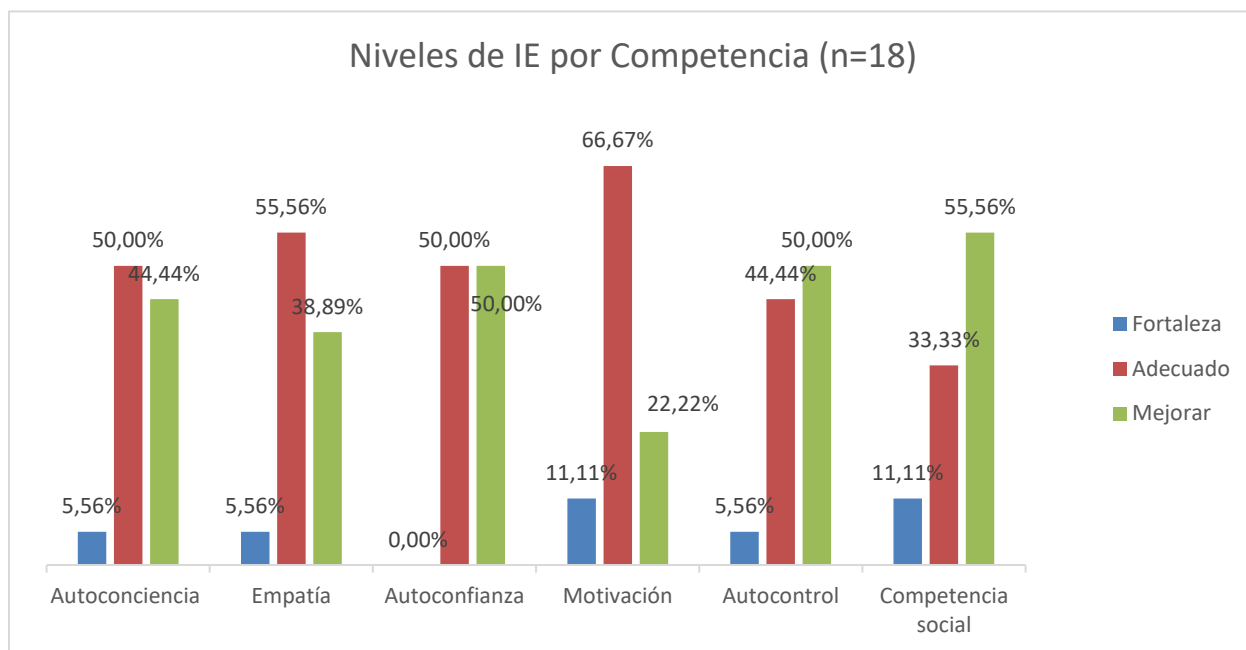
Distribución de agentes de ventas por niveles de competencias de IE

Competencias/Nivales	Fortaleza	Adecuado	Mejorar
Autoconciencia	1	9	8
Empatía	1	10	7
Autoconfianza	0	9	9
Motivación	2	12	4
Autocontrol	1	8	9
Competencia social	2	6	10
Promedio	1,17	9	7,83

Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

Figura 8

Niveles de IE por competencia en los agentes de ventas



Nota: Elaboración propia del investigador a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de la prueba de inteligencia emocional de Sterrett 2002, a los agentes de ventas.

Capítulo V

Discusiones

La presente investigación describe los niveles de inteligencia emocional de los agentes de ventas con base a los resultados obtenidos en la prueba aplicada. Es decir, primeramente se identifican las competencias que abarcan la inteligencia desde el interior con lo Intrapersonal a lo exterior con lo Interpersonal, lo cual se dio frente al reconocimiento de las competencias existentes en las mediciones que hace el test de inteligencia emocional de Sterrett 2002 que contempla, la Autoconciencia, Empatía, motivación, Autocontrol y competencia social, las cuales se encuentran en un nivel de categoría *Adecuado* entre un 33,33% y 66,67% de agentes de ventas; en cada una de las competencias mencionadas anteriormente se encuentran entre 5,56% y 11,11% de los agentes de ventas con Fortaleza.

La presente investigación abordó el concepto de *competencia emocional*, definida en el apartado del marco teórico, siendo fundamental para el presente capítulo, porque se entiende que está no solo es vista desde el sentir de las personas, sino que va está también los pensamientos y las acciones de los agentes de ventas, es decir, los resultados obtenidos que se mencionaron en el párrafo previo de las competencias que se encuentran con niveles de fortaleza que dichos agentes tendrían en relación consigo mismo y con los demás de carácter armonioso, es decir, más efectivas. En el caso Diaz (2024) menciona que “desarrollar estas habilidades puede ser fundamental para manejar el estrés, construir relaciones efectivas con clientes y colegas, y mantener la motivación en un entorno altamente competitivo” (p.20). Lo que sea hace necesario para el desarrollo integral de la profesión.

Siendo así, la presente investigación cumplió con el primer objetivo específico porque identificó las competencias de la inteligencia emocional, es decir, en el capítulo V, se presentaron los datos detallados, que se están abordando en el presente apartado de forma global sobre cómo se encuentran los niveles de cada una de las competencias en línea con el perfil sociodemográfico. En ese orden de

ideas cada competencia se identificó junto a las variables de estado civil, tiempo de experiencia, edad, sexo, etc. Además, que en promedio, el 50% se encuentra en niveles adecuados; 7,83 personas cuentan con fortalezas, lo que indica que se deben implementar programas de capacitación y los agentes de ventas también deben de asumir una postura de autoaprendizaje.

Los agentes de ventas inmobiliarios son las personas que desarrollan la labor profesional en el sector, como se evidencian en los resultados son personas que se encuentran en diferentes ciclos de la vida, es decir, hay 2 personas en edades comprendidas de 24 a 29 años, en el caso de 1 persona está iniciando experiencia en el sector inmobiliario, en contraste hay 1 persona en ese mismo rango de edad que ya cuenta con rango de experiencia de 4 a 6 años, con una carrera universitaria, lo que representa una diferencia notable, donde no es posible generalizar la muestra de los 18 agentes, pues como el ejemplo anterior, se van a encontrar personas con diferencia de edad, sexto, experiencia, tipo de contrato, lo que sí es notable en la muestra es que existe una corresponsabilidad, pues si bien la salud emocional es responsabilidad propia, al contribuir la inteligencia emocional a los objetivos de la empresa, deben de haber programas que posibiliten formarla en los agentes de ventas.

Siguiendo en la línea con aquello que no es palpable, ni reconocido a simple vista como las competencias emocionales, se integra a la presente discusión, las habilidades blandas, que son reconocidas como blandas porque están ligadas al ser, es decir, más a las acciones que tienen que ver de carácter subjetivo, lo que para alguien pueden ser habitual en su forma de responder, actuar, que va ligado a su historia o a sus características, para otros puede ser un don, algo extraño o algo que molesta, pero como no afecta directamente, se dice que es propio de quien lo tiene; cada persona cuenta con una habilidad, ya sea técnica o blanda, llamada por Castelar (2024), "power skills" porque para el autor serán las habilidades del ahora, saber responder, socializar, comunicarse de una forma efectiva, estarán por encima de los conocimientos técnicos que se aprenden rápido.

Lo que resulta fundamental a la hora de presentar una información descriptiva del estado actual de los niveles de inteligencia emocional de los agentes de ventas, porque si bien, las competencias técnicas las pueden aprender durante el transcurso de su experiencia o en la formación académica, las habilidades blandas o competencias emocionales que integran la inteligencia emocional, al contrario de lo que se evidencio en los resultados de la prueba aplicada, los agentes de ventas con más de 10 años de experiencia, no se hallaron personas en niveles ni adecuados, ni de fortaleza de inteligencia emocional, por el contrario las 4 personas que respondieron a la encuesta en ese rango de experiencia deben de mejorar en sus niveles, con dicho dato, el lector puede preguntarse si mayor experiencia disminuye los niveles de inteligencia emocional, como es el caso de la presente investigación.

En el caso de un estudio realizado en empresas Iberoamericanas.

“Sus resultados indican que no existen diferencias significativas en función del sexo de los participantes, lo que sugiere que la inteligencia emocional y las habilidades de liderazgo no están condicionadas directamente por esta variable. Sin embargo, sí se encontraron diferencias significativas asociadas con factores como la edad, la experiencia laboral y el nivel educativo” (Lago y Rivadeneria, 2025, p.78).

Lo que es indicativo que para el área de ventas del sector inmobiliario es diferente, pues si bien hay diferencias en los resultados, los niveles de fortaleza para las personas que llevan más de 10 años de experiencia, es bajo los niveles de inteligencia, pues no se presentó ni una sola persona que estuviera en los niveles de adecuado ni fortaleza en ninguna de las competencias evaluadas en la prueba; por ende los resultados no estaban relacionados a mayor experiencia, mayor inteligencia emocional, por el contrario se evidencia que está bajo, aunque no se puede decir, que es por la experiencia, pues no se tiene antecedente de cómo se encontraba la inteligencia emocional de los agentes de ventas al iniciar en el sector inmobiliario.

Con los datos arrojados, solo se reconoce que las personas con menos de un año de experiencia que es una menos a las de más de 10 años, es decir, 3 personas se encuentran en niveles adecuados de inteligencia emocional, realizando la comparación de ambos, se evidencia que las personas con menos experiencia se encuentran levemente por encima a las que tienen más años, se expone levemente debido a que las menos de un año, no hay ninguna que se encuentre en fortaleza. Pasando a puntos medios de tiempo de experiencia, las personas entre 4 a 6 años de experiencia se encuentra en niveles de adecuado y mejor, ya para el tiempo de experiencia de 1 a 3 años, se encuentra 1 persona en fortaleza, lo anterior sugiere que, para el sector inmobiliario, al ser un área competitiva, donde se experimenta diferentes estados emocionales, se hace necesario que las empresas capaciten a su personal, en el desarrollo de la inteligencia emocional.

Pasando de nuevo, a la identificación y el reconocimiento de los niveles de inteligencia emocional, se evidencia lo siguiente: La competencia de Autoconfianza no cuenta con ningún agente de ventas que se encuentre en el nivel de Fortaleza; por otro lado, las 6 competencias mostraron que entre el 22,22% y el 55, 56% de los agentes de ventas se encuentran en el nivel de categoría de Mejorar. Lo que aporta a la reflexión del estado emocional de los agentes de ventas, frente a los niveles en los que estaban en el momento de participar en la prueba, pues en promedio el nivel de Fortaleza para cada competencia está en un total 1,7 personas. En ese orden de ideas, debido a las cifras presentadas y a la descripción de los niveles de Inteligencia emocional, el grupo inmobiliario, líderes comerciales y de gestión humana, con la información descrita, pueden identificar las necesidades del equipo, para crear capacitaciones que contribuyan a fortalecer dichas competencias.

Es de entender, con lo abordado anteriormente que los agentes de ventas se encuentran en el nivel de mejora son del 7,83 lo que equivale al 43,5% de las personas. Con base al párrafo que antecede, Suarez y Campoverde (2024) concluyen que: “Tras el análisis estratégico, se concluye que la inteligencia emocional juega un papel fundamental en el ámbito comercial, ya que influye en aspectos cruciales

como el cumplimiento de metas, las negociaciones y el cierre de contratos, entre otros” (16), lo que los niveles antes presentados, influye, de adentro hacia afuera, es decir, si los agentes de ventas no fortalecen sus habilidades blandas y continúan en disminuyendo en el nivel, los agentes también lo empezarán a ver reflejado en el entorno con el alcance de los objetivos mensuales y la comunicación efectiva con los clientes para llevarlos a culminar el proceso

Conclusiones

Primeramente, la presente investigación durante el proceso de rastreo bibliográfico no halló históricos frente a estudios de inteligencia emocional en ventas inmobiliarias en el contexto Colombiano, lo que dificultó identificar desde los antecedentes como viven los agentes de ventas la Inteligencia emocional en el sector inmobiliario exclusivamente, pues en las bases de datos científicas se encuentran investigaciones en el sector de ventas en general y en cargos de liderazgo en el sector inmobiliario, lo que en el proceso de redacción dificultó la realización de un contraste entre lo escrito por el investigador desde el cuestionamiento, si los vendedores de otros sectores viven el mundo comercial desde una perspectiva similar y el cómo lo ven los agentes de ventas en el día a día de sus labores.

En esta misma línea, al ser distintos a los demás vendedores que se especializan en otros sectores, el agente de ventas, está en constante movimiento, es decir, por fuera de la oficina, ya sea captando inmuebles para la venta, en visita con clientes a inmuebles, en firma de promesa o de escritura, realizando una diligencia en entidades públicas para expedir certificados, lo que se traduce que hay días que el agente de ventas no va a la oficina, por lo cual se encuentra expuesto no solo a diferentes estados emocionales, sino climáticos y de orden público, por lo que el investigador tuvo inconvenientes de seleccionar la cantidad de población que iba a participar en la prueba, lo que lleva a tomar una muestra no probabilística y a conveniencia, para poder obtener bases sobre el estado actual de los niveles de inteligencia emocional y cumplir con el objetivo específico de describir los niveles la misma.

Ahora bien, la presente investigación resalta por medio de los objetivos específicos, identificando las competencias desde las dimensiones interpersonal e intrapersonal, reconociendo las cómo están compuestas y proporcionando información descriptiva que, de luz al grupo inmobiliario, para propiciar capacitaciones que permitan formar en dichas competencias, porque estás a su vez

permitirán que los agentes de ventas alcancen sus metas. Además, que la presente investigación queda como insumo para que en el futuro se tengan antecedentes frente a los niveles de Inteligencia emocional, que posibiliten la investigación sobre otras metodologías.

Por último y no menos importante, se ha destacado durante el desarrollo de la presente investigación la importancia de la inteligencia emocional, llegando a los niveles presentados en la misma, respondiendo a la pregunta de investigación de ¿Cuáles son los niveles de inteligencia emocional en los agentes de ventas de un grupo inmobiliario en Medellín durante el año 2025?, siendo ya descriptivos en los resultados, se concluye que los niveles de inteligencia emocional, han arrojado un leve nivel de adecuado en sincronía con mejorar, pues en el nivel de fortaleza se encuentran entre 1 a 2 personas en dicho nivel; por lo que respondiendo a la pregunta de una forma global, los niveles son: Adecuado y Mejorar, lo que se convierte en otro argumento del requerimiento en formación de los agentes de ventas.

Referencias

- Aragón, J., (2019). *Inteligencia emocional y su relación en el desempeño laboral*. Revista Naturaleza, Sociedad y Ambiente, 6 (1),55-68 DOI: <https://doi.org/10.37533/cunsurori.v6i1.41>
- Bermeo, M. P. (2023). Asociación entre autoestima y desempeño laboral en los servidores y trabajadores del Departamento de Acción Social del GAD Municipal de Azogues [Tesis de licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/24725>
- Bisquerra, R. (2003). Educación emocional y competencias básicas para la vida. Revista de Investigación Educativa, 21(1), 7-43.
- Branden, N., (s.f.). Los 6 pilares de la autoestima. Ediciones Paidó
- Carmona, P., Vargas, J.G, y Rosas, R.E (2015). Influencia de la inteligencia emocional en el desempeño laboral. Sapienza Organizacional , 2 (3), 53-68. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553056601004>
- Castelar, B. (2023). Power skills: El secreto para construir tu carrera profesional en la era de la inteligencia artificial. Paidós Empresa
- Chenche, F.M, Llaguno, B.G, Contreras, J.H, y Rivera, L.L. (2023). Relaciones interpersonales en la convivencia personal. Recimundo, 7(1), 372–380. [https://doi.org/10.26820/recimundo/7.\(1\).enero.2023.372-380](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.372-380)
- Córdova, M. J., Valencia, E. G., y Moreno, K. A. (2024). *Rotación laboral, estrés laboral, relación con el cliente e inteligencia emocional en los corredores inmobiliarios de la ciudad de Ambato*. Revista RECITIUM, 10(2). Universidad Politécnica Territorial de Maracaibo. <http://recitium.iutm.edu.ve/index.php/recitium/article/view/266/html>
- Díaz, E. (2024). El impacto del coaching en la incorporación y desarrollo de nuevos agentes inmobiliarios en REMAX: Un análisis de los beneficios en la adaptación profesional y el desempeño [Trabajo

final de especialización, Universidad Nacional de La Plata]. Sedici - Repositorio institucional de la UNLP.

https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/173000/Documento_completo.pdf?sequence=1

Díaz, E.M. y Chávarry, P.R. (2022). *Inteligencia emocional como herramienta eficaz para la mejora del desempeño laboral en funcionarios públicos: Una revisión*. *Apuntes Universitarios*, 12(2), 97-113.

<https://doi.org/10.17162/au.v12i2.1035>

Ekman, P. (2007). *El rostro de las emociones* (J. J. Serra, Trad.). RBA Libros, S.A. ISBN: 9788490568859

Foro Económico Mundial. (2018). *Inteligencia emocional: qué es y por qué la necesitas*. Foro Económico Mundial. <https://es.weforum.org/stories/2018/03/inteligencia-emocional-que-es-y-por-que-la-necesitas/>

García, E. (2022). *¿Qué papel tiene la inteligencia emocional en el contexto clínico, laboral y educativo?*

Escritos de Psicología, 15(2), 148-158. <https://dx.doi.org/10.24310/espsiescpsi.v15i2.14752>

García, E. J., Garay, D. D., Gia, V. M., Montalvo, G. M., y Moreno, N. C. (2025). *Inteligencia emocional en el manejo del Burnout en profesionales de la salud*. *Ciencia Latina Revista Científica*

Multidisciplinar, 9(4), 6122-6142. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i4.19233

Gardner, H. (2001). *Estructuras de la mente: la teoría de las inteligencias múltiples*. Fondo de Cultura Económica Ltda. ISBN: 958-38-0063-5

Goleman, D. (1996). *La inteligencia emocional: Por qué es más importante que el coeficiente intelectual*.

Kairós.

Goleman, D. (1998). *La práctica de la inteligencia emocional*. Editorial Kairós S. A.

Gonzales, R. F. (2023). *Competencias emocionales y Cultura organizacional*. *Revista de Climatología* (Edición especial Ciencias Sociales), 23, 3197–3203.

<https://doi.org/10.59427/rcli/2023/v23cs.3197-3203>

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Jiménez, L. R., Redondo, M. M., Tirado, M. V., Villalobos, J. T. y Muñoz, H. H. (2024). *Habilidades sociales y competencias blandas para la empleabilidad de abogados y psicólogos*. Clío América, 18(36), 129–141. <https://doi.org/10.21676/23897848.6224>
- La Lonja. (2025). *Encuentro de Vendedores*. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de <https://lonja.org.co/eventos/encuentro-de-vendedores/>
- Lago, A., y Rivadeneria, L., (2025). Inteligencia Emocional y Liderazgo en Empresas Iberoamericanas: Una Revisión Sistemática de Literatura. Reincisol, 4(8), pp. 68-97. [https://doi.org/10.59282/reincisol.V4\(8\)68-97](https://doi.org/10.59282/reincisol.V4(8)68-97)
- Ley 1090 de 2006. Por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones. Septiembre 6 de 2006. DO. No. 46383. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66205>
- López, O. E. (2021). Competencia social. Universidad San Marcos. <http://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/handle/11506/1625>
- Mababu, R. (2014). *La relación entre la inteligencia emocional (IE) y el desempeño laboral: un análisis exploratorio de «IE-éxito profesional» desde la perspectiva de gestión estratégica de recursos humanos*. Revista De Trabajo Y Seguridad Social. CEF, (372), 183–224. <https://doi.org/10.51302/rtss.2014.2898>
- Martínez, L. L. (2025). Abordaje de las emociones, afectos y creatividad para el desarrollo del bienestar integral: Propuesta para desarrollar habilidades socioemocionales en equipos organizacionales. [Monografía de análisis de experiencia, Universidad Distrital Francisco José de Caldas]. Repositorio <http://hdl.handle.net/11349/93344>

- Medrano, J.(2023). La inteligencia emocional en el ámbito laboral: Programa para mejorar la gestión de las emociones en el trabajo [Trabajo de fin de grado, Universidad de Valladolid].
<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/62433>
- Megías, F., y Castro, F. J. (2018). Competencia personal y social: Las habilidades sociales. *Metas de Enfermería*, 21(4), 10. ISSN 1138-7262. <https://www.aeesme.org/wp-content/uploads/2021/01/2018-Megias-Lizancos-F-Castro-Molina-FJ.-Competencia-personal-y-social.-Las-habilidades-sociales.pdf>
- Meléndez, J. (2025). Las competencias socioemocionales de los estudiantes: una revisión literaria. *Revista InveCom*, 5(2). 1-10. <https://zenodo.org/records/14788725>
- Mestre, J. M., Guil, R., Brackett, M. A., y Salovey, P. (2008). Inteligencia emocional: definición, evaluación y aplicaciones desde el modelo de habilidades de Mayer y Salovey. *Motivación y emoción*, 407-438.
https://www.researchgate.net/publication/259998138_INTELIGENCIA_EMOCIONAL_DEFINICION_EVALUACION_Y_APLICACIONES_DESDE_EL_MODELO_DE_HABILIDADES_DE_MAYER_Y_SALOVEY
- Ministerio del Trabajo de Colombia. (2019, julio). Bienestar y salud mental: Un compromiso de MinTrabajo y el sector público. Ministerio del Trabajo de Colombia.
<https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/julio/bienestar-y-salud-mental-un-compromiso-de-mintrabajo-y-el-sector-publico>
- Montano, B. E., Salas, L. H.,y Barboza, C. R. (2023). *Elementos del coeficiente intelectual que influyen en la integración laboral del capital humano en una empresa de Monclova, Coahuila*. *Vinculatégica EFAN*, 9(6), 148–192. <https://doi.org/10.29105/vtga9.6-478>

- Olvera, D. I., y Valencia, K. (2025). El trabajo emocional en las organizaciones: revisión de literatura y análisis. *DIVULGARE Boletín Científico De La Escuela Superior De Actopan*, 12(Especial), 14–24.
<https://doi.org/10.29057/esa.v12iEspecial.13833>
- Organización Mundial de la Salud. (1948, 04, 07). *Constitución de la Organización Mundial de la Salud*.
<https://www.who.int/es/about/governance/constitution>
- Patiño, H. A. M. (2024). Competencias emocionales. *Revista Internacional de Educación Emocional y Bienestar*, 4(2), IX–XIII. <https://doi.org/10.48102/riieb.2024.4.2.e105>
- Pérez, M., Velastegui, D., Velastegui, R., y Mayorga, L., (2023). Las inteligencias múltiples y el proceso de enseñanza. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(1-1), 199 - 211, <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.1-1.2272>
- Piaget, J. (1972). *Psicología de la inteligencia* (J. C. Foix, Trad.). Buenos Aires: Editorial Psique.
- Placencia, A. C. (2025). Meta-Análisis del Impacto de la Inteligencia Emocional en el Trabajo en Latinoamérica durante los años 2014 a 2024. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 6(2), 308 – 321. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i2.3627>
- Ramírez, M. A., y Manjarrez, N. N. (2022). Habilidades blandas y habilidades duras, clave para la formación profesional integral. *Revista De Ciencia Sociales Y Económicas*, 6(2), 27–37.
<https://doi.org/10.18779/csye.v6i2.590>
- Ramírez, P. (2022). Inteligencia emocional aplicada al trabajo [Trabajo de fin de máster, Universidad Internacional de Andalucía].
https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/6521/1204_Ram%C3%ADrez.pdf
- Real Academia Española. (2024). Diccionario de la lengua española (versión 23.8 en línea).
<https://dle.rae.es/inteligencia>

- Rogers, C.R. (1959). A theory of therapy, personality and interpersonal relationships as developed in the clientcentered framework. En S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of a science*. New York: McGraw-Hil
- Ruiz, . B. A., Tumay Romero, N. Y., y Guavita, N. C. . (2023). Habilidades intrapersonales de la inteligencia emocional: una competencia para el cuidado de enfermería . *Cuaderno De Investigaciones: Semilleros Andina*, 16, 125-141. <https://doi.org/10.33132/26196301.2365>
- Ryan, R. M., y Deci, E. L. (2000). La teoría de la autodeterminación y la facilitación de la motivación intrínseca, el desarrollo social y el bienestar. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Salguero, S. M., Vinueza, K. S., Vargas, A. R., y Raigosa, A. (2024). Influencia de las emociones en la dinámica de equipos de trabajo. <https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0296>
- Sterrett, E. A. (2001). *Guía del directivo para la inteligencia emocional: De la gestión al liderazgo* (L. C. Pérez de León, Trad.). Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Suárez, K. E. (2024). *Evaluación de la inteligencia emocional en el liderazgo y desempeño comercial*. Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27592/1/UPS-GT005054.pdf>

Anexos

Anexo 1.

Test de Inteligencia Emocional, Emily A. Sterrett (2002)

1

Test de Inteligencia Emocional

Emily A. Sterrett (2002)

Nombre: Edad:

Fecha: Ocupación:

¿Quieres saber cuál es tu nivel de Inteligencia Emocional? Te lo pongo fácil, rápido y divertido con este cuestionario para descubrir cuáles son tus *fortalezas* y cuáles tus principales *áreas de mejora*.

Hemos preparado este test que evalúa la Inteligencia Emocional en las personas para que puedas evaluar con toda fiabilidad cuáles son tus puntos fuertes y tus puntos débiles en este sentido. El test evalúa cinco categorías básicas:

1. Autoconocimiento emocional (o conciencia de uno mismo).
2. Autocontrol emocional (o autorregulación).
3. Automotivación (incluye la autoestima).
4. Reconocimiento de emociones ajenas (o empatía).
5. Relaciones interpersonales (incluye habilidades sociales, asertividad y resolución de conflictos).

Ya sabes lo esencial que es para tus éxitos personales y profesionales tener una sólida y desarrollada Inteligencia Emocional. Se te presentan 30 preguntas que deberás contestar. Al final se te presenta cómo puntuar cada respuesta y cómo sumar las puntuaciones para obtener tu nivel total en las habilidades socioemocionales más importantes. Igualmente, encontrarás cómo interpretar las puntuaciones para así poder tomar mejores decisiones sobre qué aspectos te interesa mejorar.

Responde a todas las preguntas con sinceridad, pues no hay respuestas correctas ni incorrectas. Si en alguna pregunta crees que no hay ninguna respuesta que corresponda exactamente con tu comportamiento, escoge la más parecida. El objetivo es analizarte con realismo para a partir de allí saber qué y cómo mejorar.

Este test sólo ofrece orientación y carece de valor diagnóstico.

Puntúa cada pregunta con entre 1 y 5 puntos. Piensa en la frecuencia con la que se dan en ti las conductas/reacciones por las que te preguntan.

- 1 = prácticamente nunca
 2 = pocas veces
 3 = a veces sí, a veces no
 4 = bastante a menudo
 5 = prácticamente siempre

		1	2	3	4	5
1.	Soy consciente de las reacciones físicas (gestos, dolores, cambios súbitos...) que señalan una reacción emocional en mi cuerpo.					
2.	Admito de buena gana mis errores y me disculpo.					
3.	No me aferro a los problemas, enfados o heridas del pasado y soy capaz de dejarlos atrás para avanzar.					
4.	Normalmente tengo una idea exacta de cómo me percibe la otra persona durante una interacción específica.					

5.	Hay varias cosas importantes en mi vida que me entusiasman y lo hago patente.					
6.	Tengo facilidad para conocer e iniciar conversaciones con personas desconocidas cuando tengo que hacerlo.					
7.	Me tomo un descanso o utilizo otro método activo para incrementar mi energía cuando noto que mi nivel de energía está decayendo.					
8.	No me cuesta demasiado asumir riesgos prudentes.					
9.	Me abro a las personas en la medida adecuada, no demasiado pero lo suficiente como para no dar la impresión de ser frío y distante.					
10.	Puedo participar en una interacción con otra persona y captar bastante bien cuál es su estado de ánimo en base a las señales no verbales que me envía.					
11.	Normalmente otros se sienten inspirados y animados después de hablar conmigo.					
12.	No tengo ningún problema a la hora de hacer una presentación a un grupo o dirigir una reunión.					
13.	Cada día dedico algo de tiempo a la reflexión.					
14.	Yo tomo la iniciativa y sigo adelante con las tareas que es necesario hacer.					
15.	Me abstengo de formarme una opinión sobre los temas y de expresar esa opinión hasta que no conozco todos los hechos.					
16.	Cuento con varias personas a las que puedo recurrir y pedir su ayuda cuando la necesito.					
17.	Intento encontrar el lado positivo en cualquier situación.					
18.	Soy capaz de afrontar con calma, sensibilidad y de manera proactiva los despliegues emocionales de otras personas.					
19.	Normalmente soy capaz de identificar el tipo de emoción que siento en un momento dado.					
20.	Por lo general me siento cómodo en las situaciones nuevas.					
21.	No escondo mi enfado pero tampoco lo pago con otros.					
22.	Puedo demostrar empatía y acoplar mis sentimientos a los de la otra persona en una interacción.					
23.	Soy capaz de seguir adelante en un proyecto importante a pesar de los obstáculos.					
24.	Los demás me respetan y les caigo bien incluso cuando no están de acuerdo conmigo.					
25.	Tengo claro cuáles son mis propias metas y valores.					
26.	Expreso mis puntos de vista con honestidad y ponderación, sin agobiar.					
27.	Puedo controlar mis estados de ánimo y muy raras veces llevo las emociones negativas al trabajo.					
28.	Centro toda mi atención en la otra persona cuando estoy escuchándole.					
29.	Creo que el trabajo que hago cada día tiene sentido y aporta valor a la sociedad.					

30.	Puedo persuadir eficazmente a otros para que adopten mi punto de vista sin coaccionarles.						
-----	---	--	--	--	--	--	--

3

Revisa si has contestado todas las preguntas, gracias.

CORRECCIÓN

Cómo corregir el test y obtener tus puntuaciones en Inteligencia Emocional

1º Escribe sus puntuaciones para cada pregunta numeradas en la categoría correspondiente.

2º Suma las puntuaciones de cada categoría para obtener el total de ese factor específico de la I. Emocional.

Autoconciencia	Empatía	Autoconfianza
1	4	2
7	10	8
13	16	14
19	22	20
25	28	26
Total:	Total:	Total:

Motivación	Autocontrol	Competencia social
5	3	6
11	9	12
17	15	18
23	21	24
29	27	30
Total:	Total:	Total:

Cómo interpretar tus puntuaciones en el test

En cualquiera de las puntuaciones totales (autoconciencia, motivación, competencia social, etc.), una puntuación inferior a 20 indica que es un área en la cual tienes un importante *margen para la mejora*.

Si tienes puntuaciones de 24-25, enhorabuena porque sin duda esa es una de tus **grandes fortalezas**.

Además, analizando cada pregunta individualmente, cualquier respuesta que hayas dado con una puntuación de 3 o menos indica que esa habilidad concreta tiene para ti considerable *margen de mejora* también.

Dos fantásticas noticias:

1. Las competencias emocionales y sociales pueden entrenarse y además es algo que está comprobado puede hacerse en cualquier momento de tu vida (la edad no es ninguna excusa válida).
2. Aún en los casos en los que tengas puntuaciones muy altas siempre quedan habilidades concretas por pulir y afianzar.

Test de inteligencia emocional

El término **Inteligencia Emocional (IE)** se refiere a la capacidad humana de sentir, entender, controlar y modificar estados emocionales en uno mismo y en los demás. Inteligencia Emocional no significa ahogar las emociones, sino dirigir las y equilibrarlas hacia estados positivos.

La **IE** es una herramienta que abarca todas las áreas de la vida. Tiene diversas funciones prácticas que son útiles para diferentes áreas fundamentales de nuestra vida:

1. **Es la base de nuestro bienestar psicológico**, ayudando al desarrollo armónico y equilibrado de nuestra personalidad.
2. **Contribuye a nuestra buena salud física**, disminuyendo o eliminando malestares psicósomáticos intrusivos y previniendo enfermedades producidas por desequilibrios emocionales permanentes como la ansiedad, tristeza, angustia, miedo, ira, irritabilidad, etc.
3. **Favorece nuestro entusiasmo y motivación** a movernos o acercarnos hacia lo agradable y alejarnos de lo desagradable.
4. **Nos permite un mejor desarrollo de nuestras relaciones con las personas**, tanto en el área afectiva-familiar, como en la social y laboral-profesional. En este último apartado, una alta IE es sinónimo de llevar a un nivel óptimo la relación entre las personas: determina qué tipo de relación mantendremos con nuestros subordinados (liderazgo), con nuestros superiores (adaptabilidad) o con nuestros compañeros (trabajo en equipo). Las emociones determinan cómo respondemos, nos comunicamos, nos comportamos y funcionamos en el trabajo.
5. **Un alta IE implica tener facilidad para tomar conciencia de nuestras emociones**, comprender los sentimientos de los demás, tolerar las presiones y frustraciones que soportamos en el trabajo, acentuar nuestra capacidad de trabajar en equipo y adoptar una actitud empática y social, lo cual nos brindará más posibilidades de desarrollo personal.

Las personas que poseen una elevada **IE** suelen ser socialmente equilibradas, extravertidas, alegres, poco predispuestas a la timidez y a darle vueltas a sus preocupaciones. Demuestran estar dotadas de una notable capacidad para comprometerse con las causas y las personas, suelen adoptar responsabilidades, mantienen una visión ética de la vida, son afables y cariñosas en sus relaciones. Su vida emocional es rica y apropiada, se sienten a gusto consigo mismas, con sus semejantes y con el entorno social en el que viven, además tienen visión positiva de ellas mismas y superan mucho antes y mejor los reveses de la vida.

Anexo 2.

Consentimiento informado en Forms

INTELIGENCIA EMOCIONAL EN AGENTES DE VENTAS INMOBILIARIAS

Cuando envíe este formulario no se recopilarán automáticamente sus datos personales (nombre o correo electrónico), salvo que usted mismo los proporcione.

Consentimiento informado: Este estudio, titulado "*Inteligencia Emocional en Agentes de Ventas de un Grupo Inmobiliario en Medellín: Estudio Descriptivo, 2025*", busca describir los niveles de inteligencia emocional mediante el Test de Sterrett (2002). La participación consiste en responder un cuestionario con una duración estimada de 10 a 15 minutos. Es **voluntaria**, sin compensación económica, y con riesgos mínimos, limitados a posibles incomodidades emocionales. Puede retirarse en cualquier momento sin consecuencias.

La información se usará solo con fines académicos, garantizando **anonimato y confidencialidad**, de acuerdo con la Ley 1581 de 2012 (Habeas Data).

Cuando envíe este formulario, no recopilará automáticamente sus detalles, como el nombre y la dirección de correo electrónico, a menos que lo proporcione usted mismo.

* Obligatorio

Al hacer clic en el botón '**Aceptar**', confirmas tu participación voluntaria en la investigación y autorizas el tratamiento de tus datos personales de acuerdo con la Ley 1581 de 2012. *

ACEPTO

NO ACEPTO