

Resumen

El manejo emocional y sentimental, desempeña un rol de suma importancia en la motivación, desempeño laboral y actitudes de satisfacción en el personal. Ante ello, la presente investigación se desarrolla con el objetivo de determinar estrategias que mejoren las actitudes de los guías nacionales a través de Inteligencia Emocional en el DMQ. Para ello, se aplicó una metodología descriptiva y analítica, aplicando cuestionarios tanto de inteligencia emocional como de actitud laboral a los guías nacionales del DMQ. En cuanto al cuestionario de inteligencia emocional se observó que los guías pueden identificar lo que sienten, pero su nivel de percepción emocional es bajo, aspecto que no permite conocer los sentimientos de los demás. En cuanto al cuestionario de actitud laboral se observó que el nivel en las dimensiones fue bajo, demostrando que la actitud es un factor que se requiere mejorar en los guías. En torno a ello, se proponen las estrategias de inteligencia emocional, de forma que se aborde las dimensiones de la misma en relación a la mejora de la actitud, concluyendo de esta manera que la inteligencia emocional influye en las actividades de guianza turística, puesto que a pesar de existir ciertas diferencias en torno a los demás sectores, demandando que se reciba una formación relacionada con el manejo, la atención emocional y la comprensión emocional para mejorar la eficacia del servicio como tal e interacción adecuada con los turistas.

Palabras clave: guianza turística, inteligencia emocional, actitud, trabajo emocional, estrategias de mejora.

Abstract

Emotional and sentimental management plays a very important role in motivation, work performance and satisfaction attitudes in the staff. Given this, this research is developed with the aim of determining strategies that improve the attitudes of national guides through Emotional Intelligence in the DMQ. To do this, a descriptive and analytical methodology was applied, applying questionnaires of both emotional intelligence and work attitude to the national guides of the DMQ. Regarding the emotional intelligence questionnaire, it was observed that the guides can identify what they feel but their level of emotional perception is low, an aspect that does not allow them to know the feelings of others. Regarding the work attitude questionnaire, it was observed that the level in the dimensions was low, showing that attitude is a factor that needs to be improved in the guides. Around this, emotional intelligence strategies are proposed, so that its dimensions are addressed in relation to the improvement of attitude, thus concluding that emotional intelligence influences tourist guidance activities, since despite there being certain differences regarding the other sectors, demanding that training related to handling, emotional care and emotional understanding be received to improve the effectiveness of the service as such and adequate interaction with tourists.

Keywords: tourist guidance, emotional intelligence, attitude, emotional work, improvement strategies