



**INTELIGENCIA EMOCIONAL Y SU INFLUENCIA EN LA MOTIVACIÓN
DE LOS EMPLEADOS EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE
GUADALAJARA DE BUGA**

Sara Sotelo Guillen - 2062085

**Universidad del Valle – Sede Buga
Facultad de Ciencias de la Administración
Administración de Empresas**

2026

Tabla de contenido

1. Planteamiento del problema.....	5
1.1. Formulación del problema.....	14
1.2. Sistematización del problema.....	14
2. Objetivos.....	15
2.1. General.....	15
2.2. Específicos.....	16
3. Justificación.....	16
3.1. Académica.....	16
3.2. Gerencial.....	17
3.4. Social.....	19
3.5. Personal.....	19
1. Marcos de referencia.....	20
4.1. Estado del arte.....	20
4.2. Marco teórico:.....	24
4.2.1 Teoría de la Inteligencia Emocional (Daniel Goleman).....	24
4.3. Marco legal:.....	33
4.3.1. Leyes:.....	33
4.3.2. Normas:.....	34
4.4. Marco contextual.....	35
5. Metodología de la investigación.....	38
5.1. Posición epistemológica.....	38
5.2. Tipo Estudio.....	39
5.3. Método de Investigación.....	40
6. Resultados.....	46
6.1 Análisis descriptivo.....	46
6.2 Niveles de IE de los empleados del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca.....	52
6.3 Identificar el nivel de motivación de los empleados del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca.....	58
6.4 Evaluar influencia de la IE en la motivación laboral del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca.....	72
Ilustración 9. Diagrama de dispersión entre Manejo de emociones y Motivación general... 76	
7. Conclusión.....	86
8. Referencias.....	90



9. Anexo.....	99
9.1. Anexo Encuesta realizada.....	99

Índice de tablas

Tabla 1 tabla de resumen de diseño metodológico	36
Tabla 2 Competencias emocionales	44
Tabla 3 Inteligencia emocional según la edad	45
Tabla 4 Inteligencia emocional según el género	46
Tabla 5 Inteligencia emocional según el estado civil	47
Tabla 6 Inteligencia emocional según el área.	48
Tabla 7 Inteligencia emocional según los años trabajados	49
Tabla 8 Inteligencia emocional según el tipo de contrato	50
Tabla 9 Competencia de motivación interno	51
Tabla 10 Motivación interna según la edad	52
Tabla 11 Motivación interna según el género.	53
Tabla 12 Motivación interna según el estado civil	54
Tabla 13 Motivación interna según el área de trabajo	54
Tabla 14 Motivación interna según el tiempo de duración en la empresa	55
Tabla 15 Motivación interna según el tipo de contrato	56
Tabla 16 Competencia de motivación externo	57
Tabla 17 Motivación externa según la edad	58
Tabla 18 Motivación externa según el género.	59
Tabla 19 Motivación externa según el estado civil	60
Tabla 20 Motivación externa según el área de trabajo	61
Tabla 21 Motivación externa según el tiempo de duración de la empresa	62
Tabla 22 Motivación externa según el tipo de contrato	63
Tabla 23 Influencia de los componentes de IE en la motivación general	66
Tabla 24 Influencia de los componentes de IE en la motivación interna	67
Tabla 25 Influencia de los componentes de IE en la motivación externa	68
Tabla 26 Influencia de la de IE en la motivación general	70
Tabla 27 Correlación de variables de IE y variables de motivación	86

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Análisis de conglomerados revela cinco temas principales	7
Ilustración 2 Análisis de conglomerados revela los términos principales	8
Ilustración 3 Gráfico de género	38
Ilustración 4 Gráfico de estado civil	39
Ilustración 5 Gráfico de ocupación	40
Ilustración 6 Gráfico de tiempo en la empresa	41
Ilustración 7 Gráfico de tipo de contrato	42
Ilustración 8 Gráfico de rango de edad	43
Ilustración 9 Diagrama de dispersión entre Manejo de emociones y Motivación general	76
Ilustración 10 Diagrama de dispersión entre habilidad social y motivación general	77
Ilustración 11 Diagrama de dispersión entre habilidad social y motivación interna	79
Ilustración 12 Diagrama de dispersión entre manejo de emociones y motivación externa	82
Ilustración 13 Diagrama de dispersión entre inteligencia emocional y motivación general	84

Resumen

El presente trabajo de investigación se enfoca en analizar cómo la motivación de los empleados del sector turístico de la Basílica, en Guadalajara de Buga, es influenciada por la inteligencia emocional. La investigación tiene como sustento la necesidad de entender el modo como las competencias vinculadas a las emociones inciden en el desempeño laboral en un ambiente de exigencias emocionales constantes y de interacción constante con el público. El examen se realizó con enfoque cuantitativo, a través de una estructura descriptiva y causal-explicativa de carácter transversal. A 67 empleados se les realizó una encuesta estructurada, los cuales fueron seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. El objetivo fue evaluar los niveles de motivación laboral de acuerdo a la teoría de Fernando Toro y los grados de inteligencia emocional, de acuerdo al modelo propuesto por Daniel Goleman. Los resultados muestran que los niveles de inteligencia emocional son medios-altos, con énfasis en aspectos como el autoconocimiento y la motivación personal. También se encontró que la inteligencia emocional está positivamente relacionada con el compromiso laboral, particularmente en áreas tales como las relaciones interpersonales, manejo del estrés y compromiso. Sin embargo, se observó que aspectos estructurales como la inestabilidad contractual y la informalidad en el trabajo influyen en la percepción de bienestar y motivación de los empleados. En resumen, si bien la inteligencia emocional es un factor relevante en la motivación laboral, su impacto debe ser analizado en relación con las circunstancias organizativas y sociales del entorno. De este modo, se contribuye con elementos esenciales para la gestión del talento humano y elevar la calidad de los servicios en el sector turístico.

Palabras clave

Inteligencia emocional, motivación laboral, sector turístico, desempeño laboral, clima organizacional, gestión del talento humano, satisfacción laboral, liderazgo, turismo religioso, Guadalajara de Buga.

1. Planteamiento del problema

La Inteligencia Emocional es una capacidad complicada y polifacética que involucra la tolerancia de reconocer, descifrar y ajustar nuestras propias emociones y las de los otros. Esta tolerancia emocional es una necesidad para controlar nuestras acciones y conexiones de manera efectiva particularmente en situaciones donde la interacción humana es un factor clave (Moreno et al., 1998). La IE comprende cinco elementos: la auto precaución, que

permite a la persona obtener destreza sobre nuestras propias emociones y saber de qué forma desempeñan una función en el desempeño; la regulación, que incluye la auto conducta o la dote de controlar y encauzar debidamente estos afectos; la motivación, que te incita a ir en miras de los fines con vigor y persistencia; la empatía, que te faculta para considerar y gestionar los sentimientos de los otros; y las aptitudes sociales, que facilitan la creación y la gerencia de las asociaciones personales (Casas, 2016).

En el campo laboral, la IE no solo enseña sentencia y capacidad esclarecedora, asimismo incrementa el liderazgo. El personal con alta IE se ha proyectado para motivar a sus compañeros, consolidar un entorno de trabajo de confianza y los sentimientos del contexto social. (Cooper & Sawaf, 1998)

Por otra parte, la motivación, entendida como el estímulo interno que orienta las acciones hacia el logro de metas en la organización, es importante y crucial en el medio laboral. En el sector turístico, donde los procesos de intercambio y atención al cliente son fundamentales, la motivación de los trabajadores es un componente esencial para garantizar un resultado satisfactorio y una experiencia de una buena evaluación para los viajeros. El impacto de la inteligencia emocional se transforma en un componente crucial, ya que su capacidad para comprender, manejar y controlar sus propias emociones y externas, puede impactar de forma directa en el nivel de compromiso, motivación y productividad de sus empleados (Goleman, 1997). Este vínculo entre la IE y la motivación laboral de los empleados resulta decisivo para el desarrollo de un turismo sostenible del sector turístico en la ciudad de Guadalajara de Buga.

El resultado de la inteligencia emocional en la motivación de los empleados es un punto indispensable en el ámbito organizacional y sobre todo en la gestión empresarial, especialmente en lugares o áreas donde el relacionamiento humano es potencial, como el turismo. (Pineda Rodríguez & Fusté Forné, 2023). Las personas con un grado de IE tienen la capacidad de promover un ambiente laboral positivo, reducir el estrés en el trabajo y fortalecer la motivación del personal, lo que afecta directamente su motivación y rendimiento. (Salguero Barba & García Salguero, 2024).

En el ámbito de las actividades turísticas, la inteligencia emocional, es un componente fuerte en la generación de vivencias enriquecedoras tanto para los trabajadores como para las personas atendidas. Ya que, en el sector turístico se basa en la vinculación directa con las personas, los empleados con elevados niveles de IE tienen la capacidad de mejorar las emociones propias, fomentando un ambiente laboral tranquilo que refuerza el desempeño y la satisfacción del equipo. La capacidad para reconocer y manejar el estrés, la presión y los problemas sin sentido a la naturaleza de lo laboral en el turismo influye a mayor escala en la motivación de los empleados, su deber y, por último, la calidad del servicio expuesto (Duque Ceballos, 2017). Esto se transforma en lugares turísticos de alto grado de valor simbólico y cultural, como la Basílica de Buga, donde la vivencia del turista va relacionado en mayor proporción con el servicio obtenido.

Guadalajara de Buga, situada en el Valle del Cauca, es una ciudad que se ha establecido como un importante centro turístico, cultural y espiritual en Colombia. Reconocida como la primera ciudad de los diferentes Pueblos Patrimonio de Colombia, Buga no solo resalta por su rica

historia y arquitectura, sino también por su turismo sostenible y por brindar una atención con una calidad a los visitantes (Pro Colombia, 2013). La Basílica del Señor de los Milagros, en particular, trae cada año a miles de peregrinos y turistas, transformando al turismo en un punto clave en la economía local. Cabe destacar, que el entorno económico de Buga es propicio para la inversión, con oportunidades que resaltan como el turismo y la educación. La ciudad cuenta con diferentes centros académicos superior que ofertan varios cursos técnicos, tecnológicos y universitarios, exponiendo un creciente interés en el proceso académica de su población, un claro indicativo del potencial humano disponible para respaldar el desarrollo de sectores clave como el turismo (Crecimiento Económico En Guadalajara De Buga, 2023).

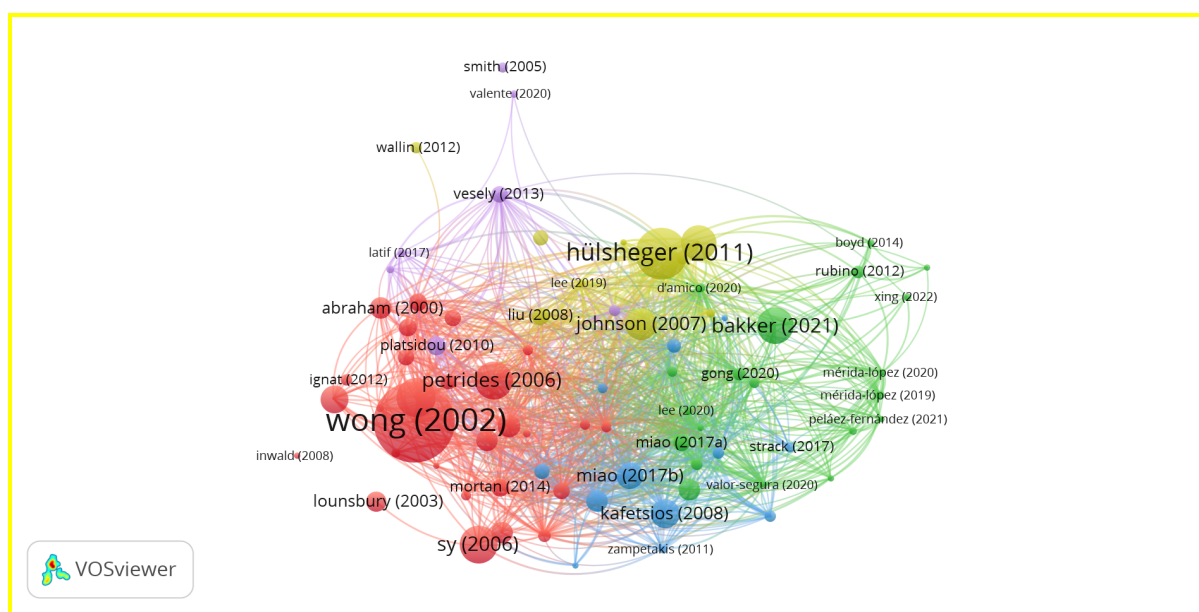
El mercado de trabajo en Guadalajara de Buga está en gran parte definido por el turismo; se destaca por su alto nivel de demanda de servicios en las áreas de hospitalidad, alimentos y bebidas y transporte. No obstante, existen varias debilidades, la principal de las cuales es la necesidad de la mejora de las calificaciones de los trabajadores; específicamente, la atención al cliente y el bilingüismo son indispensables para la prestación de servicios de alta calidad. Dado que la mayoría de las empresas en Buga son PYME, sus empresarios suelen enfrentarse a problemas de informalidad y la urgencia constante de la innovación. “El desarrollo de infraestructuras turísticas y la sostenibilidad ambiental plantean otros retos que requieren soluciones eficaces por parte de las personas” (CVC, 2022). Así, los empleados con inteligencia emocional desarrollada podrían influir en la temperatura de los empleados. En el contexto del mercado laboral descrito, puede convertirse en una “piedra angular” de éxito o fracaso empresarial.

En el sector turístico de la Basílica de Buga, la Inteligencia Emocional de los operarios puede ser un factor clave que podría ser un diferenciador entre ellos, más allá de competencias técnicas y su experiencia en gestión. La IE da la posibilidad de optimizar la atención ofrecida a los visitantes, efectuar correctamente la gestión de presión y crear un entorno laboral que motive a sus empleados (Sierra, 2021). En el desarrollo donde los niveles de estrés y presión, la cual los niveles pueden ser altos, un empleado en gran medida con IE también puede observar y tomar el estrés emocional de sus empleados, ofreciendo un apoyo necesario para que el equipo se desenvuelva de la mejor manera posible. Además, la capacidad de manejar a su equipo en la gestión de los visitantes, que tienden a tener expectativas espirituales muy profundas, es crítica en un lugar de peregrinación como la Basílica. La empatía y el respeto a la diversidad de los turistas también son aspectos que un empleado con alta IE debe manejar sabiamente. Al crear un lugar de trabajo que valore y respete las emociones de los empleados, no solo se aumenta la satisfacción laboral sino la experiencia general de los visitantes, lo que a su vez contribuye al éxito y sostenibilidad del sector turístico en Buga (Riascos Reyes, 2020).

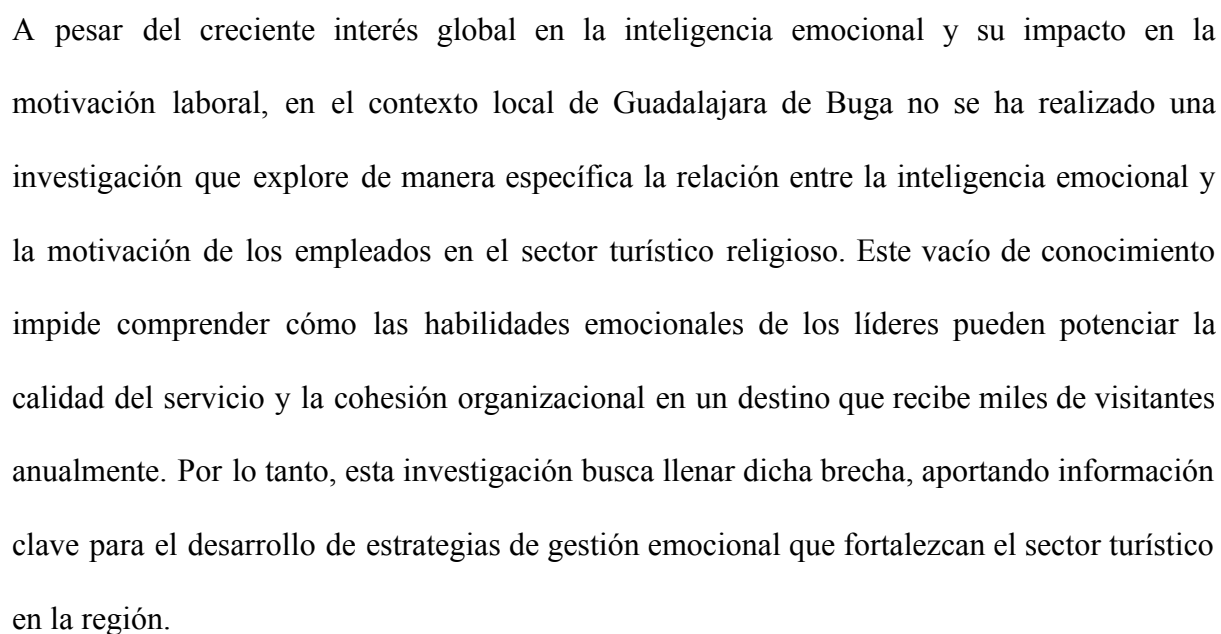
Seguidamente, el análisis bibliométrico y los términos recientes han revelado que desde el año 2000, más que nunca, se ha generado un enorme interés en la relación entre la Inteligencia Emocional (IE) y la Motivación especialmente en el año 2020. A nivel mundial, la producción científica está liderada por Estados Unidos, seguido de India y algunos países europeos; Colombia tiene una representación muy baja con solo tres artículos. Los términos de mayor interés incluyen "inteligencia emocional", "satisfacción laboral" y "estrés laboral". Todos estos términos indican la importancia de la IE para reducir el estrés y crear entornos

laborales positivos. Además, la investigación más reciente subraya que habilidades como la empatía, el manejo del estrés y el compromiso con el trabajo deben considerarse partes centrales de la IE para el liderazgo organizacional.

Ilustración 1 Análisis de conglomerados revela cinco temas principales



El efecto de la IE en el desempeño laboral, su relevancia para los sectores de alta emoción, su relación con el bienestar en el lugar de trabajo, el impacto del liderazgo emocionalmente inteligente y los vínculos con el sector educativo. Estos resultados respaldan aún más la idea de que los colaboradores con alta IE pueden mejorar drásticamente la motivación y la satisfacción de su equipo, en particular en sectores de alta interacción y presión emocional como el turismo.



Si bien el crecimiento del turismo en Guadalajara de Buga y de su relevancia para la economía local, el sector enfrenta importantes desafíos asociados a la informalidad laboral y a la limitada estructuración de procesos de gestión del talento humano dentro de muchas de las micro y pequeñas empresas que lo conforman. Según el Boletín Socioeconómico de Guadalajara de Buga y su área de influencia, aproximadamente el 25,51 % de las personas ocupadas se encuentran en condiciones de trabajo informal, lo que implica menor estabilidad laboral, ausencia de garantías y escasas oportunidades de formación y desarrollo profesional. En el ámbito turístico, donde la prestación del servicio depende en gran medida de la interacción constante con los visitantes, estas condiciones pueden incidir en la motivación de los empleados y en su capacidad para afrontar adecuadamente las exigencias emocionales derivadas de la atención al público. En este contexto, el desarrollo de habilidades relacionadas con la inteligencia emocional —como la autorregulación, la empatía y la gestión de las relaciones interpersonales— podría desempeñar un papel relevante en la forma en que los trabajadores enfrentan las demandas laborales y mantienen niveles adecuados de motivación en su desempeño diario. Así, comienza el impulso de analizar la relación existente entre la inteligencia emocional y la motivación de los empleados del sector turístico de Guadalajara de Buga, con la necesidad de entender cómo la gestión de las emociones puede aportar al fortalecimiento del desempeño laboral y a la calidad del servicio ofrecido a los visitantes.

Dando alcance a lo anterior, si no se tiene en cuenta la situación económica de los trabajadores, tratar la inteligencia emocional en el sector turístico de Guadalajara de Buga sería una interpretación incompleta del fenómeno. Según el Informe del Mercado Laboral

(2025), la tasa de ocupación es elevada en el municipio (93,3%), sin embargo, todavía hay problemas estructurales, como la informalidad laboral, que afecta a un 35,9% de los trabajadores. En los estratos más bajos, donde la mayoría de las personas perciben entre uno y dos salarios mínimos o incluso menos si son empleados informales, existe una concentración importante de ingresos (Cámara de comercio de Buga, 2025). Así mismo, modalidades de vinculación que, por lo general, conllevan una estabilidad laboral más baja, la falta de beneficios sociales y un mayor grado de incertidumbre para los empleados; sin embargo, brindan a las empresas la oportunidad de ser flexibles. Estas circunstancias generan un entorno de fragilidad que afecta directamente el bienestar emocional de los trabajadores. Esta situación presenta un dilema ético: ¿Es posible examinar o incluso fomentar la inteligencia emocional como una vía para que cada persona se adapte sin cuestionar las condiciones estructurales que crean precariedad, inestabilidad y estrés? La inteligencia emocional no puede ser comprendida solamente como una habilidad personal enfocada en el rendimiento, desde un punto de vista crítico; también es un fenómeno que se ve afectado por las dinámicas sociales y laborales. Por lo tanto, este estudio sostiene que es esencial examinar la conexión entre motivación e inteligencia emocional, teniendo en cuenta no solo las habilidades individuales de los trabajadores, sino también el entorno material en el que realizan sus labores. De esta manera, se promueve una comprensión más integral y responsable desde el punto de vista social del problema que se investiga.

Por consiguiente, la investigación en curso se basa no solo en las teorías existentes sobre la motivación laboral y la inteligencia emocional, sino también en un problema descubierto en el sector turístico de la Basílica de Guadalajara de Buga. Según los informes de la institución,

este sector tiene una gran cantidad de visitantes y su economía depende en gran parte del talento humano para ofrecer sus servicios (Siturvalle, 2021). Además, la Cámara de Comercio de Buga ha llevado a cabo investigaciones que indican que el sector está compuesto por una variedad de unidades empresariales dedicadas a actividades como la gastronomía, el transporte y el alojamiento (Cámara de comercio de Buga, 2024). Estas contribuyen a crear puestos de trabajo e impulsar la economía local, lo que evidencia su dependencia del capital humano.

Los empleados, según el análisis de estos informes y la experiencia directa del investigador en el sector durante cuatro años, frecuentemente lidian con turnos de atención al público ininterrumpidos, los cuales se distinguen por tener una fuerte presión en términos de calidad del servicio y exigencia emocional. Bajo estas condiciones, deben mantener un compromiso constante de estar disponibles para ayudar y una actitud cordial, incluso si se enfrentan a circunstancias personales o emocionales que no están relacionadas con su trabajo. Además, se detectó que los empleados deben manejar sus emociones al tratar con usuarios maleducados, difíciles o insatisfechos en sus lugares de trabajo, lo cual puede afectar su motivación, humor y rendimiento. Esta visión del entorno organizacional, creada mediante la observación en vivo y la amplia experiencia en el campo, hizo posible identificar con mayor precisión los elementos relacionados con la atención al cliente, el manejo de las emociones y la motivación de los empleados. Por lo tanto, el problema de investigación cuenta con un soporte empírico y contextual, lo cual valida la importancia de analizar cómo la motivación laboral en el sector turístico de Guadalajara de Buga se ve afectada por la inteligencia emocional.

1.1. Formulación del problema

¿Cómo influye la Inteligencia Emocional en la motivación de los empleados en el sector turístico de la Basílica de Buga, Valle del Cauca?

1.2. Sistematización del problema

¿Cuáles son los niveles de IE de los empleados del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca?

¿Cuáles son los niveles de motivación de los empleados del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca?

¿Cuál es la influencia de la IE en la motivación laboral del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca?

2. Objetivos

2.1. General

Analizar la influencia de la Inteligencia Emocional en la motivación de los empleados en el sector turístico de la Basílica de Buga, Valle del Cauca.

2.2. Específicos

Determinar los niveles de IE de los empleados del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca

Identificar el nivel de motivación de los empleados del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca

Evaluar influencia de la IE en la motivación laboral del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca

3. Justificación

3.1. Académica

Esta investigación analiza aspectos clave de la gestión de recursos humanos al explorar la relación entre la inteligencia emocional (IE) y la motivación laboral de los empleados en el sector turístico de la Basílica de Buga. Esto no solo proporciona herramientas para fomentar ambientes laborales positivos y una sinergia efectiva en los equipos de trabajo, sino que también llena un vacío teórico al centrarse en un sector turístico religioso con características únicas.

El análisis bibliométrico y de términos más recientes evidencia un creciente interés en esta temática desde el año 2000, destacando que la IE no solo incrementa la productividad y la satisfacción laboral, sino que también ayuda a mitigar el estrés y mejorar la cohesión de equipo. A pesar de los avances en investigaciones globales lideradas por países como Estados Unidos, India y España, Colombia tiene una participación científica limitada, con solo tres artículos relacionados. Esto refuerza la relevancia de abordar esta temática en un contexto local, específicamente en Buga, donde el turismo es un pilar económico y cultural.

Finalmente, este estudio contribuye a la academia de Administración de Empresas al resaltar cómo la IE influye en variables organizacionales críticas, como el clima laboral, la retención del talento y la motivación intrínseca, factores indispensables para la sostenibilidad y competitividad del sector turístico (De la cruz portilla, 2020).

3.2. Gerencial

Para la empresa es fundamental la IE en el sector turístico de la basílica de Buga, ya que tiene un impacto directo al empleado y la motivación del mismo, reflejado en la mejora del clima organizacional y la estimulación del empleado a la hora de laborar, y, en consecuencia, al servicio que se le proporciona la visitante. Sectores turísticos y en este caso el de la basílica en Buga, de alta presión y expectativas, los colaboradores con IE van a tener la capacidad y las habilidades necesarias para gestionar crisis exitosamente, lo que impulsa al crecimiento y la competitividad en el sector. Esta investigación, impulsa positivamente la gestión empresarial y su gerencia en el sector turístico de la basílica en la ciudad de Buga.

El aumento de la productividad es un factor que incide mucho en el éxito de la empresa, es por ello que investigar sobre puntos que influyen en la producción, va a tener relevancia en la empresa. Los empleados motivados son más comprometidos con sus tareas, rindiendo de mejor manera en su puesto de trabajo. (De la cruz portilla, 2020)

La retención del talento de una empresa muchas veces es el resultado de la motivación laboral y el bienestar que experimenta el empleado, es por esto, que esta investigación dará una amplia visión para las mejoras, manteniendo un equipo de trabajo estable y crecimiento organizacional.

Además, la influencia de la inteligencia emocional en la motivación, referente a la productividad no solo ha sido validada en el sector turístico, sino también en otros entornos empresariales. De la Cruz Portilla (2020) investigó cómo la inteligencia emocional influye en la productividad de las PYMES colombianas, encontrando que los operadores con habilidades emocionales bien desarrolladas generan equipos de trabajo más comprometidos y

eficientes. En un contexto de pequeñas y medianas empresas, donde los recursos pueden ser limitados, el liderazgo basado en la IE se convierte en un factor determinante para el éxito organizacional. Este estudio aporta evidencia de que la inteligencia emocional no sólo es relevante en grandes corporaciones, sino que también juega un papel esencial en la gestión de equipos en entornos más pequeños y con mayores restricciones de recursos. De esta manera, fortalecer la IE en los empleados del sector turístico de Buga puede representar un factor clave para el crecimiento y la sostenibilidad del negocio

3.4. Social

Esta investigación proporciona mejoras en el bienestar y satisfacción laboral de los empleados del sector turístico de la basílica de la ciudad de Buga, resaltando la importancia de la inteligencia emocional. Al fomentar temas de gestión de recursos humanos, y, seguidamente ambiente laboral positivo, los empleados motivados y satisfechos, desarrollarán mejoras en su productividad, teniendo una atención y servicios ofrecidos de calidad para los visitantes (turistas), lo que da paso a un crecimiento económico, religioso y social de la ciudad de Buga, y directamente a los negocios del sector (Pincay Morales, 2020). En última instancia, crear entornos de trabajo positivos y un turismo sostenible.

3.5. Personal

Para la autora, investigar la relación entre la Inteligencia Emocional (IE) y la motivación de los empleados en el sector turístico de la Basílica, es importante para su desarrollo académico y para el entorno que labora. La IE es esencial para el liderazgo y la creación de climas



laborales satisfactorios, en especial para la interacción de los empleados en el sector turístico. Al explorar la IE y cómo impacta al empleado, el autor busca aportar prácticas que mejoren la gestión humana y al mismo tiempo su formación como profesional en Administración de Empresas (Flores Sarmiento, 2009). Además, esta investigación permitirá introducirse más a fondo a teorías, ofreciendo beneficios tangibles para el sector y seguimiento de su carrera.

1. Marcos de referencia

4.1. Estado del arte

Hasan (2024) , en el estudio cuantitativo *The Role of Emotional Intelligence in Leadership: Its Impact on Team Motivation and Productivity en Indonesia* encuestó a 120 líderes y sus colaboradores, usando el *Emotional Intelligence Appraisal* para evaluar empatía, autorregulación y habilidades sociales. Se encontró que la empatía del líder es un buen predictor de la motivación del equipo, y que la autorregulación ayuda a mantener un ambiente de trabajo estable, incluso en situaciones de mucho estrés. Los líderes con alta IE fomentaron niveles más elevados de productividad, colaboración y satisfacción grupal. Esta investigación sirve de modelo para determinar cómo la empatía y la autorregulación de los empleados de la Basílica de Buga influyen en la motivación y productividad del personal.

Por otro lado, Othman (2024) en su artículo *The relationship between emotional intelligence, job satisfaction, and organizational commitment among first-line nurse managers in Qatar*, realizó un análisis con 203 supervisores de enfermería utilizando el *Genos EI Inventory*, encontrando una relación entre IE, satisfacción laboral y vínculos con altos compromisos organizacional. Se identificó que el autocontrol emocional es particularmente determinante: los empleados que regulan bien sus emociones reducen el estrés identificado por su equipo de trabajo, fortaleciendo el compromiso y la permanencia de los empleados. Aunque proviene del sector salud, el diseño y herramientas son aplicables a organizaciones religiosas turísticas como la Basílica.

Por una parte, Doğru (2022), en su artículo *The relationship between emotional intelligence, job satisfaction, and organizational commitment among first-line nurse managers in Qatar*, revisó más de 200 estudios desde 1990, verificando relaciones sólidas entre IE (de tres enfoques) y hallazgos como compromiso, productividad, satisfacción, intención de abandonar el puesto y disminución de estrés. El tamaño de la consecuencia fue más fuerte cuando se usaron acciones mixtas (autorreporte + pruebas objetivas). Además, no se encontraron cambios notables según edad o género, indicando la universalidad de estos impactos. Tomar información es esencial.

De igual manera, Monus & Herden (2024) identificó en el artículo *The Effect of Emotional Intelligence and Leadership Styles on Job Satisfaction*, con una muestra de 542 empleados en Turquía, este estudio comparó: la influencia directa de la IE sobre satisfacción y (b) la intervención de IE entre estilos de liderazgo (transformacional/transaccional) y satisfacción. En síntesis, la IE influyó considerablemente de manera directa, pero no se encontró prueba de determinación. Esto implica que un operador con alta IE puede incrementar la satisfacción independientemente de su manera de dirigir, lo cual es interesante para la investigación, ya que si los colaboradores de la Basílica emplean diferentes estilos.

Sulyantie & Gani (2023), con su estudio *The Influence of Emotional Intelligence and Work Motivation on Employee Performance Mediated by Employee Engagement*, y una grupo analizado de 84 trabajadores impacto de la motivación. Los resultados expusieron que la IE no sólo refuerza el deber del empleado, sino que con la motivación intrínseca para fomentar

el desempeño. Esto sirve para formular un análisis que considere la mediación del compromiso en la Basílica.

Así mismo, García & Pérez Domínguez (2024), en el artículo *Employees' Emotional Intelligence and Job Satisfaction: The Mediating Role of Work Climate and Job Stress*, aunque se elaboró en España, su importancia está en la replicación en situaciones latinas.

Utilizaron un modelo de evaluación serial: IE, clima laboral, estrés, satisfacción. Los resultados muestran que la IE mejora la apreciación del clima, lo cual minimiza el estrés y finalmente eleva la satisfacción. Para esta investigación se podría replicar este modelo en el personal de la Basílica, midiendo clima laboral, como percepción de apoyo pastoral o cohesión de equipo, niveles de estrés ante eventos turísticos.

Por último, Mustafa, M. J., Vinsent, C., & Badri, S. K. Z (2023), en el artículo *Emotional intelligence, organizational justice and work outcomes*, aunque el estudio fue en Malasia, esta evaluación es útil para entornos colombianos porque incluye componentes de justicia organizacional, relaciones que están mínimamente estudiadas localmente. Con 556 empleados, hallaron que la justicia percibida mediaba parcialmente entre IE y tanto satisfacción como reducción de intención de renunciar. Es un gran ejemplo de testeo de factores como percepción de justicia en la asignación labores, roles litúrgicos o reconocimiento, combinadas con mediciones de IE, lo que puede enriquecer el análisis en ambiente patrimonial.

En síntesis, la motivación laboral ha avanzado desde los aportes clásicos de Maslow, Herzberg y McClelland, hasta teorías contemporáneas como la autodeterminación y la

equidad de Adams, todas concuerda en que se trata de un factor indispensable para la productividad, el compromiso y la satisfacción de los empleados.

Como lo plantea Newstrom (2011), estos acercamientos pueden dividirse en teorías de contenido, centradas en identificar los componentes internos que impulsan las acciones, y teorías de proceso, que analizan cómo las personas escogen y mantienen determinadas acciones en función de su entorno. A la luz de estas perspectivas, la literatura reciente ha incorporado la inteligencia emocional como un elemento transversal, en tanto que la capacidad para gestionar sus propias emociones y las de sus colaboradores incide directamente en los niveles de motivación, cohesión y desempeño de los equipos de trabajo. De este modo, el estado del arte muestra que la LE no sólo complementa los modelos tradicionales de motivación, sino que se convierte en un recurso estratégico para la gestión empresarial, especialmente en sectores como el turístico, donde la interacción humana y la calidad en el servicio constituyen la base de la competitividad organizacional.

4.2. Marco teórico:

4.2.1 Teoría de la Inteligencia Emocional (Daniel Goleman)

Goleman (1995) quien expuso el término inteligencia emocional en su obra *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*, sostiene que la IE está compuesta por estos cinco elementos: conocerse a uno mismo, controlar sus sentimientos, la motivación, la empatía y las competencias sociales en las relaciones. Los trabajadores con una notable inteligencia emocional son capaces de distinguir sus propias emociones y las de sus compañeros en un ambiente empresarial, lo que les permite impulsar vínculos interpersonales

en el ámbito laboral donde los operarios se sienten comprendidos y resaltados, favoreciendo considerablemente su motivación para hacer sus labores. Como resultado, se destaca la IE como un enorme potencial de liderazgo, que también se refleja en el desempeño, y al mismo tiempo, en la retención del personal.

La inteligencia emocional se mide, de acuerdo con Daniel Goleman (1995), a través de diversas metodologías que permiten analizar sus cinco componentes principales, como: conciencia de uno mismo, manejo de emociones, motivarse uno mismo, empatía y habilidad social. El objetivo de estas investigaciones es observar la habilidad de un individuo para identificar y expresar sus emociones, y de la misma manera, relacionarse con los demás de manera efectiva en su ambiente laboral. En el ambiente laboral, la evaluación de la inteligencia emocional es importante, especialmente en el sector turístico. Esto se debe a que su nivel de avance en esta competencia puede impactar directamente sobre la motivación del personal.

Uno de los procedimientos más común es el uso de cuestionarios estandarizados, que permiten la evaluación de la inteligencia emocional, de forma organizada y cuantificable. Uno de los más nombrados es el *Emotional Intelligence Appraisal*, basado con el modelo de Goleman, el cual evalúa las cinco dimensiones de la IE a través cuestionamientos autoevaluativos analiza cómo cada persona interioriza sus propias habilidades emocionales (Greaves & Bradberry, 2009). Otra encuesta altamente utilizada es el *Trait Emotional Intelligence Questionnaire (TEIQue)*, que analiza la inteligencia emocional como

un rasgo de la personalidad, ofrece una evaluación más constante de las competencias emocionales de una persona a el paso del tiempo (Petrides, 2010).

Se emplean, además de las autoevaluaciones, las evaluaciones 360°, que es un procedimiento en el que no solo se hace una autoevaluación de la propia IE, sino también se obtienen observaciones de los superiores, colegas y subordinados. Esta clase de evaluación permite tener una perspectiva más objetiva y completa acerca de cómo se perciben las competencias emocionales en el lugar de trabajo (Goleman et al., 2013). Para identificar áreas de mejora y fortalezas en la gestión emocional, este método es especialmente útil en la industria turística, donde son esenciales las relaciones interpersonales y una comunicación eficaz.

Por otro lado, existen evaluaciones psicométricas más complejas como la Emotional Competence Inventory por Goleman y Richard Boyatzis. El propósito de esta herramienta es estudiar la inteligencia emocional en el contexto organizacional y el efecto que las competencias emocionales tienen sobre la gestión del TH y el liderazgo (Boyatzis., 2000). El ECI, a diferencia de las pruebas de autoevaluación, incluye una variedad de fuentes informativas, como evaluaciones del desempeño y observaciones directas.

En resumen, es posible evaluar la inteligencia emocional de los empleados por medio de técnicas cualitativas y cuantitativas, que posibilitan al analista tanto de la percepción externa como la autopercepción respecto a sus capacidades emocionales. En la industria del turismo de la Basílica de Buga, donde la interacción con los visitantes y el personal es constante, emplear estas herramientas sería útil para potenciar programas de capacitación que

fortalezcan la inteligencia emocional de los líderes. Esto mejoraría el desempeño y la motivación de los trabajadores.

4.2.2. Teoría de la Motivación (Fernando Toro)

La motivación en el ámbito laboral ha sido objeto de un intenso estudio dentro del comportamiento organizacional, lo cual ha permitido establecer que es elemento esencial para lograr productividad, compromiso y satisfacción en los empleados. Desde las primeras teorías de la motivación propuestas por Maslow, Herzberg y McClelland, hasta enfoques contemporáneos como la teoría de la autodeterminación y la teoría de la equidad de Adams, la motivación sigue siendo un factor fuerte en la gestión empresarial. Newstrom (2011) destaca que la motivación puede repartirse en teorías de contenido, que procuran captar los factores internos que impulsan la conducta, y teorías de proceso, que analizan cómo las personas eligen determinadas acciones y persisten en ellas según los estímulos del entorno.

Según Toro (1992) la motivación es un elemento fundamental en el desempeño y la productividad, porque afecta de manera significativa la disposición de los trabajadores para desempeñar sus funciones con compromiso y eficacia. La motivación laboral no es un acontecimiento aislado, sino que se origina a partir de múltiples elementos, entre los cuales se encuentra la capacidad de liderazgo y la habilidad para generar un clima positivo en el trabajo.

Toro indica en el desempeño y productividad que la motivación puede ser externa o interna. La motivación intrínseca está vinculada a la satisfacción individual que su empleado logra al realizar sus tareas, en tanto que la extrínseca se asocia a los estímulos externos, como el

reconocimiento, la paga y los incentivos. La inteligencia emocional es importante en este contexto dado que puede influir de manera positiva en la motivación intrínseca de los empleados al fomentar un sentimiento de pertenencia, brindar oportunidades para el desarrollo y crear confianza en sus capacidades.

La inteligencia emocional es esencial para crear un ambiente laboral que incentive la motivación y el buen desempeño, según Toro Alvarez. Un empleado con competencias emocionales bien desarrolladas es capaz de identificar lo que su equipo requiere, gestionar los conflictos de manera efectiva y proporcionar un feedback constructivo. Una dirección basada en la comunicación asertiva y la empatía también fomenta el compromiso de los empleados, lo que contribuye a reducir el absentismo y la rotación de personal, dos problemas frecuentes en el sector turístico.

En su obra *Desempeño y Productividad*, Toro Álvarez (1992), asegura que la motivación es uno de los elementos que más afectan el desempeño en el trabajo, dado que define la actitud con la que los trabajadores llevan a cabo sus tareas y el grado de compromiso que muestran en su desarrollo. La motivación, en este aspecto, no es un fenómeno aislado o individual, sino un proceso dinámico que está condicionado por el estilo de liderazgo, las condiciones laborales y la habilidad para crear un ambiente propicio. Según Toro, existen dos categorías principales de motivación: la intrínseca, que se refiere a la satisfacción personal, y la extrínseca, que está relacionada con los estímulos externos como los incentivos, el reconocimiento y la remuneración. Aunque estos últimos son importantes, no aseguran un compromiso duradero en todo momento. Por consiguiente, la motivación intrínseca se

convierte en un motor más profundo y sostenible, dado que conecta con las necesidades internas del individuo y con su identidad dentro del trabajo.

Ahora bien, además de esta clasificación general, Toro Álvarez (1992) extiende sus análisis mediante categorías concretas de motivación que son cruciales para la administración empresarial. La motivación para el logro, que se refiere al anhelo de superación, competencia y excelencia, la primera. En el sector turístico de la basílica de Buga, esta motivación se manifiesta en los trabajadores que persiguen mejoras constantemente lo que viven los visitantes. En segundo lugar, la necesidad de pertenecer y establecer relaciones positivas en el ámbito laboral está conectada con la motivación de afiliación. Este es un aspecto esencial en el sector de servicios, donde la colaboración y la armonía en las relaciones entre las personas influyen decisivamente en la calidad del servicio al cliente. En tercer lugar, la motivación de poder se refiere al deseo de ejercer influencia sobre los demás y generar impacto en los resultados de la organización; en el turismo religioso, esta se observa en empleados que encuentran satisfacción al asumir responsabilidades significativas y al liderar procesos de mejora en la atención a peregrinos.

turistas. De este modo, las categorías propuestas por Toro no solo permiten exponer el comportamiento organizacional, sino también entender cómo las distintas formas de motivación tienen relación en un contexto de alta demanda emocional como el sector turístico.

En consecuencia, la inteligencia emocional desempeña un rol fundamental al fomentar estas categorías de motivación. Por una parte, los líderes pueden incentivos motivación de logro al definir metas claras y proporcionar retroalimentación continua; por otro, al promover un

clima de confianza, empatía y respeto mutuo, fortalecen la motivación de afiliación; y finalmente, al otorgar autonomía y oportunidades de participación en la toma de decisiones, canalizan de manera positiva la motivación de poder.

Además, un liderazgo fundamentado en la inteligencia emocional no solo ayuda a que los trabajadores estén comprometidos y satisfechos, sino que también ayuda a disminuir el absentismo, el estrés laboral y la rotación de personal, factores comunes en áreas de servicios intensivos como es el caso del turismo. Por lo tanto, las aportaciones de Toro Álvarez (1992) hacen posible comprender que la motivación laboral, cuando se gestiona mediante un liderazgo con inteligencia emocional, es un factor crucial para la productividad, sostenibilidad y competitividad de una organización. Esto es especialmente relevante en una ciudad como Guadalajara de Buga, que posee un lugar turístico y religioso de gran valor cultural. En las empresas, la alta inteligencia emocional puede incrementar la motivación laboral al fomentar un ambiente de trabajo que favorezca la comunicación abierta, el reconocimiento del esfuerzo individual y la seguridad psicológica. (Toro Alvarez, 1992) destaca que los líderes con habilidades emocionales desarrolladas pueden identificar y satisfacer las necesidades de su equipo en términos emocionales, lo cual genera un entorno laboral propicio para un alto desempeño y el compromiso con la organización. Este elemento es particularmente importante en el sector turístico, donde las relaciones interpersonales y la calidad del servicio son fundamentales para garantizar la satisfacción de los clientes. Un trabajador con un elevado grado de inteligencia emocional puede estimular la motivación intrínseca de sus colegas al demostrar empatía con sus preocupaciones y necesidades, reconocer los logros y proporcionarles autonomía en su trabajo.

Robbins y Judge (2013) señalan, a su vez, que la manera en la que se percibe la equidad y la justicia en el reparto de recompensas influye en la motivación dentro de las organizaciones modernas. La teoría de la equidad de Adam sostiene que los trabajadores contrastan sus esfuerzos y recompensas con los de sus compañeros. Esto puede generarnos una sensación de satisfacción o desmotivación, dependiendo de si perciben que están siendo tratados con justicia o no. En este contexto, un operario con un coeficiente de inteligencia emocional alto puede desempeñar un papel significativo en la gestión de la equidad organizativa al asegurar que las recompensas se perciban como justas y transparentes.

La inteligencia emocional, además, ayuda a disminuir el estrés en el trabajo porque hace posible gestionar los conflictos entre personas de forma eficaz y fomenta una cultura de colaboración y apoyo dentro del equipo. La Basílica del Señor de los Milagros recibe a millones de fieles cada año, lo que significa una gran demanda en términos de hospitalidad servicio al cliente. En estas circunstancias, los trabajadores deben de manejar sus sentimientos para conservar una relación empática y cordial con los turistas, lo cual puede ser un reto en momentos de estrés y alta presión. Un liderazgo bien estructurado en la IE no solo ayuda a los trabajadores a hacer frente a los conflictos de una forma victoriosa, sino que además agradece su motivación al proporcionarles un sentido de finalidad en su labor. Los empleados pueden experimentar niveles más altos de compromiso y satisfacción con la empresa cuando se sienten valorados y comprendidos por los demás compañeros.

Así mismo, en el marco del turismo religioso, la inteligencia emocional puede ser un factor distintivo importante para gestionar el talento humano. La habilidad de identificar las necesidades emocionales de los empleados y la empatía permite instaurar tácticas

motivacionales que trascienden los estímulos económicos. El reconocimiento público, la elaboración de planes de carrera y la creación de espacios para el bienestar emocional son estrategias que pueden tener consecuencias importantes en el desempeño y moral de los empleados. Un equipo entusiasta no sólo mejora la calidad del servicio para los turistas, sino que además ayuda a consolidar el prestigio del destino turístico.

En un entorno en el que las compañías intentan optimizar la experiencia del cliente mediante un servicio extraordinario, el papel de la IE en la motivación de los empleados se ha vuelto aún más importante. Investigaciones recientes han revelado que la IE está vinculada directamente con la disminución del malestar laboral, como el estrés, un incremento de la motivación y una mejora en la retención del talento en áreas con alta interacción entre personas, como es el turismo. Una elevada IE no sólo afecta la motivación individual de los trabajadores, sino que además ayuda a que el equipo esté cohesionado, fomentando una cultura organizacional fundamentada en el respeto mutuo y la confianza.

En resumen, la IE constituye un elemento decisivo para motivar a los trabajadores en el sector turístico de Guadalajara de Buga. Pueden impulsar el compromiso y la satisfacción laboral de sus equipos mediante el reconocimiento de emociones, la empatía y la resolución eficaz de conflictos. Esto influye positivamente en la calidad del servicio y en cómo se siente el peregrino. La combinación de modelos motivacionales y un liderazgo emocionalmente inteligente no solo optimiza el desempeño organizacional, sino que también contribuye a la sostenibilidad del sector turístico en un destino de gran importancia cultural y religiosa como la Basílica del Señor de los Milagros.

4.2.3. Concepto de percepción

La percepción es un proceso psicológico mediante el cual las personas le dan sentido a la información que reciben en su entorno. En el contexto organizacional, la percepción afecta la manera de los empleados ver su trabajo, las relaciones con sus compañeros y el estilo de liderazgo de sus superiores, cómo interactúan con sus compañeros y como los lideran sus jefes.

De acuerdo con Robbins y Judge (2013), la percepción se define como el proceso mediante el cual los colaboradores eligen y entienden la comunicación sensorial con el fin de comprender lo que lo rodea día a día.

En el ámbito laboral, la percepción juega un papel fundamental en variables como la motivación, el clima organizacional y la satisfacción laboral. Los empleados no reaccionan únicamente ante las condiciones reales del trabajo, sino ante la manera en que perciben dichas condiciones. Por ejemplo, dos trabajadores que se desempeñan en un mismo cargo pueden experimentar diferentes niveles de motivación dependiendo de cómo interpreten el reconocimiento, la equidad o el apoyo recibido por parte de sus superiores.

En esta investigación, el concepto de percepción resulta especialmente relevante debido a que los datos fueron recolectados mediante encuestas tipo Likert, las cuales capturan la valoración subjetiva que los empleados tienen sobre su inteligencia emocional y su nivel de motivación laboral. Por lo tanto, los resultados obtenidos reflejan principalmente la percepción que los trabajadores poseen sobre sus propias competencias emocionales y sobre los factores que influyen en su motivación dentro del sector turístico de la Basílica de Buga.

4.3. Marco legal:

4.3.1. Leyes:

Ley 1010 de 2006: Esta ley se refiere a la prevención y sanción del acoso laboral. Es importante porque la inteligencia emocional puede influir en la creación de ambientes laborales positivos y en la prevención del acoso.

Ley 1257 de 2008: Establece medidas de prevención y sanción de la violencia y el acoso laboral. La comprensión emocional y la empatía son cruciales para abordar estos problemas.

Código Sustantivo del Trabajo (Decreto 2663 de 1951): Regula las relaciones laborales en Colombia, establece derechos y deberes de empleadores y empleados, y puede ser relevante al evaluar la satisfacción laboral.

Ley 1610 de 2013: Establece la protección de los derechos de los trabajadores y se relaciona con la calidad de vida laboral, que puede verse afectada por la inteligencia emocional.

4.3.2. Normas:

Reglamento departamentales (Valle del Cauca)

Artículo 16 del año 2015, perteneciente al Departamento del Valle del Cauca: Establece políticas sociales y económicas de desarrollo para el departamento. Esto puede tener impacto en la gestión del talento humano y el sector de turismo en las compañías.

Plan de Desarrollo del Valle del Cauca (2020-2023): Contiene directrices en torno a la competitividad y al desarrollo sostenible en áreas como el turismo, en las cuales la inteligencia emocional puede desempeñar un rol significativo.

Plan de Desarrollo del Valle del Cauca (2020-2023): Incluye lineamientos sobre el desarrollo sostenible y la competitividad en sectores como el turismo, donde la inteligencia emocional puede jugar un papel importante.

Reglamento municipales de Guadalajara de Buga

Acuerdo Municipal 034 de 2018: En cuanto a la promoción del turismo en Buga, es posible implementar políticas que impulsen la calidad del servicio y la administración de los recursos humanos.

Plan de desarrollo municipal (2020-2023): Contiene tácticas para optimizar la sustentabilidad y la competitividad del sector turístico en Buga. Las competencias de inteligencia emocional pueden ser importantes para alcanzar estos objetivos.

4.4. Marco contextual

La inteligencia emocional en el sector turístico es el tema principal de la investigación actual, específicamente en el municipio colombiano de Guadalajara de Buga, ubicado en el Valle del Cauca. Este municipio es un destino turístico importante, conocido por su patrimonio cultural valioso y su relevancia religiosa. La Basílica del Señor de los Milagros, un lugar de

peregrinación que atrae a millones de visitantes al año, se encuentra aquí. La ciudad de Buga, en 2023, recibió más de 2.5 millones de visitantes; este número es un incremento significativo en comparación con los 2 millones del año anterior, lo que demuestra la capacidad de turismo para impulsar la economía local y generar empleos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020).

En Buga, el área turística ha crecido de manera notable en los últimos años gracias a la planificación de celebraciones religiosas y actividades culturales y a la expansión de servicios e infraestructura hotelera. Algunas de las actividades más destacadas son la Semana Santa, que atrae a miles de peregrinos, y la feria de Buga, que reúne a visitantes locales y extranjeros. Asimismo, la implementación de rutas turísticas que conectan sitios con valor histórico y natural ha incrementado las opciones para los visitantes, lo cual también ha favorecido el desarrollo económico del municipio. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020).

El turismo tiene un impacto económico importante en Buga. Según el estudio del Observatorio Turístico de Colombia (2021), la industria genera aproximadamente 7500 empleos directos e indirectos, lo cual favorece al bienestar de la población local. Sin embargo, el progreso del sector también ha enfrentado desafíos en términos de sostenibilidad y calidad del servicio. Con el incremento de la competencia entre las empresas del sector turístico, es necesario enfocarse en la educación y en el fortalecimiento de capacidades blandas, como la inteligencia emocional. Se ha indicado que esta habilidad es esencial para crear entornos laborales agradables y aumentar la motivación de los empleados, lo que a su vez repercute en la calidad del servicio brindado a los visitantes. (García, 2022).

La capacidad de empatizar y crear lazos emocionales con sus equipos puede resultar en un entorno laboral positivo dentro del sector turístico de Buga, donde los empleados se sientan valorados y motivados. Esto es particularmente relevante en un contexto en el que la atención al cliente es esencial, ya que un trabajador satisfecho tiende a ofrecer un servicio mejor, lo que repercute directamente en la experiencia del visitante. Por lo tanto, comprender el efecto de la IE en la satisfacción laboral es esencial para crear estrategias que fomenten un ambiente de trabajo productivo y armonioso en la Basílica de Buga. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

Una investigación hecha por la Cámara de Comercio de Buga (2023) muestra que el 75% de los trabajadores del sector turístico creen que un liderazgo fundamentado en la inteligencia emocional eleva su motivación y su satisfacción laboral. Esto se traduce en un rendimiento superior y en una atención al cliente más eficiente, aspectos fundamentales en un sector tan competitivo como el del turismo. Así mismo, en los líderes, la autoconciencia y la empatía pueden propiciar una cultura organizacional más colaborativa e inclusiva, lo cual es esencial para que las compañías turísticas de la zona tengan éxitos.

5. Metodología de la investigación

5.1. Posición epistemológica

El estudio de la correlación entre la motivación laboral de los trabajadores y la inteligencia emocional en el sector turístico de la Basílica de Buga se basa en una visión epistemológica pragmática. Esta perspectiva combina componentes cualitativos y cuantitativos de las 67 respuestas que se han recogido durante la encuesta, que se realizó mediante trabajo de campo en el sector de la Basílica, en los establecimientos de área, teniendo una recolección de manera directa y datos de primera mano, asegurando la participación real de las personas del sector de la basílica; lo que posibilita entender con mayor profundidad cómo interactúan estas variables en un contexto real, como fue el sector de la basílica, empleando Google Forms. La pragmática es válida gracias a sus habilidades para tratar fenómenos complejos y de múltiples dimensiones, como la IE, que mezcla elementos de la sociología, la gestión empresarial y la psicología organizacional. (Searle, 2015).

Además, el propósito de esta perspectiva es generar no solamente conocimiento teórico, sino también aportar soluciones viables y prácticas en la industria del turismo que permitan mejorar los resultados y la dinámica laboral de las organizaciones. Las pragmáticas permiten, desde un punto de vista interdisciplinario, incorporar distintas metodologías con el fin de obtener una visión práctica y holística de los problemas que se analizan. (Allemang et al., 2021)

5.2. Tipo Estudio

La investigación sobre la inteligencia emocional y su relación con la motivación de los empleados en el sector de la Basílica de Buga es de tipo descriptivo y causal-explicativo, dado que busca caracterizar los niveles de inteligencia emocional y de laboral de los empleados, así como evaluar el efecto de una variable sobre otra en dicho contexto. (Cauas, 2015)

El estudio se enmarca en un enfoque causal-explicativo al intentar determinar cómo la IE influye en el nivel de motivación laboral de los empleados, lo cual permite comprender el impacto de esta variable en el bienestar y motivación del personal en un sector caracterizado por el contacto constante con el público y una alta demanda emocional.

El diseño de esta investigación es transversal, ya que se recolectan datos en un único momento temporal, permitiendo analizar la situación actual de la IE y la motivación de los empleados sin intervenir ni modificar las condiciones del entorno. Este diseño es adecuado para lograr una imagen de la relación en los componentes pertinentes en el contexto específico de la Basílica de Buga, donde las expectativas de los turistas son altas y el estrés es alto, particularmente durante las temporadas con un mayor flujo turístico (Rodríguez & Mendivelso, 2018)

5.3. Método de Investigación

La metodología empleada en este estudio es cuantitativa, porque se fundamenta en la recopilación y el análisis de datos numéricos, basados en la recolección de las encuestas. Este enfoque facilita la valoración objetiva del grado de inteligencia emocional y su efecto sobre

la motivación de los empleados del sector turístico de la Basílica de Buga, generando resultados que pueden ser utilizados en todo el contexto examinado. El uso del enfoque cuantitativo es razonable porque permite la comparación entre grupos, el establecimiento de correlaciones y el descubrimiento de tendencias importantes en la conducta organizacional. Se persigue, mediante la elaboración sistemática de encuestas, conseguir datos exactos, fiables y verificables que posibiliten un análisis detallado del impacto que tienen las habilidades emocionales de los líderes en el entusiasmo y compromiso de los empleados.

Adicionalmente, es particularmente apropiado porque permite medir de manera sistemática las dimensiones de la inteligencia emocional del modelo adoptado. Así mismo, los elementos asociados con la motivación en el trabajo, mediante el instrumento utilizado. Además, la investigación puede convertir percepciones y actitudes en datos cuantitativos que pueden ser analizados estadísticamente de tipo likert, lo que permite llevar a cabo análisis descriptivos y correlacionales.

En relación con la delimitación de la muestra, los 510 empleados que constituyen el conjunto poblacional analizado son parte del sector turístico de la Basílica de Buga (Siturvalle, 2021). Estos trabajadores se reparten en campos como la producción, los recursos humanos, la administración y otras tareas vinculadas con la entrega del servicio. Para elegir a los participantes, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, teniendo en cuenta la accesibilidad y disponibilidad de los trabajadores en el marco del estudio. En este caso, cada empleado que participó fue la unidad de análisis o el elemento muestral, pues es la principal fuente de datos para investigar la correlación entre la motivación en el trabajo y la

inteligencia emocional. Un total de 67 trabajadores conformaron la muestra final, a quienes se les aplicó un instrumento estructurado con 100 preguntas. Este se desarrolló con el objetivo de compilar la información requerida para lograr los objetivos del estudio.

Por consiguiente, para garantizar la fiabilidad de los resultados, se optó por establecer un margen de error del 10% y considerar como nivel aceptable de consistencia en las respuestas el 90%. Esta selección no fue aleatoria; se basó en sugerencias estadísticas que se usan en los planes de muestreo. Un estudio académico de la Universidad de San Carlos de Guatemala señala que, cuando se busca garantizar la calidad y confiabilidad en procesos de medición, es recomendable trabajar con niveles de calidad aceptable entre el 90 % y el 96 %, manteniendo márgenes de riesgo entre 4 % y 10 %. Esta orientación permitió respaldar técnica y metodológicamente la decisión tomada y brindar mayor solidez al proceso de recolección de datos utilizado en esta tesis. (Yol Tzib, 2009)

5.4. Fuentes de información y técnicas de recolección

5.4.1. Determinar los niveles de inteligencia emocional del sector turístico de la Basílica de Buga, Valle del Cauca.

Para este objetivo, se utilizó la encuesta utilizada a través de Google Forms, utilizando como fundamento un cuestionario estructurado basado en la teoría de la inteligencia emocional por Daniel Goleman (1995).

El cuestionario analiza cinco aspectos: conciencia de uno mismo, manejo de emociones, motivación de uno mismo, empatía y habilidades sociales; todos ellos se consideran

fundamentales para entender cómo se maneja lo emocional en el equipo. Las respuestas se evaluaron a través de una escala Likert del 1 al 5, donde cada dimensión analizada tenía como representación el número 1 un nivel bajo y el 5 alto.

La encuesta proporciona respuestas concretas y comparables entre los distintos trabajadores, lo que ofrece una visión precisa y general de los niveles de IE en este conjunto. Este instrumento será útil para determinar las fortalezas y los aspectos que necesitan mejorarse en la inteligencia emocional de los líderes del sector turístico de la Basílica, lo cual facilitará un primer análisis que servirá para los objetivos posteriores.

5.4.2. Identificar el nivel de motivación de los empleados del sector turístico de la Basílica de Buga, Valle del Cauca

Para este objetivo, se utilizó una encuesta, la cual se basó en el Cuestionario de Motivación Laboral de Fernando Toro (1992), adaptado al contexto del sector turístico. Este cuestionario evalúa diversos factores asociados a la motivación intrínseca y extrínseca, como el reconocimiento, las condiciones laborales, la relación con los superiores, la satisfacción con el trabajo y las oportunidades de desarrollo personal y profesional. Al contar con un instrumento estandarizado, se puede identificar patrones en los niveles de motivación y analizar cómo estos podrían estar vinculados a la gestión en términos de IE.

Los cuestionarios están en el anexo 1.

5.4.3. Evaluar el efecto de la inteligencia emocional en la satisfacción laboral del sector turístico de la Basílica de Buga, Valle del Cauca.

Para este objetivo, se analizaron los resultados datos cuantificable obtenidos en las encuestas, identificando la relación que tienen los empleados del sector de la Basílica, respecto a la inteligencia emocional y la motivación laboral.

Asimismo, se organizaron y plasmaron los resultados a través de gráficos y tablas, lo que permitió una mejor visualización de los datos y simplificó el análisis de las conclusiones. Esta técnica permitió comprender mejor la relación entre las variables y detectar posibles efectos en el ambiente de trabajo del sector turístico.

En líneas generales, este procedimiento posibilitó alcanzar el objetivo establecido al ofrecer pruebas empíricas acerca de la relación entre la motivación y la inteligencia emocional en el trabajo, a través de un análisis sistemático y ordenado de los datos recopilados.

5.5. Diseño de investigación

Tabla 1 tabla de resumen de diseño metodológico

Pregunta específica	Objetivo específico	Diseño	Método	Tipo de fuente	Fuente	Técnica de recolección	Resultados
¿Cuáles son los niveles de IE de los empleados del sector turístico de	Determinar los niveles de IE de los empleados del sector turístico de la basílica de	Descriptivo	Cuantitativo	Primaria	Empleados	Encuesta	Identificación de fortaleza y debilidades en aspectos como autoconciencia, autorregulación motivación,

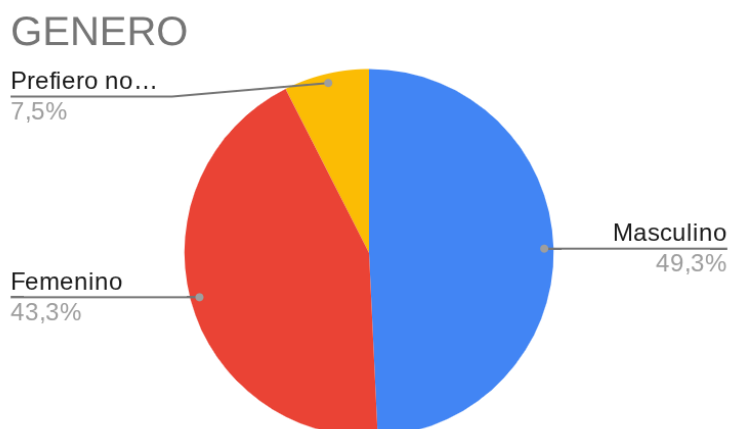
la basílica de Buga, Valle del Cauca?	Buga , Valle del Cauca						empatía y habilidades sociales
¿Cuáles son los niveles de motivación de los empleados del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca?	Identificar el nivel de motivación de los empleados del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca	Descriptivo	Cuantitativo	Primaria	Empleados	Encuesta	Determinación de los factores que más influyen en la motivación laboral, incluyendo clima organizacional y apoyo emocional
¿Cuál es la influencia de la IE en la motivación laboral del sector turístico de la basílica de Buga , Valle del Cauca?	Evaluar influencia de la IE en la motivación laboral del sector turístico de la basílica de Buga , Valle del Cauca	Causal-explicativo	Cuantitativo	Primaria	Empleados	Encuesta	Análisis profundo de cómo la percepción de la IE afecta el compromiso y motivación de los empleados

6. Resultados

6.1 Análisis descriptivo.

Para esta investigación se aplicó una encuesta de 100 preguntas, de la cual se obtuvieron 67 respuestas válidas, con el propósito de identificar el perfil sociodemográfico de los empleados del sector turístico de la Basílica del Señor de los Milagros en Guadalajara de Buga. La información recolectada brinda una visión general sobre las características del personal y sirve como base para el análisis detallado de cada uno de los gráficos presentados a continuación.

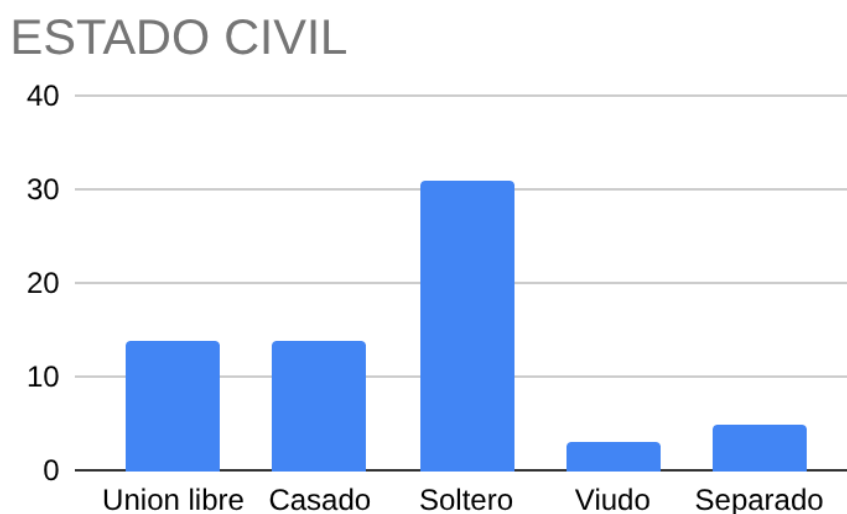
Ilustración 3 Gráfico de género



El gráfico 3 muestra una distribución relativamente equilibrada entre los participantes: el 49,3 % son hombres, el 43,3 % mujeres, y un 7,5 % prefirió no responder. Esta proporción sugiere que la fuerza laboral del sector turístico de la Basílica de Buga es diversa, con una ligera mayoría masculina pero sin una diferencia marcada. La presencia significativa de mujeres y personas que no desean declarar su género también indica apertura y variedad dentro del

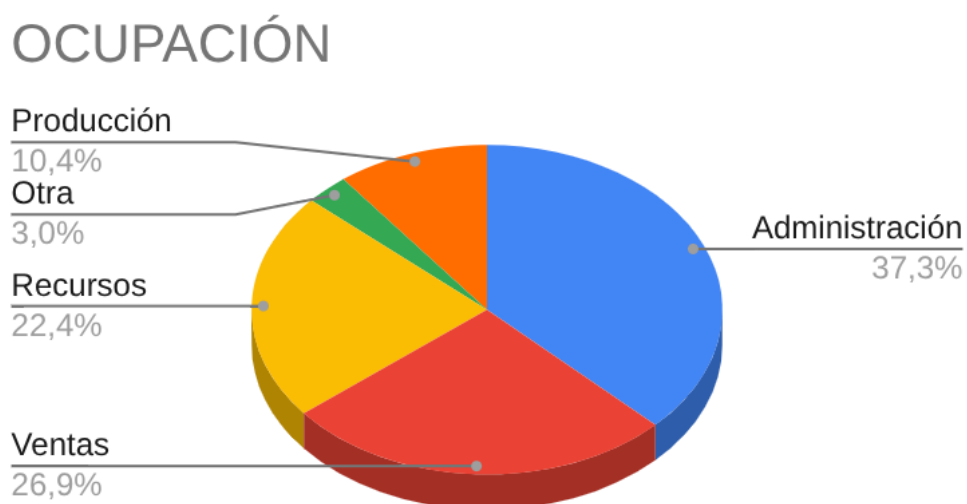
personal, lo cual es positivo para el análisis de la motivación, pues permite observar cómo se comportan estas variables en grupos heterogéneos

Ilustración 4 Gráfico de estado civil



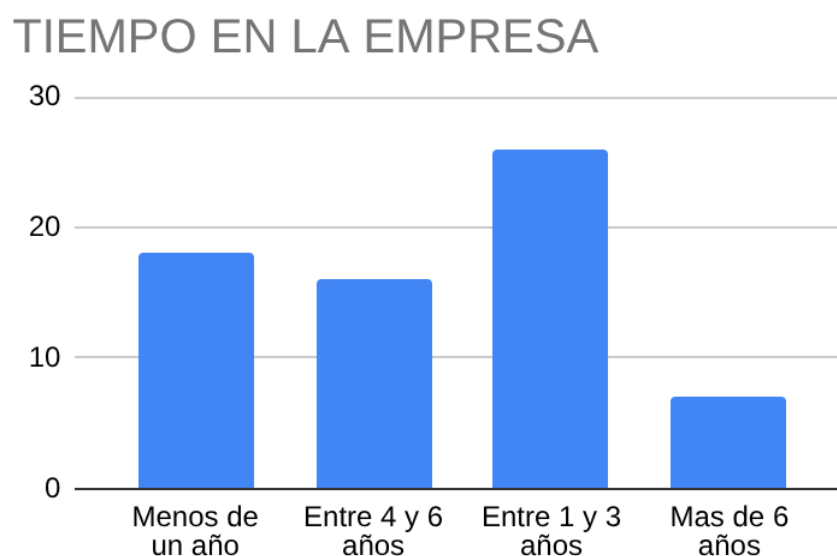
En el gráfico 4 de estado civil se observa que la mayoría de los empleados son solteros, con una cifra cercana a los 30 participantes, lo que representa el grupo predominante. Le siguen quienes se encuentran en unión libre y casados, con cantidades similares entre sí. Los empleados viudos y separados conforman una minoría dentro de la muestra. Esta distribución revela que gran parte del personal no tiene responsabilidades familiares tan marcadas, lo cual puede influir en su disponibilidad, niveles de estrés y en los factores que más los motivan dentro del entorno laboral.

Ilustración 5 Gráfico de ocupación



En el gráfico 5 se evidencia que el área con mayor participación es Administración, con el 37,3 % de los empleados. Le siguen Ventas con 26,9 % y Recursos (posiblemente Talento Humano o Recursos Humanos) con 22,4 %. Áreas como Producción y Otros tienen una participación menor (10,4 % y 3 % respectivamente). Esto indica que la actividad turística alrededor de la Basílica se sostiene principalmente en labores administrativas, comerciales y de apoyo al visitante. Esta distribución es clave para interpretar los niveles de motivación, pues cada área enfrenta demandas emocionales distintas.

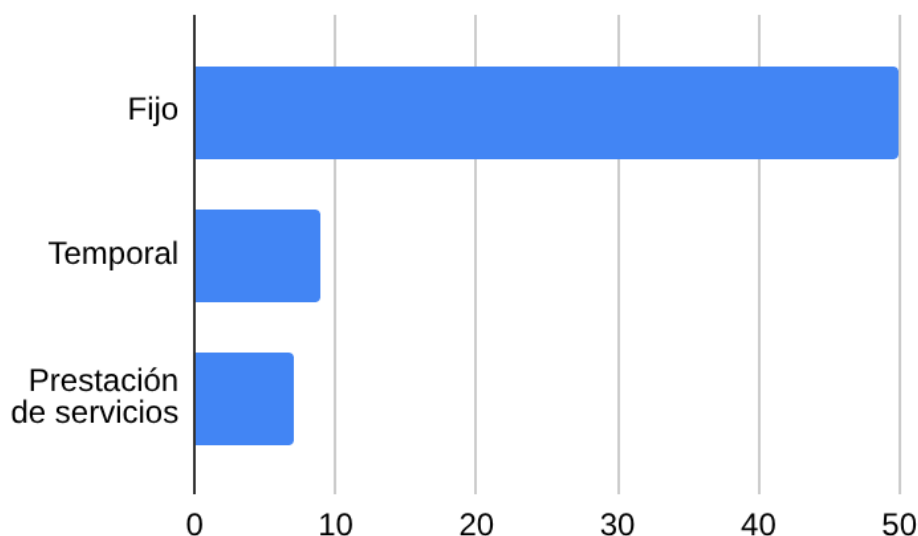
Ilustración 6 Gráfico de tiempo en la empresa



Este gráfico 6 muestra que la mayor parte de los empleados lleva entre 1 y 3 años trabajando en el sector, lo que representa el grupo más numeroso. Le siguen quienes llevan menos de un año y quienes tienen entre 4 y 6 años, con cantidades muy similares. El grupo más pequeño es el de los empleados con más de 6 años de antigüedad. Esto indica que es un sector con rotación relativamente alta, probablemente por la naturaleza del trabajo turístico, lo que puede influir en la motivación: quienes llevan menos tiempo suelen tener expectativas más altas y quienes llevan más años pueden sentir estancamiento o estabilidad dependiendo de las oportunidades recibidas.

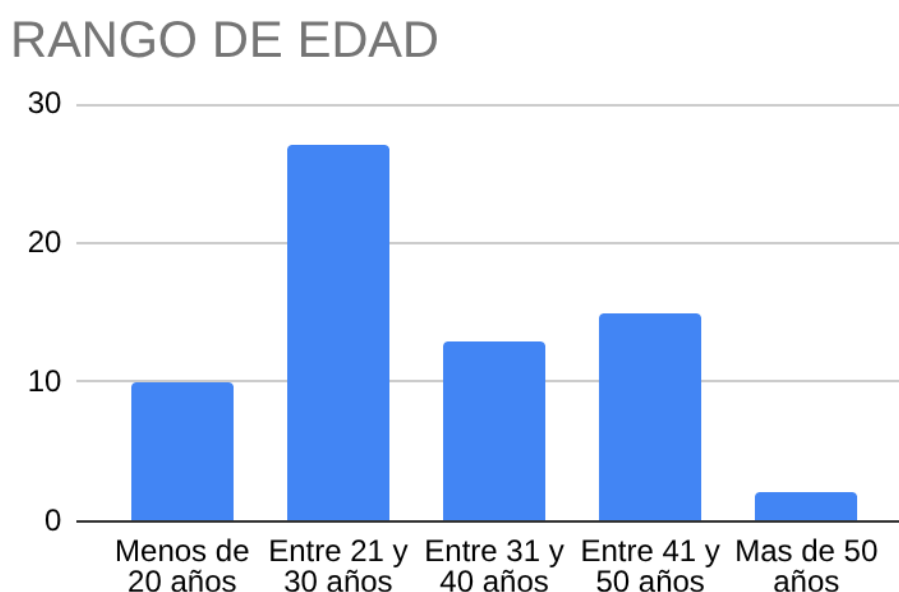
Ilustración 7 Gráfico de tipo de contrato

TIPO DE CONTRATO



El gráfico 7, del tipo de contrato muestra una tendencia clara: la mayoría de los empleados cuenta con contrato a término fijo, con casi 50 personas en esta categoría. Los contratos temporales y de prestación de servicios son minoritarios en comparación. Esta alta presencia de contratos fijos puede interpretarse como una señal de estabilidad laboral dentro del sector, lo que puede influir positivamente en la motivación extrínseca, especialmente en aspectos como seguridad económica y continuidad laboral. No obstante, la presencia de contratos temporales también indica que parte del personal puede sentirse menos estable o con menores posibilidades de crecimiento.

Ilustración 8 Gráfico de rango de edad



En el gráfico 8, correspondiente al rango de edades se evidencia que el grupo predominante es el de 21 a 30 años. Por el contrario, el rango menos representado es el de personas mayores de 50 años. Esto sugiere que el sector tiende a contar con personal joven, con proyección y capacidad para asumir las labores dentro de la empresa. No obstante, el segundo grupo con mayor presencia corresponde a los trabajadores entre 41 y 50 años, lo cual se relaciona directamente con su trayectoria y permanencia en la organización.

6.2 Niveles de IE de los empleados del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca

En esta investigación, se aplicó un cuestionario basado en la teoría de Daniel Goleman a 67 empleados del sector turístico de la Basílica del Señor de los Milagros, con el fin de determinar sus niveles de Inteligencia Emocional (IE).

Los promedios obtenidos por cada área fueron los siguientes:

Tabla 2 Competencias emocionales

INTELIGENCIA EMOCIONAL: 3,89				
CONCIENCIA DE UNO MISMO	MANEJO DE EMOCIONES	MOTIVARSE UNO MISMO	EMPATÍA	HABILIDAD SOCIAL
3,98	3,80	4,06	3,86	3,72

En la tabla 2, los resultados del análisis de las 67 encuestas aplicadas del sector turístico de la Basílica de Buga evidencian que todos los promedios obtenidos se encuentran dentro del rango de fortaleza (35–50), lo que permite concluir que los empleados poseen un nivel sólido de Inteligencia Emocional. La Conciencia de uno mismo alcanzó un promedio de 3,98, indicando que reconocen adecuadamente sus emociones y comprenden su impacto en el entorno laboral. El Manejo de emociones, con 3,80 puntos, refleja una buena capacidad para regular sus reacciones y mantener el control en situaciones retadoras propias del turismo religioso. La dimensión motivarse a uno mismo obtuvo la puntuación más alta, 4,06, lo que indica que se distingue por su iniciativa, disciplina y orientación. La empatía, con una media de 3,86, muestra la voluntad de entender a los visitantes y colaboradores, lo que promueve un servicio más humano. Finalmente, la capacidad social, con un puntaje de 3.72, certifica que

tienen las competencias necesarias para liderar equipos, solucionar conflictos y comunicarse. Por lo tanto, los resultados evidencian que tienen un alto grado de IE, lo cual es un elemento crucial para manejar el talento humano y fomentar ambientes de trabajo que motiven en una esfera donde las interacciones humanas son fundamentales.

Tabla 3 Inteligencia emocional según la edad

¿Qué edad tiene?	CONCIENCIA DE UNO MISMO	MANEJO DE EMOCIONES	MOTIVARSE UNO MISMO	EMPATÍA	HABILIDADES SOCIALES	INTELIGENCIA EMOCIONAL
Menos de 20 años	3,70	3,48	3,79	3,43	3,34	3,55
Más de 50 años	3,70	3,80	3,90	4,10	4,05	3,91
Entre 41 y 50 años	4,15	3,94	4,23	4,03	3,82	4,03
Entre 31 y 40 años	4,11	3,88	4,15	3,93	3,85	3,98
Entre 21 y 30 años	3,96	3,81	4,02	3,88	3,71	3,88
	3,98	3,80	4,06	3,86	3,72	3,89
Suma total	3,98	3,80	4,06	3,86	3,72	3,89

El grupo con más IE, según lo que muestra en la tabla 3, son los trabajadores de entre 41 y 50 años. Ellos logran un promedio de 4,03, destacándose por encima de todo en las dimensiones de motivación personal (4,23) y empatía (4,03). Esto sugiere que, en esta etapa de la vida, los trabajadores tienden a poseer una mayor madurez emocional, capacidad para gestionar sus emociones y habilidades para comprender a los demás, aspectos clave dentro del entorno turístico. En contraste, el nivel más bajo de inteligencia emocional se presenta en los empleados menores de 20 años, con un promedio de 3,55, posiblemente debido a su menor

experiencia laboral y menor exposición a situaciones que requieren un alto grado de autocontrol emocional y habilidades sociales. Estos resultados evidencian cómo la edad y la experiencia influyen directamente en el desarrollo de la inteligencia emocional.

Tabla 4 Inteligencia emocional según el género

Indique su género	CONCIENCIA DE UNO MISMO	MANEJO DE EMOCIONES	MOTIVARSE UNO MISMO	EMPATÍA	HABILIDADES SOCIALES	INTELIGENCIA EMOCIONAL
Prefiero no decirlo	4,22	3,74	3,92	4,06	3,98	3,98
Masculino	3,95	3,81	4,06	3,86	3,73	3,88
Femenino	3,98	3,81	4,07	3,83	3,66	3,87
	3,98	3,80	4,06	3,86	3,72	3,89
Suma total	3,98	3,80	4,06	3,86	3,72	3,89

En la tabla 4, se refleja que el grupo con el mayor nivel de inteligencia emocional corresponde a las personas que prefirieron no decir su género, con un promedio de 3,98, destacándose especialmente en conciencia de uno mismo (4,22) y empatía (4,06). Esto sugiere que este grupo percibe un manejo emocional más sólido y una mayor capacidad para comprender a los demás. En contraste, el nivel más bajo de inteligencia emocional se observa en el grupo femenino, con un promedio de 3,87, aunque la diferencia es mínima frente al género masculino (3,88). Aun así, esta ligera variación indica que la percepción y expresión de la inteligencia emocional pueden estar influenciadas por factores individuales y sociales asociados al género declarado.

Tabla 5 Inteligencia emocional según el estado civil

<i>Estado civil al cual pertenece</i>	CONCIENCIA DE UNO MISMO	MANEJO DE EMOCIONES	MOTIVARSE UNO MISMO	EMPATÍA	HABILIDAD SOCIAL	INTELIGENCIA EMOCIONAL
Viudo	4,40	4,17	4,53	4,23	3,97	4,26
Unión libre	4,11	3,79	3,99	4,01	3,78	3,94
Soltero	3,85	3,70	3,93	3,67	3,58	3,75
Separado	3,22	3,42	3,48	3,44	3,16	3,34
Casado	4,34	4,11	4,51	4,22	4,10	4,26
	3,98	3,80	4,06	3,86	3,72	3,89
Suma total	3,98	3,80	4,06	3,86	3,72	3,89

En la tabla 5 , el nivel más alto de inteligencia emocional se observa en los empleados viudos y casados, ambos con un promedio de 4,26, destacándose en dimensiones como motivarse uno mismo, empatía y manejo de emociones. Esto sugiere que estos grupos, posiblemente por experiencias personales y mayor estabilidad emocional, desarrollan habilidades más sólidas para gestionar sus emociones y relacionarse con los demás. Por otro lado, los empleados separados tienen el nivel más bajo de inteligencia emocional, con un promedio de 3.34, lo que indica una percepción menos positiva en todos los aspectos evaluados. Esta discrepancia muestra cómo el estado civil puede afectar de manera importante la manera en que los trabajadores manejan emocionalmente su ambiente de trabajo y sus relaciones interpersonales en el ámbito turístico.

Tabla 6 Inteligencia emocional según el área.

<i>¿En qué área desempeña su trabajo?</i>	CONCIENCIA DE UNO MISMO	MANEJO DE EMOCIONES	MOTIVARSE UNO MISMO	EMPATÍA	HABILIDAD SOCIAL	INTELIGENCIA EMOCIONAL
Ventas	3,92	3,64	3,88	3,73	3,54	3,74
Recursos	4,29	4,12	4,49	4,27	4,17	4,27
Producción	3,04	3,01	3,16	3,01	2,86	3,02
Otra	3,75	3,95	4,10	3,80	3,45	3,81
Administración	4,13	3,94	4,16	3,96	3,83	4,01
	3,98	3,80	4,06	3,86	3,72	3,89
Suma total	3,98	3,80	4,06	3,86	3,72	3,89

La tabla 6 indica que el área de recursos humanos tiene el nivel de inteligencia emocional más alto, con una media de 4,27. Esto muestra que los trabajadores en este departamento tienden a manejar sus emociones de mejor manera, a motivar continuamente y a establecer relaciones con más eficacia en su lugar de trabajo. En contraste, el área de producción muestra el nivel más bajo, con un promedio de 3,02. Esto indica que pueden existir dificultades en áreas como la empatía, las habilidades sociales y la gestión emocional. Esto puede estar relacionado con las dinámicas intrínsecas a su trabajo de competencias emocionales en este grupo. Esta disparidad entre áreas posibilita la identificación de enfoques y estrategias potenciales de fortalecimiento.

Tabla 7 Inteligencia emocional según los años trabajados

<i>¿Cuánto tiempo lleva en la</i>	CONCIENCIA DE UNO MISMO	MANEJO DE EMOCIONES	MOTIVARSE UNO MISMO	EMPATÍA	HABILIDAD SOCIAL	INTELIGENCIA EMOCIONAL
-----------------------------------	-------------------------	---------------------	---------------------	---------	------------------	------------------------

<i>empresa?</i>		ES				
	3,98	3,80	4,06	3,86	3,72	3,89
Entre 1 y 3 años	4,01	3,81	4,01	3,90	3,68	3,88
Entre 4 y 6 años	4,11	3,95	4,27	4,03	3,95	4,06
Más de 6 años	3,73	3,71	3,94	3,67	3,30	3,67
Menos de un año	3,93	3,70	3,97	3,75	3,73	3,82
Suma total	3,98	3,80	4,06	3,86	3,72	3,89

La tabla 7 muestra que los trabajadores con una antigüedad de entre 4 y 6 años tienen el nivel elevado de inteligencia emocional, con un promedio de 4,06. Este hallazgo indica que, a lo largo del tiempo, estos empleados han fortalecido competencias como la empatía, la gestión de las emociones y la motivación personal, posiblemente debido a su experiencia y adaptación al ambiente laboral del sector turístico. En cambio, el nivel más bajo se encuentra en aquellos que han estado en el establecimiento durante seis años, con un promedio de 3,67. Esto podría ser indicativo de una disminución en el desarrollo de habilidades emocionales a lo largo del tiempo, o bien de una motivación o agotamiento laboral. Este contraste permite identificar la importancia de implementar estrategias de bienestar y actualización emocional para los empleados con mayor antigüedad.

Tabla 8 Inteligencia emocional según el tipo de contrato

<i>¿Qué tipo de contrato tiene?</i>	CONCIENCIA DE UNO MISMO	MANEJO DE EMOCIONES	MOTIVARSE UNO MISMO	EMPATÍA	HABILIDAD SOCIAL	INTELIGENCIA EMOCIONAL
-------------------------------------	-------------------------	---------------------	---------------------	---------	------------------	------------------------

Temporal	3,44	3,28	3,48	3,20	3,33	3,35
Prestación de servicios	3,60	3,54	3,59	3,60	3,19	3,50
Fijo	4,12	3,92	4,21	4,00	3,84	4,02
	4,44	4,25	4,53	4,28	4,36	4,37
Suma total	3,98	3,80	4,06	3,86	3,72	3,89

El análisis muestra en la tabla 8, que el mayor nivel de inteligencia emocional se presenta en los empleados con contrato fijo, quienes alcanzan un promedio de 4,02. Este resultado refleja que la estabilidad laboral parece influir positivamente en el desarrollo de habilidades como la empatía, el manejo emocional y la motivación personal. En contraste, el nivel más bajo se observa en los empleados con contrato temporal, con un promedio de 3,35, lo que podría relacionarse con la incertidumbre propia de este tipo de vinculación, afectando su seguridad emocional y su relación con el entorno laboral. Estos hallazgos resaltan la importancia de la estabilidad contractual en el fortalecimiento de las competencias emocionales dentro del sector turístico.

Dando alcance a los resultados obtenidos sugieren que entre los empleados del sector turístico de Guadalajara de Buga, la inteligencia emocional va más allá de su naturaleza individual y se convierte en una herramienta útil para el rendimiento del servicio. En circunstancias en las que se interactúa de manera constante con los usuarios y se presentan situaciones que requieren un alto nivel de carga emocional, la habilidad para gestionar y regular las emociones se transforma en un factor que afecta directamente la calidad del servicio.

Los resultados indican, desde este punto de vista, que los trabajadores han creado formas para adaptarse emocionalmente, lo cual les permite reaccionar apropiadamente a las demandas del entorno de trabajo y ayuda a mantener un rendimiento estable. Sin embargo, las diferencias que se han observado entre las dimensiones señalan que estas competencias no se distribuyen de manera uniforme. Esto podría poner límites a aspectos como la comunicación entre personas o la cohesión grupal.

Por lo tanto, la inteligencia emocional debe ser vista no solamente como una habilidad personal, sino también como una competencia que puede ser mejorada a través de la gestión organizacional, con el objetivo de crear ambientes de trabajo más eficientes y enfocados en ofrecer servicios de alta calidad.

6.3 Identificar el nivel de motivación de los empleados del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca

El análisis de las 65 encuestas aplicadas a los empleados del sector turístico de la Basílica de Buga muestra que la motivación se distribuye de manera distinta entre los factores internos y externos, evidenciando cuáles son los aspectos que más impulsan el compromiso laboral en este contexto religioso y de alto contacto humano.

Tabla 9 Competencia de motivación interno

MOTIVACIÓN INTERNA: 3,67				
AFILIACIÓN	AUTORREALIZACIÓN	LOGRO	PODER	RECONOCIMIENTO
3,76	3,07	3,89	3,86	3,77

En cuanto a la motivación interna, los resultados de la tabla 9, muestran que los empleados del sector turístico de la Basílica de Buga encuentran su mayor impulso en el logro (3,89), seguido muy de cerca por el poder (3,86) y la afiliación (3,76). Esto indica que disfrutan alcanzar metas, asumir responsabilidades y sentir que su trabajo tiene impacto, al mismo tiempo que valoran pertenecer a un equipo y mantener buenas relaciones con sus compañeros. El reconocimiento (3,77) también ocupa un lugar relevante, lo que sugiere que ser valorados por su labor contribuye positivamente a su motivación diaria. En contraste, la autorrealización presenta el puntaje más bajo (3,07), lo que señala que muchos empleados aún no perciben que están desarrollando plenamente su potencial o creciendo profesionalmente. En conjunto, estos resultados muestran que, aunque existe una motivación sólida basada en el logro y en la interacción social, todavía hay oportunidades para fortalecer el desarrollo personal dentro de la organización

Tabla 10 Motivación interna según la edad

<i>¿Qué edad tiene?</i>	AFILIACIÓN	AUTORREALIZACIÓN	LOGRO	PODER	RECONOCIMIENTO	MOTIVACIÓN INTERNA
Menos de 20 años	3,34	2,97	3,58	3,78	3,23	3,38
Más de 50 años	3,61	3,00	4,00	4,10	3,75	3,69
Entre 41 y 50 años	3,76	2,93	3,88	3,76	3,90	3,65
Entre 31 y 40 años	4,07	3,10	4,04	3,98	4,02	3,84
Entre 21 y 30 años	3,77	3,19	3,92	3,87	3,79	3,71
	3,76	3,07	3,89	3,86	3,77	3,67
Suma total	3,76	3,07	3,89	3,86	3,77	3,67

La tabla 10, muestra que el grupo con mayor motivación interna corresponde a los empleados entre 31 y 40 años, quienes alcanzan un promedio de 3,84, destacándose especialmente en afiliación, logro y reconocimiento. Esto sugiere que, en esta etapa de la vida, los trabajadores se sienten más consolidados, con metas claras y un sentido fuerte de pertenencia dentro de la organización. En contraste, el nivel más bajo de motivación interna se observa en los empleados menores de 20 años, quienes presentan un promedio de 3,38, lo cual puede relacionarse con su menor experiencia, baja estabilidad laboral o un proceso de adaptación aún en curso. Esta diferencia muestra que la madurez personal y laboral influye directamente en cómo los empleados se relacionan con su trabajo y en la intensidad de su motivación interna.

Tabla 11 Motivación interna según el género.

<i>Indique su</i>	AFILIACIÓN	AUTORREALIZACIÓN	LOGRO	PODER	RECONOCIMIENTO	MOTIVACIÓN
-------------------	------------	------------------	-------	-------	----------------	------------

<i>género</i>						INTERNA
Prefiero no decirlo	4,13	3,20	4,03	3,96	3,95	3,86
Masculino	3,78	2,96	3,86	3,81	3,71	3,63
Femenino	3,67	3,18	3,89	3,90	3,81	3,69
	3,76	3,07	3,89	3,86	3,77	3,67
Suma total	3,76	3,07	3,89	3,86	3,77	3,67

En la tabla 11 se observa que el grupo con mayor motivación interna corresponde a las personas que prefirieron no decir su género, alcanzando un promedio de 3,86, lo que sugiere que este grupo percibe una mayor conexión emocional con su trabajo y un nivel más alto de satisfacción en dimensiones como afiliación, logro y reconocimiento. En contraste, el nivel más bajo de motivación interna se presenta en los empleados de género masculino, con un promedio de 3,63, lo cual indica una motivación interna ligeramente menor en comparación con los demás grupos. Esta diferencia refleja cómo la percepción del entorno laboral y las experiencias individuales pueden influir en la motivación interna independientemente del género declarado.

Tabla 12 Motivación interna según el estado civil

<i>Estado civil al cual pertenece</i>	AFILIACIÓN	AUTORREALIZACIÓN	LOGRO	PODER	RECONOCIMIENTO	MOTIVACIÓN INTERNA
Viudo	4,44	3,22	4,61	4,93	4,75	4,39
Unión libre	3,77	3,07	3,81	3,79	3,71	3,63
Soltero	3,59	3,12	3,78	3,66	3,60	3,55
Separado	3,24	2,73	3,47	3,76	3,55	3,35
Casado	4,15	3,07	4,18	4,17	4,09	3,93
	3,76	3,07	3,89	3,86	3,77	3,67
Suma total	3,76	3,07	3,89	3,86	3,77	3,67

En la tabla 12, el grupo con mayor motivación interna es el de los empleados viudos, quienes alcanzan un promedio de 4,39, destacándose notablemente en todas las dimensiones, especialmente en poder (4,93) y reconocimiento (4,75). Esto sugiere que, pese a ser un grupo reducido, sus experiencias personales podrían fortalecer su vínculo con el trabajo y su sentido de responsabilidad y logro. En contraste, el nivel más bajo de motivación interna se presenta en los empleados separados, con un promedio de 3,35, lo que indica una menor conexión emocional con sus funciones laborales, posiblemente influenciada por situaciones personales o menor estabilidad emocional. Esta comparación evidencia cómo el estado civil puede influir en la percepción y vivencia del entorno laboral dentro del sector turístico.

Tabla 13 Motivación interna según el área de trabajo

<i>¿En qué área desempeña su trabajo?</i>	AFILIACIÓN	AUTORREALIZACIÓN	LOGRO	PODER	RECONOCIMIENTO	MOTIVACIÓN INTERNA
Ventas	3,77	2,93	3,87	3,73	3,67	3,59
Recursos	4,05	3,31	4,20	4,21	4,13	3,98
Producción	3,08	3,14	3,24	3,26	3,29	3,20
Otra	3,61	2,33	3,42	3,60	3,38	3,27
Administración	3,77	3,08	3,93	3,93	3,80	3,70
	3,76	3,07	3,89	3,86	3,77	3,67
Suma total	3,76	3,07	3,89	3,86	3,77	3,67

En la tabla 13, el grupo con mayor motivación interna corresponde al área de Recursos, con un promedio de 3,98, destacándose en dimensiones como logro, poder y reconocimiento, lo que sugiere que en esta área los empleados se sienten más valorados, conectados con sus responsabilidades y con mayores oportunidades de desarrollo personal dentro del entorno laboral turístico. En contraste, el nivel más bajo de motivación interna se presenta en el área de Producción, con un promedio de 3,20, lo cual puede indicar menor satisfacción con las tareas asignadas, menos posibilidades de reconocimiento o un vínculo emocional más débil con el trabajo. Esta comparación muestra cómo el tipo de funciones desempeñadas influye directamente en la percepción de motivación interna de los empleados del sector turístico.

Tabla 14 Motivación interna según el tiempo de duración en la empresa

<i>¿Cuánto tiempo lleva en la empresa?</i>	AFILIACIÓN	AUTORREALIZACIÓN	LOGRO	PODER	RECONOCIMIENTO	MOTIVACIÓN INTERNA
Menos de un año	3,78	3,09	3,74	3,64	3,54	3,56
Más de 6 años	3,71	3,10	3,81	4,20	4,04	3,77
Entre 4 y 6 años	3,92	2,94	3,97	4,01	3,98	3,76
Entre 1 y 3 años	3,65	3,14	3,96	3,82	3,73	3,66
	3,76	3,07	3,89	3,86	3,77	3,67
Suma total	3,76	3,07	3,89	3,86	3,77	3,67

La tabla 14 muestra que el grupo con mayor motivación interna corresponde a los empleados con más de 6 años de antigüedad, quienes alcanzan un promedio de 3,77, destacándose especialmente en las dimensiones de poder (4,20) y reconocimiento (4,04). Esto sugiere que, a mayor permanencia en la organización, existe una mayor conexión emocional con el trabajo y una percepción más positiva del rol que desempeñan. En contraste, el nivel más bajo de motivación interna se observa en los empleados con menos de un año en la empresa, con un promedio de 3,56, lo que podría estar relacionado con procesos de adaptación, menor estabilidad laboral o desconocimiento del entorno organizacional. Esta diferencia evidencia cómo el tiempo de permanencia influye directamente en el nivel de motivación interna dentro del sector turístico.

Tabla 15 Motivación interna según el tipo de contrato

<i>¿Qué tipo de contrato tiene?</i>	AFILIACIÓN	AUTORREALIZACIÓN	LOGRO	PODER	RECONOCIMIENTO	MOTIVACIÓN INTERNA
Temporal	3,57	2,89	3,43	3,22	3,19	3,26
Prestación de servicios	3,22	3,19	3,50	3,54	3,29	3,35
Fijo	3,86	3,11	4,00	4,01	3,92	3,78
	3,99	2,70	4,44	4,03	4,39	3,91
Suma total	3,76	3,07	3,89	3,86	3,77	3,67

El grupo con mayor motivación interna en la tabla 15, corresponde a los empleados con contrato a término fijo, quienes alcanzan un promedio de 3,78, destacándose especialmente en las dimensiones de logro (4,00) y poder (4,01). Esto sugiere que contar con estabilidad laboral influye positivamente en la percepción que tienen sobre su trabajo y en el compromiso con sus funciones. En contraste, el nivel más bajo de motivación interna se presenta en los empleados con contrato temporal, cuyo promedio es de 3,26, indicando una menor conexión emocional con el entorno laboral, posiblemente asociada a la incertidumbre propia de los contratos de corta duración. Esta diferencia evidencia que la seguridad laboral es un factor determinante en la motivación interna dentro del sector turístico.

Tabla 16 Competencia de motivación externo

MOTIVACIÓN EXTERNA: 3,68			
SUPERVISIÓN	SALARIO	CONTENIDO DEL TRABAJO Y GRUPO DE TRABAJO	PROMOCIÓN
3,94	3,62	3,61	3,55

Por el lado de la motivación externa, la tabla 16, expone que la supervisión es el factor que más influye en los empleados, con un puntaje de 3,94. Esto indica que el trato del jefe, la manera en que se comunican con ellos y el acompañamiento en las tareas diarias son elementos que realmente hacen la diferencia en cómo se sienten y en el ánimo con el que trabajan. El salario 3,62 y el contenido del trabajo junto con el grupo de trabajo 3,61 logran un nivel moderado, lo que muestra que aunque estos aspectos son importantes, no son los que

más mueven emocionalmente al personal. Finalmente, la promoción 3,55 refleja que los empleados no perciben muchas oportunidades de ascenso o crecimiento, un aspecto que podría estar limitando su motivación a largo plazo. En general, la motivación externa depende en gran parte de la relación con sus líderes y del ambiente laboral, lo que demuestra la importancia de un liderazgo cercano, justo y emocionalmente inteligente para fortalecer el compromiso dentro del sector turístico.

Tabla 17 Motivación externa según la edad

¿Qué edad tiene?	SUPERVISIÓN	SALARIO	CONTENIDO DEL TRABAJO Y GRUPO DE TRABAJO	PROMOCIÓN	MOTIVACIÓN EXTERNA
Menos de 20 años	3,48	3,03	3,15	3,07	3,18
Más de 50 años	3,33	3,75	4,00	3,17	3,56
Entre 41 y 50 años	3,99	3,78	3,78	3,80	3,84
Entre 31 y 40 años	4,26	3,98	3,85	3,64	3,93
Entre 21 y 30 años	3,96	3,56	3,54	3,57	3,66
	3,94	3,62	3,61	3,55	3,68
Suma total	3,94	3,62	3,61	3,55	3,68

La tabla 17, expone que el grupo con mayor motivación externa corresponde a los empleados entre 31 y 40 años, quienes alcanzan un promedio de 3,93, destacándose especialmente en las dimensiones de supervisión (4,26) y salario (3,98). Esto sugiere que, en esta etapa, los

trabajadores valoran altamente el acompañamiento del líder y la compensación económica, elementos que influyen de manera directa en su disposición para realizar las tareas. En contraste, el nivel más bajo de motivación externa se presenta en los empleados menores de 20 años, con un promedio de 3,18, lo que puede estar relacionado con menor experiencia laboral, menos estabilidad o expectativas aún en formación respecto a su trabajo. Estos resultados evidencian cómo la edad y la etapa laboral influyen notablemente en los factores externos que motivan a los empleados del sector turístico.

Tabla 18 Motivación externa según el género.

Indique su género	SUPERVISIÓN	SALARIO	CONTENIDO DEL TRABAJO Y GRUPO DE TRABAJO	PROMOCIÓN	MOTIVACIÓN EXTERNA
Prefiero no decirlo	4,70	3,90	3,55	3,47	3,90
Masculino	3,94	3,56	3,58	3,56	3,66
Femenino	3,79	3,64	3,66	3,55	3,66
	3,94	3,62	3,61	3,55	3,68
Suma total	3,94	3,62	3,61	3,55	3,68

El grupo con mayor motivación externa en la tabla 18 corresponde a las personas que prefirieron no decir su género, con un promedio de 3,90, destacándose especialmente en la dimensión de supervisión (4,70), lo que sugiere una percepción más positiva del acompañamiento recibido y del entorno laboral en general. En contraste, los niveles más

bajos de motivación externa se observan tanto en el grupo masculino como en el femenino, ambos con un promedio de 3,66, lo que refleja una motivación externa moderada y relativamente homogénea entre estos dos grupos.

Tabla 19 Motivación externa según el estado civil

<i>Estado civil al cual pertenecer</i>	SUPERVISIÓN	SALARIO	CONTENIDO DEL TRABAJO Y GRUPO DE TRABAJO	PROMOCIÓN	MOTIVACIÓN EXTERNA
Viudo	4,89	4,33	4,42	4,78	4,60
Unión libre	4,08	3,48	3,54	3,50	3,65
Soltero	3,72	3,53	3,53	3,23	3,50
Separado	3,37	3,40	3,35	3,33	3,36
Casado	4,26	3,88	3,77	4,12	4,01
	3,94	3,62	3,61	3,55	3,68
Suma total	3,94	3,62	3,61	3,55	3,68

El grupo con mayor motivación externa en la tabla 19 corresponde a los empleados viudos, quienes alcanzan un promedio sobresaliente de 4,60, destacándose en todas las dimensiones, especialmente en supervisión (4,89) y promoción (4,78). Esto sugiere que este grupo percibe un fuerte respaldo por parte de sus líderes y valora altamente las oportunidades que ofrece su entorno laboral. En contraste, el nivel más bajo de motivación externa se presenta en los empleados separados, con un promedio de 3,36, lo que indica una percepción menos favorable de los factores externos que influyen en su motivación, como el salario, el contenido del trabajo y las oportunidades de crecimiento. Esta comparación evidencia que el

estado civil puede influir directamente en cómo los empleados interpretan y valoran los elementos externos de su trabajo dentro del sector turístico.

Tabla 20 Motivación externa según el área de trabajo

<i>¿En qué área desempeña su trabajo?</i>	SUPERVISIÓN	SALARIO	CONTENIDO DEL TRABAJO Y GRUPO DE TRABAJO	PROMOCIÓN	MOTIVACIÓN EXTERNA
Ventas	3,98	3,56	3,40	3,19	3,53
Recursos	4,03	4,03	4,23	3,84	4,04
Producción	2,98	2,50	2,86	2,95	2,82
Otra	3,67	3,50	3,63	3,67	3,61
Administración	4,13	3,74	3,59	3,79	3,81
	3,94	3,62	3,61	3,55	3,68
Suma total	3,94	3,62	3,61	3,55	3,68

El área con mayor motivación externa en la tabla 20 es recursos, con un promedio de 4,04, destacándose especialmente en salario (4,03) y contenido del trabajo y grupo de trabajo (4,23). Esto sugiere que los empleados de esta área perciben un entorno laboral más favorable, con mejores condiciones y un acompañamiento más efectivo por parte de sus líderes. En contraste, el nivel más bajo de motivación externa se observa en el área de producción, con un promedio de 2,82, que presenta puntajes bajos en todas las dimensiones, especialmente en salario (2,50) y contenido del trabajo (2,86). Estos resultados indican que las condiciones externas en esta área son percibidas como menos.

Tabla 21 Motivación externa según el tiempo de duración de la empresa

<i>¿Cuánto tiempo lleva en la empresa?</i>	SUPERVISIÓN	SALARIO	CONTENIDO DEL TRABAJO Y GRUPO DE TRABAJO	PROMOCIÓN	MOTIVACIÓN EXTERNA
Menos de un año	3,89	3,40	3,53	2,94	3,44
Mas de 6 años	4,05	3,61	3,71	4,10	3,87
Entre 4 y 6 años	4,08	3,86	3,59	3,96	3,87
Entre 1 y 3 años	3,85	3,63	3,64	3,56	3,67
	3,94	3,62	3,61	3,55	3,68
Suma total	3,94	3,62	3,61	3,55	3,68

Los niveles más altos de motivación externa se presentan en la tabla 21 en dos grupos: los empleados con más de 6 años y aquellos con entre 4 y 6 años en la empresa, ambos con un promedio de 3,87. Esto indica que la permanencia prolongada en la organización está asociada con una percepción más favorable de factores como la supervisión, el salario y, especialmente, las oportunidades de promoción, que alcanzan 4,10 en el caso de quienes llevan más de 6 años. En contraste, el nivel más bajo de motivación externa se observa en los empleados con menos de un año en la empresa, con un promedio de 3,44, destacando un puntaje particularmente bajo en la dimensión de promoción (2,94). Esta diferencia sugiere que la motivación externa aumenta con el tiempo, probablemente debido a una mayor estabilidad, reconocimiento y adaptación al entorno laboral dentro del sector turístico.

Tabla 22 Motivación externa según el tipo de contrato

¿Qué tipo de contrato tiene?	SUPERVISIÓN	SALARIO	CONTENIDO DEL TRABAJO Y GRUPO DE TRABAJO	PROMOCIÓN	MOTIVACIÓN EXTERNA
Temporal	3,54	3,28	3,31	2,41	3,13
Prestación de servicios	3,38	2,96	2,96	3,05	3,09
Fijo	4,06	3,76	3,75	3,79	3,84
	4,47	4,06	3,80	4,27	4,15
Suma total	3,94	3,62	3,61	3,55	3,68

El grupo con mayor motivación externa en la tabla 22 corresponde a los empleados con contrato fijo, quienes alcanzan un promedio de 3,84, destacándose en todas las dimensiones, especialmente en supervisión (4,06) y contenido del trabajo (3,75). Esto sugiere que la estabilidad laboral y la seguridad contractual influyen directamente en una percepción más positiva del entorno laboral y de las oportunidades de desarrollo. En contraste, el nivel más bajo de motivación externa se presenta en los empleados con contrato de prestación de servicios, con un promedio de 3,09, lo que indica una menor satisfacción frente a factores externos como el salario, el acompañamiento del líder y las oportunidades de promoción. Esta diferencia evidencia que el tipo de contrato tiene un impacto significativo en la forma en que los empleados perciben los elementos externos que influyen en su motivación dentro del sector turístico.

Los resultados mostrados, señalan que la motivación de los trabajadores influye directamente en cómo estos realizan sus tareas en el sector turístico. En esta situación, la postura hacia el

trabajo no solo se refleja a nivel individual, sino también en la forma de interactuar con el usuario y en la estabilidad del rendimiento bajo condiciones de alta demanda.

Se puede inferir que la motivación se produce mediante la interacción entre componentes internos y las circunstancias concretas del ambiente de trabajo, lo cual indica que su estabilidad depende del balance entre los dos. En un sector donde la atención al público es continua y el rendimiento del trabajador tiene un impacto directo en la percepción del servicio, esta balanza es esencial. No obstante, las variaciones observadas señalan que este equilibrio no es constante y podría provocar oscilaciones en el nivel de compromiso, la disposición y la respuesta ante las exigencias del ambiente.

Asimismo, estos descubrimientos hacen pensar que la motivación no es una condición constante, sino un proceso susceptible de fortalecerse o debilitarse según las dinámicas de la organización. Es claro que las organizaciones deben gestionar de manera intencionada, pues elementos como el reconocimiento, las oportunidades para desarrollarse y las condiciones laborales pueden tener un impacto en su sostenibilidad.

Por lo tanto, es preciso gestionar de manera constante la motivación, ya que su potenciación afecta no solamente el rendimiento individual, sino también la calidad del servicio y la sostenibilidad de la actuación en el área turística.

6.4 Evaluar influencia de la IE en la motivación laboral del sector turístico de la basílica de Buga, Valle del Cauca

Para comprender la relación entre la Inteligencia Emocional y la motivación de los empleados del sector turístico de Guadalajara de Buga, primero fue necesario asegurarse de

que los instrumentos utilizados realmente midieran lo que se pretendía evaluar. En ese proceso, se identificó que, de las 101 preguntas aplicadas, 7 de ellas preguntas demográficas, 50 estaban alineadas de manera clara con el componente de inteligencia emocional, y 44 de motivación general, 27 de motivación interna y 17 de motivación externa.

Este hallazgo permitió construir una base sólida para el análisis posterior. El estudio mostró que este conjunto de preguntas explicaba un 92,813 % de la varianza, lo que indica que las cinco dimensiones evaluadas en las 50 preguntas de inteligencia emocional, como lo son conciencia de uno mismo, manejo de emociones, motivarse uno mismo, empatía y habilidad social funcionan como un solo componente cohesionado. A esto se suma un Alfa de Cronbach de 0,980, que evidencia una fiabilidad sobresaliente y confirma que las respuestas de los participantes fueron consistentes entre sí.

En la misma línea, se analizó la motivación interna, compuesta por 27 preguntas que abarcan elementos como la afiliación, la autorrealización, el logro y el poder. El análisis estadístico demostró que estos cuatro aspectos se integran adecuadamente en un único componente, el cual logró explicar un 66,624 % de la varianza, un valor suficiente para respaldar su coherencia interna. Además, el Alfa de Cronbach de 0,750 indicó que el instrumento tiene un nivel de fiabilidad aceptable, lo que significa que las respuestas ofrecidas por los participantes permiten entender con claridad los factores que impulsan su motivación desde el interior.

Finalmente, se evaluó la motivación externa, construida a partir de 17 preguntas relacionadas con factores como la supervisión, el salario, el contenido del trabajo y el grupo de trabajo, y

las oportunidades de promoción. En este caso, los resultados mostraron que estas variables también conforman un solo componente, con un 82,571 % de varianza explicada, lo cual demuestra que los empleados responden de manera coherente cuando se trata de aspectos externos que influyen en su motivación. El Alfa de Cronbach de 0,927 ratifica esta coherencia, reflejando una fiabilidad excelente del instrumento.

Todo este proceso de validación permitió que, posteriormente, se realizará con seguridad el análisis de regresión lineal, donde la Inteligencia Emocional fue tratada como variable independiente y los distintos tipos de motivación como variables dependientes. Gracias a la solidez estadística lograda, el estudio pudo avanzar con confianza hacia la evaluación de la influencia que ejerce la inteligencia emocional sobre la motivación de los empleados en el sector turístico de Guadalajara de Buga.

Posteriormente, para comprender cómo la inteligencia emocional influye en la motivación de los empleados, se presentan a continuación los modelos de regresión lineal aplicados en este estudio. Estos resultados permiten identificar qué dimensiones emocionales tienen un impacto real en la motivación general, interna y externa, y además posibilitan contrastar dichos efectos con los planteamientos teóricos expuestos en el estado del arte.

Tabla 23 Influencia de los componentes de IE en la motivación general

Variables	Motivación General
Independientes	
CONCIENCIA DE UNO MISMO	-0,213 (0,211)
MANEJO DE EMOCIONES	0,454 (0,184)**
MOTIVARSE UNO MISMO	0,181(0,189)
EMPATÍA	0,136(0,211)
HABILIDAD SOCIAL	0,268(0,154)**
R cuadrado	0,777
F	42,491

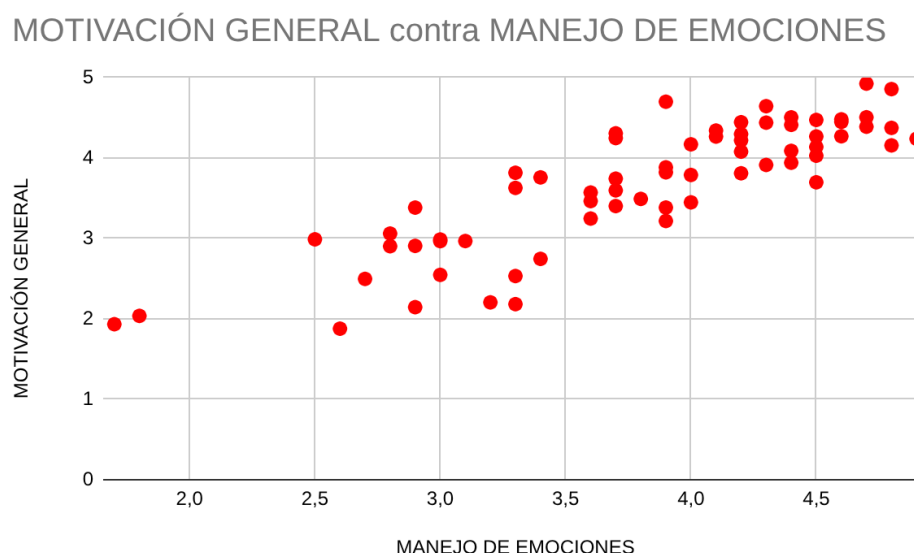
En la tabla 23 se expone el modelo que explica cómo la motivación general a partir de las cinco dimensiones de la inteligencia emocional presentó resultados particularmente reveladores. Dos de estas dimensiones mostraron efectos estadísticamente significativos: el *manejo de emociones* y la *habilidad social*. El manejo de emociones registró un coeficiente de 0,454 con un error estándar de 0,184 y un nivel de significancia $p < 0,05$, lo que indica que un incremento en esta competencia produce un aumento directo en la motivación de los empleados. Esto sugiere que los trabajadores perciben un líder emocionalmente estable como una figura confiable, capaz de manejar situaciones difíciles sin transmitir tensión al equipo. La *habilidad social* mostró también un efecto positivo y significativo (coef. 0,268, error 0,154, $p < 0,05$), lo cual confirma que la capacidad para relacionarse, escuchar y comunicarse influye en la disposición general de los empleados hacia su trabajo.

El modelo obtuvo un R^2 de 0,777 y un estadístico F de 42,491, lo cual demuestra que la combinación de estas variables explica una proporción muy alta de la motivación general.

Estos resultados respaldan firmemente a Goleman, quien argumenta que la competencia emocional influye directamente en el comportamiento de los equipos, pero también plantean un matiz interesante frente a Mayer & Salovey y la OMS, quienes destacan la empatía como pilar fundamental: en esta muestra, dicha dimensión no mostró peso estadístico. Monus & Herden apoyan estos hallazgos al señalar que las relaciones interpersonales y la gestión emocional son los factores más visibles por los empleados y, por tanto, los que mayor impacto tienen en su motivación.

Por otra parte, se decidió que las dimensiones de manejo de emociones y habilidad social se representarán gráficamente para mostrar los resultados del análisis, ya que estas dimensiones tuvieron la correlación más alta con la motivación general de los empleados. Por lo tanto, se pensó que sería conveniente incluir estos diagramas de dispersión para examinar con más precisión el comportamiento de estas variables y la correlación entre su aumento y niveles de motivación laboral más elevados en los trabajadores del sector turístico.

Ilustración 9. Diagrama de dispersión entre Manejo de emociones y Motivación general



El gráfico de dispersión entre la gestión emocional y la motivación general muestra un patrón positivo en ascenso, lo que indica que a medida que los trabajadores incrementan su capacidad de regulación y control emocional, sus niveles de motivación laboral también tienden a crecer. La relación entre las dos variables es lineal positiva, y los puntos se distribuyen con una concentración notable en los niveles altos e intermedios. Esto permite inferir que una buena gestión de las emociones tiene un efecto positivo en la motivación general de los trabajadores del sector turístico.

Variables	Motivación Interna
Independientes	

CONCIENCIA DE UNO MISMO	-0,201(0,203)
MANEJO DE EMOCIONES	0,266(0,176)
MOTIVARSE UNO MISMO	0,213(0,182)
EMPATÍA	0,217(0,203)
HABILIDAD SOCIAL	0,253(0,148)**
R cuadrado	0,723
F	31,784

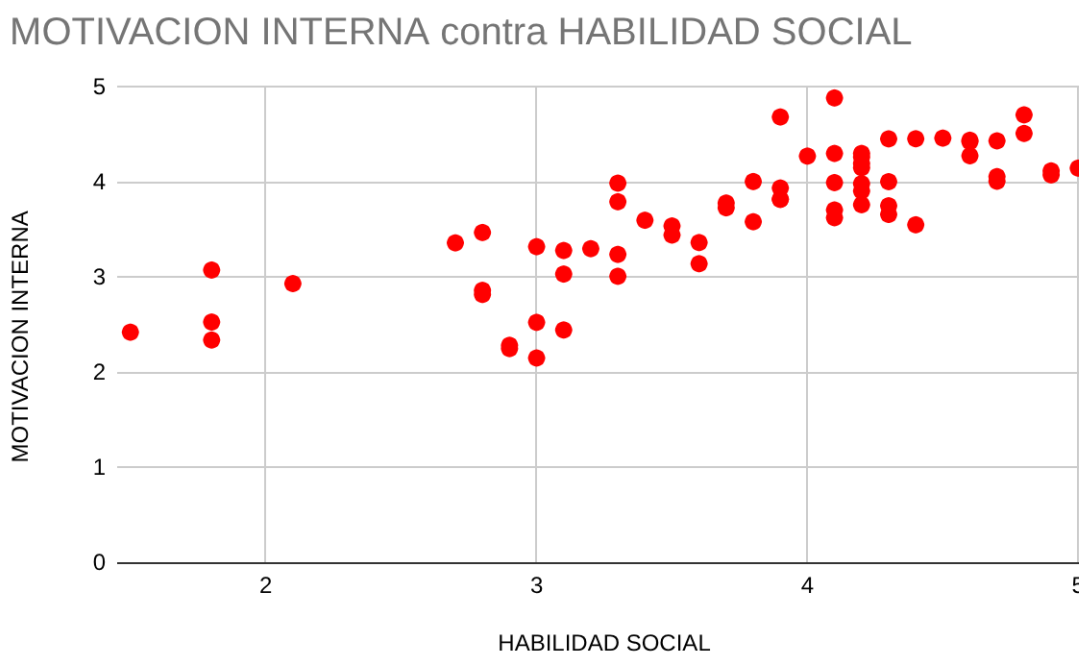
En la tabla 24, la motivación interna, es decir, aquella relacionada con el deseo de logro, el sentido de pertenencia, el crecimiento personal y la autorrealización, se encontró que la *habilidad social* es la única dimensión con un efecto significativo: coeficiente 0,253, error estándar 0,148, significancia $p < 0,05$. Este resultado sugiere que los empleados se sienten más motivados desde lo interno cuando perciben un líder cercano, comunicativo, que les brinda apoyo, crea confianza y facilita relaciones positivas dentro del equipo. La motivación interna, por su naturaleza, se nutre de factores emocionales asociados a la interacción humana, por lo que no sorprende que esta dimensión más que el manejo emocional o la empatía, sea la predictora más fuerte en este modelo.

Este hallazgo coincide directamente con Monus & Herden, quienes argumentan que las relaciones humanas significativas fortalecen los motivos internos de los trabajadores, especialmente en sectores donde el trato con personas es constante, como el turístico. Asimismo, los resultados complementan las reflexiones de Mosquera & Medina, que destacan la importancia del acompañamiento emocional del líder en la construcción del

compromiso interno. Sin embargo, parcialmente contradicen lo expuesto por Mayer & Salovey, quienes asignan a la regulación emocional un peso importante en la motivación.

Se eligió ilustrar gráficamente la variable "habilidad social" para agregar a los resultados del análisis, ya que esta fue la que mostró el coeficiente de correlación más elevado con la motivación interna de los empleados. Por ende, se pensó que era adecuado agregar este diagrama de dispersión para observar con más claridad la manera en que se comporta esta variable y cómo su aumento está relacionado con mayores niveles de motivación interna entre los trabajadores del sector turístico.

Ilustración 11. Diagrama de dispersión entre habilidad social y motivación interna



Este diagrama de dispersión confirma que la competencia social y la motivación interna de los empleados del área turística están correlacionadas positivamente. Cuando las capacidades sociales aumentan, la motivación interna también lo hace, lo que se manifiesta en el incremento de los puntos en el gráfico. Esta distribución señala que los empleados que tienen habilidades superiores en cuanto a interacción, comunicación y manejo de relaciones interpersonales presentan un nivel de motivación más alto en su entorno laboral. Aunque los datos tienen una cierta dispersión, la agrupación de puntos en rangos altos y medios confirma una asociación constante, lo que respalda la idea de que la capacidad social es un factor relevante para incrementar la motivación interna.

Tabla 25 Influencia de los componentes de IE en la motivación externa

Variables	Motivación Externa
Independientes	
CONCIENCIA DE UNO MISMO	-0,041(0,245)
MANEJO DE EMOCIONES	0,642(0,214)***
MOTIVARSE UNO MISMO	0,149(0,220)
EMPATÍA	0,056(0,246)
HABILIDAD SOCIAL	0,284(0,179)
R cuadrado	0,778
F	43,263

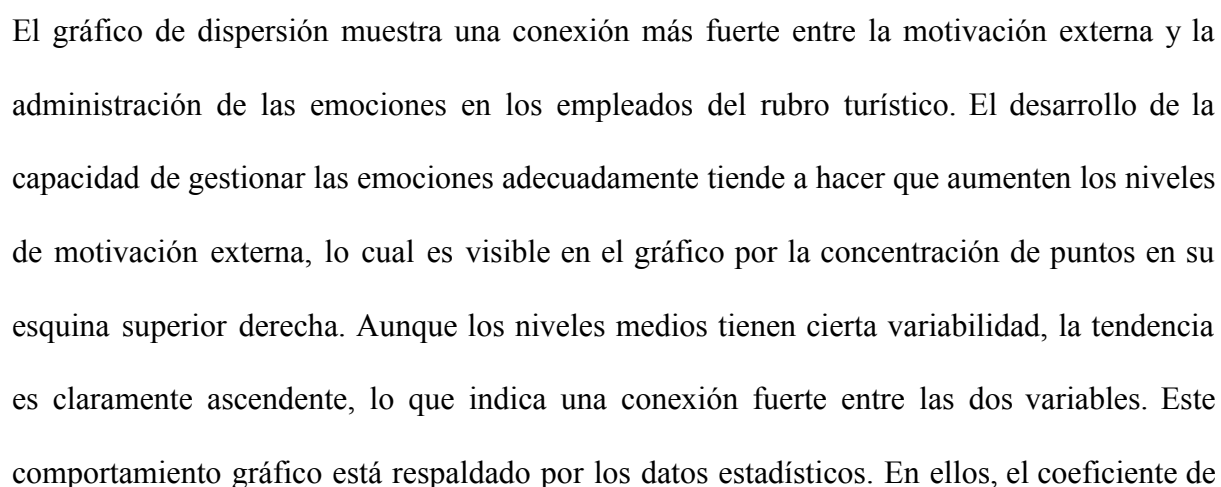
En el análisis centrado de la tabla 25, en la motivación externa que incluye remuneración, supervisión, promoción y condiciones del trabajo la dimensión que mostró mayor impacto

fue el *manejo de emociones*, con un coeficiente de 0,642, un error estándar de 0,214 y una significancia $p < 0,01$, convirtiéndose en la variable más influyente de todos los modelos. Esto evidencia que, cuando mantienen la calma, gestionan adecuadamente sus reacciones y proyectan estabilidad emocional, los empleados interpretan más positivamente los factores extrínsecos del trabajo. Una supervisión emocionalmente equilibrada favorece la claridad, coherencia y percepción de justicia, lo que incrementa la motivación extrínseca.

El modelo alcanzó uno de los niveles de predicción más altos, con un R^2 de 0,778 y un F de 43,263. Estos resultados coinciden con lo que plantea Goleman respecto a que la autorregulación emocional influye directamente en la percepción del ambiente laboral, reforzando además lo expuesto por Toro, quien afirma que la motivación extrínseca depende en gran medida de la claridad con la que se comunican los estímulos externos. La evidencia también se vincula con Doğru, quien ha señalado que la estabilidad emocional del líder permite que los empleados interpreten los factores extrínsecos (salario, promoción, supervisión) con mayor satisfacción. En conjunto, este modelo muestra que los trabajadores valoran más la estabilidad emocional que su empatía o capacidad motivacional cuando evalúan los factores externos de su labor.

Adicionalmente, se eligió una representación gráfica de la magnitud del manejo emocional para complementar los resultados obtenidos en el análisis, dado que fue la variable que mostró una correlación positiva más fuerte con la motivación externa de los empleados. Por esta razón, se considera relevante incluir este gráfico de dispersión para analizar con más

MOTIVACION EXTERNA contra MANEJO DE EMOCIONES



manejo de emociones es alto y significativo (0,642***), lo cual valida que este aspecto es un elemento esencial en la motivación externa.

Tabla 26 Influencia de la de IE en la motivación general

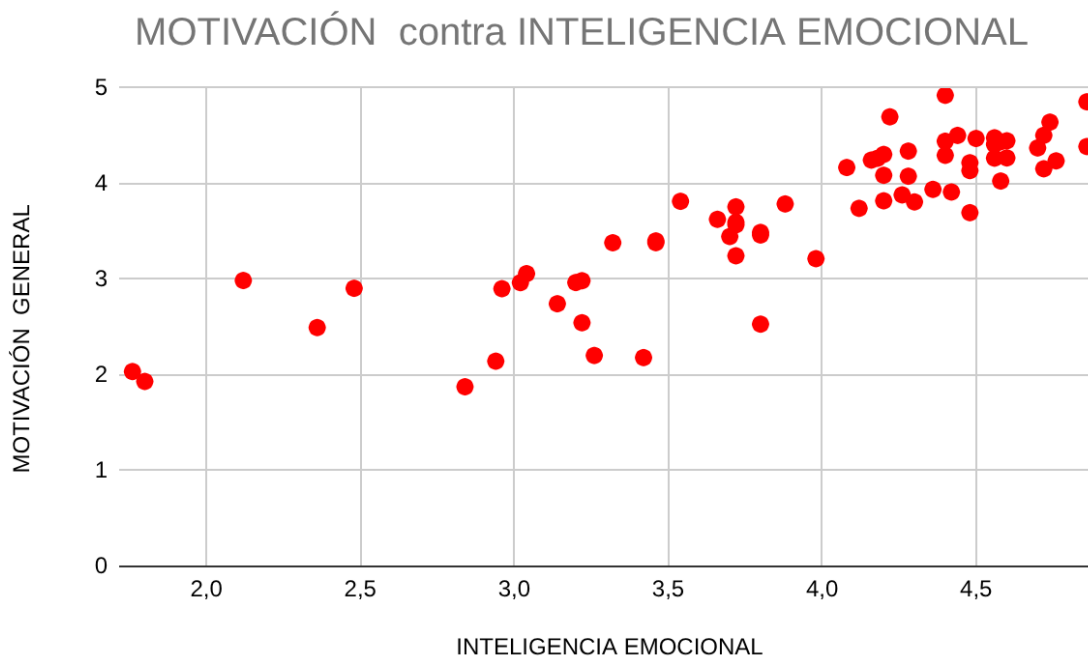
Variables	MOTIVACIÓN GENERAL
Independientes	
INTELIGENCIA EMOCIONAL	0,909(0,062)***
R cuadrado	0,763
F	212,311

En la tabla muestra que cuando la inteligencia emocional se analizó como un único factor global, el resultado fue sumamente claro y contundente, además confirma la validez del modelo propuesto, ya que la posibilidad de que esta relación coincida al azar es muy reducida. El coeficiente obtenido fue de 0,909, con un error estándar de 0,062 y un nivel de significancia $p < 0,01$, lo cual demuestra una relación fuerte y altamente confiable entre la influencia de la inteligencia emocional y la motivación general de los empleados. El modelo alcanzó un R^2 de 0,763 y un F de 212,311, uno de los valores más altos entre todas las regresiones realizadas, evidenciando que la inteligencia emocional, entendida como un conjunto integrado de habilidades, explica una proporción muy amplia del comportamiento motivacional de los trabajadores. Adicional, el análisis de regresión muestra un estadístico F: 212,311, lo que demuestra que el modelo es estadísticamente significativo en su conjunto,

explicando que la variable independiente (IE) contribuye significativamente a explicar la variable dependiente (motivación)

Este resultado respalda ampliamente a Goleman, quien plantea que la inteligencia emocional es un predictor determinante del desempeño, la satisfacción y la motivación. También coincide con lo planteado por Ortiz, Doğru y la OMS, quienes señalan que las habilidades emocionales no sólo mejoran el clima laboral, sino que repercuten directamente en el bienestar y la motivación de los empleados. De esta manera, este modelo global refuerza la idea de que, aunque algunas dimensiones aisladas no fueron significativas en los modelos anteriores, la inteligencia emocional como constructo global es un eje fundamental en la gestión del talento humano, especialmente en el sector turístico donde el trato humano es constante y las emociones juegan un papel transversal.

Ilustración 13. Diagrama de dispersión entre inteligencia emocional y motivación general



El gráfico evidencia que la motivación general de los trabajadores aumentaba a medida que su inteligencia emocional lo hacía también. Se puede observar esta correlación en el incremento de puntos, que revela una conducta coherente entre las dos variables. Un nivel reducido de dispersión indica que el patrón observado en la muestra analizada no es aleatorio, sino que está definido. Asimismo, los hallazgos estadísticos respaldan esta afirmación: el coeficiente de la inteligencia emocional es elevado y significativo (0,909), lo que demuestra su gran impacto. En este sentido, se podría argumentar que aquellos empleados que administran sus emociones de manera más efectiva tienden a estar más motivados, lo cual hace que la inteligencia emocional sea un factor crucial en el entorno laboral del sector turístico.

Se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson para examinar la conexión entre los niveles de motivación laboral y las dimensiones de la inteligencia emocional. Esta técnica posibilita la medición de la relación entre las variables cuantitativas, estableciendo el sentido y la intensidad de esta. La matriz de correlación que sigue fue elaborada con la información recolectada a través de una encuesta hecha a los trabajadores del sector turístico de la Basílica de Buga. Esta matriz muestra las conexiones entre los aspectos de la inteligencia emocional y las categorías de motivación (general, externa e interna). Por último, este análisis se lleva a cabo como la última fase del proceso metodológico. Esto posibilita el establecimiento de conexiones entre los resultados obtenidos y un mayor entendimiento acerca de la relación entre las variables en estudio.

Tabla 27. Correlación de variables de IE y variables de motivación

VARIABLES	MOTIVACIÓN INTERNA	MOTIVACIÓN EXTERNA	MOTIVACIÓN GENERAL
CONCIENCIA DE UNO MISMO	0,7858992218	0,8286244611	0,8234057693
MANEJO DE EMOCIONES	0,8167889097	0,8689117586	0,860288766
MOTIVARSE UNO MISMO	0,8078579667	0,8326576539	0,8352179773
EMPATÍA	0,8256609569	0,8451060968	0,8501687928
HABILIDAD SOCIAL	0,8136333435	0,8336623822	0,8382918964

La matriz de correlación demuestra que todos los aspectos de la inteligencia emocional están fuertemente y positivamente relacionados con las distintas modalidades de motivación, lo cual ratifica que hay una relación importante entre estas variables. Específicamente, se piensa que manejar las emociones es la dimensión que tiene el coeficiente de correlación más alto, especialmente con la motivación general ($r = 0,86$) y la motivación externa ($r = 0,87$). Esto señala que la habilidad para gestionar las emociones es un factor esencial para determinar el

grado de motivación de los empleados. La empatía ($r = 0,85$) también está fuertemente relacionada con la motivación general; esto significa que entender las emociones de los demás tiene un impacto significativo en el compromiso laboral. La motivación personal, la conciencia de uno mismo y las habilidades sociales también están fuertemente correlacionadas. Esto posibilita asegurar que, en líneas generales, la motivación laboral se ve significativamente afectada por la inteligencia emocional. En este marco, es evidente que la empatía y el manejo de las emociones están más relacionados, particularmente en lo concerniente a la motivación externa y general. Esto es especialmente significativo en el sector turístico, donde las exigencias emocionales y la interacción continua con los clientes requieren trabajadores con una elevada capacidad para gestionar sus emociones. Por consiguiente, el análisis de correlación posibilita corroborar los resultados del estudio, dar respuesta al objetivo propuesto y cerrar el proceso metodológico con una interpretación exhaustiva de las variables analizadas.

7. Conclusión

La presente investigación surgió a partir de la necesidad de comprender cómo las habilidades emocionales influyen en la motivación de los empleados del sector turístico de la ciudad de Guadalajara de Buga. Este sector, marcado por la atención continua a peregrinos y visitantes de la Basílica del Señor de los Milagros, exige un manejo emocional permanente, tanto por parte de los colaboradores como de quienes lideran los equipos. El problema central se orientó a determinar si los niveles de inteligencia emocional estaban relacionados con los distintos tipos de motivación de los empleados: motivación interna, externa y general y en qué magnitud se daba dicha influencia.

Por lo tanto, se cumplió la meta principal por completo, qué era analizar el impacto de la inteligencia emocional en la motivación de los empleados del sector turístico en la ciudad. Los hallazgos revelan que existe una conexión significativa y sólida entre la motivación de los empleados y sus habilidades emocionales. En este escenario, se verifica que la inteligencia emocional, considerada como una construcción global, ejerce un impacto directo en los niveles de motivación. Esto evidencia lo relevante que es esta investigación en el contexto organizacional analizado.

Se determina que los trabajadores del sector turístico tienen un alto grado de inteligencia emocional, particularmente en lo que respecta a la autoconciencia de sus emociones y a su capacidad para automotivarse. Esto demuestra que tienen fuertes competencias emocionales que benefician su desempeño en el trabajo y su adaptación al entorno de la organización, como lo sugirieron Peter Salovey y Daniel Goleman. Además, se determina que los trabajadores tienen un nivel de motivación moderado y una preferencia sutil por elementos

externos como la supervisión, el reconocimiento y las condiciones de trabajo. Esto evidencia cómo el ambiente de la organización influye en la motivación de los trabajadores, destacando cuán significativos son elementos como la afiliación, el reconocimiento y el logro.

Se establece que las dimensiones de la inteligencia emocional tienen un impacto variado y significativo en la motivación de los empleados. Siguiendo esta línea, la gestión de emociones y la capacidad social se consideran factores determinantes en la motivación general, evidenciando que los empleados tienden a sentirse más motivados en entornos emocionalmente equilibrados y con relaciones interpersonales positivas. Asimismo, se establece que la motivación externa está directamente influenciada por la estabilidad emocional, especialmente en lo relacionado con el reconocimiento, las posibilidades de desarrollo y la supervisión. En términos de motivación interna, la competencia social es un elemento esencial porque optimiza el compromiso, la autorrealización y el éxito personal a través de relaciones laborales positivas. Se comprueba que la inteligencia emocional, considerada como una construcción integral, es un factor determinante en el comportamiento motivacional de los empleados.

Los hallazgos de este estudio permiten concluir que la inteligencia emocional es un factor clave para aumentar la motivación en el trabajo en el sector turístico de Guadalajara de Buga. En un ambiente caracterizado por la constante interacción con visitantes y peregrinos, los trabajadores son impactados directamente por el modo en que sus compañeros administran sus emociones y establecen vínculos interpersonales. Las habilidades de escuchar, la comunicación asertiva y la estabilidad emocional se destacaron como las competencias más

apreciadas por los empleados, debido a que estas influyen en la visión del entorno laboral y su propio papel en la organización.

La inteligencia emocional de los empleados es uno de los mejores indicadores del rendimiento y la satisfacción laboral. Esta afirmación cuenta con un fuerte respaldo empírico. Se resalta específicamente que la motivación en el trabajo no está determinada solamente por incentivos materiales o condiciones externas, sino que tiene una conexión profunda con la calidad de las relaciones humanas dentro de la organización. Por lo tanto, el liderazgo con competencia emocional se transforma en un instrumento estratégico para optimizar la calidad del servicio turístico, consolidar el compromiso laboral y fomentar un ambiente organizacional más sano.

Este estudio también ha permitido identificar algunas limitaciones. Primero, la muestra empleada fue únicamente de trabajadores del sector turístico de Guadalajara de Buga, lo que restringe la posibilidad de generalizar los hallazgos a otras áreas turísticas del Valle del Cauca o del país. En segundo lugar, la información que se obtuvo fue a través de la autopercepción, una técnica que puede influenciada por el temor a dar respuestas que amenacen el vínculo laboral o por las expectativas sociales.

En resumen, aunque el estudio aporta información importante sobre la relación entre motivación e inteligencia emocional en el sector turístico, su diseño transversal tiene restricciones que dificultan el análisis de los cambios a través del tiempo o la identificación más exacta de relaciones causa-efecto. Asimismo, la comprensión total de las dinámicas motivacionales y emocionales de los trabajadores se limita cuando solo se emplean encuestas. Por ende, se recomienda que en futuras investigaciones el estudio se expanda a

otras áreas turísticas de Colombia y del Valle del Cauca, que se incluyan métodos cualitativos como entrevistas, grupos focales u observación participante y que se analice cómo afectan a los trabajadores los programas de capacitación en inteligencia emocional. Todo esto con el propósito de reforzar la comprensión y la capacidad de aplicar los resultados en el sector.

Para terminar, la inteligencia emocional es un elemento significativo en el estímulo laboral de los empleados del sector turístico que se está analizando, debido a que influye en la manera en que estos reconocen, controlan y expresan sus emociones dentro del entorno organizacional. En este sentido, el estudio muestra que las habilidades emocionales no sólo favorecen el balance personal del trabajador, sino que también tienen un impacto en su comportamiento frente a sus responsabilidades laborales, la interacción con otras personas y la adecuación a los requerimientos concretos de la industria turística. Asimismo, se acepta que comprender esta relación brinda aspectos relevantes para fortalecer la administración del talento humano, en especial cuando el servicio al cliente, las relaciones interpersonales y la atención al público son elementos cruciales para el desempeño de una entidad. El estudio, en última instancia, corrobora que es esencial integrar la dimensión emocional como un componente estratégico en las dinámicas de trabajo; esto se debe a que dicho elemento contribuye al desarrollo integral del personal y a optimizar los procesos organizacionales.

8. Referencias

- Allemang, B., Sitter, K., & Dimitropoulos, G. (2021, November 8). *Pragmatism as a paradigm for patient-oriented research*. PMC. Retrieved April 18, 2026, from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8849373/>
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectations*. Free Press.
- Boyatzis, R., Goleman, D., & Rhee, K. (2000). Agrupamiento de competencias en inteligencia emocional: perspectivas del Inventario de competencia emocional. En R. Bar-On y JDA Parker (Eds.). In *El manual de la inteligencia emocional: teoría, desarrollo, evaluación y aplicación en el hogar, la escuela y el lugar de trabajo* (pp. 343-362). Jossey-Bass/Wiley.
- Bratton, J. (Ed.). (2020). *Organizational Leadership*. SAGE Publications.
- Cámara de Comercio de Buga. (2023). *Informe sobre la situación del sector turístico en Buga*.
<https://www.observatoriosocioeconomicobuga.org/download/estudio-economico-sector-turismo-camara-de-comercio-de-buga-periodo-2021-2023/>
- Cámara de comercio de Buga. (2024, 05). *ESTUDIO ECONÓMICO SECTOR TURISMO CÁMARA DE COMERCIO DE BUGA PERIODO 2021-2023*. Cámara de comercio de Buga.
<https://www.ccbuga.org.co/wp-content/uploads/2024/06/Estudio-Economico-Sector-Turismo-CCBuga-2021-2023-1.pdf>

- Carmeli, A., Halevy, M. Y., & Weisberg, J. (2019). The Role of Emotional Intelligence in Team Cohesion under Pressure. *Leadership & Organization Development Journal*, 40(7), 819-834.
- Casas, G. (2016, April 8). *La Inteligencia Emocional*. Revista Costarricense de Trabajo Social. Retrieved October 21, 2024, from <https://revista.trabajosocial.or.cr/index.php/revista/article/view/108>
- Cauas, D. (2015). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24762w/Definiciondelasvariables,enfoqueytipodeinvestigacion.pdf>
- Chavez Valencia, A., Gómez, C., & Perez, J. (2022). *La inteligencia emocional como factor clave en la satisfacción laboral del sector turístico religioso: un análisis en Buga*. Revista Colombiana de Psicología. http://scielo.org.co/scielo.php?script=sci_serial&pid=0121-5469&lng=es
- Cooper, R. k., & Sawaf, A. (1998). *La inteligencia emcional aplicada al liderazgo ya las organizaciones*. *Crecimiento Económico En Guadalajara De Buga*. (2023, 02 06). <https://www.observatoriosocioeconomicobuga.org/crecimiento-economico-en-guadalajara-de-buga/>
- CVC. (2022, 12 12). *CVC GARANTIZA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EN EL DESARROLLO DE LA CIUDAD SEÑORA*. CVC. <https://cvc.gov.co/boletin-prensa-337-2022>

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior* (1st ed.). Springer Nueva York, Nueva York.

<https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *El “qué” y el “por qué” de la búsqueda de objetivos: las necesidades humanas y la autodeterminación del comportamiento*.

https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01

De la cruz portilla, A. C. (2020). Influencia de la inteligencia emocional sobre la satisfacción laboral: Revisión de Estudios. *REVISTA UNIMAR*.

<https://doi.org/10.31948/Rev.unimar/unimar38-2-art3>

De la Cruz Portilla, G. (2020). Relación entre inteligencia emocional y productividad en PYMES colombiana. *Revista Gestión Empresarial*, 15(1), 12-15.

<https://revistageon.unillanos.edu.co/>

Doğru, Ç. (2022). A meta-analysis of the relationships between emotional intelligence and employee outcomes. *Frontiers in Psychology*, 13, 611348.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.611348>

Duque Ceballos, J. L., Garcia Solarte, M., & Hurtado Ayala, A. (2017, 07). *Influencia de la inteligencia emocional sobre las competencias laborales: un estudio empírico con empleados del nivel administrativo* (Vol. 33). SCOPUS.

<https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.06.005>

Extremera, N., Merida, S., & Rey, L. (2020). Emotional Intelligence and Job Satisfaction: A Cross-Sectional Study in Education and Customer Service Sectors. *Journal of Emotional Psychology*, 35(2), 211-225.

Fischer, A. H., & Manstead, A. S. (2022). Empathy and Customer Interaction: A Study in Tourism. *Tourism Management*, 90.

https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6_125-2

Flores Sarmiento, F. V. (2009). *La Inteligencia Emocional como herramienta en el proceso de selección de personal caso: Colegios privados de la ciudad de La Paz : caso Colegio Santa Teresa*. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/38105>

Garcia. (2022). Inteligencia emocional y satisfacción laboral en el sector turístico: Un estudio de caso en la Basílica de Buga. *Revista de Estudios Turísticos*, 45(2), 123-135. <https://estudiosuristicos.tourspain.es/index.php/ET>

García, Á., & Pérez Domínguez, M. (2024). Employees' emotional intelligence and job satisfaction: The mediating role of work climate and job stress. *Administrative Sciences*, 14(9), 205. <https://doi.org/10.3390/admsci14090205>

Garcia Viamontes, D. (2010). *Satisfacción Laboral. Una próxima teórica*,. Eumed.net. Retrieved October 21, 2024, from <http://www.eumed.net/rev/cccss/09/dgv.htm>

Goleman, D. (1995). *Inteligencia emocional: Por qué puede importar más que el cociente intelectual*. Kairòn. https://books.google.com.co/books/about/La_inteligencia_emocional.html?id=mIJJaEAAAQBAJ&redir_esc=y

Goleman, D. (1997). Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ. In (Vol. 1, pp. 21-22). *The Psychologist-Manager Journal*. <https://doi.org/10.1037/h0095822>



Goleman, D., Boyatzis, R. E., & McKee, A. (2013). *Primal Leadership: Unleashing the Power of Emotional Intelligence*. Harvard Business Review Press.

Greaves, J., & Bradberry, T. (2009). *Emotional Intelligence 2.0*. TalentSmart.

Grueso Sánchez, W. (2020). *Evaluación de la Inteligencia Emocional durante la pandemia del covid-19 en un Grupo de Adolescentes del Grado Noveno de una Institución Educativa del Distrito de Buenaventura 2020*.

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.uan.edu.co/server/api/core/bitstreams/905ff98e-f2ef-4bb6-b221-7887f2547073/content

Hannoun, G. (2011). *Satisfacción laboral*. BIBLIOTECA DIGITAL/ UNCUIYO.
<https://bdigital.uncu.edu.ar/4875>

Hasan, Z. (2024). The role of emotional intelligence in leadership: Its impact on team motivation and productivity. *International Journal of Business Management*, 7(2), 311-324.

Herzberg, F. (1966). *Work and the Nature of Man*. World Publishing Company.

Kotter, J. P. (1996). Leading Change: Why Transformation Efforts Fail. *Harvard Business Review Press*.

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://fcm.ucsf.edu/sites/g/files/tkssra541/f/Kotter_WhyTransformationEffortsFail.pdf

Litwin, G. H., & Stringer, R. A. (1968). *Motivation and Organizational Climate*. Division of Research, Graduate School of Business Administration, Harvard University.

Lopez, M., Orts, Q., & Taina, H. (2020). Emotional intelligence and social support of teachers: Exploring how personal and social resources are associated with job satisfaction and intentions to Quit Job. *Revista de Psicodidactica*.

<https://doi.org/10.1016/j.psicoe.2022.02.001>

Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>

Mayo, E. (1930). *Teoría de las Relaciones Humanas*.

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.geocities.ws/seminario_comercio2/archivos_teorias/org/archivos_cd/Teoria_Relaciones_Humanas.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Estadísticas del turismo religioso en Colombia*. <http://www.mincit.gov.co>

Monus, Y., & Herden, S. (2024). The effect of emotional intelligence and leadership styles on job satisfaction. *Foundations of Management*, 16(1), 311–324.

<https://doi.org/10.2478/fman-2024-0019>

Moral Jimenez, M. d. I. V. (2018). Influencia de la inteligencia emocional en la satisfacción laboral en trabajadores españoles. *SCIELO*, 35(1).

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-417X2018000100018&script=sci_arttext

Moreno, C. M., Vicente, E. S., & Martinez, C. E. (1998). Revisión histórica del concepto de inteligencia: una aproximación a la inteligencia emocional. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 30(1), 11-30.



chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/805/80530101.pdf

Mustafa, M. J., Vinsent, C., & Badri, S. K. Z. (2023). Emotional intelligence, organizational justice and work outcomes. *Organization Management Journal*, 20(1), 30–42. <https://doi.org/10.1108/OMJ-08-2021-1322>

Newstron, J. W. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo (13a. ed.)*. McGraw-Hill Interamericana.

Othman, M. I., Khalifeh, A., & Oweidat, I. (2024). The relationship between emotional intelligence, job satisfaction, and organizational commitment among first-line nurse managers in Qatar. *Journal of Nursing Management*, 5114659. <https://doi.org/10.1155/2024/>

Petrides, K. V. (2010). Teoría de la inteligencia emocional como rasgo. *Psicología industrial y organizacional*, 3(2), 136-139. doi:10.1111/j.1754-9434.2010.01213.x

Pincay Morales, Y. M. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio de la ciencia*, 6(3). <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1341>

Pineda Rodríguez, M., & Fusté Forné, F. (2023, December 12). *La inteligencia emocional para el éxito de una empresa hotelera*. Revistas Universidad Externado de Colombia. Retrieved March 6, 2025, from <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/9193>



Procolombia. (2013, 09 7). *Buga, un destino turístico y patrimonial*. Procolombia.

<https://colombia.co/visita-colombia/patrimonio-de-colombia/buga-un-destino-turistico-y-patrimonial>

¿*Qué es la inteligencia emocional y por qué necesitamos enseñarla?* (2021).

<https://observatorio.tec.mx/edu-news/inteligencia-emocional/>

Riascos Reyes, M. F. (2020, 07 11). *La inteligencia emocional y los clientes insatisfechos*. <http://hdl.handle.net/10654/36215>

Rios, G. (2020). *El impacto económico de la crisis del coronavirus en América Latina: canales de transmisión, mitigantes y respuestas de políticas públicas*.

Retrieved 10, 2024, from

<chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjpcglclefindmkaj/https://media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2021/10/ari73-2020-rios-impacto-economico-de-crisis-coronavirus-en-america-latina.pdf>

Rios, M. (2020). Gestión emocional en entornos de alta demanda: un enfoque en la industria hotelera en Bogotá. *Revista de Psicología Organizacional*, 26(4), 33-50.

<https://www.elsevier.es/es-revista-revista-psicologia-del-trabajo-organizaciones-370>

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Comportamiento organizacional* (L. E. Pineda Ayala, Trans.). Pearson Educación.

Rodriguez, M., & Mendiavelso, F. (2018). *Diseño de investigación de corte transversal*. <https://revistas.unisanitas.edu.co/index.php/RMS/article/view/368>



Saavedra Meléndez, J., & Delgado Bardales B, J. M. (2020). Satisfacción laboral en la gestión administrativa. *Revista multidisciplinar*, 4(2).

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.176

Sahadecortez, M., & Reyes López, O. (2022). *Importancia de la Inteligencia Emocional en el Cambio del Clima Organizacional*.

<https://doi.org/10.19136/hitos.a28n82.5435>

Salguero Barba, N. G., & García Salguero, C. P. (2024). Inteligencia emocional y liderazgo en las organizaciones. *Latam: revista latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(6).

Searle, J. R. (2015). *Redalyc. La pragmática, el análisis del discurso sociocultural y la narrativa en la enseñanza de la lengua inglesa*. Redalyc. Retrieved April 18, 2026, from <https://www.redalyc.org/pdf/4757/475747192009.pdf>

Seligman, M. E.P. (1995). *the effectiveness of psychotherapy*.
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/8561380/>

Siturvalle. (2021, 10 01). *CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA*. Siturvalle.

<https://siturvalle.com/wp-content/uploads/2021/12/BUGA-2021-INFORME-MARKETING-TURISTICO-BUGA.pdf>

Sierra, A. (2021, 01 8). Incidencia de la inteligencia emocional en el cumplimiento de indicadores de Gestión del Talento Humano. *Revista Aula Virtual*, 2(4), 83-97.

<http://www.aulavirtual.web.ve/revista/ojs/index.php/aulavirtual/article/view/66>

Sulyantie, A. F., & Gani, A. N. (2023). The influence of emotional intelligence and work motivation on employee performance mediated by employee engagement.

Human Capital and Organizations, 1(1), 89. <https://doi.org/10.58777/hco.v1i1.89>

Sutcliffe, K. M., & Vogus, T. J. (2003). *Organizing for resilience*.

Toro Alvarez, F. (1992). *Desempeño y productividad: contribuciones de la psicología ocupacional*. Cincel.

Wong, C. S., & Law, K. S. (n.d.). The Influence of Emotional Regulation on Staff Retention in Service Industries. *Asian Business and Management*, 19(4), 565-586.

Yol Tzib, L. O. (2009, Noviembre). *PROPUESTA PARA DESARROLLAR UN SISTEMA DE CONTROL TOTAL DE CALIDAD, FUNDAMENTADO EN LAS NORMAS INTERNACIONALES SPI Y GPI, PARA UNA INDUSTRIA DE ENVASES Y TAPADERAS PLÁSTICAS, PRODUCIDAS POR EL MÉTODO DE INYECCIÓN*.

9. Anexo

9.1. Anexo Encuesta realizada

<https://docs.google.com/forms/d/1zbEOX42bA-oF9GDxihXubdE1T0nbeVdF9nUiH2M0ldQ/edit?usp=drivesdk>

#	PREGUNTA	DEMOGRAFICAS				
1	EDAD	MENOS DE 20	21-30 AÑOS	31-40 AÑOS	41-50 AÑOS	MÁS DE 50 AÑOS
2	GÉNERO	FEMENINO	MASCULINO		PREFIERO NO DECIRLO	
3	ESTADO CIVIL	SOLTERO	CASADO	UNIÓN LIBRE	SEPARADO	VIUDO
4	CARGO					
5	AREA	ADMINISTRACIÓN	RECURSOS	VENTAS	PRODUCCIÓN	OTRO
6	TIEMPO QUE LLEVA EN LA EMPRESA	MENOS DE UN AÑO	1-3 AÑOS	4-6 AÑOS	MÁS DE 6 AÑOS	
7	TIPO DE CONTRATO	FIJO	TEMPORAL	PRESTACIÓN	OTROS	
	PREGUNTA MOTIVACIÓN	Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Indiferente 3	De acuerdo 4	Totalmente acuerdo 5
1	Es importante para mí crear relaciones de amistad con mis compañeras y jefes					
2	Puedo ser yo mismo en mi lugar de trabajo					

	PREGUNTA MOTIVACIÓN	Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Indiferente 3	De acuerdo 4	Totalmente acuerdo 5
1	Es importante para mí crear relaciones de amistad con mis compañeras y jefes					
2	Puedo ser yo mismo en mi lugar de trabajo					
3	Aquí celebramos eventos especiales					
4	Los jefes demuestran interés en mí como persona y no tan solo como colaborador					
5	Recibo un buen trato independientemente de mi posición en la Empresa					
6	Las relaciones con mis demás compañeros me motivan a tener una mejor desempeño en mi trabajo					
7	El ambiente de trabajo es psicológica y emocionalmente saludable					
8	Creo que un buen ambiente laboral entre compañeros genera mayores resultados en la Compañía					
9	Aquí hay un sentimiento de familia o de equipo					
10	Creo que he elegido mal mi profesión					
11	Cree que el trabajo que desempeña está acorde con sus expectativas					

12	Deseo otro empleo en lugar del actual					
13	Me gusta recibir retroalimentación de mi trabajo por parte de mis jefes					
14	Creo que los ascensos que se dan en mi organización son dados por resultados y méritos					
15	Me siento motivado para alcanzar los objetivos por los que me miden					
16	La compañía me proporciona oportunidades de crecimiento económico y profesional					
17	Siento que contribuyo con mis resultados al logro de los objetivos de la compañía					
18	El cumplimiento de mi trabajo me produce satisfacción					
19	Considera el estatus y la jerarquía como factores muy importantes en su carrera dentro de la compañía					
20	Para usted es importante que a su jefe le delegue responsabilidades mayores a las que actualmente tiene					
21	Creo que gozo de buen estatus dentro de mi compañía					
22	La empresa me da la autonomía necesaria para efectuar mi trabajo de forma adecuada					
23	Considero que la compañía reconoce mi desempeño en el trabajo que realizo					
24	En mi compañía tengo la oportunidad de recibir un reconocimiento especial					
25	Los jefes reconocen el esfuerzo y el trabajo adicional					
26	Soy reconocido por mis compañeros de trabajo por la labor que realizo					
27	Recibo algún incentivo por parte de la empresa cuando hago un trabajo bien hecho					
28	Los jefes comunican de manera clara sus expectativas					
29	Soy escuchado y tenido en cuenta por mi jefe					
30	Los jefes son accesibles y se puede hablar fácilmente con ellos					
31	Los jefes incentivan, consideran y responden de forma genuina a nuestras sugerencias e ideas					
32	Los jefes me involucran en las decisiones que afectan mi actividad o mi ambiente					
33	Me siento apoyado por mi jefe en el desarrollo de mis funciones					
34	Siento que estoy recibiendo un pago justo de acuerdo a las funciones que realizo					
35	A las personas se les anima para que equilibren el trabajo					
35	A las personas se les anima para que equilibren el trabajo con su vida personal					
36	Puedo tomarme tiempo libre de forma coordinada cuando debo atender una necesidad personal					
37	Aquí tenemos beneficios especiales que no son comunes					
38	Creo que mi trabajo actual es interesante					
39	Considero que estoy siendo subutilizado en el puesto que actualmente desempeño					
40	Para mí es mejor trabajar en equipo que individualmente					
41	Puedo contar con la ayuda de mis compañeros					
42	He sido tenido en cuenta durante los últimos años para ser promovido a otros cargos					
43	En mi compañía ofrecen capacitación y otras formas de desarrollo para crecer laboralmente					
44	La compañía proporciona oportunidades de crecimiento económico y profesional					
	PREGUNTAS E					
1	Me doy cuenta inmediatamente cuando pierdo los estribos (me enojo)					
2	Puedo 'reencuadrar' (reinterpretar) rápidamente las situaciones malas					
3	Siempre soy capaz de motivarme para hacer tareas difíciles					

3	Siempre soy capaz de motivarme para hacer tareas difíciles						
4	Siempre soy capaz de ver las cosas desde el punto de vista de la otra persona						
5	Soy un oyente excelente						
6	Sé cuando estoy feliz						
7	No muestro mis sentimientos (no tengo mi 'corazón en la manga')						
8	Normalmente soy capaz de priorizar actividades importantes en el trabajo y seguirlas						
9	Soy excelente empatizando con el problema de otra persona						
10	Nunca interrumpo las conversaciones de otras personas						
11	Normalmente reconozco cuando estoy estresado						
12	Los demás rara vez pueden saber en qué tipo de estado de ánimo estoy						
13	Siempre cumplo con los plazos (deadlines)						
14	Puedo saber si alguien no está contento conmigo						
15	Soy bueno adaptándome y mezclándome con una variedad de personas						
16	Cuando estoy siendo 'emocional' soy consciente de ello						
17	Rara vez 'pierdo el control' (me enojo de repente) con otras personas						

21	Cuando me siento ansioso, normalmente puedo dar cuenta de la(s) razón(es)						
22	La gente difícil no me molesta						
23	No postergo (no prevarico)						
24	Normalmente puedo entender por qué la gente está siendo difícil conmigo						
25	Me encanta conocer gente nueva y saber qué les hace 'funcionar'						
26	Siempre sé cuando estoy siendo irrazonable						
27	Puedo cambiar conscientemente mi estado de ánimo o disposición mental						
28	Creo que se deben hacer primero las cosas difíciles						
29	Otras personas no son 'difíciles', solo 'diferentes'						
30	Necesito una variedad de colegas de trabajo para que mi trabajo sea interesante						
31	La conciencia de mis propias emociones es muy importante para mí en todo momento						
32	No dejo que las situaciones o personas estresantes me afecten una vez que he salido del trabajo						
33	La gratificación postergada es una virtud que mantengo						
34	Puedo entender si estoy siendo irrazonable						
35	Me gusta hacer preguntas para averiguar qué es importante						

35	Me gusta hacer preguntas para averiguar qué es importante para la gente						
36	Puedo saber si alguien me ha molestado o irritado						
37	Rara vez me preocupo por el trabajo o la vida en general						
38	Creo en 'Acción hoy mismo' (Action this Day)						
39	Puedo entender por qué mis acciones a veces ofenden a otros						
40	Vejo trabajar con gente difícil simplemente como un desafío para ganármelos						
41	Puedo dejar que la ira 'se vaya' rápidamente para que ya no me afecte						
42	Puedo suprimir mis emociones cuando lo necesito						
43	Siempre puedo motivarme incluso cuando me siento deprimido						
44	A veces puedo ver las cosas desde el punto de vista de los demás						
45	Soy bueno reconciliando diferencias con otras personas						
46	Sé lo que me hace feliz						
47	A menudo, los demás no saben cómo me siento acerca de las cosas						
48	La motivación ha sido la clave de mi éxito						
49	Las razones de los desacuerdos siempre son claras para mí						

50	Generalmente construyo relaciones sólidas con aquellos con quienes trabajo					
----	--	--	--	--	--	--