



ARTÍCULOS

UTOPIA Y PRAXIS LATINOAMERICANA. AÑO: 24, n° EXTRA 4, 2019, pp. 147-165
REVISTA INTERNACIONAL DE FILOSOFÍA Y TEORÍA SOCIAL
CESA-FCES-UNIVERSIDAD DEL ZULIA. MARACAIBO-VENEZUELA.
ISSN 1315-5216 / ISSN-e: 2477-9535

Educación emocional como contenido transversal para una nueva política educativa: el caso del Grado de Turismo

Emotional Education as Transversal Content for a New Educational Policy: the Case of the Tourism Degree

Almudena BARRIENTOS BÁEZ

<http://orcid.org/0000-0001-9913-3353>

almudenabarrientos@iriarteuniversidad.es

Escuela Universitaria de Turismo Iriarte (ULL), España

Mario BARQUERO CABRERO

<http://orcid.org/0000-0002-9131-3146>

mariobarquero@eserp.com

ESERP, Business & Law School, España

José RODRÍGUEZ TERCEÑO

<http://orcid.org/0000-0003-2859-4181>

joserodriguez@esrp.net

ESERP, Business & Law School, España

RESUMEN

Las empresas del sector turístico venden experiencias y a veces exclusividad. Para ello es necesario contar con capital humano que confíe en el producto y servicio - muchas veces intangible- que ofrece. El objetivo central de la investigación es reconocer el conocimiento y entrenamiento de la Inteligencia Emocional por parte de los futuros profesionales del turismo como algo imprescindible, debido al nivel en la exigencia de la demanda y la mayor y más competitiva oferta. La metodología llevada a cabo se basa en una investigación inicial exploratoria y bibliográfica y, seguidamente, una investigación de naturaleza descriptiva. Una conclusión a resaltar es que la política universitaria, a través de las guías docentes, debe ser capaz de adaptarse a las necesidades sociales que demandan un currículo académico que incluya Inteligencia Emocional para que los discentes completen su formación.

Palabras clave: grado universitario, guías docentes, inteligencia emocional, política educativa universitaria, turismo.

ABSTRACT

Tourism companies sell experiences and sometimes exclusivity. For this, it is necessary to have human capital that relies on the product and service - often intangible - that it offers. The main objective of the research is to recognize the knowledge and training of emotional intelligence by future tourism professionals as essential, due to the level of demand and the largest and most competitive offer. The methodology carried out is based on an initial exploratory and bibliographic research and, subsequently, an investigation of a descriptive nature. One conclusion to highlight is that university policy, through teaching guides, must be able to adapt to the social needs that they demand an academic curriculum that includes Emotional Intelligence for students to complete their academic training.

Keywords: university degree, teaching guides, emotional intelligence, university education policy, tourism.

Recibido: 12-09-2019 • Aceptado: 20-10-2019



SALOVEY, P. & MAYER, J. (1990). Emotional Intelligence, *Imagination, Cognition, and Personality*, 9, pp. 185-211.

SÁNCHEZ, M. (2015). Del “yo es otro” al “yo soy yo mismo”: emociones y dominación social. *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 3(2), pp. 253-261.

SANDOVAL, F., CARREÓN, J., GARCÍA, C., QUINTERO, M. L. & BUSTOS, J. (2017). Modelo de los determinantes de la percepción de resiliencia a partir del riesgo y estrés percibidos en relación con la gobernanza de la protección civil. *Invernum*, 12(1), pp. 30-35.

SUBERVIOLA, I. (2011). Competencia emocional y rendimiento académico en el alumnado universitario. *Vivat Academia, Revista de Comunicación*, 117, pp. 1-17.

TORRES, I. (2017). Cohesión territorial a través del turismo cultural: el caso de la Ruta de los Omeyas. *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 5(1), pp. 74-83.

VADILLO, N., MARTA, C. & CABRERA, D. (2010). Proceso de adaptación de los estudios de Comunicación al EEES. El caso de Aragón, una comunidad pionera. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, pp. 187-203.

BIODATA

Almudena BARRIENTOS BÁEZ: Doctora con mención internacional en educación por la U. Camilo José Cela de Madrid. Profesora en la Escuela Universitaria de Turismo Iriarte, adscrita a la ULL (Tenerife). Máster en Dirección de Protocolo, Producción, Organización y Diseño de Eventos (UCJC) y Máster en Dirección de Alojamientos Turísticos (Universidad Girona). Grado en Turismo por la U. de La laguna y Grado en Magisterio por la U. de Valencia. Investigadora en comunicación, dirección, gestión e intermediación de empresas, en inteligencia emocional y en género. Profesional en la industria del turismo y protocolo. Últimos artículos publicados: El malestar social a través de las nuevas tecnologías: Twitter como herramienta política, La Educomunicación en el contexto de alfabetización de personas jóvenes y adultas en América Latina: estado de la cuestión a partir de una revisión bibliográfica sistemática, *Gender diversity, corporate governance and firm behavior: The challenge of emotional management*.

Mario BARQUERO CABRERO: Doctor en *Marketing* por la U. Rey Juan Carlos de Madrid. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la U. de Girona. Diplomado en Ciencias Empresariales por la U. de Barcelona. Bachelor of Sciences in Management & Public Relations por la Queen’s University del Reino Unido. Máster en Gestión de Relaciones Públicas en las Organizaciones por la U. de Barcelona. Titulado Superior en Derecho, por el Instituto Europeo de Derecho y Economía. *Bachelor in Relations Publiques*, por el Instituto Internacional de Comunicación de París. Titulado en Relaciones Públicas Empresariales y Marketing por el Instituto Catalán de Nuevas Profesiones. Profesor en la U. Rey Juan Carlos de Madrid y en ESERP *Business & Law School*, adscrita a la U. Rey Juan Carlos de Madrid. Director General de la Fundación ESERP. Autor de numerosos capítulos y artículos en revistas científicas y de varios libros. Ponente en Congresos internacionales. Investigador en Relaciones Públicas, Turismo y Comunicación.

José RODRÍGUEZ TERCEÑO: Doctor con mención internacional por la U. Complutense de Madrid. Licenciado en Comunicación Audiovisual por la U. Complutense de Madrid. Profesor de Grado y Máster en ESERP *Business & Law School*, adscrita a la U. Rey Juan Carlos de Madrid. Ponente y conferenciante de numerosos congresos internacionales. Autor de varios artículos académicos y capítulos de libros en las disciplinas de Comunicación, Cine y Televisión, Relaciones Públicas y Turismo. Presidente de la Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana (SEECI) y de la Asociación Historia de los Sistemas Informativos (HISIN).