



UNIVERSIDAD MAYOR REAL Y PONTIFICIA DE
SAN FRANCISCO XAVIER
D E C H U Q U I S A C A

**“Estrategia de transversalización curricular para el
desarrollo de competencias socioemocionales de los
estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la
Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco
Xavier de Chuquisaca”**

**Tesis para optar el grado académico de Magister en Educación Superior,
Versión XVIII**

Postulante: Franz Salazar López

Sucre – Bolivia

2026



**UNIVERSIDAD MAYOR REAL Y PONTIFICIA DE
SAN FRANCISCO XAVIER
DE CHUQUISACA**

**“Estrategia de transversalización curricular para el
desarrollo de competencias socioemocionales de los
estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la
Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco
Xavier de Chuquisaca”**

**Tesis para optar el grado académico de Magister en Educación Superior,
Versión XVIII**

Postulante: Franz Salazar López

Tutora: Dra. Magaly Montero Martinez PhD.

Sucre – Bolivia

2026

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD Y DERECHOS DE AUTOR

Como autor declaro que el presente trabajo académico es original, excepto donde he reconocido la información generada por otros autores por medio de citas en el estilo requerido.

En caso de existir información confidencial (información proveniente de reportes gubernamentales, institucionales, privados o similares, personas naturales, etc.), declaro que dicha información ha sido utilizada con fines estrictamente académicos y respetando los principios éticos de la investigación.

Autorizo a las instancias competentes de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca (UMRPSFXCH) someter este trabajo académico a una evaluación de integridad académica por medio de una herramienta establecida para este propósito.

Autorizo a la USFX hacer de este trabajo académico un documento disponible para su lectura en el repositorio institucional.

Finalmente, manifiesto mi consentimiento para que este trabajo académico pueda ser publicado, total o parcialmente, respetando la propiedad intelectual del autor.

Franz Salazar López

Sucre, Mayo del 2026

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, con profundo respeto y gratitud, a mis padres, quienes han sido un pilar fundamental en mi vida, guiándome con su ejemplo de esfuerzo, compromiso y valores firmes.

A mi compañera de vida, con quien comparto un lazo que nació en la infancia y se ha fortalecido con los años. Su apoyo constante, amor incondicional y serenidad han sido esenciales para alcanzar esta meta académica.

A mi hija Zoe, fuente de inspiración y motivo de superación diaria, cuyo nombre simboliza la vida que da sentido y propósito a cada uno de mis esfuerzos.

Finalmente, a la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, por brindarme las herramientas para mi formación integral y profesional.

AGRADECIMIENTOS

- Agradezco profundamente a Dios por darme la fuerza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para culminar esta etapa tan importante de mi vida académica.
- A mi tutora, por su guía, paciencia y valiosas orientaciones durante el desarrollo de esta investigación, que permitieron enriquecer tanto el contenido como mi crecimiento profesional.
- A mis docentes de la maestría, quienes con su dedicación y conocimiento contribuyeron significativamente a mi formación académica.
- A mis compañeros maestrantes, por compartir experiencias, conocimientos y momentos que hicieron más llevadero este proceso formativo.
- A mi familia, por su apoyo incondicional, su amor y confianza en cada paso que di. En especial a mi pareja, por su constante aliento, y a mi hija Zoe, mi mayor motivación.
- Finalmente, a la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente en un espacio de compromiso académico y social.
- Sin la colaboración de todas estas personas e instituciones, este trabajo no habría sido posible.

RESUMEN

La presente investigación, titulada “Estrategia de transversalización curricular para el desarrollo de competencias socioemocionales dentro de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca,”, tuvo como propósito diseñar una propuesta educativa que fortalezca la formación integral de los estudiantes mediante el desarrollo de competencias socioemocionales. Se abordó el problema de la escasa incorporación de las competencias socioemocionales de manera transversal en la formación profesional de los futuros ingenieros comerciales para ello se planteó el objetivo de diseñar una estrategia de transversalización curricular que promueva el desarrollo de competencias socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, la investigación adopta un enfoque metodológico mixto en un tipo de investigación propositiva, en el diagnóstico se aplicaron encuestas a 300 estudiantes, análisis documental del plan de estudios y validación de la propuesta mediante el método Delphi con expertos los cuales revelan un desarrollo de las competencias socioemocionales, la propuesta de transversalización curricular que integra las competencias socioemocionales en todas las asignaturas y plantea la incorporación de prácticas preprofesionales desde el tercer año, finalmente se establece las conclusiones y recomendaciones, destacando la importancia de institucionalizar estrategias pedagógicas y curriculares que fomenten la educación emocional y ética en la carrera, el estudio demuestra fortalecer las competencias socioemocionales que contribuye significativamente al desarrollo integral del estudiante, mejorando su desempeño académico, social y profesional.

Palabras clave: Competencias socioemocionales, transversalización curricular, formación integral.

ABSTRACT

The present research, titled “Curriculum transversalization strategies for the development of socio-emotional competencies within the Commercial Engineering career of the San Francisco Xavier University of Chuquisaca”, had the purpose of designing an educational proposal that strengthens the comprehensive training of students through the development of socio-emotional competencies. The problem of the poor incorporation of socio-emotional competencies transversally in the professional training of future commercial engineers was addressed. For this purpose, the objective of designing curricular transversalization strategies that promote the development of socio-emotional competencies in students of the Commercial Engineering career at the San Francisco Xavier University of Chuquisaca was raised. The research adopts a mixed methodological approach in a type of purposeful research, in the diagnosis surveys were applied to 300 students, documentary analysis of the study plan and validation of the proposal through the Delphi technique with experts which reveal an intermediate development of socio-emotional competencies, the proposal for curricular mainstreaming that integrates socio-emotional competencies in all subjects and proposes the incorporation of pre-professional practices from the third year, the conclusions and recommendations, highlighting the importance of institutionalizing strategies pedagogical and curricular practices that promote emotional and ethical education in the career, the study shows that strengthening socio-emotional competencies contributes significantly to the comprehensive development of the student, improving their academic, social and professional performance.

Keywords: Socio-emotional competencies, curricular mainstreaming, comprehensive training.

Contenido

	Página
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
Contenido	9
Índice de tablas	14
Índice de gráficos	17
Índice de ilustraciones	19
INTRODUCCIÓN	20
1. Antecedentes	20
2. Problema de investigación	23
3. Justificación	28
4. Pregunta de investigación	30
5. Objetivos	30
5.1 Objetivo general.....	30
5.2 Objetivos específicos	31
6. Idea a defender	32
7. Contribución al estado del conocimiento.....	32
Capítulo II	36
2. Marco teórico	36
2.1. Introducción	36
2.2. Competencias socioemocionales	37
2.2.1. Las cinco (5) competencias socioemocionales	39
2.3. Transversalización curricular	41
2.4. Estrategias pedagógicas para la transversalización de competencias socioemocionales.	49
2.5. Formación profesional integral.....	54
2.6. Enfoque por competencias y su relación con la transversalización	56
2.7. Estrategias institucionales y curriculares para la transversalización	60
2.8. Estado del arte.....	61

Capítulo III.....	64
Marco metodológico.....	64
3.1 Enfoque metodológico.....	64
3.2 Tipo y nivel de investigación.....	65
3.3. Métodos de investigación.....	66
Métodos teóricos.....	66
Métodos empíricos.....	67
3.4. Técnicas de recolección de información.....	67
3.5. Población y muestra.....	68
3.5.1. Población.....	68
3.5.2. Muestra.....	68
3.6. Instrumentos de recolección de datos.....	70
Variables identificados para el diagnóstico y su operacionalización.....	70
- Variable independiente: diseño y puesta en práctica de una estrategia de transversalización curricular.....	70
o Dimensiones: diseño curricular, implementación didáctica y seguimiento y evaluación.....	70
- Variable dependiente: desarrollo de competencias socioemocionales en la formación profesional de los estudiantes de Ingeniería Comercial.....	70
o Dimensiones: autoconocimiento, autorregulación emocional, habilidades sociales y toma de decisiones responsable.....	70
3.7. Validación de la propuesta mediante el método Delphi.....	71
Capítulo IV.....	72
Análisis y discusión de resultados.....	72
4.1 Datos generales de los estudiantes encuestados.....	73
4.1.1. Género.....	73
4.1.3. Año de estudio.....	74
4.2 Dimensión 1: Autoconciencia.....	75
4.3. Resultados de la dimensión 2: autogestión.....	80
4.4. Resultados de la dimensión 3: conciencia social.....	84
4.5. Resultados de la dimensión 4: habilidades de relación.....	88

4.6. Resultados de la dimensión 5: toma de decisiones responsables.....	92
4.7. Percepción de los estudiantes sobre la contribución de la carrera al desarrollo de competencias socioemocionales	96
4.8. Análisis del plan de estudios y la incorporación de competencias socioemocionales.....	105
4.8.1 Misión y Visión de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.....	106
4.8.2 Convenios facultativos.....	107
4.8.3 Perfil del egresado	107
4.8.4 Malla curricular anualizada.....	109
4.8.5 Interpretación general	110
Capítulo V	113
Propuesta	113
5.1.1 Presentación.....	113
5.1.2 Justificación	114
5.1.3 Estudio de necesidades para el mercado laboral de los profesionales de Ingeniería Comercial.....	115
5.1.4 Factibilidad y viabilidad de la propuesta	115
5.1.5 Impacto y resultados esperados	116
5.1.6 Fundamentación de la propuesta.....	117
5.1.7 Competencias socioemocionales a desarrollar	121
5.1.8 Objetivo de la propuesta	121
5.1.9 Beneficiarios	121
5.1.10. Modelación de la propuesta	121
5.2. Diseño metodológico de la propuesta.....	123
5.2.1. Implementación de la propuesta a través de fases:	123
5.2.2. Desarrollo de la propuesta	124
- Desarrollo de la primera fase	124
▪ Objetivo:	124
▪ Características de la primera fase de la propuesta	124
▪ Orientaciones metodológicas para la implementación por año de estudio.	126

▪	Competencias socioemocionales: autoconciencia y autogestión	126
▪	Objetivo de la implementación	126
▪	Indicadores de la competencia socioemocional en su implementación	127
▪	Competencias socioemocionales: conciencia social y colaboración	128
▪	Objetivo de la implementación	128
▪	Indicadores de la competencia socioemocional en su implementación	129
▪	Competencias prioritarias: relación y liderazgo	132
▪	Objetivo de la implementación	132
▪	Indicadores de la competencia socioemocional en su implementación	132
▪	Competencias prioritarias: Toma de decisiones responsable e integración	135
▪	Objetivo de la implementación	135
▪	Indicadores de la competencia socioemocional en su implementación	135
5.2.2.2.	Segunda fase: Capacitación y apoyo docente.	138
▪	Objetivo.....	139
▪	Orientaciones metodológicas:	140
▪	Bibliografía:	144
5.2.2.3.	Tercera fase: Evaluación de la propuesta.....	145
▪	Objetivo del proceso de evaluación de la propuesta.....	145
▪	Escala de valoración sugerida.....	148
5.3	Resultado de la validación de la tesis mediante el método Delphi	150
Capítulo VI	153
Conclusiones y recomendaciones	153
6.1	Conclusiones	153
6.2	Recomendaciones	153
	Referencias bibliográficas.....	155
ANEXO 1.	158
Encuesta para estudiantes de ingeniería comercial	158
ANEXO 2.	162
Guía de revisión documental.	162
ANEXO 3.	166
Cuestionario dirigido a expertos.	166

ANEXO No 4.	172
Resultados obtenidos a través de la aplicación del método Delphi para el criterio de expertos	172
ANEXO No 5.	185
Enlace base de datos cuestionario dirigido a expertos:	185

Índice de tablas

Tabla 1 Estudiantes encuestados según Género	73
Tabla 2 Estudiantes encuestados según edad	73
Tabla 3 Estudiantes encuestados según Año de Estudio.....	74
Tabla 4 Resultados de la dimensión autoconciencia	75
Tabla 5 Reconocimiento de emociones en situaciones académicas.....	77
Tabla 6 Identificación de fortalezas y debilidades durante la formación?	78
Tabla 7 Comprensión de cómo las emociones influyen en el rendimiento académico	78
Tabla 8 Reflexión sobre los valores y actitudes personales	79
Tabla 9 Resultados de la dimensión 2: autogestión.....	80
Tabla 10 Aprendizaje del manejo del estrés académico	82
Tabla 12. Autocontrol en situaciones de presión	82
Tabla 13 Perseverancia en los objetivos a pesar de las dificultades	83
Tabla 14 Motivación personal para continuar con sus estudios	83
Tabla 15 Resultados de la dimensión 3: conciencia social.....	84
Tabla 16 Valoración de opiniones y perspectivas diferentes a las propias.....	85
Tabla 17 Práctica de la empatía con sus compañeros.....	86
Tabla 18 Respeto de la diversidad cultural y social dentro de la carrera	86
<i>Tabla 19 Reconocimiento de cómo sus acciones afectan a los demás</i>	87
Tabla 20 Resultados de la dimensión 4: habilidades de relación	88
Tabla 21 Expresión de ideas de manera clara y respetuosa	89
Tabla 22 Trabajo en equipo de forma colaborativa y responsable.....	89
Tabla 23 Participación en la resolución de conflictos en grupos académicos	90
Tabla 24 Práctica de la escucha activa durante clases y trabajos grupales.....	90
Tabla 25 Comunicación de forma efectiva con docentes y compañeros	91
Tabla 26 Resultados de la dimensión 5: toma de decisiones responsables.....	92
Tabla 27 Reflexión sobre las consecuencias de sus decisiones antes de actuar	94
Tabla 28 Toma decisiones basadas en principios éticos y académicos	94
Tabla 29 Consideración de diferentes alternativas antes de decidir	95

Tabla 30 Responsabilidad de sus decisiones académicas y sociales	95
Tabla 31 Percepción de los estudiantes sobre la contribución de la carrera al desarrollo de competencias socioemocionales	96
Tabla 32 Promoción del reconocimiento y manejo de emociones a través de las asignaturas	98
Tabla 33 Fomento del trabajo en equipo y la colaboración entre estudiantes en las asignaturas	98
Tabla 34 Incentivo a la reflexión sobre valores éticos y actitudes personales dentro de las asignaturas	99
Tabla 35 Generación de espacios para la práctica de la empatía y el respeto a la diversidad cultural	99
Tabla 36 Contribuye a la toma de decisiones responsables en el ámbito social a través de la formación recibida	100
Tabla 37 Importante que en la carrera se enseñen habilidades emocionales y sociales junto con los contenidos técnicos	101
Tabla 38 Habilidades socioemocionales que les gustaría desarrollen más dentro de tus materias	102
Tabla 39 Sugerencias para que las materias incluyan mejor el desarrollo de estas habilidades	103
Tabla 40 Malla curricular anualizada de la Carrera de Ingeniería Comercial	109
Tabla 41 Distribución de asignaturas por áreas de formación	110
Tabla 42 Años académicos y competencias socioemocionales para incorporar en las asignaturas	125
Tabla 43 Primer año	126
Tabla 44 Indicadores de la competencia socioemocional autoconciencia y autogestión	127
Tabla 45 Segundo año	128
Tabla 46 Indicadores de la competencia socioemocional conciencia social y colaboración	129
Tabla 47 Tercer año:	131

Tabla 48 Indicadores de la competencia socioemocional, la comunicación, relación y el liderazgo	132
Tabla 49 Cuarto año	134
Tabla 50 Indicadores de la competencia socioemocional, toma de decisiones responsables y de integración	136
Tabla 51 Datos generales	139
Tabla 52 Contenidos	139
Tabla 53 contenidos transversalizados	141
Tabla 54 Pasos para la evaluación de la propuesta	145
Tabla 55 Matriz de evaluación genérica de la propuesta	147
Tabla 56 Matriz de evaluación específica de la propuesta	148

Índice de gráficos

Gráfico 1 Estudiantes encuestados según Género.....	73
Gráfico 2 Estudiantes encuestados según edad	73
Gráfico 3 Estudiantes encuestados según Año de estudio	74
Gráfico 4 Reconocimiento de emociones en situaciones académicas	77
Gráfico 5 Identificación de fortalezas y debilidades durante la formación.....	78
Gráfico 6 Comprensión de cómo las emociones influyen en el rendimiento académico	78
Gráfico 7. Reflexión sobre los valores y actitudes personales.....	79
Gráfico 8. Aprendizaje del manejo del estrés académico	82
Gráfico 9. Autocontrol en situaciones de presión.....	82
Gráfico 10 Perseverancia en los objetivos a pesar de las dificultades.....	83
Gráfico 11 Motivación personal para continuar con sus estudios	83
Gráfico 12 Valoración de opiniones y perspectivas diferentes a las propias	85
Gráfico 13 Práctica de la empatía con sus compañeros	86
Gráfico 14 Respeto de la diversidad cultural y social dentro de la carrera	86
Gráfico 15 Reconocimiento de cómo sus acciones afectan a los demás	87
Gráfico 16 Expresión de ideas de manera clara y respetuosa.....	89
Gráfico 17 Trabajo en equipo de forma colaborativa y responsable	89
Gráfico 18 Participación en la resolución de conflictos en grupos académicos	90
Gráfico 19 Práctica de la escucha activa durante clases y trabajos grupales	90
Gráfico 20. Comunicación de forma efectiva con docentes y compañeros	91
Gráfico 21 Reflexión sobre las consecuencias de sus decisiones antes de actuar	94
Gráfico 22 Toma decisiones basadas en principios éticos y académicos	94
Gráfico 23 Consideración de diferentes alternativas antes de decidir	95
Gráfico 24 Responsabilidad de sus decisiones académicas y sociales	95
Gráfico 26 Promoción del reconocimiento y manejo de emociones a través de las asignaturas.....	98
Gráfico 27 Fomento del trabajo en equipo y la colaboración entre estudiantes en las asignaturas.....	98

Gráfico 28 Incentivo a la reflexión sobre valores éticos y actitudes personales dentro de las asignaturas	99
Gráfico 29 Generación de espacios para la práctica de la empatía y el respeto a la diversidad cultural	99
Gráfico 30 Contribuye a la toma de decisiones responsables en el ámbito social a través de la formación recibida	100
Gráfico 31 Importante que en la carrera se enseñen habilidades emocionales y sociales junto con los contenidos técnicos	101
Gráfico 32 Habilidades socioemocionales que les gustaría desarrollen más dentro de tus materias.....	102
Gráfico 33 Sugerencias para que las materias incluyan mejor el desarrollo de estas habilidades.....	103
Gráfico 34 Validación por coeficiente de competencia.....	151
Gráfico 35 Resultados de la validación de la propuesta.....	152

Índice de ilustraciones

<i>Ilustración 1. Las cinco competencias socioemocionales</i>	<i>39</i>
<i>Ilustración 2. Relación de componentes</i>	<i>122</i>

INTRODUCCIÓN

1. Antecedentes

Los antecedentes de las competencias socioemocionales se remontan a la antigüedad con la reflexión filosófica sobre las emociones, pero se consolidaron como campo de estudio a partir de los años 90 con el concepto de inteligencia emocional (Hyseni, Z., & Hoxha, L. , 2020). Actualmente, su estudio ha crecido debido a la necesidad de complementar la educación académica, responder a desafíos sociales complejos y preparar a los individuos para el mundo laboral actual, que demanda habilidades más allá de las cognitivas tradicionales.

En el contexto de la educación superior actual, el desarrollo de competencias socioemocionales se ha convertido en un factor determinante para la formación integral de los futuros profesionales, más allá del dominio de conocimientos técnicos, los estudiantes necesitan habilidades como la autorregulación emocional, la empatía, el pensamiento crítico y la toma de decisiones responsables para afrontar los desafíos sociales y laborales del siglo XXI.

Desde la antigüedad, disciplinas como la filosofía, la teología y la retórica abordaron la reflexión sobre las emociones. En 1990, Peter Salovey y John Mayer definieron por primera vez la inteligencia emocional, sentando las bases para los estudios posteriores sobre la capacidad de percibir, razonar y gestionar las emociones (Kahu, E. R., & Nelson, K, 2019).

En los últimos años, la importancia del desarrollo de competencias socioemocionales en la educación superior ha sido ampliamente reconocida, investigaciones internacionales, nacionales y locales resaltan la necesidad de incorporar estas competencias de manera transversal en los planes de estudio para formar profesionales integrales, que llegue a contener las tres dimensiones que comúnmente se atribuyen al compromiso: cognitiva, afectiva y conductual, aunque en esta última categoría se distinguen dos formas: una forma conductual que refleje la disposición a cumplir con las responsabilidades asignadas, denominada compromiso por cumplimiento, y una modalidad de la dimensión conductual conformada por acciones proactivas del estudiante respecto de su proceso de aprendizaje,

denominada participación activa. Además, se incorpora una quinta dimensión asociada a la ausencia de compromiso, denominada desconexión.

A finales del siglo XX y principios del XXI, surge la necesidad de una educación integral que aborde también la dimensión afectiva y social dando respuesta a las necesidades educativas y sociales, en la compensación de la educación tradicional, se reconoce que la educación tradicional se había centrado demasiado en las "competencias duras" o cognitivas, dejando un vacío en el desarrollo de habilidades socioemocionales.

La creciente complejidad social, la violencia, las adicciones, la ansiedad y la depresión impulsaron la necesidad de desarrollar estas competencias como herramienta de prevención y bienestar, el mercado laboral moderno requiere profesionales con habilidades como el pensamiento crítico, la comunicación, la creatividad y la adaptabilidad, por lo que el desarrollo de competencias socioemocionales se vuelve un objetivo prioritario en el ámbito educativo y profesional.

Diversos estudios y organizaciones educativas internacionales han coincidido en la importancia de integrar el aprendizaje socioemocional en el currículo escolar, considerando que complementa el aprendizaje académico y es fundamental para el éxito integral del estudiante.

A continuación, se presentan cinco estudios relevantes:

Castillo, R., & González, A. (2020). En su investigación la formación socioemocional en estudiantes universitarios: un enfoque desde la transversalización curricular. Esta investigación tiene como objetivo analizar la formación socioemocional que **gestionan** los estudiantes universitarios, a partir de sus experiencias de vida por las que han transcurrido como sujetos sociales, analiza cómo integrar habilidades socioemocionales de forma transversal en carreras universitarias.

La metodología empleada es de corte fenomenológico-hermenéutico, utilizando la entrevista en profundidad como técnica de investigación. De acuerdo con los hallazgos obtenidos, los impactos de formación socioemocional que dieron cuenta los estudiantes participantes se definieron en seis unidades de análisis, a saber: conciencia emocional,

regulación emocional, autonomía personal, inteligencia interpersonal, habilidades de vida y bienestar y condición universitaria. Se subraya la importancia de situar a los estudiantes universitarios como sujetos de experiencias y a los espacios escolares como espacios de formación socioemocional que coadyuven a la formación de estudiantes con conciencia, regulación y autonomía emocional (Castillo, R., & González, A., 2020). El estudio internacional que evidencia la relación positiva entre competencias socioemocionales y éxito académico.

El artículo de Pérez y Gómez (2021), publicado en *International Journal of Educational Research*, analiza la relación entre las competencias socioemocionales (como la inteligencia emocional, la autorregulación y la empatía) y el rendimiento académico en estudiantes universitarios. Los hallazgos sugieren que un buen desarrollo de estas habilidades tiene un impacto positivo en el desempeño académico y sirve como un factor protector frente al estrés académico, promoviendo el bienestar general del estudiante.

Impacto en el rendimiento: Las competencias socioemocionales, incluida la autorregulación emocional, están vinculadas a un mejor nivel académico, desde el manejo del estrés, estas habilidades son esenciales para que los estudiantes puedan afrontar los desafíos académicos y personales, actuando como factores protectores contra el estrés (Pérez y Gómez, 2022).

La adaptación y bienestar facilitan una mejor adaptación a la vida universitaria y promueven el bienestar emocional, se recomienda que los planes de estudio universitarios incluyan programas que fortalezcan las competencias socioemocionales de los estudiantes.

Gutiérrez, V. (2023). Analiza el desarrollo de habilidades socioemocionales en carreras de Ciencias Económicas en Bolivia, la investigación nacional que muestra el rezago en la inclusión formal de habilidades socioemocionales en las carreras de Economía y afines, este tema es relevante para el éxito académico y la formación integral de los estudiantes universitarios, quienes necesitan estas competencias para afrontar los desafíos de la educación superior y el futuro laboral.

Su objetivo fue investigar el estado actual del desarrollo de habilidades socioemocionales (HSE) en estudiantes bolivianos de carreras económicas, las habilidades como la autorregulación emocional, la empatía, la comunicación, la resiliencia y el trabajo en equipo son fundamentales para el éxito académico y el bienestar psicológico en la universidad.

Se enfocó específicamente en el ámbito de las Ciencias Económicas en Bolivia, proporcionando un contexto geográfico y temático particular aporta evidencia sobre la necesidad de integrar estrategias para fortalecer las habilidades socioemocionales en los planes de estudio universitarios, más allá de lo puramente técnico (Gutiérrez, 2023).

Otra investigación fue realizada en la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, (2024). La investigación se trataba del informe de autoevaluación académica de la Carrera de Ingeniería Comercial. Sucre que identifica como debilidad la falta de enfoque socioemocional en la malla curricular, estos antecedentes ponen en evidencia la creciente necesidad de integrar de forma sistemática las competencias socioemocionales dentro del currículo universitario, especialmente en Carrera de Ingeniería comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, donde la gestión emocional, la empatía y la toma de decisiones éticas son competencias esenciales para el éxito profesional (Universidad de San Francisco Xavier de Chuquisaca , 2024).

2. Problema de investigación

Las competencias socioemocionales son una parte fundamental en la formación integral universitaria, ya que mejoran el rendimiento académico, cuidan la salud mental y aumentan las oportunidades en la empleabilidad. Estas capacidades permiten un manejo inteligente de las emociones, la creación de relaciones interpersonales saludables, la resolución pacífica de conflictos y la toma de decisiones informadas, ayudando a los estudiantes a adaptarse al mundo laboral y a superar los problemas personales.

Las limitaciones provocadas por la falta de desarrollo socioemocional frenan la mejora del desempeño académico, bajan la motivación y disminuyen la capacidad de aprendizaje en

general; por eso es urgente fortalecer la capacidad de superación, la autoestima y la estabilidad psicológica ante las exigencias del entorno. El desarrollo de estas habilidades permite construir lazos afectivos armoniosos, facilitando el trabajo en equipo y una participación activa y positiva en la sociedad.

Es muy necesario impulsar de forma planificada las capacidades socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, garantizando que estén preparados para el mercado laboral actual. Estas aptitudes no solo aumentan la productividad, la creatividad, la seguridad al hablar y la capacidad de adaptación del futuro profesional, sino que complementan los conocimientos técnicos y protegen el equilibrio físico y mental necesario para la vida.

Estas competencias mejoran notablemente el ambiente de trabajo, estimulan la innovación y la capacidad de responder ante los cambios, facilitando el manejo de los problemas diarios y la toma de decisiones estratégicas. Asimismo, actúan como una defensa que ayuda a controlar el estrés y la ansiedad ante situaciones de mucha presión.

El proceso de formación en la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca muestra una baja integración de la parte socioemocional dentro del plan de estudios actual. Aunque los estudiantes aprenden teorías y técnicas muy completas en economía, finanzas, marketing y gestión de empresas, se nota una falta de preparación planificada en habilidades clave como el autocontrol, la empatía, la comunicación clara, el trabajo en equipo y la toma de decisiones éticas.

Este problema principal no es un hecho aislado, sino que nace de fallas en la estructura, la enseñanza y la propia institución que hacen que el problema continúe; entre ellas, destacan las debilidades en la planificación del plan de estudios. Al no estar incluidas ni explicadas estas habilidades de forma obligatoria en las materias, los planes de estudio dan más importancia a los contenidos técnicos y numéricos, dejando de lado la parte emocional.

Por esta razón, nace la necesidad de mejorar las formas de enseñanza y los materiales de los docentes mediante programas de capacitación que les enseñen cómo incluir la educación emocional en las clases de todos los días y de manera organizada.

En las aulas todavía domina una forma de enseñar basada solo en transmitir información teórica, dejando las actitudes, los valores y las emociones en un segundo lugar. Como consecuencia de este enfoque centrado solo en el conocimiento, se pierden oportunidades valiosas para que los estudiantes piensen en sí mismos, trabajen juntos, desarrollen empatía y aprendan a controlar sus reacciones.

La falta de normas, políticas o programas dentro de la universidad que organicen el apoyo psicológico y educativo impide que existan espacios oficiales para ayudar a los estudiantes. Esta falta de apoyo directo afecta el bienestar de los jóvenes, sus niveles de motivación y el cariño que sienten hacia su universidad.

Al no tomarse en cuenta la parte humana y emocional como una pieza clave dentro del plan de estudios de la universidad, las calificaciones siguen midiendo casi siempre los exámenes escritos y numéricos, ignorando las herramientas necesarias para evaluar el avance social y emocional del estudiante.

Esta forma de evaluar refuerza una idea equivocada de la educación que ve a las emociones como algo secundario, ignorando que son vitales para tener éxito como profesionales. De este modo, la falta de estas capacidades en la Carrera de Ingeniería Comercial se une a otros problemas específicos: la falta de normas en la universidad, la escasa preparación de los docentes en habilidades blandas, la falta de tablas de calificación que midan las emociones y el uso de un modelo de enseñanza antiguo centrado solo en la memoria.

La unión de todos estos problemas crea una cadena de debilidades que daña la formación completa de los universitarios, reduciendo tanto su rendimiento en las clases como su capacidad para competir por un buen puesto de trabajo en el futuro.

Ante esta situación preocupante, se demuestra que es metodológicamente correcto crear una propuesta para renovar el plan de estudios, metiendo de forma obligatoria las competencias socioemocionales en todas las etapas de la carrera.

El bajo desarrollo en el área socioemocional provoca aislamiento, daño en la autoestima y serias barreras para que los estudiantes de Ingeniería Comercial de la U.M.R.P.S.F.X.CH. puedan hacer amigos o trabajar en grupo. Por lo tanto, prestar atención a estas habilidades es una obligación para asegurar la salud mental y el éxito de los jóvenes.

No saber relacionarse con los demás provoca problemas de exclusión, soledad y falta de amor propio, reduciendo la capacidad para entender los códigos sociales, ponerse en el lugar de los compañeros y resolver discusiones en la universidad. Este problema educativo genera muchas veces un mal manejo del estrés, ansiedad, depresión y poca paciencia cuando las cosas salen mal; conductas que dañan directamente las notas, hacen que los alumnos dejen la carrera y dificultan su adaptación social.

Las peleas constantes con otros y los malentendidos causados por no saber manejar las emociones bloquean habilidades de dirección esenciales como el liderazgo, la creatividad, el respeto a las diferencias, la facilidad para adaptarse a los cambios y el pensamiento crítico. Además, el miedo a decir lo que se piensa o siente crea barreras de comunicación, subiendo los niveles de frustración, quitando claridad para tomar buenas decisiones y bajando el rendimiento tanto personal como de los equipos de trabajo.

La educación socioemocional permite crear ambientes de aprendizaje donde todos se apoyan, dando a los alumnos herramientas para defenderse y salir adelante frente al fracaso (Schonert-Reichl K. A., 2020). De esta manera, desarrollar estas destrezas funciona como una protección para la salud mental, una ventaja para competir en el mercado y una ayuda para confiar en las propias capacidades; mientras que ignorarlas en la enseñanza causa el efecto contrario. (Schonert-Reichl K. A., 2020).)

Con este enfoque, el aprendizaje socioemocional tiene un papel central en los cambios modernos de las universidades, uniendo los conocimientos teóricos, con las actitudes y

valores necesarios para lograr un impacto económico positivo y un cambio social basado en la ética.

- ✓ Falta de un plan organizado para meter las competencias socioemocionales de forma obligatoria en la Carrera de Ingeniería Comercial.
- ✓ Dominio de una forma de enseñar centrada solo en datos técnicos y números, dejando de lado la formación humana del estudiante.
- ✓ Olvido de habilidades clave (trabajo en equipo, comunicación clara, empatía y autocontrol) en las guías y temas oficiales de las materias.
- ✓ Separación entre las materias de la carrera, lo que impide que los docentes se organicen para enseñar valores y actitudes en las aulas.
- ✓ Inexistencia de un sistema para calificar el avance emocional, debido a la falta de exámenes, pruebas o indicadores claros.
- ✓ Problemas de los estudiantes al momento de tomar el control, resolver crisis, adaptarse al trabajo y negociar en las clases o prácticas en empresas.
- ✓ Distancia muy grande entre la capacidad de liderazgo que piden las empresas y las habilidades emocionales que realmente tienen los graduados.
- ✓ Saber trabajar juntos exige capacidades para hablar y resolver diferencias, mejorando la convivencia en los proyectos de Ingeniería Comercial. Justificación académica: Investigaciones científicas en el área de empresas confirman que las buenas actitudes sociales hacen que los alumnos prefieran trabajar en grupo y mejoran la calidad de los resultados académicos.
- ✓ Ejemplo: Ayudar a que los futuros ingenieros comerciales controlen sus emociones y superen los problemas les permite manejar mejor el estrés de los exámenes y las tareas difíciles en finanzas y marketing. Justificación académica: Los estudios en educación superior muestran que conocer las propias emociones da tranquilidad y evita el cansancio mental causado por las materias que exigen hacer muchos números.
- ✓ Ejemplo: Desarrollar un liderazgo positivo, aprender a ponerse en el lugar de los clientes y tener habilidades para negociar son herramientas obligatorias para dirigir instituciones públicas y privadas y tomar decisiones en momentos de crisis.

Justificación académica: Los libros sobre el comportamiento en las empresas confirman que la inteligencia emocional mejora el trabajo de los jefes, genera confianza en los empleados y ayuda a ganar en las negociaciones importantes.

3. Justificación

La investigación es pertinente y necesaria debido a los desafíos contemporáneos que enfrentan los profesionales de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, quienes ya no sólo deben dominar los conocimientos técnicos, sino también las habilidades socioemocionales para adaptarse a entornos laborales dinámicos, multiculturales y altamente competitivos.

La investigación de competencias socioemocionales se justifica porque son fundamentales para el desarrollo integral, el éxito académico y laboral, y el bienestar personal y social. Fortalecen habilidades como el autoconocimiento, la gestión emocional, la toma de decisiones responsable y la empatía, lo que reduce problemas sociales y aumenta la resiliencia.

Con la evidencia de su importancia para una educación de calidad y para afrontar desafíos, es crucial investigar cómo potenciarlas en los sistemas educativos., la educación superior tiene el compromiso de formar individuos capaces de gestionar adecuadamente sus emociones, trabajar en equipo, liderar procesos y actuar éticamente, competencias que son esenciales para su desarrollo personal y profesional, en este sentido, fortalecer el desarrollo de competencias socioemocionales en la formación universitaria responde a una necesidad social apremiante: formar profesionales integrales que contribuyan al bienestar de sus organizaciones y de la sociedad en general.

Desde el punto de vista científico y educativo, este trabajo aportará al conocimiento académico ofreciendo una propuesta concreta de una estrategia para la transversalización curricular de competencias socioemocionales en la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, dicho aporte permitirá enriquecer el campo de la didáctica universitaria, abriendo caminos hacia modelos educativos más integrales, inclusivos y centrados en el desarrollo humano, más

allá del tradicional enfoque técnico y disciplinario, además, al articular el enfoque por competencias con la educación socioemocional, se contribuirá al avance de la investigación educativa en áreas emergentes de alta relevancia actual.

La investigación se justifica también por su relevancia y novedad, aunque el tema de las competencias socioemocionales ha ganado visibilidad en los últimos años, su incorporación sistemática en los planes de estudio universitarios aún es limitada, especialmente en carreras de formación empresarial como Ingeniería Comercial, la propuesta de estrategia de transversalización curricular constituye un aporte innovador que no sólo diagnostica las carencias actuales, sino que también ofrece una solución práctica y contextualizada a la realidad educativa de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

El estudio tiene un valor práctico al buscar impactar directamente en la mejora de la calidad formativa de los futuros ingenieros comerciales de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, potenciando sus habilidades socioemocionales y, por ende, su desempeño profesional y su contribución a la sociedad, la propuesta diseñada pretende ser replicable en otras carreras y contextos similares, ampliando así su alcance y potencial de transformación educativa.

Estos antecedentes ponen en evidencia la creciente necesidad de integrar de forma sistemática las competencias socioemocionales dentro del currículo universitario, especialmente en Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, donde la gestión emocional, la empatía y la toma de decisiones éticas son competencias esenciales para el éxito profesional.

La Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, como formadora de profesionales estratégicos en el ámbito económico y empresarial, reconoce la importancia de incorporar dichas competencias en su proceso formativo, sin embargo, la ausencia de una transversalización sistemática de estas habilidades en el currículo representa una limitación para el pleno desarrollo del potencial estudiantil.

Actualmente, no basta con que un estudiante domine conocimientos en áreas como finanzas, marketing o administración, es decir, también necesita aprender a manejar sus emociones, tomar decisiones éticas, trabajar en equipo y comunicarse de manera efectiva. Estas habilidades, conocidas como competencias socioemocionales, no suelen enseñarse de forma clara ni sistemática en la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, por lo tanto, su aprendizaje queda relegado a la experiencia individual o a actividades extracurriculares aisladas, esta investigación propone una estrategia que permitan que todas las materias, no sólo algunas, contribuyan al desarrollo de estas capacidades, tan esenciales como los conocimientos Científico técnicos.

Ante esta situación, surge la necesidad de diseñar una estrategia que permita integrar las competencias socioemocionales de manera efectiva en las asignaturas y actividades formativas, promoviendo una formación profesional más completa y pertinente, esta investigación se enfoca precisamente en diagnosticar el estado actual de estas competencias, analizar el plan de estudios vigente y proponer alternativas curriculares innovadoras que fortalezcan el perfil de egreso de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

4. Pregunta de investigación

¿Cómo desarrollar competencias socioemocionales en la formación profesional de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca?

5. Objetivos

5.1 Objetivo general

Diseñar y aplicar una estrategia de transversalización curricular que impulse el desarrollo de competencias socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

5.2 Objetivos específicos

- Fundamentar las bases teóricas sobre los procesos de transversalización curricular en correspondencia a desarrollo de competencias socioemocionales.
- Analizar las principales características de la situación actual del nivel de desarrollo de las competencias socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.
- Analizar el desarrollo de las prácticas pre profesionales y el plan de estudios vigente respecto a la incorporación de competencias socioemocionales en la formación profesional.
- Elaborar una propuesta que articule las competencias socioemocionales en el plan de estudios.

6. Idea a defender

El diseño y la aplicación de una estrategia de transversalización curricular mejorará el desarrollo de las competencias socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, logrando una formación más completa y una mejor preparación para atender las demandas laborales actuales.

7. Contribución al estado del conocimiento

La contribución al estado del conocimiento de las competencias socioemocionales se basa en la evidencia de que mejoran el rendimiento académico, el bienestar personal y la capacidad de afrontar desafíos, y que estas habilidades son fundamentales para la formación integral y el éxito en la vida.

El conocimiento actual subraya la necesidad de integrar el aprendizaje socioemocional en los sistemas educativos, ya que el cerebro vincula directamente las emociones y el aprendizaje, lo que significa que las habilidades como la gestión emocional, la empatía y la autorregulación son clave para un aprendizaje efectivo.

La presente investigación representa una contribución significativa al estado del conocimiento en el campo de la educación superior boliviana, particularmente en el área de las ciencias económicas y empresariales, si bien a nivel internacional se han desarrollado numerosas investigaciones sobre competencias socioemocionales y su impacto en la formación integral, en Bolivia este enfoque aún es incipiente, especialmente en carreras orientadas al ámbito comercial, administrativo y financiero, esta tesis aborda esa brecha, enfocándose en una problemática concreta: la limitada integración sistemática de las competencias socioemocionales en el currículo de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

Desde una perspectiva teórica, el estudio articula el enfoque por competencias con la educación emocional, aportando una base conceptual robusta para la transversalización curricular, desde el punto de vista metodológico, se plantea una estrategia mixta que

incluye diagnóstico, análisis documental, recolección empírica y validación mediante el método Delphi, lo cual garantiza rigor científico y aplicabilidad práctica.

Asimismo, esta investigación contribuye al desarrollo de modelos formativos más integrales, humanos y pertinentes al contexto boliviano, en un entorno nacional caracterizado por altos niveles de conflictividad social, desigualdades económicas y cambios constantes en el mercado laboral, se vuelve imperativo formar profesionales que, además de sus capacidades técnicas, posean habilidades socioemocionales como la empatía, el liderazgo, la autorregulación emocional y la toma de decisiones éticas.

Por tanto, el valor de este estudio trasciende el ámbito académico, ofrece herramientas concretas que pueden ser aplicadas para mejorar la calidad educativa, fortalecer el perfil profesional del egresado boliviano y, en última instancia, contribuir a la construcción de una sociedad más equitativa, colaborativa y emocionalmente inteligente, la propuesta aquí desarrollada puede ser replicada y adaptada en otras carreras y universidades del país, sentando un precedente para futuras políticas educativas orientadas al desarrollo integral del ser humano. Organización de la tesis o trabajo de grado

La presente tesis de grado titulada “Estrategia de transversalización curricular para el desarrollo de competencias socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca” se estructura en siete capítulos que desarrollan de manera lógica, coherente y sistemática todos los componentes del proceso investigativo.

Capítulo I: Planteamiento del problema.

Presenta la situación problemática identificada en la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca respecto al escaso desarrollo de las competencias socioemocionales en la formación profesional. Se incluyen la formulación del problema, el objeto y campo de acción, la justificación, los objetivos generales y específicos, la idea a defender y las categorías de investigación.

Capítulo II: Marco teórico.

Expone los principales fundamentos teóricos, conceptuales y normativos que sustentan el estudio. Se abordan las teorías de Goleman (inteligencia emocional), el modelo CASEL (competencias socioemocionales), el aprendizaje significativo de Ausubel y el Modelo Educativo Sociocomunitario Productivo (MESCP) como marco de referencia nacional, además de antecedentes de investigaciones nacionales e internacionales.

Capítulo III: Marco metodológico.

Describe el enfoque, tipo y diseño de investigación, las variables de estudio, la población y muestra, las técnicas e instrumentos utilizados (encuesta y análisis documental), el procedimiento para la recolección y análisis de datos, y la validación mediante el método Delphi.

Capítulo IV: Análisis y discusión de resultados.

Presenta la interpretación de los datos obtenidos a través de la encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, se analizan los niveles de desarrollo de las competencias socioemocionales, destacando las fortalezas y debilidades en cada dimensión, y se evidencian las principales necesidades formativas, como la implementación de prácticas preprofesionales y convenios institucionales.

Capítulo V: Propuesta.

Desarrolla una propuesta innovadora que se refiere a una estrategia de transversalización curricular, fundamentada teórica, metodológica y normativamente, se detallan los objetivos, factores clave, competencias priorizadas, desarrollo anual de actividades, evaluación, factibilidad y la síntesis final que articula la teoría con las prácticas preprofesionales y más convenios con institucionales públicas y privadas para realizar pasantías y trabajos dirigidos.

Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones.

Expone las conclusiones generales y específicas derivadas del diagnóstico y de la validación de la propuesta, Asimismo, plantea recomendaciones dirigidas a las instancias institucionales, docentes, curriculares y de investigación futura, orientadas a fortalecer la formación integral de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

Anexos.

Contiene los instrumentos de recolección de datos (encuesta aplicada a estudiantes), la matriz de validación de la propuesta (método Delphi), tablas y gráficos de resultados, el cronograma de ejecución, el modelo de consentimiento informado y evidencias fotográficas del trabajo de campo, que complementan y respaldan el desarrollo de la investigación.

Capítulo II

2. Marco teórico

2.1. Introducción

El marco teórico de las competencias socioemocionales se basa en la psicología educativa y se define como el conjunto de habilidades, conocimientos y actitudes que permiten a las personas comprender, expresar y regular sus emociones, así como relacionarse de manera efectiva con los demás.

Desarrolla los fundamentos teóricos, conceptuales y normativos que sustentan la investigación titulada “Estrategia de transversalización curricular para el desarrollo de competencias socioemocionales de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca”. Se abordan las principales teorías que explican las competencias socioemocionales, el enfoque por competencias, la transversalización curricular y las estrategias pedagógicas más efectivas para integrarlas en el ámbito universitario, Asimismo, se analizan experiencias y modelos educativos nacionales e internacionales que permiten fundamentar la propuesta planteada, orientada al fortalecimiento de la formación integral de los futuros profesionales en el área comercial (UNESCO, Declaración de Incheon y Marco de Acción Educación 2030: , 2017.)

Desde esta perspectiva, el marco teórico constituye la base que orienta toda la investigación, ya que permite comprender cómo los aportes de diversos autores y organismos internacionales se adaptan a la realidad educativa de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

En este sentido, la educación superior debe responder a los desafíos del siglo XXI promoviendo no solo el conocimiento técnico, sino también el desarrollo humano, emocional y social del estudiante. Los postulados de la UNESCO (2017) en la *Declaración de Incheon: Educación 2030* refuerzan esta visión, al establecer que una educación de calidad debe ser inclusiva, equitativa y centrada en el desarrollo integral de la persona. Desde esta mirada, la investigación adquiere relevancia porque propone una estrategia que

contribuya a cumplir con los objetivos de sostenibilidad educativa y formación integral planteados a nivel global.

2.2. Competencias socioemocionales

Las competencias socioemocionales comprenden un conjunto de habilidades que permiten a las personas comprender, regular y expresar de manera adecuada sus emociones, establecer relaciones interpersonales saludables y tomar decisiones responsables frente a los desafíos de la vida cotidiana, estas competencias integran tanto la dimensión emocional como la cognitiva y social del ser humano, siendo esenciales para el éxito académico, profesional y personal (Goleman D. , 1995).

Las competencias socioemocionales son un pilar esencial de la formación universitaria, porque fortalecen la capacidad del estudiante para afrontar los retos personales y laborales con equilibrio emocional y madurez ética. En la Carrera de Ingeniería Comercial, donde predomina los procesos analíticos y estratégicos, incorporar estas competencias permite formar profesionales con mayor sensibilidad social y liderazgo empático, capaces de tomar decisiones basadas en valores humanos además de criterios económicos.

Daniel Goleman (1995) plantea que el éxito profesional no depende únicamente del conocimiento técnico, sino también de la capacidad para reconocer, comprender y regular las emociones propias y ajenas. Su modelo identifica cinco dimensiones: autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales, las cuales constituyen la base de esta propuesta, al potenciar tanto la competencia personal como la interpersonal del futuro profesional (Goleman D. , 1995).

Se enfoca en cinco competencias socioemocionales clave: autoconciencia, el conocer las propias emociones, autorregulación desde el gestionar las emociones, motivación impulsarse hacia metas, empatía entender a los demás y habilidades sociales gestionar relaciones. Estas competencias se dividen en dos categorías: intrapersonales autoconciencia, autorregulación y motivación e interpersonales empatía y habilidades sociales.

El modelo de Goleman es sumamente pertinente para el ámbito universitario, porque aporta un marco claro para entender cómo el desarrollo emocional influye en la calidad del aprendizaje y en el desempeño profesional.

En la Carrera de Ingeniería Comercial, estas cinco dimensiones pueden ser trabajadas transversalmente en cada asignatura: la autoconciencia a través de la reflexión crítica; la autorregulación mediante el manejo del estrés académico; la motivación a partir de proyectos colaborativos; la empatía en actividades de responsabilidad social; y las habilidades sociales en dinámicas de trabajo en equipo.

En conjunto, este modelo permite formar profesionales más humanos, éticos y emocionalmente inteligentes, las competencias socioemocionales son concebidas actualmente como un conjunto articulado de habilidades, actitudes y valores que posibilitan la autorregulación emocional, la empatía y la convivencia armónica.

Las competencias trascienden el ámbito individual y se vinculan directamente con la formación de ciudadanos responsables, críticos y emocionalmente equilibrados, en la educación superior, su desarrollo no debe verse como un complemento, sino como un eje central del currículo formativo, ya que determina la capacidad del futuro profesional para responder de manera ética y colaborativa ante las exigencias sociales y laborales (Calderón, 2024).

Calderón complementa el de Goleman, porque amplía la visión de las competencias socioemocionales hacia una perspectiva social y ciudadana. Desde el análisis, su enfoque subraya que el desarrollo socioemocional no solo mejora la adaptación individual del estudiante, sino que fortalece su responsabilidad social y compromiso ético con la comunidad. En el contexto de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, que busca formar profesionales con sensibilidad social, pensamiento crítico y capacidad para transformar su entorno.

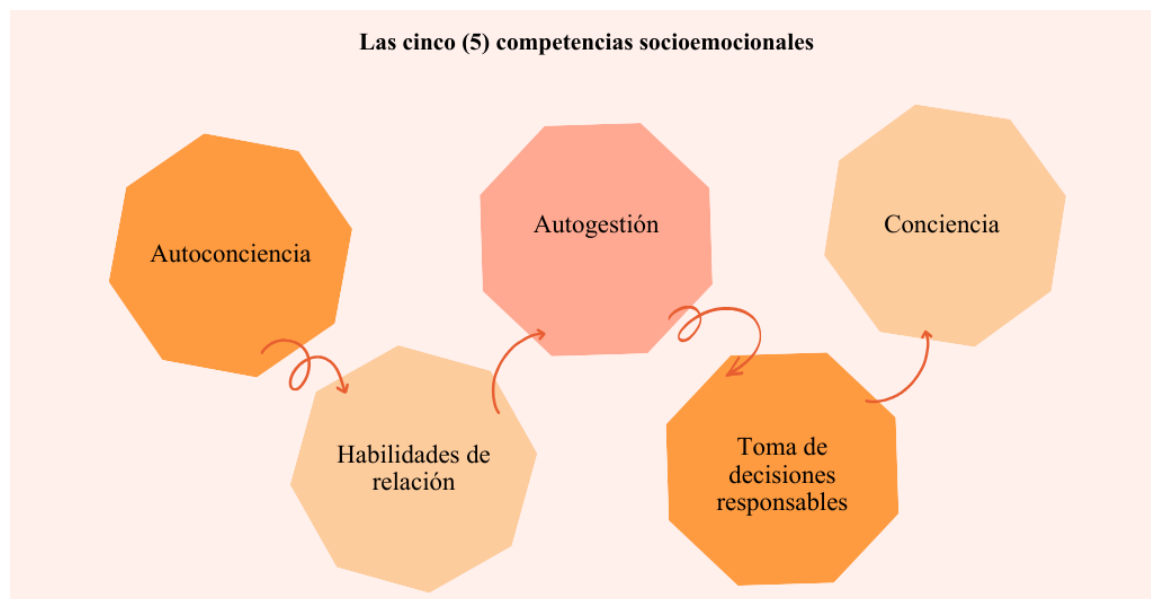
Por su parte, (CASEL, 2003) propone un marco teórico internacionalmente reconocido que define cinco dominios esenciales de las competencias socioemocionales: autoconciencia, autogestión, conciencia social, habilidades de relación y toma de decisiones responsables, estas deben desarrollarse de forma intencionada en el proceso educativo, especialmente en la educación superior (CASEL, 2003).

El modelo de CASEL representa una referencia metodológica útil para estructurar programas educativos que integren las dimensiones socioemocionales de manera sistemática. Su enfoque evidencia que la educación emocional no debe dejarse al azar ni al ámbito informal, sino que debe ser planificada desde el currículo, evaluada con indicadores específicos y fortalecida por la práctica docente.

Respalda la necesidad de una estrategia de transversalización curricular, ya que permite articular el desarrollo emocional con los contenidos académicos, garantizando la coherencia entre el conocimiento técnico y las habilidades humanas.

2.2.1. Las cinco (5) competencias socioemocionales

Ilustración 1. Las cinco competencias socioemocionales



Fuente: Elaboración propia

En el contexto boliviano, el Ministerio de Educación (2022) reconoce la importancia de incluir las competencias socioemocionales en los programas universitarios, subrayando que su incorporación contribuye a una educación más humanista y participativa (Ministerio de Educación, 2022.).

En Bolivia se está reconociendo la importancia de incluir competencias socioemocionales en la educación universitaria, lo cual va más allá de la formación académica tradicional. Esto sugiere que el desarrollo de habilidades como la gestión emocional, la empatía y la interacción social se considera fundamental para formar profesionales integrales, además, los estudios citados muestran que estas competencias no solo benefician al estudiante individual en su rendimiento y motivación, sino que también mejoran el ambiente institucional, evidenciando que la educación socioemocional tiene un impacto positivo tanto en el aprendizaje como en la dinámica de la comunidad educativa.

Asimismo, diversos estudios han evidenciado que el desarrollo socioemocional impacta positivamente en el rendimiento académico, la motivación y el clima institucional (Pérez, M., & Gómez, , 2021).

El párrafo resalta que el desarrollo de competencias socioemocionales tiene un efecto directo y positivo sobre diferentes aspectos del ámbito académico.

No solo contribuye a mejorar el rendimiento académico de los estudiantes, sino que también incrementa su motivación y favorece un clima institucional más saludable y colaborativo, se evidencia que la educación no debe centrarse únicamente en la adquisición de conocimientos técnicos, sino también en fortalecer habilidades emocionales y sociales que potencien tanto el aprendizaje individual como la convivencia y cooperación dentro de la institución educativa.

Al ser las competencias socioemocionales capacidades personales e interpersonales que permiten reconocer y regular emociones, establecer relaciones positivas, actuar con empatía y tomar decisiones responsables en diversos contextos de interacción, estas se acomodan a diferentes situaciones y a diferentes contextos, en la carrera de Ingeniería Comercial, las competencias socioemocionales constituyen un conjunto de capacidades

personales y sociales que fortalecen la formación profesional integral del estudiante, al favorecer el trabajo colaborativo, la comunicación efectiva, el liderazgo, la regulación emocional y la toma de decisiones responsables en contextos académicos y organizacionales que le permite al profesional, responder a las diferentes necesidades sociales y profesionales.

2.3. Transversalización curricular

La transversalización de las competencias socioemocionales dentro del currículo universitario requiere una gestión educativa que promueva la participación activa de los docentes y fomente una cultura institucional basada en la empatía, la comunicación asertiva y el aprendizaje colaborativo.

Según estudios recientes, las instituciones que incorporan políticas educativas orientadas al desarrollo de habilidades blandas logran mejores resultados en la formación integral de los estudiantes, fortaleciendo tanto el rendimiento académico como las capacidades interpersonales (Hermeza, K., Fuster, G., & Romero, F, 2025).

La integración de competencias socioemocionales no depende únicamente de los contenidos académicos, sino de una gestión educativa que involucre activamente a los docentes y a la comunidad universitaria. Al promover la empatía, la comunicación efectiva y el trabajo colaborativo, las instituciones logran una formación más completa, donde los estudiantes desarrollan habilidades interpersonales y académicas de manera conjunta, fortaleciendo su preparación profesional y su capacidad de relacionarse de manera efectiva en distintos contextos.

La transversalización de las competencias socioemocionales es una estrategia educativa para integrar habilidades como la empatía, la autogestión y la resolución de conflictos en todas las áreas del currículo, no solo en una materia específica, convirtiéndolas en un eje central para el desarrollo integral del estudiante y su relación con el mundo, mediante actividades prácticas, proyectos y la propia dinámica del aula.

La transversalización curricular se entiende como el proceso mediante el cual se incorporan de forma sistemática e integrada determinados ejes temáticos, valores o competencias como las socioemocionales en todas las asignaturas del plan de estudios, este enfoque busca superar la fragmentación del conocimiento y promover una formación integral donde los aspectos cognitivos, emocionales y éticos se desarrollen de manera simultánea y coherente (Díaz Barriga, A, 2005).

Aquí se enfatiza que la transversalización curricular permite que las competencias socioemocionales no queden aisladas en asignaturas puntuales, sino que se integren en todo el plan de estudios. Este enfoque evita que el aprendizaje se perciba como fragmentado y asegura que los estudiantes desarrollen simultáneamente sus capacidades cognitivas, emocionales y éticas, promoviendo una formación más integral y coherente con las necesidades de la sociedad actual.

Según la UNESCO (2017), la transversalización curricular implica incluir contenidos y metodologías que respondan a las necesidades sociales contemporáneas, fomentando una educación con sentido humano e inclusivo, en el ámbito universitario, esto significa que cada materia debe contribuir al desarrollo de las competencias socioemocionales mediante metodologías participativas y colaborativas (Díaz Barriga, A, 2005).

La transversalización curricular debe alinearse con las demandas sociales actuales, asegurando que la educación universitaria sea inclusiva y humanista, implica integrar contenidos como los Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS y metodologías innovadoras en el currículo, capacitando a docentes para desarrollar habilidades pedagógicas que conecten los saberes disciplinares con problemas del mundo real, promoviendo una educación integral y conectada con los desafíos globales. No se trata solo de añadir un tema, sino de una reestructuración profunda que busca formar ciudadanos conscientes y capaces de actuar.

Integración de contenidos, al incorporar temas transversales sostenibilidad, ciudadanía global, equidad de género, en todas las áreas, no como asignaturas aisladas, en el desarrollo de competencias, al enfocarse en habilidades como el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la colaboración, vinculando teoría y práctica.

En la capacitación docente al formar docentes para que comprendan las interconexiones temáticas y apliquen pedagogías innovadoras, como el aprendizaje basado en proyectos.

Con un enfoque holístico al conectar los ODS con la vida de los estudiantes y el currículo, haciéndolos relevantes para sus realidades (UNESCO, Declaración de Incheon y Marco de Acción Educación 2030, 2017).

Cada asignatura se convierte en un espacio para desarrollar competencias socioemocionales a través de una estrategia activas y colaborativas, lo que permite que los estudiantes se formen como individuos conscientes, responsables y comprometidos con su entorno social y profesional.

Zabalza sostiene que la transversalización fortalece la cohesión del currículo, evita duplicidades y garantiza una formación profesional con identidad y compromiso ético, en este sentido, las competencias socioemocionales deben considerarse como un eje articulador del proceso formativo universitario (Zabalza, M. A, 2017).

Según Zabalza, integrar las competencias socioemocionales de manera transversal fortalece la coherencia del plan de estudios y evita repeticiones innecesarias. Además, permite formar profesionales con una identidad clara y un sólido compromiso ético, consolidando a las habilidades socioemocionales como un elemento central que articula todo el proceso formativo universitario, potenciando tanto la preparación académica como los valores personales y profesionales de los estudiantes, integrar competencias socioemocionales implica transformar el currículo universitario en un proyecto formativo integral y coherente, diseñando una formación que no solo sea teórica sino que desarrolle el saber ser y saber hacer del estudiante, movilizandoc conocimientos, habilidades y valores para resolver problemas complejos, creando un clima de aula positivo, fomentando el autoconocimiento, la empatía, la comunicación y la gestión emocional, preparando al docente para atender la diversidad y construir relaciones interpersonales sanas.

2.3.2 Fundamentos que consoliden la propuesta de transversalización curricular

La transversalización curricular se fundamenta en autores como Basarab Nicolescu (transdisciplinariedad), Paulo Freire (educación crítica), John Dewey (experiencia),

Sacristán (metodología), García (género) y documentos ministeriales, buscando conectar saberes, integrar valores (ej. género, paz) en todo el currículo, y formar integralmente al estudiante, articulando lo disciplinar con lo social y ético para resolver problemas reales, yendo más allá de las asignaturas aisladas (Arteaga, 2015).

Enfoque Transdisciplinario (Basarab Nicolescu), propone "desarticular" el aislamiento de las disciplinas, viendo la transversalidad como un principio que atraviesa niveles de realidad, conectando lo científico con lo humano y social. Relevancia: Justifica la conexión entre diferentes áreas del saber para una comprensión holística. Pedagogía Crítica y Contextual, a su vez Paulo Freire, John Dewey, Por otro lado, Freire, la educación debe ser práctica de la libertad, contextualizada y liberadora, no solo transmisión de contenidos.

El aprendizaje se basa en la experiencia y la resolución de problemas, conectando la escuela con la vida, la relevancia, aportan la base para integrar problemáticas sociales como género, paz y la acción en el currículo.

La transversalidad como metodología para conformar el currículo, influyendo en los procesos de enseñanza y de aprendizaje, Grundy define modelos curriculares técnico, práctico, emancipador) que se alinean con enfoques transversales.

La transversalización de género implica ver el currículo desde una perspectiva que visibilice las desigualdades y promueva la equidad, permeando todas las áreas, los temas transversales que deben estar presentes en la formación integral (Agudelo, N. C., & Mora, R., 2012).

Ejes de la Transversalidad Curricular, en la articulación y Conexión: Unir contenidos disciplinares, el aula, la familia y el entorno social cultural, en la Formación Integral y Valores es para ir más allá de lo cognitivo para desarrollar actitudes, ética y una identidad personal y social para abordar conflictos actuales y desafíos sociales desde una perspectiva sistémica y colaborativa.

2.3.2.1 Procesos pedagógicos de transversalización curricular

Los procesos pedagógicos de transversalización curricular implican integrar temas prioritarios (valores, problemáticas sociales, habilidades) en todas las áreas del currículo, no como materias aisladas, sino como ejes que permean la enseñanza para formar ciudadanos críticos, reflexivos y comprometidos con su entorno, usando estrategias como proyectos, debates y aprendizaje contextualizado que conecten los saberes disciplinarios con la vida real del estudiante, promoviendo el pensamiento complejo y la resolución de problemas (López Jiménez, 2021).

La presencia e integración de ejes temáticos a través de todas las asignaturas, no como contenidos nuevos, sino como perspectivas y valores aplicables a cada materia.

La estrategia educativa que integra temas, valores o ejes formativos en todas las áreas del currículo, de manera sistemática y articulada. No constituye una asignatura aparte, sino una forma de orientar la enseñanza para abordar problemáticas y competencias que son comunes, sociales y multidimensionales.

Para lograrlo, se aplican una serie de procesos pedagógicos que permiten incorporar estos ejes en la planificación, enseñanza y evaluación.

Diagnóstico o Identificación de Ejes Transversales, es el primer proceso. Consiste en:

- ✓ Analizar el contexto sociocultural, escolar y comunitario.
- ✓ Identificar necesidades, problemas y valores prioritarios.
- ✓ Seleccionar los ejes transversales pertinentes para la institución o el área curricular.

Planificación Curricular con Enfoque Transversal

- ✓ Implica integrar los ejes dentro de:
- ✓ Planificación anual o programaciones curriculares.
- ✓ Unidades y proyectos de aprendizaje.
- ✓ Competencias, contenidos y actividades.
- ✓ Planificación Curricular con Enfoque Transversal

Implica integrar los ejes dentro de:

- ✓ Planificación anual o programaciones curriculares.
- ✓ Unidades y proyectos de aprendizaje.
- ✓ Competencias, contenidos y actividades.
- ✓ Diseño de estrategias didácticas transversales

Temas prioritarios que abordan desafíos sociales educación sexual, salud, medio ambiente, valores que deben impregnar la cultura educativa, la selección y vinculación de Contenidos: Identificar temas transversales relevantes para el contexto y conectarlos con los contenidos disciplinares, respondiendo a preguntas como el enfoque interdisciplinario, al fomentar la conexión entre diferentes áreas del saber para abordar un tema desde múltiples perspectivas.

Las estrategias didácticas activas utilizan metodologías que promueven la participación, la reflexión y la resolución de problemas, como el trabajo por proyectos, debates, estudios de caso y simulaciones dan lugar a un Aprendizaje Significativo y Contextualizado al conectar los contenidos del aula con la realidad y la vida cotidiana de los estudiantes para que el aprendizaje tenga sentido y perdure.

Busca formar ciudadanos con valores éticos, responsabilidad, solidaridad y respeto, a través de la práctica diaria y la reflexión, evaluar el proceso y los productos, no solo los conocimientos, sino también la capacidad de aplicar lo aprendido y reflexionar sobre la práctica docente y estudiantil.

2.3.2.2 Proceso sociales para la transversalización

La educación ha emprendido reformas en las últimas décadas en busca de mejorar la calidad y a su vez históricamente el currículo ha llegado a una serie de transformaciones dadas de afuera hacia dentro, producto de los cambios en la cultura y la sociedad. Partiendo de lo que sería el currículo, (Grundy, 2005) señala que:

El currículo no es un concepto, sino una construcción cultural. Es decir, no se trata de un concepto abstracto que tenga alguna existencia aparte de y antecedente a la experiencia

humana. Es, en cambio, una forma de organizar un conjunto de prácticas educativas humanas (Grundy, 2005, pág. 19).

El proceso social para la transversalización curricular implica integrar problemas y valores sociales (como la sostenibilidad, la interculturalidad, los derechos humanos, la ética) en todas las áreas del currículo, no como temas aislados, sino como ejes transversales que conectan el conocimiento disciplinar con la realidad cotidiana, fomentando un pensamiento crítico y una formación integral, interdisciplinaria y humanista que responde a las necesidades de la sociedad y prepara a los estudiantes para contextos globales.

Componentes clave del proceso social, en la contextualización se debe integrar la realidad social, cultural y ambiental local y global para hacer el aprendizaje significativo y relevante, el enfoque Humanista y Ético: Centrarse en el desarrollo integral del estudiante, incluyendo valores, actitudes y principios éticos responsabilidad, solidaridad, respeto.

En la interdisciplinaria permite romper las fronteras entre asignaturas para abordar problemas complejos desde múltiples perspectivas, conectando saberes académicos con la vida real.

La Participación y Diálogo lleva a involucrar a estudiantes, docentes, familias y comunidad en la identificación de problemas y la construcción de soluciones, desde la conciencia Crítica: Desarrollar la capacidad de analizar y reflexionar sobre los grandes problemas del mundo actual para promover la transformación individual y colectiva.

Pasos para la implementación:

Identificación de Ejes Transversales: Definir problemáticas sociales relevantes (ejemplo agua, diversidad cultural, ciudadanía) que la institución asumirá como prioritarias.

Integración Curricular: Incorporar estos ejes en la planificación de todas las asignaturas, no como contenidos nuevos, sino como marcos que dan sentido a los conocimientos existentes.

Estrategias pedagógicas: Implementar metodologías activas que promuevan la reflexión, la investigación y la acción sobre estos temas (proyectos, debates, estudios de caso).

Evaluación Integral: Valorar no solo el conocimiento conceptual, sino también el desarrollo de actitudes, valores y competencias para la vida en sociedad.

Como lo menciona Scurati (2016) citado en (Cazares, 2016) Hablar de programación curricular significa referirse no al sistema hipotético de aquello que podría suceder en una escuela, sino al conjunto efectivo de las actividades que se decide hacer en una escuela, esto es, a la vida de la escuela en su desarrollo real y efectivo (Cazares, 2016, pág. 4).

Para Gimeno Sacristán y Pérez Gómez (2023) citado en (Álvarez, 2024) el currículo es un proyecto global integrado y flexible que deberá proporcionar directa o indirectamente bases o principios para planificar, evaluar y justificar el proyecto educativo, es una propuesta integrada y coherente que no especifica más que principios generales para orientar la práctica escolar (Álvarez, M. G., 2020, pág. 73).

A saber, el currículo se visiona como una propuesta para guiar la acción pedagógica de los docentes.

En otras palabras, lo expuesto anteriormente tiene gran relevancia porque el currículo debe estar diseñado de acuerdo a unas circunstancias reales de un colectivo social y educativo en estrecha relación con la práctica.

2.3.2.3 Proceso filosófico para la transversalización

El proceso filosófico para la transversalización, especialmente en género, derechos humanos o educación, implica un cambio de paradigma desde visiones fragmentadas hacia una comprensión holística, reconociendo la interconexión de los saberes y las implicaciones diferenciadas en todas las esferas interna y externa de una institución o sociedad, buscando superar dualismos y promover la igualdad y la inclusión mediante el análisis crítico, la reflexión sobre la alteridad, y la planificación integral desde el diseño hasta la evaluación, activando así un proceso de "devenir" hacia lo nuevo y lo equitativo, argumenta la Filosofía Deleuziana (López, 2020).

La transversalidad es un concepto relativamente complejo. Él es clave para el análisis de la pluralidad y para la integración o inclusión de lo que los paradigmas clásicos han separado o des-articulado a partir del pensamiento unitario de las disciplinas.

En consecuencia, la transversalidad se considera una herramienta fundamental para eludir el dualismo y, en esencia, sustituirlo. La transversalidad implica procesos de devenir, en lugar de ser simplemente un nuevo método.

La transversalidad es el principio que reconoce la pertinencia de que un tema o agenda sea parte de todos los demás. climática es transversal por naturaleza, dentro de sus principios Filosóficos Clave, parte de la superación del Dualismo: La transversalidad desafía la separación clásica para integrar perspectivas diversas y complejas, rompiendo con el pensamiento unitario tradicional.

Reconocimiento de la Diferencia la Alteridad, se fundamenta en la filosofía de Deleuze y Guattari para trascender identidades fijas eurocéntricas reconocer al "otro" en su diferencia, permitiendo la creación de múltiples devenires y la huida de la sistematización, no es solo un método, sino un proceso continuo de transformación, de "llegar a ser", que genera novedad y se opone a las estructuras estáticas, según el nuevo materialismo desde la aplicación práctica, se inicia desde un diagnóstico integral, que parte de analizar cómo cualquier política o acción que afecta de forma diferenciada a hombres y mujeres, más allá de roles tradicionales.

Es importante incorporar la perspectiva de género en todos los niveles y áreas de una organización, desde el diseño hasta la evaluación, para asegurar la participación equitativa y el beneficio mutuo fomentar una cultura organizacional que valore la igualdad y la diversidad.

2.4. Estrategias pedagógicas para la transversalización de competencias socioemocionales.

Para lograr una transversalización efectiva, es necesario aplicar estrategias pedagógicas que integren el aprendizaje emocional y social dentro de las experiencias académicas, entre

las más relevantes se encuentran el aprendizaje basado en proyectos, el aprendizaje cooperativo, la educación emocional integrada, las tutorías socioemocionales y la evaluación formativa emocional el enfoque socioformativo, el cual se define como un marco de reflexión-acción educativo que pretende generar las condiciones pedagógicas esenciales para facilitar la formación de personas íntegras, integrales y competentes para afrontar los retos-problemas del desarrollo personal, la vida en sociedad, el equilibrio ecológico, la creación cultural-artística y la actuación profesional-empresarial, a partir de la articulación de la educación con los procesos sociales, comunitarios, económicos, políticos, religiosos, deportivos, ambientales y artísticos en los cuales viven las personas, implementando actividades formativas con sentido (Tobon, 2013).

Este planteamiento amplía la visión de una educación integral propuesta previamente por Morin, ya que señala cómo llevarla a la práctica mediante estrategias específicas. Mientras Morin habla de la necesidad de una educación que enseñe a vivir y actuar con responsabilidad, Tobón indica que esto solo es posible si se integran experiencias pedagógicas que unen lo académico con lo emocional.

Desde la perspectiva como investigador, esta relación muestra que la transversalización no es solo un concepto, sino un proceso concreto que exige metodologías claras y sostenidas dentro del currículo. para fomentar la autoconciencia, la empatía, la toma de decisiones responsable y la gestión emocional a través de proyectos, círculos de Emociones, uso de recursos visuales y un clima de aula seguro y de apoyo, creando un currículo que une lo académico con lo humano en la diversidad de los entornos educativos ya que es una realidad con la que viven todos los docentes y esto es aún más relevante en edades más tempranas donde la identificación es clave para la formación para poder afrontar las barreras de aprendizaje y así, satisfacer las necesidades educativas de los estudiantes, incluso logrando los objetivos de cada etapa educativa.

Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP): permite que los estudiantes enfrenten situaciones reales que demanden cooperación, empatía, liderazgo y toma de decisiones, fortaleciendo sus competencias socioemocionales.

Desde el análisis, el ABP es una de las estrategias mencionadas por Tobón que ejemplifica cómo se materializa la transversalización socioemocional. Relacionándolo con el párrafo anterior, interpreto que el ABP permite que los estudiantes vivencien directamente los aspectos emocionales y sociales del aprendizaje, convirtiendo la teoría en experiencia. Como investigador, veo que esta metodología coloca al estudiante en el centro de la acción, desarrollando no solo capacidades técnicas, sino habilidades socioemocionales necesarias para su futuro profesional.

El Aprendizaje cooperativo, promueve la comunicación asertiva y la responsabilidad compartida entre los miembros del grupo, mejorando tanto el rendimiento académico como la empatía y la autorregulación emocional (Johnson, D. & Johnson, R. , 2019).

Este párrafo refuerza la idea de que la transversalización requiere metodologías participativas y colaborativas. En relación con el ABP, interpreto que el aprendizaje cooperativo complementa este enfoque al centrarse en las interacciones entre estudiantes, promoviendo habilidades de comunicación, empatía y regulación emocional. Como investigador, observo que ambas estrategias coinciden en que el estudiante aprende tanto del contenido como de la convivencia, fortaleciendo así las competencias socioemocionales mencionadas inicialmente por Tobón.

La Educación emocional integrada, Bisquerra (2021) plantea que debe incluirse en el currículo mediante actividades sistemáticas que desarrollen autoconocimiento, empatía y gestión emocional La educación emocional es una innovación educativa que responde a necesidades sociales no atendidas en las materias académicas ordinarias. La fundamentación está en el concepto de emoción, teorías de la emoción, la neurociencia, la psiconeuroinmunología, la teoría de las inteligencias múltiples, la inteligencia emocional, el *fluir*, los movimientos de renovación pedagógica, la educación psicológica, la educación para la salud, las habilidades sociales (Bisquerra R. , 2021).

En relación con el aprendizaje cooperativo, interpreto que la educación emocional integrada complementa esa interacción grupal al incorporar procesos de reflexión interna, autoconocimiento y desarrollo emocional. Desde un análisis, mientras las estrategias anteriores promueven el trabajo con otros, Bisquerra destaca la importancia de trabajar

también en uno mismo. Esto contribuye a una formación equilibrada donde las competencias socioemocionales se desarrollan tanto a nivel personal como interpersonal.

El planteamiento sobre tutorías socioemocionales y acompañamiento docente, respaldado por la idea de Payton (2008), destaca que el apoyo emocional docente es clave para que los estudiantes universitarios ganen confianza, se adapten mejor a la vida académica y disminuyan el estrés, fortaleciendo su bienestar general y rendimiento al generar un ambiente de apoyo, seguridad y comprensión personalizada frente a los desafíos de la transición a la educación superior, según se observa en documentos de la ANUIES y Gob MX sobre tutoría universitaria.

El docente no solo enseña contenidos, sino que actúa como guía, brindando atención individualizada para entender y apoyar las necesidades emocionales y académicas del estudiante, lo que genera Mayor Confianza Al sentirse apoyado, el estudiante se siente más seguro para enfrentar retos, se genera mejor adaptación, lo que facilita la integración al nuevo entorno universitario y sus dinámicas. El acompañamiento ayuda a manejar la presión y los factores de riesgo que afectan el rendimiento, como la ansiedad, se centra en el desarrollo integral, no solo académico, atendiendo las emociones y la dimensión social del estudiante.

Crea un ambiente seguro y de confianza donde el alumno se siente valorado y comprendido.

Las Tutorías socioemocionales y acompañamiento docente, Payton (2008) señala que el acompañamiento emocional fortalece la confianza y la adaptación universitaria, reduciendo el estrés académico (Patón, 2018).

En relación con la educación emocional integrada, interpreto que las tutorías socioemocionales representan un apoyo directo del docente hacia el estudiante, creando un espacio de contención y orientación emocional. Desde el punto de vista, esta estrategia refuerza lo aprendido en el aula, ya que permite el acompañamiento personal en momentos de dificultad académica o emocional. Como investigador, comprendo que este soporte

docente facilita la permanencia y el bienestar del estudiante, cerrando la brecha entre teoría emocional y vivencia personal.

Evaluación formativa socioemocional: González (2019) recomienda el uso de rúbricas y autoevaluaciones que valoren la empatía, la comunicación y la responsabilidad social, integrando así el componente emocional a la evaluación académica. (González, M. (2019).

Conectando con el aporte de Payton, se interpreta que la evaluación socioemocional es el cierre natural del proceso transversal. Si las tutorías desarrollan habilidades y acompañan emocionalmente al estudiante, la evaluación permite visibilizar y valorar ese crecimiento. Como investigador, se considera que evaluar la empatía, la responsabilidad social o la comunicación significa reconocer que estas competencias son tan importantes como las cognitivas. Esta relación evidencia que la transversalización socioemocional no solo se enseña y se acompaña, sino que también debe medirse para consolidar un aprendizaje integral.

La recomendación de González (2019) se alinea con enfoques modernos de evaluación formativa, usando rúbricas y autoevaluaciones para medir empatía, comunicación y responsabilidad social, permitiendo a los estudiantes reflexionar sobre su progreso en habilidades clave como autoconciencia, conciencia social y relación interpersonal, más allá de conocimientos académicos.

Fomenta la Autoconciencia y Reflexión: Las rúbricas detallan niveles de desempeño para cada habilidad, y las autoevaluaciones invitan al estudiante a verse a sí mismo, identificando fortalezas y áreas de mejora, significa ser empático, comunicarse efectivamente o ser socialmente responsable en el contexto escolar, convirtiendo conceptos abstractos en comportamientos observables.

Enfoque en Habilidades para la Vida: Estas competencias (empatía, comunicación) son fundamentales para el bienestar individual y la convivencia.

Elementos clave en la práctica:

Rúbricas: Describen niveles (Excelente, Bueno, Aceptable) para criterios como "Muestra preocupación por los demás" (empatía) o "Escucha activamente y responde con respeto" (comunicación).

Autoevaluación: El estudiante se autoevalúa usando la misma rúbrica, fomentando la metacognición y la autonomía.

Evaluación Socioemocional: Pueden incluir observar cómo un estudiante maneja un conflicto, participa en un trabajo grupal o expresa sus sentimientos, usando estas herramientas para valorar.

En sí, González (2019) propone un método práctico y centrado en el desarrollo integral del estudiante, utilizando instrumentos claros para evaluar competencias socioemocionales esenciales.

2.5. Formación profesional integral

La formación profesional integral busca desarrollar no solo capacidades cognitivas, sino también dimensiones éticas, sociales y emocionales. Morin (2001) señala que una educación transformadora debe enseñar a vivir, comprender y actuar con responsabilidad (Morin, 2025).

Desde la perspectiva, este planteamiento complementa directamente las estrategias de transversalización expuestas anteriormente, ya que ambas coinciden en que la educación superior debe ir más allá del desarrollo intelectual. Se interpreta que Morin enfatiza que la formación profesional debe preparar al estudiante para la vida, incorporando valores, responsabilidad y habilidades emocionales. Esta visión se articula con las metodologías socioemocionales previamente analizadas como el ABP, el aprendizaje cooperativo y la educación emocional integrada, ya que todas buscan una transformación profunda del estudiante, promoviendo una formación responsable y humana.

La cita sobre formación integral de Morin (2001) resalta que la educación va más allá de lo cognitivo para abarcar el desarrollo humano completo, incluyendo ética principios de justicia y responsabilidad, social cooperación, convivencia, comunicación, y emocional autoconciencia, empatía, resiliencia, preparando a la persona para una realización plena y una vida en contexto, no solo con conocimientos técnicos, sino con sabiduría para enfrentar la incertidumbre y ser un ciudadano responsable en un mundo complejo.

Entendiendo la Formación Integral según esta perspectiva, no solo conocimientos: No se limita a memorizar o aplicar técnicas lo cognitivo, sino a formar seres humanos completos, desde la conciencia y manejo emocional, en el desarrollo de la inteligencia emocional para reconocer y gestionar emociones, crucial para la adaptación.

Desde la ética y ciudadanía fomentando valores como la justicia, el respeto y la responsabilidad, entendiendo el impacto de las acciones en la sociedad. Desde una Dimensión Social en el promover la cooperación, el trabajo en equipo y la participación para una convivencia armónica y diversa.

Contexto y complejidad (Morin): La educación debe preparar para un mundo incierto, enseñando a comprender la complejidad, los límites del conocimiento y la condición humana, integrando saberes para una identidad terrenal. Esta idea, asociada a Edgar Morin y la educación integral, busca formar individuos íntegros, críticos, solidarios y capaces de actuar con sabiduría y ética en su vida personal y profesional

En la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, esta perspectiva implica formar profesionales que combinen la eficiencia técnica con la sensibilidad humana y la gestión emocional, fortaleciendo así su liderazgo y compromiso social (Gutiérrez, 2024).

Se enfoca en la importancia crucial de competencias como la empatía, autorregulación y trabajo en equipo para el éxito académico y el bienestar de estudiantes de economía en Bolivia, sugiriendo su inclusión en planes de estudio universitarios para mejorar el rendimiento y la adaptación, aunque se evidencia una brecha en su implementación.

Las habilidades socioemocionales son vitales para afrontar el estrés académico, mejorar las relaciones interpersonales y facilitar una formación integral. Incluye inteligencia emocional, resiliencia, comunicación asertiva y autoconocimiento, que impactan el rendimiento y la permanencia estudiantil, analiza la aplicación de estas habilidades en las Ciencias Económicas, un campo donde la gestión emocional y social es clave para profesionales para fortalecer estas competencias y mejorar el desempeño estudiantil.

Esta afirmación traslada la propuesta conceptual de Morin al contexto concreto de la Carrera de Ingeniería Comercial, desde el análisis, esta carrera no solo requiere estudiantes con dominio técnico, sino también con competencias socioemocionales que les permitan liderar con empatía, tomar decisiones responsables y relacionarse adecuadamente con su entorno profesional, relacionándolo con lo expuesto previamente, se considera que integrar la sensibilidad humana y la gestión emocional es coherente con las estrategias pedagógicas y evaluativas mencionadas (ABP, aprendizaje cooperativo, tutorías, evaluación socioemocional), ya que estas herramientas permiten desarrollar exactamente esas cualidades. En síntesis, la formación técnica y la formación emocional deben complementarse para fortalecer el liderazgo y el compromiso social del futuro profesional.

2.6. Enfoque por competencias y su relación con la transversalización

El enfoque por competencias sostiene que el aprendizaje se demuestra cuando el estudiante aplica conocimientos, habilidades y valores en contextos reales, este modelo educativo articula las competencias técnicas con las socioemocionales para lograr una formación integral (Competencias docentes del docenteado universitario: calidad y desarrollo profesional., 2017).

Este planteamiento profundiza lo que se mencionó previamente sobre transversalización, ya que establece que las competencias socioemocionales no pueden estar separadas del aprendizaje técnico. Como investigador, se considera que el enfoque por competencias exige una educación que no se quede únicamente en la teoría, sino que se evidencie en la práctica real del estudiante. En relación con lo anterior, este enfoque constituye la base que permite integrar diversas metodologías socioemocionales dentro del currículo, pues

reconoce que la formación profesional depende tanto del saber técnico como de la capacidad de relacionarse, decidir y actuar responsablemente.

Tobón (2013) explica que este enfoque permite estructurar estrategias de enseñanza basadas en la resolución de problemas, el trabajo colaborativo y la reflexión ética (Tobon, 2013).

Relacionándolo con el planteamiento de Zabalza, interpreto que Tobón expone las estrategias concretas que dan vida al enfoque por competencias. Como investigador, se comprende que estas metodologías —resolver problemas, trabajar en colaboración y reflexionar éticamente— son las mismas que fortalecen las competencias socioemocionales, ya que requieren comunicación, empatía, liderazgo y pensamiento crítico. Esta conexión muestra que el enfoque por competencias no se limita a un marco teórico, sino que se operacionaliza mediante prácticas pedagógicas que impulsan la formación integral del estudiante.

En la resolución de problemas del contexto, el trabajo colaborativo y la reflexión ética, forma personas integrales con un proyecto ético de vida para mejorar su entorno, articulando conocimientos y la actuación para el bienestar social y el desarrollo sostenible, destacando su origen latinoamericano y su enfoque en competencias complejas.

El Enfoque Socioformativo (Tobón, 2013) se centra a su vez en el proyecto ético de vida al formar personas con un propósito ético claro para su vida y trabajo, trascendiendo lo académico hacia el mejoramiento social, basado en la Resolución de Problemas, al enfocarse en solucionar problemáticas reales del contexto social, cultural y ambiental, mejorando la calidad de vida, dentro del Trabajo Colaborativo, fomentando la interacción y la co creación de conocimiento entre estudiantes y la comunidad, el emprendimiento al desarrollar la capacidad de gestionar y crear soluciones innovadoras, articula saberes y aprende a aprender (metacognición) para enfrentar desafíos complejos.

El Modelo Educativo Sociocomunitario Productivo (MESCP) adoptado por el Ministerio de Educación de Bolivia (2010) resalta la importancia de articular la formación técnica,

científica y socioemocional bajo principios de solidaridad y cooperación (Ministerio de Educación, 2010).

Desde el análisis, este modelo educativo boliviano se alinea directamente con las estrategias señaladas por Tobón, ya que promueve un aprendizaje que integra el conocimiento técnico con el desarrollo humano. En relación con el párrafo anterior, se interpreta que el MESCP representa una aplicación contextualizada del enfoque por competencias, adaptada a la realidad educativa del país.

Como investigador, se considera que este modelo reafirma que las competencias socioemocionales no son complementarias, sino un componente esencial de la formación profesional, sustentado en valores como la solidaridad, la cooperación y el compromiso social.

De esta manera, la transversalización curricular responde al enfoque por competencias al integrar el desarrollo emocional y social dentro de la formación profesional, alineándose con las necesidades del contexto actual.

El marco teórico de la investigación está sustentado en (Goleman D. , 1995), (CASEL, 2003) (Ausubel, 1963) y el Modelo Educativo Socio comunitario Productivo (Ministerio de Educación, 2010) respalda la importancia de integrar las competencias socioemocionales como eje transversal en la educación superior. Estas teorías demuestran que la inteligencia emocional, el aprendizaje significativo y las metodologías activas potencian la autorregulación, la empatía y la colaboración, pilares del liderazgo profesional y la responsabilidad social.

En la formación profesional en Ingeniería Comercial presenta una orientación predominantemente técnica, centrada en la adquisición de conocimientos administrativos, económicos y financieros, pero con una limitada atención al desarrollo de las competencias socioemocionales. Esta brecha limita la consolidación de un perfil profesional integral, capaz de responder a los retos éticos, laborales y sociales del entorno.

Las competencias socioemocionales autoconciencia, autogestión, conciencia social, habilidades de relación y toma de decisiones responsables se desarrollan de manera parcial, alcanzando un nivel intermedio de dominio. Las dimensiones más fortalecidas son la conciencia social y el trabajo colaborativo, mientras que la autogestión emocional y la toma de decisiones responsables presentan mayores debilidades.

La estrategia de transversalización curricular diseñada en el Capítulo V constituye una respuesta pertinente, práctica e innovadora a la problemática diagnosticada. Su carácter transversal, integrador y progresivo permite incluir las competencias socioemocionales en las asignaturas de primero a cuarto año, fortalecer la formación mediante metodologías activas y vincular los aprendizajes con prácticas preprofesionales desde el tercer año.

El desarrollo de competencias socioemocionales no constituye un complemento, sino un componente esencial de la formación universitaria, necesario para formar profesionales emocionalmente inteligentes, éticos, críticos y capaces de transformar su realidad con responsabilidad y empatía. Su incorporación en la Carrera de Ingeniería comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, representa una oportunidad para fortalecer la calidad educativa, la pertinencia social y la empleabilidad de sus egresados

En correspondencia con las conclusiones obtenidas y los resultados empíricos, se plantean las siguientes recomendaciones orientadas a la implementación, sostenibilidad y mejora continua de la propuesta de transversalización curricular:

El Plan de Desarrollo Académico de la Carrera de Ingeniería Comercial la transversalización de las competencias socioemocionales, alineándola con el perfil de egreso y las políticas de formación integral de la USFX.

La creación de un Programa Institucional de Formación Socioemocional, que articule las actividades académicas, de bienestar universitario y extensión social, la firma de convenios interinstitucionales con empresas, ONGs y entidades públicas para fortalecer las prácticas preprofesionales desde el tercer año y las pasantías profesionales en el cuarto año, asegurando espacios de aplicación real del aprendizaje.

De manera explícita las competencias socioemocionales en los resultados de aprendizaje de las asignaturas de los cuatro años de formación, de modo que su desarrollo sea intencional y evaluable. Los programas de capacitación y actualización pedagógica orientados al manejo de metodologías activas, aprendizaje significativo e inteligencia emocional, el rol del docente como facilitador y orientador socioemocional, capaz de guiar a los estudiantes no solo en el conocimiento técnico, sino también en la autorregulación emocional, el trabajo en equipo y la comunicación asertiva.

La participación activa y reflexiva de los estudiantes en talleres, proyectos y experiencias de aprendizaje-servicio que fortalezcan la empatía, la resiliencia y el compromiso social, las tutorías socioemocionales y mentorías estudiantiles donde los estudiantes de cursos superiores acompañen a los de primeros años en procesos de adaptación, organización y motivación.

2.7. Estrategias institucionales y curriculares para la transversalización

La incorporación de las competencias socioemocionales requiere una acción institucional planificada, algunas estrategias efectivas incluyen el diseño de ejes transversales en los planes de estudio, la capacitación docente continua, la creación de programas de bienestar universitario y la evaluación de la formación emocional dentro de los criterios de calidad educativa (Bisquerra R. , 2021).

En relación con lo expuesto previamente sobre la transversalización y el enfoque por competencias, se interpreta que Bisquerra resalta que el desarrollo socioemocional no se logra solo mediante metodologías aisladas, sino mediante una estructura institucional sólida. Como investigador, se considera que la planificación institucional es fundamental para garantizar coherencia y permanencia, ya que permite que la educación emocional sea parte formal del currículo, la docencia y los sistemas de calidad. Esto refuerza la idea de que la formación integral exige compromisos organizativos que acompañen las prácticas pedagógicas.

Implican integrar valores y problemáticas sociales (como equidad de género, interculturalidad, ética, sostenibilidad) en todo el currículo y la cultura educativa, más allá

de una asignatura aislada, mediante la creación de ejes transversales, el diseño de proyectos interdisciplinarios, la formación docente continua (diálogo reflexivo, comunidades de aprendizaje) y la transformación de prácticas cotidianas (uso de lenguaje inclusivo, gestión ambiental) para formar profesionales integrales y ciudadanos responsables, conectando el saber disciplinar con la vida real y los contextos sociales.

Asimismo, la integración de prácticas preprofesionales con enfoque socioemocional permite que el estudiante reflexione sobre su desempeño ético y empático en contextos laborales, fortaleciendo su identidad profesional (Castillo, R. & González, A., 2020). La formación socioemocional en estudiantes universitarios: un enfoque desde la transversalización curricular.

Estas acciones contribuyen a consolidar una cultura educativa centrada en la empatía, el respeto y la responsabilidad social, pilares fundamentales para la Ingeniería Comercial contemporánea (Pérez, M. & Gómez, S., 2021). Competencias socioemocionales y su impacto en el rendimiento académico en estudiantes universitarios.

Para la Ingeniería Comercial contemporánea, los pilares fundamentales, influenciados por estudios como el de Pérez y Gómez (2021) sobre competencias socioemocionales (CSE), son: Habilidades Duras conocimientos técnicos complementadas crucialmente por Habilidades Blandas CSE como autoconocimiento, autorregulación, empatía, habilidades sociales y toma de decisiones responsable, esenciales para el éxito académico y profesional, la adaptación universitaria y la gestión efectiva de desafíos en un entorno cambiante, integrando creatividad, pensamiento crítico y bienestar emocional.

2.8. Estado del arte

Las investigaciones recientes confirman la relevancia de la transversalización curricular en el desarrollo socioemocional universitario. Castillo y González (2020) demostraron que incluir talleres de educación emocional mejora la comunicación, la convivencia y el rendimiento académico (Castillo, 2020).

Estrategias institucionales y curriculares para la transversalización

La transversalización curricular implica integrar temas o ejes (como la educación ambiental, los derechos humanos o la igualdad de género) en todas las asignaturas y en la cultura institucional. A continuación, se detallan las estrategias institucionales y curriculares clave: Estrategias Institucionales, a nivel de institución educativa, la transversalización requiere un compromiso sistémico que permee toda la cultura. Definición de Ejes Transversales: Establecer claramente cuáles son los ejes transversales relevantes para el contexto de la institución, basándose en el perfil de egreso deseado y las necesidades sociales.

La construcción de ciudadanía, la transversalidad debe estar formalmente reconocida e integrada en los documentos de gestión y planificación capacitar a los docentes no solo en la teoría de la transversalidad, sino también en metodologías pedagógicas que promuevan la integración de saberes y el pensamiento complejo responsables de la planificación, implementación y seguimiento de los ejes transversales, asegurando la comunicación y articulación entre diferentes áreas y diseño curricular, las estrategias se centran en la innovación pedagógica y la conexión de conocimientos.

Articular los ejes transversales con los objetivos, contenidos, métodos de enseñanza y evaluación de las distintas asignaturas, rompiendo con la fragmentación tradicional del conocimiento disciplinar con contenidos que permitan la conexión de conocimientos disciplinares con aspectos sociales, culturales y éticos presentes en el entorno del estudiante (Araya, 2021).

Los estudios de Araya (2021) en Chile y Medina (2022) en Perú, al igual que otras investigaciones en América Latina, confirman que la educación socioemocional (ESE) transversal no solo reduce el estrés académico y fortalece la motivación, sino que también mejora el bienestar psicológico, el rendimiento académico y fomenta la empatía y habilidades sociales, siendo crucial para el desarrollo integral del estudiante y la creación de climas escolares positivos, aunque su implementación enfrenta retos estructurales y pedagógicos.

Hallazgos Clave de la Investigación, reducción del estrés proporciona herramientas para identificar y gestionar emociones, disminuyendo el estrés académico y promoviendo respuestas emocionalmente reguladas, en el fortalecimiento de la motivación, al mejorar el bienestar emocional, los estudiantes se sienten más cómodos en el aula, prestando mejor atención y mostrando mayor interés, lo que incrementa su motivación para aprender impacto integral, las habilidades socioemocionales autoconciencia, autorregulación, empatía, toma de decisiones responsables benefician el rendimiento, la autoestima, las relaciones interpersonales y la prevención de problemas.

En Bolivia, Gutiérrez V. (2023) destaca el rezago de las carreras económicas en la inclusión formal de estas competencias, señalando la necesidad de innovar curricularmente. Desarrollo de habilidades socioemocionales en carreras de Ciencias Económicas en Bolivia. *Revista Latinoamericana de Educación*, (99–117). Tecnología e Innovación: La digitalización sigue impulsando la demanda de ingenieros de software, especialistas en ciberseguridad, arquitectos de datos, y expertos en Inteligencia Artificial y Aprendizaje Automático (Gutiérrez, 2023)

Salud y Bienestar: El área médica, incluyendo tecnologías de la salud, bioinformática y atención directa, tiene alta empleabilidad y necesidad constante. Energía y Sostenibilidad: Ingenieros ambientales, especialistas en energías renovables (solar, eólica) y desarrollo sostenible son cruciales por el cambio climático. Logística y Comercio Electrónico: Especialistas en gestión de cadena de suministro, logística y almacenes, así como expertos en comercio exterior, son muy requeridos. Fizas y Banca: Carreras en auditoría, finanzas, contabilidad y administración de empresas siguen siendo fundamentales y bien remuneradas.

Por tanto, esta investigación se inscribe dentro de esa línea de transformación educativa, proponiendo estrategias contextualizadas que fortalezcan la formación integral y emocional de los futuros Ingenieros Comerciales.

Capítulo III

Marco metodológico

3.1 Enfoque metodológico

La investigación se desarrolla bajo un enfoque mixto, integrando elementos de los paradigmas cuantitativo y cualitativo para abordar de manera integral el desarrollo de competencias socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

En el desarrollo de la investigación se aplicó el enfoque cuantitativo y cualitativo.

✓ Enfoque cuantitativo

Permite medir el nivel de desarrollo de competencias socioemocionales mediante encuestas y cuestionarios aplicados a estudiantes y docentes al ser un método sistemático que utiliza datos numéricos y análisis estadísticos para describir, explicar y predecir fenómenos. Se centra en la medición numérica y la cuantificación de variables para identificar patrones y relaciones, probar hipótesis y generar generalizaciones sobre una población más amplia. Este enfoque se basa en el positivismo y busca la objetividad a través de la recolección y análisis de datos numéricos.

✓ Enfoque cualitativo

Facilita la interpretación de percepciones, significados y valoraciones sobre la temática, además de la validación de la propuesta mediante la consulta a expertos (Método Delphi). El enfoque cualitativo de la investigación se centra en comprender y analizar fenómenos sociales desde una perspectiva subjetiva, buscando significados, experiencias y percepciones en lugar de datos numéricos. Este método utiliza la recolección de datos en forma de palabras, descripciones e imágenes, a través de técnicas como entrevistas en profundidad, grupos focales y observación participante, con el objetivo de obtener una comprensión rica y contextualizada. El proceso es flexible, permitiendo que las preguntas se refinan durante la investigación, y los resultados se presentan a través del análisis del discurso y no estadísticamente.

Esta combinación metodológica posibilita la triangulación de datos, fortaleciendo la confiabilidad y validez de los resultados enfocada en una estrategia de transversalización curricular para el desarrollo de competencias socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

3.2 Tipo y nivel de investigación

El tipo y nivel de investigación se clasifica según su profundidad y objetivo, siendo los niveles más comunes: exploratorio en primer contacto con el tema, descriptivo cuando se describe fenómenos, y explicativo puesto que busca alternativas de solución para un problema identificado, que guía el diseño metodológico para entender el problema desde una perspectiva teórica.

✓ Tipo de investigación:

La investigación es descriptiva y propositiva.

- Descriptiva

Al ser un método que busca detallar y caracterizar un fenómeno, población o situación de manera precisa, respondiendo al qué, cómo, cuándo y dónde, pero sin profundizar en el "por qué", es decir la causa y efecto de los hechos, ya que no manipula variables, solo las observa y mide. Se enfoca en pintar un cuadro fiel de la realidad, utilizando herramientas como encuestas, observación y estudios de caso para documentar comportamientos, propiedades o eventos, siendo fundamental para visibilizar problemas y establecer una base de conocimiento. Analiza la situación actual del desarrollo de competencias socioemocionales, y es propositiva porque plantea una estrategia concreta para incorporar dichas competencias al currículo mediante transversalización.

- Propositiva

Es propositiva al ser un tipo de estudio que, tras diagnosticar un problema y analizar teorías, se enfoca en proponer soluciones prácticas y concretas, creando alternativas o planes de mejora para una situación específica, yendo más allá de la simple descripción o correlación de variables para establecer un "deber ser" y guiar una acción futura. No se limita a constatar hechos, sino que busca generar un cambio o una mejora a través de un plan integral, a menudo combinado con enfoques descriptivos o correlacionales.

✓ **Nivel de investigación:**

Los niveles de investigación se refieren al grado de profundidad con el que se aborda un problema de estudio, desde una perspectiva superficial hasta una que busca explicaciones causales y soluciones. Generalmente, se clasifican en exploratorio, descriptivo, relacional y explicativo, aunque a veces se incluyen niveles más avanzados como el predictivo y el aplicativo (Sampieri, 2014), la misma corresponde a un nivel diagnóstico propositivo, ya que se realiza primero un diagnóstico de la situación existente y, posteriormente, se formula y valida una propuesta pedagógica basada en los hallazgos.

3.3. Métodos de investigación

Métodos teóricos

Histórico – lógico, a lo largo de la investigación se debe conocer los antecedentes de los procesos que se desarrollan de forma cronológica, uno de los pilares de la investigación son trabajos relacionados con la temática, este método consideró la trayectoria real de los procesos desde una perspectiva cronológica, además de disgregar dimensiones de los procesos de transversalización curricular.

Sistémico, se utilizó este método para determinar las dimensiones interrelacionadas, así como las relaciones de cada componente como al docente, estudiante y el desarrollo de competencias socioemocionales desde su dinámica y funcionamiento.

Dialéctico, la utilización de este método se apoyó en el estudio de los componentes como al docente, estudiante y el desarrollo de competencias socioemocionales desde su dinámica

y funcionamiento en sus relaciones y su dinámica de continuo cambio, que involucra una relación independiente y dependiente de los componentes.

Métodos empíricos

Los métodos aplicados son:

✓ **Análisis documental o de contenido:**

Se utilizó este método para revisar el plan de estudios, la malla curricular y otros documentos institucionales relacionados con el perfil profesional y la formación integral.

✓ **Método Delphi**

El método Delphi se utilizó para obtener y consolidar el consenso de un panel de expertos para validar la propuesta.

3.4. Técnicas de recolección de información

✓ **Encuestas estructuradas a estudiantes:**

Se utilizó esta técnica para evaluar el nivel de desarrollo de competencias socioemocionales y su percepción sobre cómo estas habilidades son abordadas en la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

✓ **Cuestionario semiestructuradas a expertos:**

Se aplicó el cuestionario a expertos con preguntas predefinidas de la propuesta para su respectiva validación, permitiendo obtener datos sobre la propuesta.

✓ **Matrices de análisis documental:**

Se aplicó como una herramienta metodológica clave en investigación que organiza información de fuentes (libros, artículos, documentos) en tablas de doble entrada (filas:

documentos; columnas: variables, temas, indicadores) para facilitar la clasificación, organización sistemática y análisis de datos, permitiendo identificar patrones, resumir información y construir conocimiento de manera estructurada, ayudando a evaluar la pertinencia y utilidad de las fuentes para el estudio.

Revisar cómo se incorporan actualmente las competencias socioemocionales en los planes de estudio y contenidos mínimos de asignaturas.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

✓ **Estudiantes:**

La población es el grupo completo de individuos, objetos o eventos que comparten características relevantes y sobre los cuales se buscan obtener conclusiones, aunque no siempre se estudie a todos; una muestra es un subconjunto representativo de esa población que se estudia para hacer inferencias sobre el total, lo que permite ahorrar tiempo y costos sin sacrificar la validez de los resultados si el muestreo es adecuado.

La población de la investigación contempla 1362 inscritos en la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, según el encargado de Kardex (USFX, 2025).

3.5.2. Muestra

✓ **Estudiantes:**

Es una parte de una población seleccionada para estudiar con el fin de generalizar los resultados al grupo completo. Es un subconjunto representativo que posee las características de la población y se utiliza para optimizar tiempo y recursos cuando es imposible estudiar a todos los individuos.

Se utilizó muestreo probabilístico no estratificado, cuya selección de los sujetos de la muestra se realizó mediante un procedimiento aleatorio simple, condicionado por la

posibilidad de acceso a los estudiantes en cada año de formación. Bajo este enfoque, todos los estudiantes de la población tuvieron igual probabilidad de ser seleccionados, sin aplicar segmentación previa por estratos. El tamaño de muestra se calculó mediante la fórmula de proporciones para poblaciones finitas:

Donde:

N: Total de estudiantes activos en la carrera 1362

Z: Valor Z para un 95% de confianza (1.96)

p: Proporción estimada (0.5)

q: Complemento de p (0.5)

e: error muestral tolerado (0.05)

$$N = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$N = \frac{1362 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 (1362 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$N = \frac{1362 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 1361 + 3.8416 * 0.25}$$

$$N = \frac{1362 * 0.9604}{3,4025 + 0.9604}$$

$$N = \frac{1308,0648}{4,3629}$$

$$N = 299,8154 = \text{TOTAL } 300$$

3.6. Instrumentos de recolección de datos

VARIABLES IDENTIFICADAS PARA EL DIAGNÓSTICO Y SU OPERACIONALIZACIÓN

- Variable independiente: diseño y puesta en práctica de una estrategia de transversalización curricular
 - Dimensiones: diseño curricular, implementación didáctica y seguimiento y evaluación

- Variable dependiente: desarrollo de competencias socioemocionales en la formación profesional de los estudiantes de Ingeniería Comercial.
 - Dimensiones: autoconocimiento, autorregulación emocional, habilidades sociales y toma de decisiones responsable.

✓ **Encuestas estructuradas:**

La escala de Likert constituye un instrumento de medición ordinal empleado en cuestionarios para identificar el nivel de aceptación, acuerdo, frecuencia o valoración que manifiestan los sujetos frente a determinados enunciados previamente formulados. Se utilizó para aplicar el instrumento a los estudiantes, evaluando autorregulación emocional, trabajo en equipo, empatía, comunicación asertiva y otros aspectos clave como las prácticas pre profesionales, profesionales convenios entre otros.

Su uso permite recoger información de manera estandarizada a través de categorías de respuesta graduadas, favoreciendo la organización, codificación e interpretación cuantitativa de los datos obtenidos en la investigación realizada.

✓ **Matrices de análisis documental:**

Para examinar cómo se incorporan actualmente las competencias socioemocionales en el plan de estudios y contenidos mínimos de las asignaturas.

3.7. Validación de la propuesta mediante el método Delphi

✓ **El método Delphi**

Se aplica para validar la propuesta, siguiendo un procedimiento estructurado donde se identifica a especialistas con experiencia en currículo universitario, pedagogía y desarrollo de competencias socioemocionales y procesos curriculares.

Capítulo IV

Análisis y discusión de resultados

El análisis y discusión de resultados en una investigación presenta resultados que fueron interpretados, explicados y contextualizados describiendo los datos en base a un análisis para explicar su significado, comparándolos con la teoría y estudios previos, identificando aportes, limitaciones y proyecciones para futuras investigaciones, sirviendo como puente entre los datos y las conclusiones finales para generar nuevo conocimiento.

Se presentan los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta a 300 estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, el instrumento estuvo diseñado en torno a cinco dimensiones de las competencias socioemocionales: autoconciencia, autogestión, conciencia social, habilidades de relación y toma de decisiones responsables, además de un bloque sobre la contribución de la carrera y dos preguntas de cierre para captar percepciones generales y sugerencias presentando de forma clara y objetiva los datos obtenidos, usando estadística descriptiva desde la organización de datos, en la aplicación de pruebas estadísticas planificadas. Documento validado por tutoría antes de ser aplicado a los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial.

El análisis se presenta en dos niveles:

- ✓ Descriptivo, mediante cuadros de frecuencias absolutas (número de estudiantes) que permiten observar las tendencias de respuesta.
- ✓ Interpretativo, mediante la discusión de los resultados a la luz del marco teórico y antecedentes de investigación.

El propósito es identificar el nivel de desarrollo de las competencias socioemocionales en los estudiantes, determinar las áreas fuertes y las débiles, y establecer la pertinencia de integrar la estrategia curricular que favorezcan estas competencias.

Los resultados obtenidos del diagnóstico evidencian los siguientes datos:

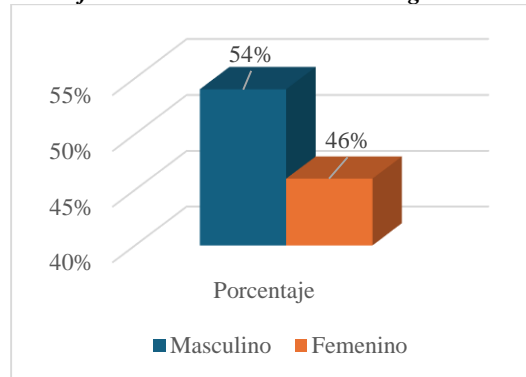
4.1 Datos generales de los estudiantes encuestados

4.1.1. Género

Tabla 1 Estudiantes encuestados según Género

N	Género	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Masculino	162	54%
2	Femenino	138	46%
Total		300	100%

Gráfico 1 Estudiantes encuestados según Género



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes

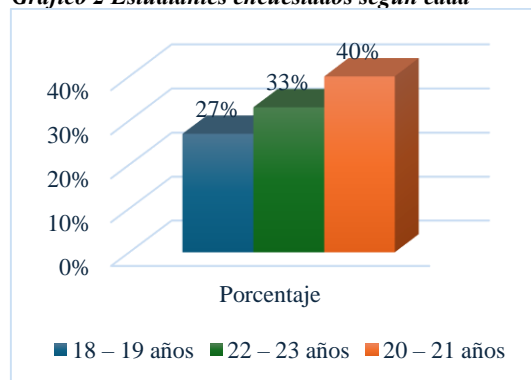
La distribución de género muestra un equilibrio relativo entre estudiantes masculinos (54%) y femeninos (46%), esta composición garantiza que la muestra sea representativa, evitando sesgos importantes en la percepción de los resultados, además, refleja la realidad de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, donde la participación de ambos géneros es casi equivalente, lo que contribuye a un análisis más integral de las competencias socioemocionales en contextos académicos mixtos.

4.1.2. Estudiantes encuestados según edad

Tabla 2 Estudiantes encuestados según edad

N	Rango de edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	18 – 19 años	81	27%
2	20 – 21 años	120	40%
3	22 – 23 años	99	33%
Total		300	100%

Gráfico 2 Estudiantes encuestados según edad



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes

El rango de edad de los estudiantes se concentra principalmente entre los 20 y 21 años (40%), seguido por el grupo de 22 a 23 años (33%), mientras que los más jóvenes, de 18 a 19 años, representan un 27%.

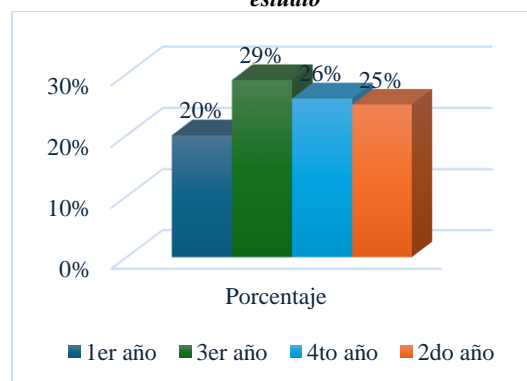
Esta distribución es coherente con la edad promedio de quienes cursan estudios universitarios, especialmente en niveles intermedios y avanzados de la carrera. Estos datos son relevantes, ya que las competencias socioemocionales tienden a consolidarse progresivamente con la madurez y la experiencia académica, lo que explica la importancia de analizarlas en este rango etario específico.

4.1.3. Año de estudio

Tabla 3 Estudiantes encuestados según Año de Estudio

N	Año actual	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	1er año	60	20%
2	2do año	75	25%
3	3er año	87	29%
4	4to año	78	26%
Total		300	100%

Gráfico 3 Estudiantes encuestados según Año de estudio



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes

Los resultados reflejan una participación equilibrada de los cuatro niveles de la carrera, con predominio del 3er año (29%) y el 4to año (26%), seguido del 2do año (25%) y el 1er año (20%), esta distribución garantiza una perspectiva integral, ya que recoge las percepciones tanto de estudiantes que recién se incorporan a la formación universitaria como de aquellos que se encuentran en etapas más avanzadas, o en cursos superiores. La diversidad de niveles académicos aporta solidez al análisis, pues permite identificar fortalezas y debilidades en el desarrollo de competencias socioemocionales a lo largo de toda la trayectoria formativa.

Es importante señalar que, si bien la distribución por año de estudio permite caracterizar la composición de la muestra, los datos obtenidos no habilitan la realización de un análisis comparativo por estratos. Esto se debe a que el diseño muestral adoptado en el presente estudio es de tipo probabilístico no estratificado, lo que implica que la selección de los participantes se realizó de manera aleatoria sobre el conjunto total de la población estudiantil, sin segmentarla previamente en subgrupos o estratos definidos por año de estudio u otras variables sociodemográficas. En consecuencia, la información referida al año académico cumple una función descriptiva y caracterizadora de la muestra, aportando contexto sobre su composición, pero sin constituir una base metodológica suficiente para establecer comparaciones sistemáticas entre grupos ni inferir diferencias estadísticamente significativas entre niveles.

Es evidente que el nivel de competencia varía según el año de formación, esta apreciación es descrita más adelante.

4.2 Dimensión 1: Autoconciencia

Tabla 4 Resultados de la dimensión autoconciencia

Ítem	Pregunta	Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	Siempre	Total
1	¿Reconoce sus emociones en situaciones académicas?	30	45	75	90	60	300
2	¿Identifica sus fortalezas y debilidades durante su formación?	24	54	90	75	57	300
3	¿Comprende cómo sus emociones influyen en su rendimiento académico?	36	60	84	75	45	300
4	¿Reflexiona sobre sus valores y actitudes personales?	45	66	75	69	45	300

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes

La dimensión de Autoconciencia busca identificar en qué medida los estudiantes reconocen sus emociones, valoran sus actitudes, y comprenden el impacto de estas en su formación académica y personal.

De acuerdo con los resultados presentados en el Cuadro, se observa que la mayoría de estudiantes se ubican en las categorías “A veces” y “Frecuentemente”, lo que evidencia un nivel intermedio de desarrollo de la autoconciencia. Por ejemplo:

En la pregunta “¿Reconoce sus emociones en situaciones académicas?”, 90 estudiantes respondieron “Frecuentemente” y 60 “Siempre”, frente a 75 que indicaron “A veces”, esto muestra que más de la mitad de los encuestados son capaces de identificar sus emociones con cierta regularidad.

En la pregunta “¿Identifica sus fortalezas y debilidades durante su formación?”, los resultados son similares: 75 estudiantes respondieron “Frecuentemente” y 57 “Siempre”, aunque todavía un 24 respondió “Nunca”.

En la pregunta “¿Comprende cómo sus emociones influyen en su rendimiento académico?” refleja cierta dispersión: 84 estudiantes marcaron “A veces”, mientras que 36 señalaron “Nunca”, esto sugiere que una proporción significativa de estudiantes no logra relacionar directamente sus emociones con su desempeño académico.

Finalmente, en la pregunta “¿Reflexiona sobre sus valores y actitudes personales?”, los resultados muestran una tendencia intermedia: 75 estudiantes eligieron “A veces”, 69 “Frecuentemente” y 45 “Nunca”, esto indica que, aunque existe un grupo de estudiantes con capacidad de autorreflexión, también hay una porción considerable que no practica esta habilidad.

En términos generales, la autoconciencia en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca presenta un desarrollo parcial, existe conciencia emocional en una parte importante de los encuestados, pero todavía se identifican vacíos en aspectos clave como la reflexión personal y la relación entre emociones y rendimiento académico.

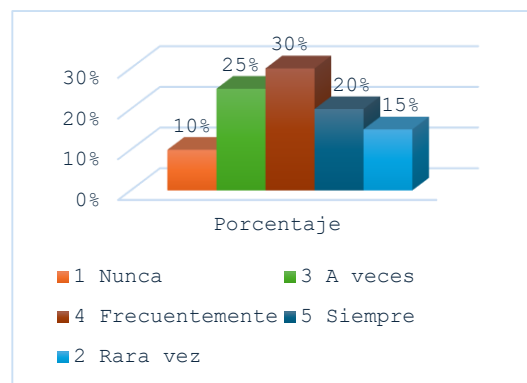
Estos hallazgos coinciden con lo señalado por Goleman (1995), quien plantea que la autoconciencia es la base de la inteligencia emocional y que su ausencia limita el desarrollo de las demás competencias socioemocionales, asimismo, estudios recientes (Pérez & Gómez, 2021) han demostrado que los programas que incorporan espacios de reflexión personal y autoconocimiento logran mejorar significativamente esta dimensión.

Por lo tanto, los resultados de esta dimensión justifican la necesidad de que la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, integre metodologías específicas como talleres de autoconocimiento, dinámicas de autorreflexión y acompañamiento, docente que permitan fortalecer el reconocimiento de emociones y la reflexión crítica sobre actitudes y valores, esto no solo mejoraría el rendimiento académico, sino también la formación integral del estudiante, preparándolo para enfrentar los desafíos profesionales con mayor madurez emocional.

Tabla 5 Reconocimiento de emociones en situaciones académicas

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	30	10%
2	Rara vez	45	15%
3	A veces	75	25%
4	Frecuentemente	90	30%
5	Siempre	60	20%
Total		300	100%

Gráfico 4 Reconocimiento de emociones en situaciones académicas



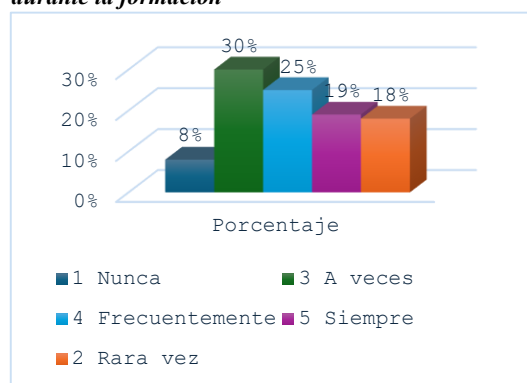
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes

El mayor porcentaje de estudiantes respondió “Frecuentemente” (30%), seguido por quienes indicaron “A veces” (25%) y “Siempre” (20%), en menor proporción, un 15% señaló “Rara vez” y un 10% “Nunca”. Estos resultados reflejan que la mayoría de los estudiantes logra reconocer sus emociones en contextos académicos, aunque todavía existe un grupo que lo hace de manera irregular o casi nunca, lo que muestra la necesidad de fortalecer esta competencia.

Tabla 6 Identificación de fortalezas y debilidades durante la formación?

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	24	8%
2	Rara vez	54	18%
3	A veces	90	30%
4	Frecuentemente	75	25%
5	Siempre	57	19%
Total		300	100%

Gráfico 5 Identificación de fortalezas y debilidades durante la formación



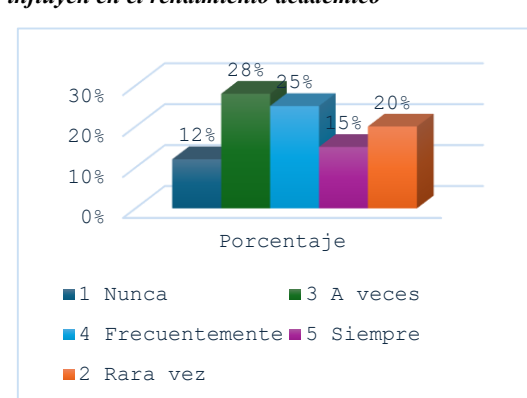
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes

El porcentaje más alto se concentra en quienes respondieron “A veces” (30%), seguido por el 25% que señaló “Frecuentemente” y el 19% que eligió “Siempre”. Por otro lado, un 18% indicó “Rara vez” y un 8% “Nunca”. Estos datos sugieren que, aunque una parte considerable de los estudiantes identifica sus fortalezas y debilidades con frecuencia, la mayoría lo hace de manera ocasional o irregular, lo que limita la consolidación del autoconocimiento en su formación.

Tabla 7 Comprensión de cómo las emociones influyen en el rendimiento académico

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	36	12%
2	Rara vez	60	20%
3	A veces	84	28%
4	Frecuentemente	75	25%
5	Siempre	45	15%
Total		300	100%

Gráfico 6 Comprensión de cómo las emociones influyen en el rendimiento académico



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes

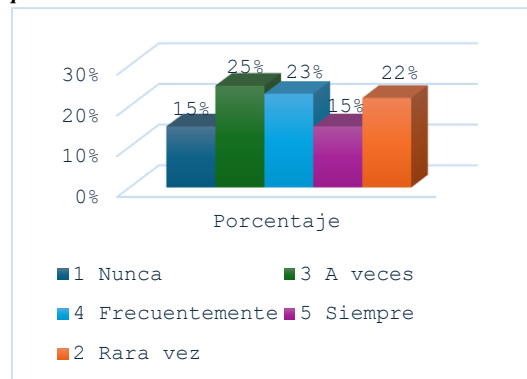
La mayoría de los estudiantes se ubicó en la categoría “A veces” (28%), seguida de cerca por “Frecuentemente” (25%). El 20% respondió “Rara vez”, mientras que un 15% indicó “Siempre” y un 12% “Nunca”. Esto evidencia que la comprensión del impacto de las emociones en el rendimiento académico es una habilidad presente en algunos estudiantes,

pero aún débil en gran parte de la muestra, lo que demanda estrategias pedagógicas que la fortalezcan.

Tabla 8 Reflexión sobre los valores y actitudes personales

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	45	15%
2	Rara vez	66	22%
3	A veces	75	25%
4	Frecuentemente	69	23%
5	Siempre	45	15%
Total		300	100%

Gráfico 7. Reflexión sobre los valores y actitudes personales



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes

El mayor grupo de estudiantes se encuentra en la opción “A veces” (25%), seguido de cerca por “Frecuentemente” (23%) y “Rara vez” (22%), en menor medida, tanto “Siempre” como “Nunca” alcanzaron un 15% cada uno, estos resultados reflejan que la reflexión sobre valores y actitudes personales se practica en niveles intermedios, con una proporción importante que aún no logra interiorizar este ejercicio de forma consistente.

Los resultados muestran que los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca presentan un nivel intermedio de autoconciencia, la mayoría reconoce sus emociones y, en cierta medida, sus fortalezas y debilidades, pero aún existe un grupo importante que lo hace de manera irregular o limitada, esto indica que, si bien la autoconciencia está presente, no se encuentra completamente consolidada, como plantea Goleman (1995), esta competencia es la base de la inteligencia emocional y su ausencia puede afectar negativamente el aprendizaje y la adaptación académica, por tanto, es necesario que la carrera implemente actividades que refuercen la autorreflexión y el autoconocimiento como pilares del desarrollo personal y profesional.

4.3. Resultados de la dimensión 2: autogestión

Tabla 9 Resultados de la dimensión 2: autogestión

Ítem	Pregunta	Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente absoluta	Siempre	Total
1	¿Ha aprendido a manejar el estrés académico?	54	60	90	60	36	300
2	¿Mantiene el autocontrol en situaciones de presión?	45	66	84	69	36	300
3	¿Persevera en sus objetivos a pesar de las dificultades?	30	54	105	75	36	300
4	¿Encuentra motivación personal para continuar con sus estudios?	36	60	90	75	39	300

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes

La dimensión de Autogestión evalúa la capacidad de los estudiantes para manejar el estrés académico, mantener el autocontrol, perseverar en sus objetivos y encontrar motivación personal para continuar con sus estudios, de acuerdo con los resultados, se evidencia un nivel intermedio en el desarrollo de esta competencia socioemocional, en las cuatro preguntas de la dimensión, la categoría predominante fue “A veces”, con valores entre 28% y 35% de los estudiantes, esto sugiere que, si bien los estudiantes muestran disposición para autorregularse, aún no logran hacerlo de manera consistente.

En la pregunta “¿Ha aprendido a manejar el estrés académico?”, el 38% (114 estudiantes) indicó “Nunca” o “Rara vez”, lo que refleja una dificultad significativa en el control de la presión académica.

En la pregunta “¿Mantiene el autocontrol en situaciones de presión?”, el 37% (111 estudiantes) señaló que “nunca” o “rara vez” lo logra, mientras que solo un 35% (105 estudiantes) afirmó hacerlo “frecuentemente” o “siempre”.

En la pregunta “¿Persevera en sus objetivos a pesar de las dificultades?”, un 35% (105 estudiantes) respondió “A veces”, aunque un 37% (111 estudiantes) mostró un nivel positivo (“Frecuentemente” o “Siempre”).

Finalmente, en la pregunta “¿Encuentra motivación personal para continuar con sus estudios?”, el 38% (114 estudiantes) declaró mantener la motivación “frecuentemente” o “siempre”, pero un 32% (96 estudiantes) reconoció no encontrarla (“Nunca” o “Rara vez”).

Estos datos reflejan que los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca presentan dificultades importantes en la autorregulación emocional y académica, aunque existe un grupo que demuestra constancia y motivación, otro porcentaje similar experimenta debilidades notorias, especialmente en el manejo del estrés y en el autocontrol.

Este hallazgo coincide con lo señalado por **Quiroz Fragoso, J. (2020)**, quien afirma que la implementación de programas de acompañamiento y tutoría es fundamental para el bienestar académico, dado que la ausencia de estas redes de apoyo emocional limita las estrategias de afrontamiento de los estudiantes ante las exigencias universitarias; asimismo, Goleman (1995) destaca que la autogestión es fundamental para mantener la motivación y la perseverancia, competencias indispensables para enfrentar los retos del ámbito profesional. (Quiroz Fragoso, 2020))

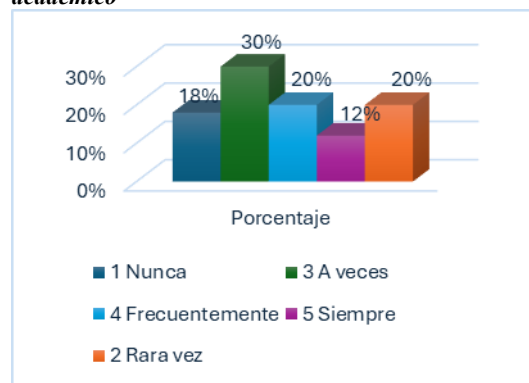
A continuación, se presentan los resultados correspondientes a la Dimensión 2: Autogestión, desglosados por cada uno de sus ítems, el objetivo es identificar con mayor precisión el nivel de desarrollo de esta competencia socioemocional en los estudiantes, considerando aspectos como el manejo del estrés académico, el autocontrol en situaciones de presión, la perseverancia ante las dificultades y la motivación personal para continuar con sus estudios.

Los cuadros muestran la distribución de respuestas de los 300 encuestados, expresadas en frecuencias absolutas y porcentajes, lo que permite un análisis detallado de cada indicador y facilita la interpretación de las fortalezas y debilidades de los estudiantes en esta dimensión.

Tabla 10 Aprendizaje del manejo del estrés académico

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	54	18%
2	Rara vez	60	20%
3	A veces	90	30%
4	Frecuentemente	60	20%
5	Siempre	36	12%
Total		300	100%

Gráfico 8. Aprendizaje del manejo del estrés académico



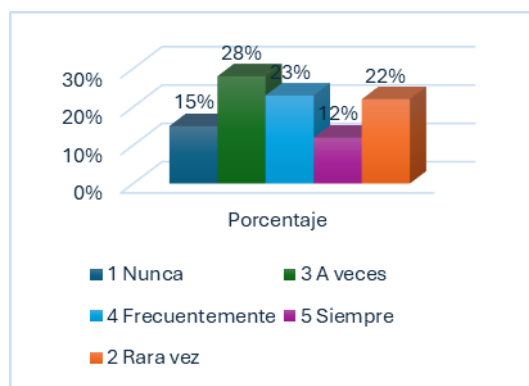
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

La mayor parte de los estudiantes se ubicó en “A veces” (30%), seguida de quienes respondieron “Rara vez” y “Frecuentemente” (20% cada uno). En menor medida, el 18% señaló “Nunca” y el 12% “Siempre”. Estos resultados indican que el manejo del estrés académico es una habilidad aún inestable, donde predomina respuestas intermedias y una baja consolidación en los niveles más positivos.

Tabla 11. Autocontrol en situaciones de presión

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	45	15%
2	Rara vez	66	22%
3	A veces	84	28%
4	Frecuentemente	69	23%
5	Siempre	36	12%
Total		300	100%

Gráfico 9. Autocontrol en situaciones de presión



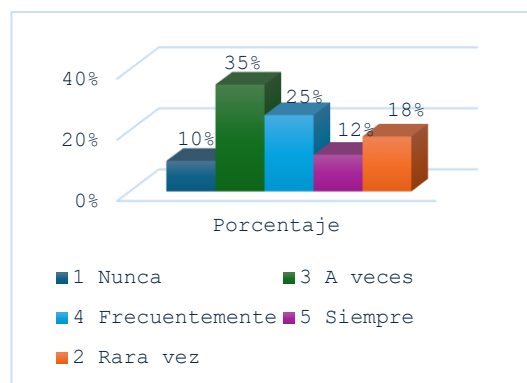
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El grupo más numeroso de estudiantes señaló “A veces” (28%), seguido de cerca por “Frecuentemente” (23%) y “Rara vez” (22%). En menor medida, un 15% indicó “Nunca” y un 12% “Siempre”. Esto evidencia que el autocontrol bajo presión se presenta en niveles intermedios, con una proporción significativa que no logra mantenerlo de forma constante.

Tabla 12 Perseverancia en los objetivos a pesar de las dificultades

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	30	10%
2	Rara vez	54	18%
3	A veces	105	35%
4	Frecuentemente	75	25%
5	Siempre	36	12%
Total		300	100%

Gráfico 10 Perseverancia en los objetivos a pesar de las dificultades



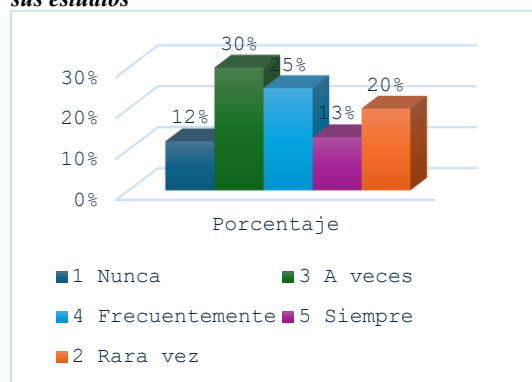
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El porcentaje más alto corresponde a quienes respondieron “A veces” (35%), seguido por el 25% que indicó “Frecuentemente”. En tercer lugar, se ubica el 18% que señaló “Rara vez”, mientras que el 12% respondió “Siempre” y un 10% “Nunca”. Estos datos sugieren que la perseverancia ante las dificultades se mantiene en un nivel medio, con tendencia a la irregularidad en su práctica.

Tabla 13 Motivación personal para continuar con sus estudios

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	36	12%
2	Rara vez	60	20%
3	A veces	90	30%
4	Frecuentemente	75	25%
5	Siempre	39	13%
Total		300	100%

Gráfico 11 Motivación personal para continuar con sus estudios



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

La mayoría de los estudiantes se ubicó en la categoría “A veces” (30%), seguida por el 25% que respondió “Frecuentemente”. Un 20% indicó “Rara vez”, mientras que un 13% señaló “Siempre” y un 12% “Nunca”. Estos resultados reflejan que la motivación personal para continuar los estudios se presenta de manera intermedia, sin alcanzar un predominio claro en los niveles más positivos.

Los resultados reflejan que los estudiantes tienen dificultades en el manejo del estrés, el autocontrol y la motivación personal, ya que la mayoría se ubica en niveles intermedios (“A veces”), con porcentajes significativos en “Rara vez” y “Nunca”. Esto evidencia que la autogestión emocional aún no está fortalecida en su proceso formativo. En concordancia con Quiroz Fragoso, J. (2020), la carencia de estrategias institucionales de acompañamiento y tutoría limita la de los estudiantes para desarrollar estrategias de afrontamiento ante las exigencias académicas. Por ello, esta dimensión resalta la necesidad de diseñar programas de resiliencia, talleres de motivación y espacios de acompañamiento emocional.

4.4. Resultados de la dimensión 3: conciencia social

Tabla 14 Resultados de la dimensión 3: conciencia social

Ítem	Pregunta	Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	Siempre	Total
1	¿Valora las opiniones y perspectivas diferentes a las tuyas?	15	24	60	120	81	300
2	¿Práctica la empatía con sus compañeros?	18	30	66	114	72	300
3	¿Respeto la diversidad cultural y social dentro de la carrera?	12	24	54	120	90	300
4	¿Reconoce cómo sus acciones afectan a los demás?	21	36	75	105	63	300

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

Los resultados evidencian que los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca presentan un nivel relativamente positivo de conciencia social, aunque todavía con áreas que requieren fortalecimiento, la mayoría manifestó que valora las opiniones ajenas, practica la empatía y respeta la diversidad cultural y social de forma frecuente o constante, lo que constituye una fortaleza en el proceso formativo.

Sin embargo, se observa que un sector importante se mantiene en posiciones intermedias (“A veces”) o incluso reconoce que rara vez o nunca adopta estas actitudes, lo cual limita la consolidación plena de esta competencia.

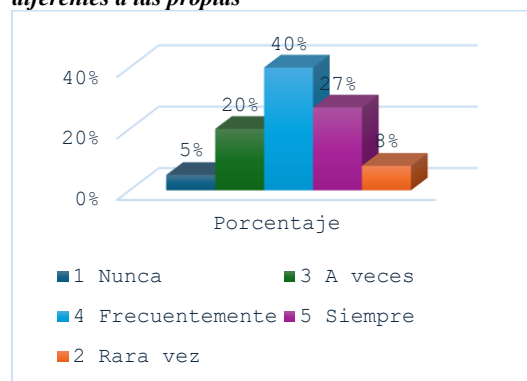
En lo que respecta a la diversidad, los porcentajes alcanzaron los niveles más altos de respuestas positivas, confirmando la importancia que los estudiantes otorgan a la convivencia intercultural en el contexto académico, de igual manera, la empatía y la valoración de diferentes perspectivas se presentan como actitudes que se ejercen de manera frecuente, aunque todavía no logran ser una práctica sistemática en todos los estudiantes. Por otra parte, el reconocimiento del impacto de las propias acciones en los demás mostró resultados intermedios, reflejando que algunos estudiantes aún no son plenamente conscientes de las consecuencias de su comportamiento en los contextos académico y social.

Estos hallazgos coinciden con lo señalado por la UNESCO (2019), que resalta la importancia de promover en la educación superior valores como la empatía, el respeto y la solidaridad en entornos multiculturales, en síntesis, la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, evidencia un aporte significativo en el desarrollo de la conciencia social, pero todavía requiere implementar estrategias pedagógicas intencionales y sostenidas que fortalezcan la autorreflexión y el compromiso social de los futuros profesionales.

Tabla 15 Valoración de opiniones y perspectivas diferentes a las propias

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	15	5%
2	Rara vez	24	8%
3	A veces	60	20%
4	Frecuentemente	120	40%
5	Siempre	81	27%
Total		300	100%

Gráfico 12 Valoración de opiniones y perspectivas diferentes a las propias



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

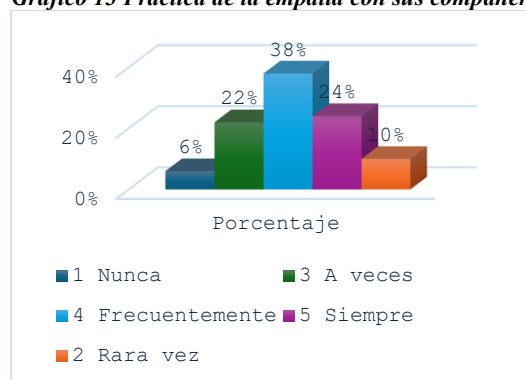
El grupo más numeroso corresponde a quienes respondieron “Frecuentemente” (40%), seguido por un 27% que afirmó “Siempre” valorar opiniones diferentes. Un 20% indicó “A veces”, mientras que las categorías menos representadas fueron “Rara vez” (8%) y “Nunca” (5%), estos resultados reflejan una actitud predominantemente positiva hacia la

apertura y tolerancia frente a la diversidad de ideas, aunque aún existe un pequeño grupo que muestra resistencia en este aspecto.

Tabla 16 Práctica de la empatía con sus compañeros

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	18	6%
2	Rara vez	30	10%
3	A veces	66	22%
4	Frecuentemente	114	38%
5	Siempre	72	24%
Total		300	100%

Gráfico 13 Práctica de la empatía con sus compañeros



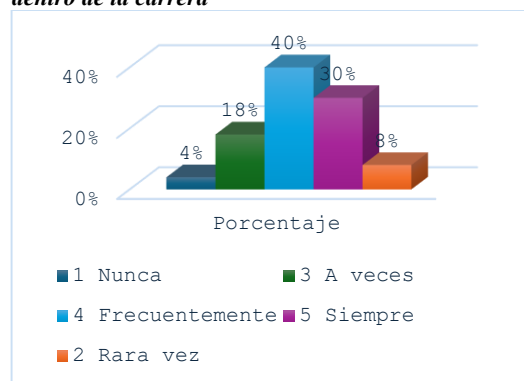
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El mayor porcentaje de estudiantes se concentra en la opción “Frecuentemente” (38%), seguido por el 24% que señaló “Siempre” practicar la empatía. Un 22% eligió “A veces”, mientras que el 10% indicó “Rara vez” y solo el 6% “Nunca”. Esto muestra que la empatía se encuentra relativamente consolidada en el estudiantado, aunque persiste un sector que aún no logra aplicarla de manera constante en su vida académica.

Tabla 17 Respeto de la diversidad cultural y social dentro de la carrera

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	12	4%
2	Rara vez	24	8%
3	A veces	54	18%
4	Frecuentemente	120	40%
5	Siempre	90	30%
Total		300	100%

Gráfico 14 Respeto de la diversidad cultural y social dentro de la carrera



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

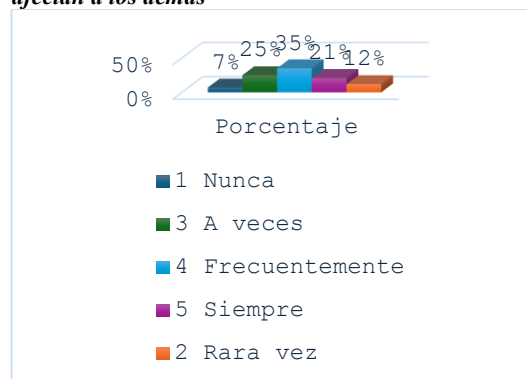
La gran mayoría de los estudiantes afirmó respetar la diversidad cultural y social de manera constante: 40% “Frecuentemente” y 30% “Siempre”. En menor proporción, un 18% respondió “A veces”, mientras que solo un 8% y un 4% señalaron “Rara vez” y “Nunca”, respectivamente. Estos resultados evidencian que el respeto a la diversidad es una práctica

ampliamente interiorizada, probablemente influida por el contexto multicultural de la universidad y el país.

Tabla 18 Reconocimiento de cómo sus acciones afectan a los demás

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	21	7%
2	Rara vez	36	12%
3	A veces	75	25%
4	Frecuentemente	105	35%
5	Siempre	63	21%
Total		300	100%

Gráfico 15 Reconocimiento de cómo sus acciones afectan a los demás



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El porcentaje más alto corresponde a quienes respondieron “Frecuentemente” (35%), seguido por un 21% que afirmó “Siempre” reconocer el impacto de sus acciones. Un 25% indicó “A veces”, mientras que el 12% señaló “Rara vez” y el 7% “Nunca”, esto refleja que, si bien más de la mitad del estudiantado demuestra un nivel adecuado de conciencia social, todavía existe un grupo considerable que no logra reflexionar de manera constante sobre las consecuencias de sus actos.

Se observan los resultados más positivos, ya que la mayoría de los estudiantes valoran las opiniones de los demás, practican la empatía y respetan la diversidad cultural y social, sin embargo, aún se identifica un sector que no reconoce de manera constante el impacto de sus acciones en los demás, estos hallazgos se alinean con la UNESCO (2019), que resalta la importancia de promover el respeto y la empatía en entornos educativos multiculturales. En conclusión, la conciencia social es una fortaleza en la carrera, aunque requiere consolidación mediante actividades que impulsen la autorreflexión sobre las consecuencias de las acciones individuales y colectivas.

4.5. Resultados de la dimensión 4: habilidades de relación

Tabla 19 Resultados de la dimensión 4: habilidades de relación

Ítem	Pregunta	Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	Siempre	Total
1	¿Expresa sus ideas de manera clara y respetuosa?	15	36	84	105	60	300
2	¿Trabaja en equipo de forma colaborativa y responsable?	21	30	75	114	60	300
3	¿Participa en la resolución de conflictos en grupos académicos?	30	45	105	84	36	300
4	¿Practica la escucha activa durante clases y trabajos grupales?	24	36	75	105	60	300
5	¿Se comunica de forma efectiva con docentes y compañeros?	18	45	90	96	51	300

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

Los resultados muestran que los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, poseen un nivel moderado en el desarrollo de las habilidades de relación, con fortalezas en la comunicación y el trabajo en equipo, pero con debilidades en la resolución de conflictos, la mayoría indicó que expresa sus ideas con claridad y respeto, practica la escucha activa y se comunica de forma efectiva con docentes y compañeros, situándose principalmente en las categorías “Frecuentemente” y “A veces”.

En cuanto al trabajo colaborativo, los porcentajes más altos se concentraron en respuestas positivas, lo que confirma que la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, fomenta la cooperación en entornos académicos, sin embargo, el ítem relacionado con la resolución de conflictos en grupos académicos arrojó resultados menos favorables, al situarse mayoritariamente en niveles intermedios, lo que evidencia que esta competencia no se encuentra plenamente desarrollada en los estudiantes.

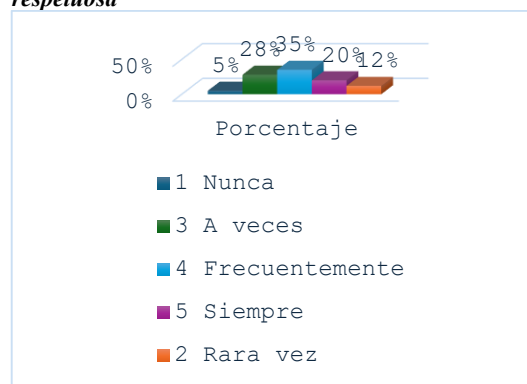
Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Bisquerra (2011), quien sostiene que las habilidades sociales y de comunicación son esenciales para el éxito académico y

profesional, pero requieren de una formación explícita e intencional para consolidarse, en síntesis, la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, aporta al fortalecimiento de las habilidades de relación, pero de manera desigual, lo que justifica la necesidad de implementar estrategias pedagógicas orientadas a la comunicación asertiva, la resolución pacífica de conflictos y el liderazgo colaborativo, con el fin de lograr una formación más integral.

Tabla 20 Expresión de ideas de manera clara y respetuosa

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	15	5%
2	Rara vez	36	12%
3	A veces	84	28%
4	Frecuentemente	105	35%
5	Siempre	60	20%
Total		300	100%

Gráfico 16 Expresión de ideas de manera clara y respetuosa



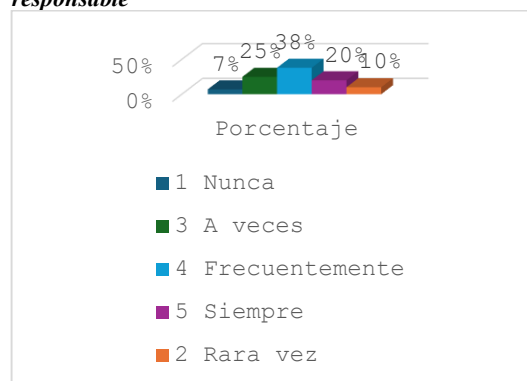
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El mayor porcentaje corresponde a quienes respondieron “Frecuentemente” (35%), seguido por un 28% que eligió “A veces” y un 20% que indicó “Siempre”, en menor medida, un 12% señaló “Rara vez” y un 5% “Nunca”, estos datos reflejan que la mayoría de los estudiantes logra expresar sus ideas con claridad y respeto, aunque un sector aún lo hace de forma irregular o limitada.

Tabla 21 Trabajo en equipo de forma colaborativa y responsable

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	21	7%
2	Rara vez	30	10%
3	A veces	75	25%
4	Frecuentemente	114	38%
5	Siempre	60	20%
Total		300	100%

Gráfico 17 Trabajo en equipo de forma colaborativa y responsable



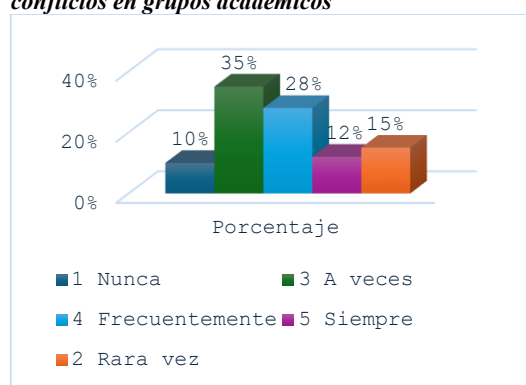
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El 38% de los estudiantes manifestó que trabaja en equipo “Frecuentemente”, mientras que un 20% aseguró hacerlo “Siempre”. Un 25% respondió “A veces”, y en menor proporción, un 10% indicó “Rara vez” y un 7% “Nunca”, esto evidencia que la mayoría participa de manera colaborativa en actividades grupales, aunque aún se identifican estudiantes con una práctica limitada en el trabajo en equipo.

Tabla 22 Participación en la resolución de conflictos en grupos académicos

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	30	10%
2	Rara vez	45	15%
3	A veces	105	35%
4	Frecuentemente	84	28%
5	Siempre	36	12%
Total		300	100%

Gráfico 18 Participación en la resolución de conflictos en grupos académicos



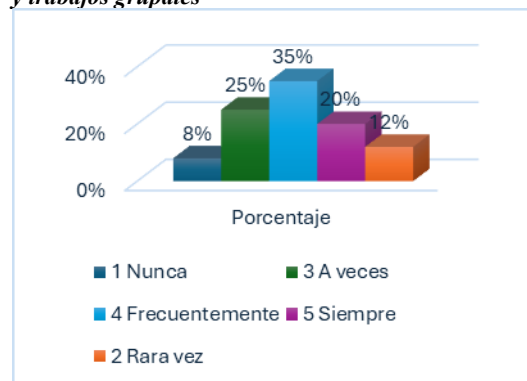
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

La categoría con mayor porcentaje fue “A veces” (35%), seguida por el 28% que indicó “Frecuentemente” y el 15% que respondió “Rara vez”. En menor medida, un 12% señaló “Siempre” y un 10% “Nunca”, estos resultados evidencian que la participación en la resolución de conflictos es más bien esporádica, lo que sugiere la necesidad de reforzar en los estudiantes habilidades de mediación y negociación en situaciones grupales.

Tabla 23 Práctica de la escucha activa durante clases y trabajos grupales

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	24	8%
2	Rara vez	36	12%
3	A veces	75	25%
4	Frecuentemente	105	35%
5	Siempre	60	20%
Total		300	100%

Gráfico 19 Práctica de la escucha activa durante clases y trabajos grupales



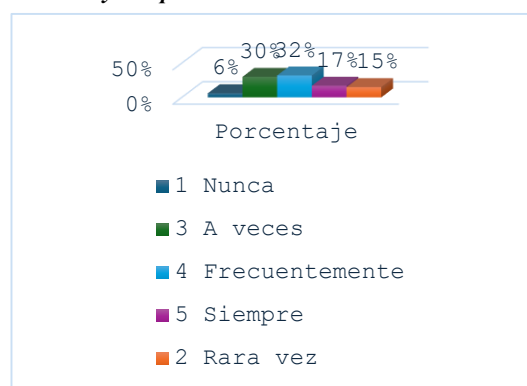
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El porcentaje más alto corresponde a quienes respondieron “Frecuentemente” (35%), seguido por el 25% que eligió “A veces” y el 20% que señaló “Siempre”. En menor medida, un 12% indicó “Rara vez” y un 8% “Nunca”. Estos datos muestran que la mayoría de los estudiantes practica la escucha activa con regularidad, aunque aún hay un grupo que no lo incorpora de forma constante en su desempeño académico.

Tabla 24 Comunicación de forma efectiva con docentes y compañeros

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	18	6%
2	Rara vez	45	15%
3	A veces	90	30%
4	Frecuentemente	96	32%
5	Siempre	51	17%
Total		300	100%

Gráfico 20. Comunicación de forma efectiva con docentes y compañeros



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El grupo más numeroso se encuentra en la categoría “Frecuentemente” (32%), seguido por un 30% que respondió “A veces” y un 17% que indicó “Siempre”, en menor proporción, un 15% eligió “Rara vez” y un 6% “Nunca”, estos resultados evidencian que la comunicación académica es medianamente efectiva en la mayoría de los estudiantes, aunque se requiere fortalecerla para que sea una práctica más sólida y constante.

Los resultados muestran un nivel moderado en la expresión de ideas, la escucha activa y el trabajo en equipo, aunque la mayoría participa colaborativamente y se comunica de forma efectiva, los porcentajes intermedios reflejan que estas habilidades aún no son consistentes en todos los estudiantes, asimismo, la resolución de conflictos es la competencia más débil dentro de esta dimensión, tal como señala Bisquerra (2011), las habilidades sociales y de comunicación son fundamentales para el éxito académico y profesional, en consecuencia,

es necesario reforzar la formación en comunicación asertiva, resolución pacífica de conflictos y dinámicas de liderazgo colaborativo.

La debilidad observada en la resolución de conflictos no es un fenómeno aislado; responde a causas que pueden explicarse desde distintos planos. En primer lugar, investigaciones sobre conflictividad universitaria señalan que los estudiantes tienden a equiparar el conflicto con la violencia o la confrontación, lo que genera una disposición evitativa antes que una actitud resolutiva y constructiva. Esta percepción dificulta que el conflicto sea asumido como una oportunidad de aprendizaje y crecimiento colectivo. En segundo lugar, la formación curricular en carreras como Ingeniería Comercial prioriza competencias técnicas y analíticas, relegando el desarrollo explícito de habilidades socioemocionales como la mediación, la negociación y la escucha empática en situaciones de tensión. En tercer lugar, Bisquerra (2011) sostiene que la competencia para resolver conflictos interpersonales de forma constructiva no emerge de manera espontánea, sino que requiere de una formación intencional y sistemática que incluya estrategias específicas de regulación emocional y comunicación asertiva. En consecuencia, el bajo desempeño en este indicador no refleja únicamente una carencia individual de los estudiantes, sino también una brecha en la propuesta formativa de la carrera, que aún no incorpora de manera estructurada espacios pedagógicos orientados al desarrollo de esta competencia.

4.6. Resultados de la dimensión 5: toma de decisiones responsables

Tabla 25 Resultados de la dimensión 5: toma de decisiones responsables

Ítem	Pregunta	Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	Siempre	Total
1	¿Reflexiona sobre las consecuencias de sus decisiones antes de actuar?	36	60	90	75	39	300
2	¿Toma decisiones basadas en principios éticos y académicos?	30	54	96	75	45	300
3	¿Considera diferentes alternativas antes de decidir?	45	66	90	69	30	300
4	¿Asume la responsabilidad de sus	36	60	84	75	45	300

Ítem	Pregunta	Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	Siempre	Total
	decisiones académicas y sociales?						

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

Los resultados evidencian que los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, presentan un nivel intermedio en la toma de decisiones responsables, con predominio de respuestas en las categorías “A veces” y “Frecuentemente”. Esto refleja que, si bien existe una práctica parcial de reflexión y responsabilidad en el proceso de decisión, esta no se manifiesta de manera constante ni consolidada en la mayoría de los encuestados.

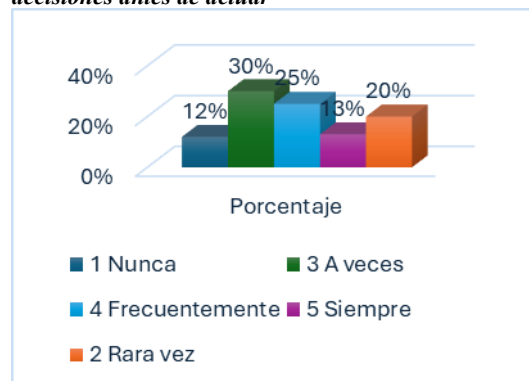
En cuanto a la reflexión sobre las consecuencias antes de actuar, los estudiantes se concentran en niveles medios, lo que demuestra que esta práctica está presente, pero aún no constituye un hábito firme, respecto a la orientación ética de las decisiones, los resultados muestran que una parte importante la considera, aunque de forma irregular, por su parte, la evaluación de alternativas antes de decidir se identificó como una de las competencias menos desarrolladas, al registrar los porcentajes más altos en niveles intermedios y bajos, finalmente la responsabilidad sobre las decisiones académicas y sociales, también se observa un comportamiento irregular, con escasa representación en las categorías más positivas.

"Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Vallaeys, F. (2020), quien sostiene que la toma de decisiones responsables requiere de un desarrollo intencional del juicio ético y de la responsabilidad social; en conclusión, la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca contribuye al fortalecimiento de esta dimensión, pero lo hace de manera parcial y dispersa. Esto refuerza la necesidad de implementar estrategias de formación orientadas al análisis crítico, el razonamiento ético y la responsabilidad académica y social, de modo que los estudiantes desarrollen una capacidad de decisión más sólida y coherente con su futuro profesional. (Vallaeys, 2020))

Tabla 26 Reflexión sobre las consecuencias de sus decisiones antes de actuar

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	36	12%
2	Rara vez	60	20%
3	A veces	90	30%
4	Frecuentemente	75	25%
5	Siempre	39	13%
	Total	300	100%

Gráfico 21 Reflexión sobre las consecuencias de sus decisiones antes de actuar



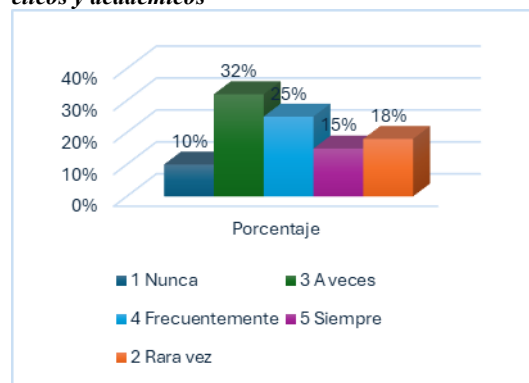
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El grupo mayoritario corresponde a los estudiantes que respondieron “A veces” (30%), seguido por el 25% que indicó “Frecuentemente” y el 20% que seleccionó “Rara vez”, en menor proporción, un 13% afirmó que “Siempre” reflexiona antes de actuar, mientras que un 12% señaló que “Nunca” lo hace, esta distribución evidencia que la reflexión sobre las consecuencias de las decisiones está presente en parte del estudiantado, pero de manera irregular, la mayoría se concentra en niveles intermedios, lo que muestra que esta competencia aún no se encuentra consolidada en el proceso formativo y requiere de un mayor refuerzo desde la formación académica.

Tabla 27 Toma decisiones basadas en principios éticos y académicos

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	30	10%
2	Rara vez	54	18%
3	A veces	96	32%
4	Frecuentemente	75	25%
5	Siempre	45	15%
	Total	300	100%

Gráfico 22 Toma decisiones basadas en principios éticos y académicos



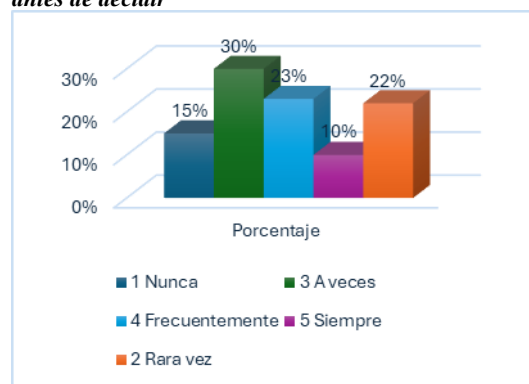
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El porcentaje más alto corresponde a los estudiantes que respondieron “A veces” (32%), seguido por quienes señalaron “Frecuentemente” (25%), en tercer lugar, se encuentran quienes eligieron “Siempre” (15%), mientras que un 18% indicó “Rara vez” y un 10% “Nunca”, estos resultados muestran que, si bien existe un grupo que orienta sus decisiones hacia principios éticos, la mayoría lo hace de manera irregular, lo que refleja la necesidad de fortalecer la formación en valores académicos y profesionales.

Tabla 28 Consideración de diferentes alternativas antes de decidir

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	45	15%
2	Rara vez	66	22%
3	A veces	90	30%
4	Frecuentemente	69	23%
5	Siempre	30	10%
	Total	300	100%

Gráfico 23 Consideración de diferentes alternativas antes de decidir



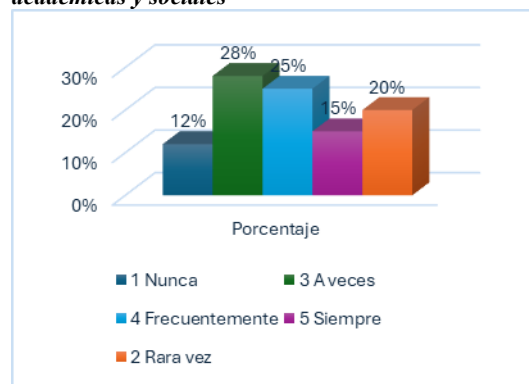
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El grupo mayoritario corresponde a quienes respondieron “A veces” (30%), seguido de cerca por el 23% que eligió “Frecuentemente”. Un 22% respondió “Rara vez”, mientras que el 15% indicó “Nunca” y solo un 10% afirmó “Siempre”, esta distribución refleja que, aunque algunos estudiantes consideran alternativas en sus decisiones, la mayoría no lo hace de forma constante ni sistemática, lo que limita la toma de decisiones fundamentadas.

Tabla 29 Responsabilidad de sus decisiones académicas y sociales

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	36	12%
2	Rara vez	60	20%
3	A veces	84	28%
4	Frecuentemente	75	25%
5	Siempre	45	15%
	Total	300	100%

Gráfico 24 Responsabilidad de sus decisiones académicas y sociales



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El porcentaje más alto corresponde a los estudiantes que respondieron “A veces” (28%), seguido por el 25% que indicó “Frecuentemente”, en tercer lugar, el 20% respondió “Rara vez”, mientras que el 15% eligió “Siempre” y el 12% señaló “Nunca”, estos resultados muestran que, si bien una parte de los estudiantes asume con frecuencia la responsabilidad de sus decisiones, la mayoría presenta un compromiso irregular, lo que evidencia la necesidad de reforzar esta competencia en su proceso formativo.

En esta dimensión predominan los niveles intermedios, lo que evidencia que los estudiantes reflexionan solo ocasionalmente sobre las consecuencias de sus decisiones y aplican principios éticos de manera parcial; además, un número importante no asume de forma constante la responsabilidad de sus actos. Esto muestra que la toma de decisiones responsables no está plenamente desarrollada en la carrera. De acuerdo con Vallaeys (2020), la capacidad de tomar decisiones éticas requiere de una formación intencional en gestión ética y responsabilidad social; por ello, se recomienda incluir estrategias pedagógicas que fortalecen el juicio ético y la responsabilidad personal y colectiva

4.7. Percepción de los estudiantes sobre la contribución de la carrera al desarrollo de competencias socioemocionales

Tabla 30 Percepción de los estudiantes sobre la contribución de la carrera al desarrollo de competencias socioemocionales

Ítem	Pregunta	Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	Siempre	Total
1	¿Las asignaturas promueven el reconocimiento y manejo de emociones?	36	66	90	72	36	300
2	¿La carrera fomenta el trabajo en equipo y la colaboración entre estudiantes?	21	36	75	111	57	300
3	¿Las materias incentivan la reflexión sobre valores éticos y actitudes personales?	30	60	84	81	45	300
4	¿Se generan espacios para la práctica de la empatía y el respeto a la diversidad cultural?	24	54	81	90	51	300
5	¿La formación recibida contribuye a la toma de decisiones responsables en el ámbito social?	39	66	87	69	39	300

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

Los resultados evidencian que, desde la perspectiva de los estudiantes, de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca contribuye de manera parcial al desarrollo de competencias socioemocionales, la mayoría se ubicó en categorías intermedias como “A veces” y “Frecuentemente”, lo que indica que si bien las asignaturas y actividades de la carrera favorecen en cierta medida el fortalecimiento de estas habilidades, el aporte no es sistemático ni constante.

Dentro de las competencias analizadas, el trabajo en equipo y la colaboración alcanzaron los niveles más altos de valoración positiva, lo que demuestra que esta habilidad es la más promovida en la formación académica, por otro lado, el reconocimiento y manejo de emociones, la reflexión ética y personal, así como la empatía y el respeto a la diversidad cultural, obtuvieron resultados medios, evidenciando que aún no forman parte integral de todas las asignaturas, finalmente, la toma de decisiones responsables en el ámbito social mostró una clara tendencia hacia niveles intermedios, con baja representación en las categorías más positivas, lo que la convierte en un área crítica a reforzar.

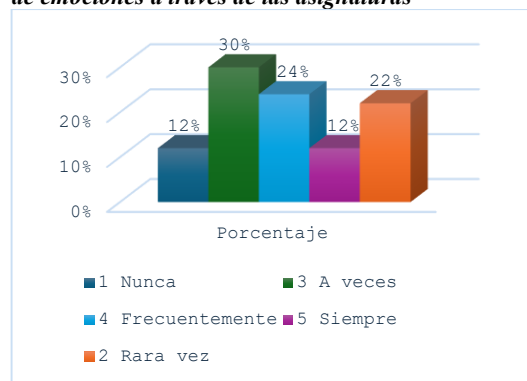
Estos hallazgos reflejan que los estudiantes perciben avances en la formación socioemocional, pero también detectan vacíos importantes, en este sentido, la percepción estudiantil confirma que el desarrollo de estas competencias no puede quedar sujeto a experiencias aisladas o a la iniciativa individual de algunos docentes, sino que requiere de un enfoque transversal e institucionalizado.

En síntesis, los estudiantes reconocen que la carrera sí aporta al desarrollo de competencias socioemocionales, pero lo hace de manera fragmentada y limitada, lo que justifica la necesidad de implementar una estrategia de transversalización curricular que integren estas habilidades de forma intencional, práctica y sostenida en todo el proceso formativo.

Tabla 31 Promoción del reconocimiento y manejo de emociones a través de las asignaturas

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	36	12%
2	Rara vez	66	22%
3	A veces	90	30%
4	Frecuentemente	72	24%
5	Siempre	36	12%
	Total	300	100%

Gráfico 25 Promoción del reconocimiento y manejo de emociones a través de las asignaturas



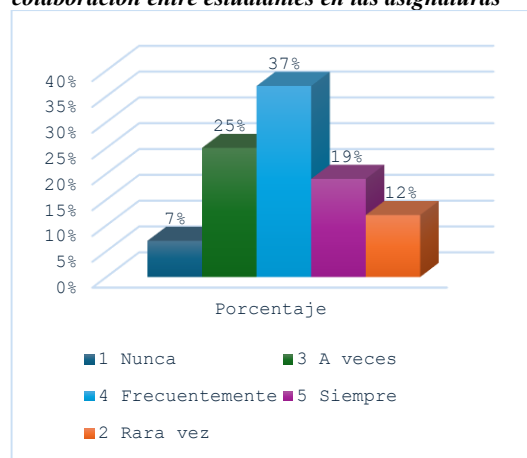
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El mayor porcentaje se encuentra en quienes respondieron “A veces” (30%), seguido de un 24% que indicó “Frecuentemente”. Un 22% afirmó “Rara vez”, mientras que los extremos “Nunca” y “Siempre” alcanzaron el mismo valor de 12% cada uno. Estos resultados muestran que el reconocimiento y manejo de emociones se promueve en las asignaturas de forma irregular, sin consolidarse plenamente como parte de la formación curricular.

Tabla 32 Fomento del trabajo en equipo y la colaboración entre estudiantes en las asignaturas

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	21	7%
2	Rara vez	36	12%
3	A veces	75	25%
4	Frecuentemente	111	37%
5	Siempre	57	19%
	Total	300	100%

Gráfico 26 Fomento del trabajo en equipo y la colaboración entre estudiantes en las asignaturas



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

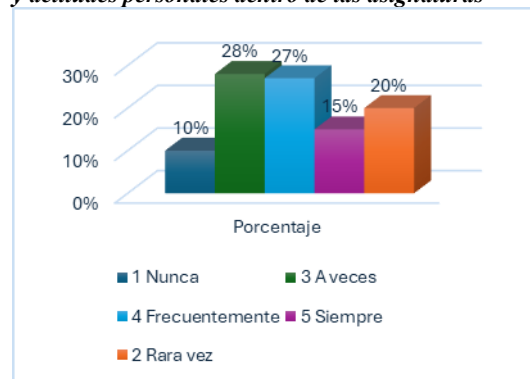
El porcentaje más alto corresponde a quienes respondieron “Frecuentemente” (37%), seguido por el 25% que eligió “A veces” y el 19% que señaló “Siempre”, en menor medida, un 12% indicó “Rara vez” y un 7% “Nunca”, esto refleja que la carrera fomenta el trabajo

en equipo en un nivel aceptable, aunque aún no alcanza un grado de consolidación que abarque a la totalidad de los estudiantes.

Tabla 33 Incentivo a la reflexión sobre valores éticos y actitudes personales dentro de las asignaturas

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	30	10%
2	Rara vez	60	20%
3	A veces	84	28%
4	Frecuentemente	81	27%
5	Siempre	45	15%
Total		300	100%

Gráfico 27 Incentivo a la reflexión sobre valores éticos y actitudes personales dentro de las asignaturas



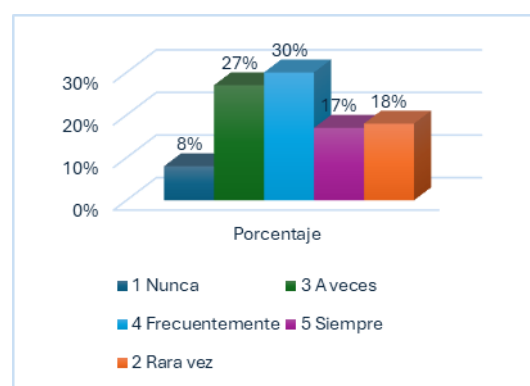
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El grupo mayoritario corresponde a los estudiantes que respondieron “A veces” (28%), seguido de cerca por el 27% que indicó “Frecuentemente”. Un 20% eligió “Rara vez”, mientras que el 15% seleccionó “Siempre” y el 10% “Nunca”, esto evidencia que la reflexión sobre valores éticos se aborda en la formación, pero de manera intermitente y sin suficiente profundidad para ser una práctica constante.

Tabla 34 Generación de espacios para la práctica de la empatía y el respeto a la diversidad cultural

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	24	8%
2	Rara vez	54	18%
3	A veces	81	27%
4	Frecuentemente	90	30%
5	Siempre	51	17%
Total		300	100%

Gráfico 28 Generación de espacios para la práctica de la empatía y el respeto a la diversidad cultural



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

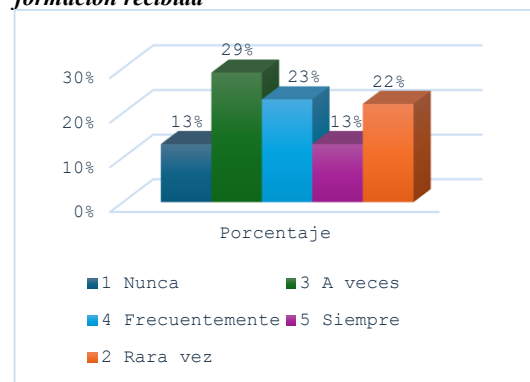
El mayor porcentaje corresponde a quienes respondieron “Frecuentemente” (30%), seguido por el 27% que indicó “A veces” y el 17% que señaló “Siempre”, en contraste, un

18% respondió “Rara vez” y un 8% “Nunca”, estos resultados reflejan que la carrera sí genera espacios para la empatía y el respeto, pero aún no son lo suficientemente sistemáticos ni abarcan a toda la comunidad estudiantil.

Tabla 35 Contribuye a la toma de decisiones responsables en el ámbito social a través de la formación recibida

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Nunca	39	13%
2	Rara vez	66	22%
3	A veces	87	29%
4	Frecuentemente	69	23%
5	Siempre	39	13%
	Total	300	100%

Gráfico 29 Contribuye a la toma de decisiones responsables en el ámbito social a través de la formación recibida



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

El porcentaje más alto corresponde a quienes respondieron “A veces” (29%), seguido por el 23% que señaló “Frecuentemente”. En menor medida, un 22% indicó “Rara vez”, mientras que los extremos “Nunca” y “Siempre” registraron un 13% cada uno, esto muestra que la contribución de la formación universitaria a la toma de decisiones responsables se da de manera parcial, con presencia en algunos estudiantes, pero sin una consistencia generalizada en toda la carrera.

Los resultados obtenidos en las encuestas reflejan un panorama intermedio: si bien se identifican avances, aún persisten debilidades que limitan la consolidación de las competencias socioemocionales dentro de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, la mayoría de los estudiantes se concentró en respuestas intermedias como “A veces” y “Frecuentemente”, lo que indica que estas competencias se promueven de manera parcial, irregular y dependiente de la dinámica de cada asignatura.

En cuanto al manejo de emociones, la mayoría se ubicó en niveles medios, lo que evidencia que la formación aún no incorpora de manera sistemática estrategias orientadas a la gestión emocional, por otro lado, el trabajo en equipo y la colaboración presentó los porcentajes

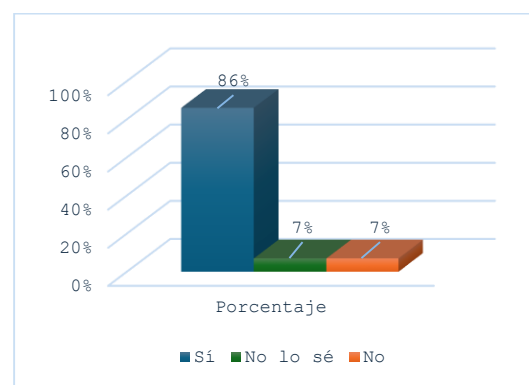
más altos en las categorías positivas, demostrando que esta competencia sí recibe un mayor énfasis dentro la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, en cuanto a la reflexión sobre valores y actitudes personales, así como la empatía y el respeto a la diversidad cultural, los resultados muestran avances parciales, pero sin lograr consolidarse en toda la comunidad estudiantil, finalmente, en relación con la toma de decisiones responsables en el ámbito social, predominante respuestas intermedias, lo que refleja la necesidad de reforzar esta área de manera más intencional.

Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Bisquerra (2016), quien sostiene que el desarrollo socioemocional no puede quedar relegado a actividades ocasionales, sino que debe integrarse de manera transversal en el currículo, en consecuencia, se concluye que la carrera aporta al desarrollo de estas competencias, pero de forma parcial y limitada, lo que justifica la necesidad de diseñar una estrategia de transversalización curricular que integren de manera intencional, constante y sistemática la formación socioemocional en todos los espacios académicos.

Tabla 36 *Importante que en la carrera se enseñen habilidades emocionales y sociales junto con los contenidos técnicos*

N	Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Sí	258	86%
2	No	21	7%
3	No lo sé	21	7%
	Total	300	100%

Gráfico 30 *Importante que en la carrera se enseñen habilidades emocionales y sociales junto con los contenidos técnicos*



Fuente: *Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.*

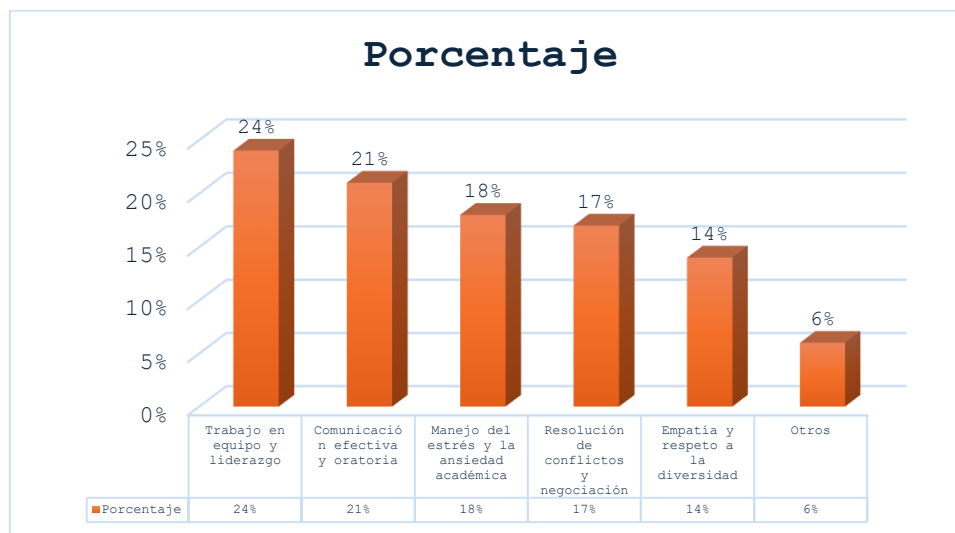
La gran mayoría de los estudiantes respondió “Sí” (86%), mostrando un consenso casi unánime respecto a la importancia de integrar las habilidades emocionales y sociales en la formación académica, junto con los contenidos técnicos de la Carrera de Ingeniería

Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, en contraste, solo un 7% indicó “No” y otro 7% manifestó indecisión con la opción “No lo sé”, estos resultados reflejan una clara demanda estudiantil por un modelo educativo más integral, que no se limite a la transmisión de conocimientos técnicos, sino que también prepare al futuro profesional en competencias socioemocionales necesarias para su desempeño en el ámbito laboral y social.

Tabla 37 *Habilidades socioemocionales que les gustaría desarrollen más dentro de tus materias*

N	Respuestas más mencionadas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Trabajo en equipo y liderazgo	72	24%
2	Comunicación efectiva y oratoria	63	21%
3	Manejo del estrés y la ansiedad académica	54	18%
4	Resolución de conflictos y negociación	51	17%
5	Empatía y respeto a la diversidad	42	14%
6	Otros	18	6%
Total		300	100%

Gráfico 31 *Habilidades socioemocionales que les gustaría desarrollen más dentro de tus materias*



Fuente: *Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.*

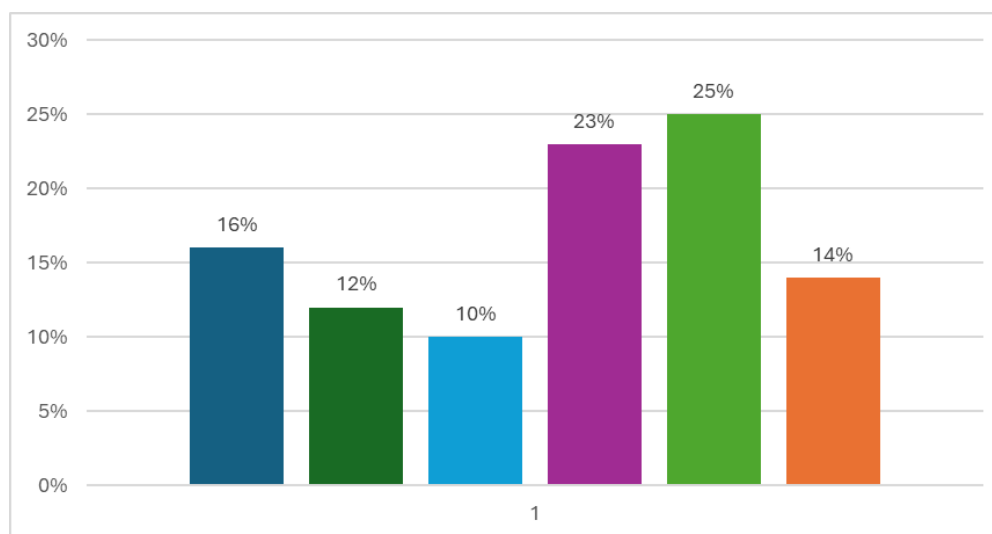
El aspecto más mencionado fue el trabajo en equipo y liderazgo (24%), seguido por la comunicación efectiva y la oratoria (21%), en tercer lugar, aparece el manejo del estrés y la ansiedad académica (18%), junto con la resolución de conflictos y la negociación (17%).

Finalmente, la empatía y el respeto a la diversidad (14%) y otras habilidades (6%) fueron señaladas en menor medida, estos resultados evidencian que los estudiantes consideran prioritario reforzar competencias interpersonales y de gestión emocional, lo que demuestra la importancia de integrar estas habilidades dentro del currículo académico.

Tabla 38 Sugerencias para que las materias incluyan mejor el desarrollo de estas habilidades

N	Opciones de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Incluir talleres prácticos de habilidades socioemocionales	48	16%
2	Aplicar dinámicas grupales y trabajos colaborativos	42	14%
3	Incorporar estudios de caso y simulaciones reales	36	12%
4	Evaluaciones que consideren el trabajo en equipo	30	10%
5	Implementar prácticas preprofesionales	69	23%
6	Realizar más convenios con instituciones públicas y privadas para facilitar prácticas profesionales (pasantías)	75	25%
TOTAL		300	100%

Gráfico 32 Sugerencias para que las materias incluyan mejor el desarrollo de estas habilidades



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta a estudiantes.

Se observa que la mayor proporción de respuestas se concentra en las opciones relacionadas con la vinculación práctica entre la formación académica y el contexto laboral.

En primer lugar, un 25% de los estudiantes sugiere realizar más convenios con instituciones públicas y privadas para facilitar prácticas profesionales (pasantías), lo cual refleja una clara necesidad de fortalecer la interacción entre la universidad y el entorno empresarial. En segundo lugar, un 12 % indica incorporar estudios de caso y simulaciones reales el 16% incluir talleres prácticos de habilidades socioemocionales, un 14% indica aplicar dinámicas grupales y trabajos colaborativos, un 23% propone implementar prácticas preprofesionales, destacando el interés de los estudiantes por contar con espacios reales de aprendizaje antes de culminar la Carrera de ingeniería Comercial.

Las demás opciones, aunque con menor frecuencia, también resultan significativas: el 16% sugiere incluir talleres prácticos de habilidades socioemocionales, el 14% recomienda dinámicas grupales y trabajos colaborativos y el 10% plantea evaluaciones que consideren el trabajo en equipo, estas respuestas complementan la visión estudiantil de una formación más activa, participativa y centrada en el desarrollo humano.

Los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, evidencian un nivel intermedio en el desarrollo de las competencias socioemocionales, con avances importantes, pero también con debilidades que limitan su consolidación plena, en las cinco dimensiones evaluadas autoconciencia, autogestión, conciencia social, habilidades de relación y toma de decisiones responsables la mayoría de los estudiantes se ubicó en categorías intermedias (“A veces” y “Frecuentemente”), lo que revela que estas competencias se desarrollan de manera parcial y no sistemática dentro del proceso formativo.

Entre las fortalezas identificadas destacan la conciencia social y el trabajo en equipo, donde los estudiantes mostraron los porcentajes más altos de respuestas positivas, reflejando apertura hacia la empatía, la colaboración y el respeto a la diversidad, por otro lado, las debilidades se concentran en la autogestión emocional y la toma de decisiones responsables, áreas en las que se evidencian dificultades para manejar el estrés, mantener la motivación y reflexionar sobre las consecuencias éticas y profesionales de las propias acciones.

Las preguntas abiertas y de selección múltiple confirmaron estas tendencias, los estudiantes manifestaron gran interés en fortalecer habilidades como el liderazgo, la comunicación efectiva, el manejo del estrés y la resolución de conflictos, sugiriendo la incorporación de talleres prácticos, dinámicas colaborativas, estudios de caso y evaluaciones que valoren el trabajo en equipo, sin embargo, el hallazgo más significativo corresponde a las sugerencias vinculadas con la práctica profesional, donde un 48% del total de respuestas se concentró en las opciones “Implementar prácticas preprofesionales” y “Realizar más convenios con instituciones públicas y privadas para facilitar prácticas profesionales (pasantías)”.

Este resultado refleja una necesidad prioritaria y ampliamente compartida por los estudiantes: contar con espacios reales para aplicar los conocimientos técnicos y desarrollar competencias socioemocionales en contextos laborales auténticos, en ese sentido, los propios encuestados demandan una mayor vinculación entre la teoría y la práctica, lo cual constituye una base sólida para la propuesta de esta investigación.

En conclusión, aunque la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, aporta al desarrollo de las competencias socioemocionales, lo hace de forma fragmentada y ocasional, sin un enfoque transversal que garantice la continuidad y coherencia entre las asignaturas, por ello, la propuesta de una estrategia de transversalización curricular se plantea como una respuesta necesaria, innovadora y viable, orientada a integrar sistemáticamente el desarrollo socioemocional en el proceso formativo, incluyendo la implementación progresiva de prácticas preprofesionales y la ampliación de convenios institucionales, de esta manera, se busca consolidar una formación profesional más integral, ética y adaptada a las exigencias del entorno académico, laboral y social del siglo XXI.

4.8. Análisis del plan de estudios y la incorporación de competencias socioemocionales.

Se realizó un análisis documental integral y sistemático del plan de estudios de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, con el propósito de evaluar críticamente el grado real de incorporación de competencias socioemocionales en la formación profesional, este estudio

comprendió la revisión de la misión y visión institucional, el perfil del egresado, la malla curricular anualizada y las actividades extracurriculares que, de manera directa o indirecta, contribuyen al desarrollo integral y socioemocional de los estudiantes (Universidad San Francisco Xavier, 2025)

El análisis permitió constatar que, aunque el diseño curricular promueve una formación académica sólida en las áreas económicas, administrativas y empresariales, la dimensión socioemocional no se encuentra debidamente estructurada ni evaluada dentro de los programas de estudio, las referencias a valores y actitudes aparecen como orientaciones generales, pero no se traducen en resultados de aprendizaje concretos ni en estrategias pedagógicas que garanticen su desarrollo y evaluación sistemática (Bisquerra, 2009; Salovey & Mayer, 1990).

Esta situación evidencia una brecha significativa entre el enfoque declarado en los documentos institucionales y la práctica educativa real, lo que pone de manifiesto la necesidad urgente de incorporar un modelo pedagógico de transversalización de competencias socioemocionales. Solo así podrá asegurarse una formación profesional verdaderamente integral, coherente con las demandas sociales, laborales y humanas del siglo XXI.

4.8.1 Misión y Visión de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca

- Misión:

Formar por medio de la educación superior de excelencia profesionales creadores e innovadores, protagonistas del desarrollo competitivo de los procesos económicos-comerciales y de estructuras empresariales de alta calidad, en un marco de responsabilidad y ética generadoras del bien común.

- Visión

Ser la carrera líder en ingeniería comercial a nivel nacional, mediante el desarrollo de procesos de enseñanza aprendizaje, generación y transferencia de conocimientos que

ofrezcan soluciones prácticas a las necesidades económicas y sociales, afrontando los retos y liderando los cambios del desarrollo empresarial e institucional”

El análisis de la misión y visión institucional revela una orientación declarativa hacia la formación integral y humanista, destacando valores como la ética, la responsabilidad y el compromiso social. Sin embargo, la ausencia de mecanismos pedagógicos concretos que garanticen la enseñanza y evaluación de competencias socioemocionales limita la posibilidad de materializar estos principios en la práctica educativa (Universidad San Francisco Xavier, 2025)

La falta de lineamientos claros y estrategias estandarizadas provoca que el desarrollo socioemocional de los estudiantes dependa casi exclusivamente de la iniciativa personal de los docentes o de experiencias extracurriculares informales, sin coherencia curricular ni evaluación sistemática.

Esta situación refuerza la necesidad de una investigación como la presente, orientada a diseñar una estrategia de transversalización curricular que integren las competencias socioemocionales en todas las asignaturas de la carrera, asegurando su presencia efectiva y su impacto medible en la formación profesional.

4.8.2 Convenios facultativos

En el marco de la malla curricular de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, se identificaron 89 convenios suscritos con distintas instituciones; sin embargo, solo uno de ellos se encuentra actualmente vigente, lo que restringe las posibilidades de que los 1.362 estudiantes puedan acceder a experiencias de prácticas laborales.

4.8.3 Perfil del egresado

El perfil del egresado de la Carrera de Ingeniería Comercial describe a un profesional del área económico-empresarial con conocimientos sólidos en gestión comercial, marketing y

administración, y con habilidades técnicas para la toma de decisiones estratégicas en contextos empresariales.

El Ingeniero Comercial formado en la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca es capaz de:

- ❖ Investigar los mercados y analizar su comportamiento.
- ❖ Planificar, ejecutar, asesorar, evaluar y controlar procesos de gestión comercial en organizaciones públicas y privadas.
- ❖ Crear empresas y resolver problemáticas de carácter económico y comercial.

En su desempeño profesional, se espera que muestre responsabilidad, honestidad, creatividad, actitud emprendedora, trabajo en equipo y compromiso con la transformación de la realidad socioeconómica local, regional y nacional (Universidad San Francisco Xavier, 2025)

No obstante, al analizar detalladamente el perfil de egresado, se observa que las habilidades socioemocionales están presentes solo como valores o actitudes generales, y no como competencias específicas ni evaluables dentro del proceso formativo, ello impide medir objetivamente el desarrollo de dimensiones esenciales como la autoconciencia, la autorregulación, la empatía o la toma de decisiones responsables.

Esta ausencia de indicadores medibles evidencia una brecha entre la intención formativa y la práctica curricular, lo que confirma la necesidad de un enfoque metodológico que permita transversalizar las competencias socioemocionales de manera planificada, progresiva y evaluable, en este sentido, la presente investigación se vuelve necesaria y pertinente, ya que ofrece una respuesta científica, pedagógica y contextualizada para fortalecer la calidad educativa y la pertinencia social del proceso formativo de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

4.8.4 Malla curricular anualizada

La malla curricular de la Carrera de Ingeniería comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, consta de 37 asignaturas distribuidas en cuatro años de formación, organizadas en áreas de administración, finanzas, economía, marketing, investigación, estadística e inglés. Esta organización refleja un enfoque técnico-disciplinar, priorizando conocimientos especializados, pero con limitada presencia explícita de competencias socioemocionales (USFX, 2025)

Tabla 39 Malla curricular anualizada de la Carrera de Ingeniería Comercial

AÑO	CÓDIGO	NOMBRE DE LAS ASIGNATURAS
Primer Año	1. ADM131	Administración General
	2. ADM132	Legislación Comercial
	3. COM151	Marketing I
	4. COM152	Business English I
	5. ECO 111	Microeconomía I
	6. FIN161	Contabilidad Básica
	7. INV141	Métodos y Técnicas de Investigación
	8. MAT121	Análisis Matemático
	9. MAT122	Matemática Finciera
	10. MAT123	Estadística I
Segundo Año	1. COM251	Marketing II
	2. COM252	Comportamiento del Consumidor
	3. COM253	Business English II
	4. ECO211	Microeconomía II
	5. FIN261	Contabilidad de Gestión
	6. FIN262	Ingeniería Económica
	7. INV241	Investigación de Mercados
	8. INV242	Informática Aplicada
	9. MAT221	Estadística II
Tercer Año	1. ADM331	Administración De Operaciones
	2. ADM332	Gerencia Operativa
	3. COM351	Marketing Estratégico
	4. COM352	Comunicaciones Integradas De Marketing
	5. COM353	Marketing III
	6. ECO311	Macroeconomía
	7. ECO312	Proyectos
	8. FIN361	Ingeniería Finciera
	9. INV341	Seminario I
Cuarto Año	1. COM451	Marketing Social y RSE
	2. COM452	Logística y Administración de Ventas
	3. COM453	Auditoría de Marketing
	4. COM454	Práctica Laboral
	5. ECO411	Comercio Internacional

	6. ECO412	Principios de Econometría
	7. ECO413	Plan de Negocios
	8. FIN461	Política de Precios
	9. INV441	Seminario II

Fuente: Plan de Estudios Carrera de Ingeniería Comercial

Para una mejor comprensión del **enfoque académico**, las 37 asignaturas se agrupan en áreas de formación, detallando todas las materias que las componen:

Tabla 40 Distribución de asignaturas por áreas de formación

N	ÁREA DE FORMACIÓN	ASIGNATURAS
1	Administración	ADM131 - Administración GeneralADM132 - Legislación ComercialADM331 - Administración de OperacionesADM332 - Gerencia Operativa
2	Marketing	COM151 - Marketing ICOM251 - Marketing IICOM351 - Marketing EstratégicoCOM352 - Comunicaciones Integradas de MarketingCOM353 - Marketing IICOM451 - Marketing Social y RSECOM452 - Logística y Administración de VentasCOM453 - Auditoría de Marketing
3	Contabilidad y Fizas	FIN161 - Contabilidad BásicaFIN261 - Contabilidad de GestiónFIN262 - Ingeniería EconómicaFIN361 - Ingeniería FicieraFIN461 - Política de Precios
4	Economía	ECO111 - Microeconomía IECO211 - Microeconomía IIECO311 - MacroeconomíaECO312 - ProyectosECO411 - Comercio InternacionalECO412 - Principios de EconometríaECO413 - Plan de Negocios
5	Investigación y Métodos	INV141 - Métodos y Técnicas de InvestigaciónINV241 - Investigación de MercadosINV242 - Informática AplicadaINV341 - Seminario IINV441 - Seminario II
6	Matemáticas y Estadística	MAT121 - Análisis MatemáticoMAT122 - Matemática FicieraMAT123 - Estadística IMAT221 - Estadística II
7	Inglés	COM152 - Business English ICOM253 - Business English II
8	Práctica Profesional	COM454 - Práctica Laboral

Fuente: Plan de Estudios Carrera de Ing. Comercial

Esta agrupación permite identificar asignaturas clave donde se podrían implementar una estrategia de transversalización para el desarrollo de competencias socioemocionales, principalmente en administración, marketing, investigación y prácticas profesionales, donde las dinámicas de grupo, comunicación y liderazgo son más evidentes.

4.8.5 Interpretación general

El análisis documental evidencia:

1. **Predominio técnico-disciplinar:** La malla curricular prioriza asignaturas de finanzas, administración, economía y marketing, con un enfoque altamente especializado.
2. **Ausencia de formación explícita en competencias socioemocionales:** No existen asignaturas orientadas directamente a desarrollar habilidades como empatía, autorregulación emocional, resolución de conflictos o comunicación asertiva.
3. **Formación informal:** Las competencias socioemocionales podrían desarrollarse únicamente a través de actividades extracurriculares o experiencias prácticas, pero sin sistematización ni evaluación formal.
4. **Brecha curricular:** La falta de integración explícita justifica la necesidad de una estrategia de transversalización que permitan la enseñanza, práctica y evaluación de estas habilidades en todo el plan de estudios, garantizando un perfil de egreso más integral y competitivo.

En conclusión, el análisis resalta la oportunidad de enriquecer la malla curricular mediante la incorporación planificada de competencias socioemocionales, fortaleciendo tanto la formación académica como la preparación de los estudiantes para enfrentar los retos del entorno profesional.

Tabla 41 Matriz Valorativa — Incorporación de Competencias Socioemocionales en el Plan de Estudios

Componente del Plan de Estudios	Ref. Explícita	Integ. Curricular
Misión y Visión Institucional	Presente	Parcial
Perfil del Egresado	Presente	Parcial
Malla Curricular (materias)	Parcial	Parcial
Resultados de Aprendizaje	Parcial	Ausente
Estrategias Pedagógicas	Parcial	Ausente
Evaluación de CSE	Ausente	Ausente
Actividades Extracurriculares	Presente	Parcial

El análisis documental evidencia, en primer lugar, un predominio técnico-disciplinar, ya que la malla curricular prioriza asignaturas de finanzas, administración, economía y marketing con un enfoque altamente especializado. En segundo lugar, se constata la ausencia de formación explícita en competencias socioemocionales, debido a que no

existen asignaturas orientadas directamente al desarrollo de habilidades como la empatía, la autorregulación emocional, la resolución de conflictos o la comunicación asertiva.

En tercer lugar, se advierte que la formación socioemocional se produce, en el mejor de los casos, de manera informal, a través de actividades extracurriculares o experiencias prácticas aisladas, pero sin sistematización ni evaluación formal. Finalmente, la matriz valorativa confirma una brecha curricular significativa, puesto que seis de los siete componentes analizados presentan un nivel bajo de incorporación de competencias socioemocionales y ninguno evidencia evaluación sistemática.

Capítulo V

Propuesta

5.1 Estrategia de transversalización curricular para desarrollar competencias socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca

5.1.1 Presentación

La educación superior atraviesa un proceso de transformación permanente como respuesta a los profundos cambios sociales, económicos, tecnológicos y culturales que caracterizan al siglo XXI. En este escenario, las universidades están llamadas a formar profesionales íntegros, capaces no solo de aplicar conocimientos técnicos y científicos, sino también de desenvolverse eficazmente en contextos complejos, dinámicos y altamente competitivos. En consecuencia, el desarrollo de competencias socioemocionales se ha consolidado como un eje fundamental en la formación profesional, al incidir directamente en la capacidad de adaptación, la toma de decisiones, el liderazgo, la ética profesional y las relaciones interpersonales.

En el ámbito de las ciencias económicas y empresariales, y particularmente en la Carrera de Ingeniería Comercial, las competencias socioemocionales adquieren una relevancia estratégica. El ejercicio profesional de estos futuros graduados demanda habilidades como el trabajo colaborativo, la comunicación asertiva, la empatía, la autorregulación emocional, la resolución de conflictos y el pensamiento crítico, competencias que complementan y potencian el dominio de los conocimientos técnicos propios de la disciplina. No obstante, en muchos casos, los planes de estudio continúan privilegiando un enfoque centrado en la transmisión de contenidos, limitando las oportunidades para el desarrollo sistemático e intencional de dichas competencias.

La Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca no es ajena a esta realidad. Si bien su currículo responde a estándares académicos y profesionales vigentes, se identifica la necesidad de fortalecer la formación integral de los estudiantes mediante estrategias pedagógicas innovadoras que

promuevan el desarrollo de competencias socioemocionales de manera articulada con los contenidos curriculares. En este contexto, resulta imprescindible repensar las prácticas docentes y los enfoques curriculares, orientándolos hacia modelos que integren el saber, el saber hacer y el saber ser.

5.1.2 Justificación

La transversalización curricular se presenta como una alternativa pedagógica pertinente y viable para atender esta necesidad, ya que permite incorporar de forma planificada y coherente las competencias socioemocionales en las diferentes asignaturas del plan de estudios, sin fragmentar el proceso formativo ni sobrecargar la malla curricular. Este enfoque promueve una enseñanza más contextualizada, significativa y participativa, en la que los docentes asumen un rol activo como mediadores del aprendizaje y los estudiantes se convierten en protagonistas de su propio desarrollo personal y profesional.

Desde una perspectiva propositiva, la presente investigación se orienta al diseño de una estrategia de transversalización curricular que contribuya al desarrollo de competencias socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca. Estas estrategias buscan integrarse de manera flexible y pertinente en los procesos de enseñanza y de aprendizaje, favoreciendo la reflexión, la participación activa, el trabajo colaborativo y la construcción de aprendizajes significativos.

Asimismo, la implementación de dicha estrategia permitirá fortalecer la calidad educativa, mejorar el clima académico y potenciar el desempeño integral de los estudiantes, preparándolos para enfrentar con éxito los desafíos del entorno laboral y social. En este sentido, la investigación no solo pretende aportar a la innovación curricular dentro de la Carrera de Ingeniería Comercial, sino también constituirse en un referente para futuras propuestas pedagógicas orientadas al desarrollo de competencias socioemocionales en la educación superior.

5.1.3 Estudio de necesidades para el mercado laboral de los profesionales de Ingeniería Comercial

La propuesta se fundamenta en los resultados de un estudio de necesidades del mercado laboral, que evidencia una brecha significativa entre la formación tradicional y las exigencias actuales del entorno profesional para los recién egresados. Dicho diagnóstico de los graduados, empleadores y el contexto socioeconómico nacional, se identifica que el perfil del Ingeniero Comercial egresado de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca requiere un fortalecimiento urgente en el ámbito de las competencias socioemocionales.

El mercado laboral contemporáneo demanda profesionales que no solo dominen los conocimientos técnico-económicos y administrativos, sino que además posean un conjunto de habilidades denominadas blandas para liderar, innovar y adaptarse en entornos dinámicos. Las competencias como el liderazgo ético, la comunicación asertiva, la resolución colaborativa de problemas, la inteligencia emocional y la adaptabilidad al cambio se han convertido en factores críticos diferenciadores para la empleabilidad en los futuros profesionales, la eficacia en el desempeño y la proyección de la carrera son factores que deben permitir la organización curricular de forma más asertiva en cuento a las exigencias socioemocionales.

La iniciativa de integrar estratégicamente el desarrollo de estas competencias en el currículum de la carrera, asegura que los futuros ingenieros comerciales estén plenamente capacitados para responder con éxito a los desafíos del sector productivo, contribuir al desarrollo social y ejercer su profesión con una visión integral.

5.1.4 Factibilidad y viabilidad de la propuesta

La presente propuesta es factible y viable en el contexto institucional de la Carrera de Ingeniería Comercial, puesto que se articula con el perfil de egreso, la misión y visión de la Carrera de Ingeniería comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, y con los objetivos estratégicos de calidad académica de la Universidad.

Desde la factibilidad institucional, la propuesta se integra al plan de estudios sin modificar la carga horaria, aprovechando los programas y espacios curriculares existentes. En el plano académico, su implementación se sustenta en las asignaturas clave de cada año académico, bajo el acompañamiento docente y la utilización de metodologías activas y recursos ya disponibles.

En el aspecto económico, no demanda una inversión significativa, ya que se basa principalmente en la capacitación docente, el rediseño pedagógico y la consolidación de alianzas con instituciones públicas y privadas para la ejecución de prácticas preprofesionales y profesionales.

Finalmente, desde la viabilidad social, responde a las necesidades expresadas por los estudiantes y por el contexto socioeconómico boliviano, fortaleciendo la vinculación entre la universidad, el entorno productivo y la comunidad.

Por tanto, la propuesta es plenamente aplicable y sostenible, dado que se enmarca en los principios del Modelo Educativo Sociocomunitario Productivo (MESCP) y promueve una formación integral, ética y comprometida con el desarrollo humano y social.

5.1.5 Impacto y resultados esperados

La implementación de esta propuesta de transversalización curricular generará un impacto positivo en la formación profesional de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, al fortalecer el desarrollo de las competencias socioemocionales en los diferentes niveles del proceso formativo.

Se espera que los docentes adopten prácticas pedagógicas más reflexivas, participativas y empáticas, capaces de integrar los aspectos cognitivos, emocionales y sociales del aprendizaje.

Los estudiantes, por su parte, desarrollarán mayores niveles de autoconciencia, autorregulación, empatía, trabajo colaborativo y responsabilidad ética en la toma de decisiones.

A mediano plazo, los resultados esperados incluyen:

- La consolidación de un perfil de egreso coherente con las demandas del mercado laboral y con los principios del MESCP.
- La mejora del clima académico, institucional y emocional dentro de la Carrera de Ingeniería comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.
- El fortalecimiento de la relación universidad sociedad mediante prácticas profesionales con impacto social y productivo.

De esta manera, la propuesta contribuye al desarrollo de una educación superior más humana, integral y comprometida con la transformación social, en coherencia con los valores institucionales de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

5.1.6 Fundamentación de la propuesta

La formación profesional contemporánea exige que los futuros ingenieros comerciales, además de poseer sólidos conocimientos técnicos, desarrollen habilidades socioemocionales que les permitan actuar con liderazgo, ética, comunicación efectiva y capacidad de trabajo colaborativo.

En ese marco, la transversalización curricular se constituye en una estrategia pertinente, ya que permite integrar de manera intencional y sistemática las competencias socioemocionales en todas las asignaturas de la carrera, sin modificar la estructura curricular vigente. Esta propuesta plantea la incorporación de dichas competencias como ejes transversales de los procesos de enseñanza y de aprendizaje, promoviendo una formación integral del estudiante.

La propuesta de estrategia de transversalización curricular para el desarrollo de competencias socioemocionales está orientada a guiar a los docentes en la planificación, ejecución y evaluación de actividades pedagógicas que favorezcan el desarrollo de habilidades como la comunicación asertiva, el trabajo en equipo, la toma de decisiones, la resolución de conflictos, la empatía y la autorregulación emocional. Para ello, se consideran estrategias metodológicas activas, participativas y contextualizadas, acorde a la naturaleza de la Carrera de Ingeniería Comercial.

Asimismo, la propuesta contempla lineamientos para la articulación interdisciplinaria, el fortalecimiento de la práctica docente y la incorporación de criterios e indicadores de evaluación que permitan evidenciar el desarrollo progresivo de las competencias socioemocionales en los estudiantes. De esta manera, se busca contribuir a la mejora de la calidad educativa y al logro del perfil de egreso establecido por la carrera.

Finalmente, la implementación de esta propuesta pretende generar un impacto positivo en el desempeño académico y profesional de los estudiantes, fortaleciendo su preparación para enfrentar los desafíos del entorno laboral y social, y constituyéndose en un referente para la aplicación de una estrategia de transversalización curricular en otras carreras de la educación superior.

En la actualidad, la formación integral de los profesionales constituye un eje central en los procesos educativos superiores. Las universidades no solo buscan la transmisión de conocimientos técnicos y teóricos, sino también el desarrollo de habilidades socioemocionales que permitan a los estudiantes enfrentar de manera efectiva los retos del entorno laboral y social. Dentro de este contexto, la Carrera de Ingeniería Comercial requiere profesionales capaces de combinar competencias técnicas con habilidades interpersonales, liderazgo, toma de decisiones responsable y manejo de relaciones interpersonales, aspectos que se vinculan directamente con las competencias socioemocionales.

La transversalización curricular se presenta como una estrategia fundamental para lograr que los contenidos y objetivos de aprendizaje no se aborden de manera aislada, sino que se

integren de manera coherente en todas las asignaturas y experiencias educativas. Este enfoque permite que el desarrollo de competencias socioemocionales no dependa exclusivamente de cursos específicos, sino que se fomente de manera sistemática a lo largo de la formación académica del estudiante, promoviendo su aplicación práctica en situaciones reales de interacción profesional.

El presente estudio se centra en identificar y proponer una estrategia de transversalización curricular que faciliten el desarrollo de competencias socioemocionales en los estudiantes de Ingeniería Comercial. Se busca, a través de un análisis teórico y empírico, comprender cómo estas estrategias pueden ser implementadas de manera efectiva, generando un impacto positivo en la formación integral de los futuros profesionales, fortaleciendo tanto su desempeño académico como su capacidad de adaptación y resiliencia en el entorno laboral.

En consecuencia, la investigación tiene como finalidad contribuir al mejoramiento de los procesos educativos dentro de la carrera, promoviendo la integración de habilidades socioemocionales en el currículo, lo que permitirá formar profesionales más competentes, empáticos y socialmente responsables, capaces de enfrentar los desafíos del mundo contemporáneo.

La transversalización de competencias socioemocionales en Ingeniería Comercial implica integrarlas en todo el currículo para formar profesionales completos (saber ser y convivir) además de técnicos (*saber hacer*), enfocándose en habilidades como empatía, resiliencia, comunicación y trabajo en equipo, cruciales para la adaptación laboral y el éxito en entornos complejos, conectando lo cognitivo con lo afectivo y social.

Los resultados del diagnóstico mostraron que el nivel de desarrollo de las competencias socioemocionales (autoconciencia, autogestión, conciencia social, habilidades de relación y toma de decisiones responsables) es intermedio, lo que refleja avances parciales, pero también debilidades en la gestión emocional y en la capacidad para tomar decisiones responsables en contextos académicos y sociales.

Asimismo, los hallazgos del último cuadro de la encuesta revelaron que la mayoría de los estudiantes (48%) considera prioritario implementar prácticas profesionales y fortalecer los y renovar convenios con instituciones públicas y privadas para la realización de prácticas preprofesionales, profesionales. Este resultado demuestra una necesidad formativa real y una demanda estudiantil legítima por contar con espacios de aplicación práctica donde puedan consolidar sus competencias socioemocionales en contextos laborales auténticos.

Entonces la propuesta se plantea como una estrategia integral de transversalización curricular, orientada a fortalecer las competencias socioemocionales dentro de los procesos de enseñanza y de aprendizaje de la Carrera comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, sin crear nuevas asignaturas, sino integrando dichas competencias en los programas ya existentes, de manera complementaria, incorpora la implementación progresiva de prácticas preprofesionales desde el tercer año y 4 año y la renovación y ampliación de convenios interinstitucionales para articular la universidad con el sector productivo y social.

El alcance de la propuesta es académico, institucional y social, puesto que busca fortalecer el perfil del egresado como un profesional competente, ético, empático, comunicativo y socialmente comprometido, acorde a las exigencias del mercado laboral y a los principios del Modelo Educativo Sociocomunitario Productivo (MESCP).

La transversalización de competencias socioemocionales consiste en integrar de manera sistemática, continua y articulada el desarrollo de habilidades emocionales, sociales y éticas en todos los componentes del currículo de la Carrera de Ingeniería Comercial. No se trata de incluirlas como una asignatura aislada, sino como un eje permanente que acompaña la formación técnica, gerencial y estratégica del futuro profesional.

La fundamentación teórica de la transversalización de competencias socioemocionales se basa en la Psicología Positiva, Teoría del Aprendizaje Social, Inteligencia Emocional y enfoques socioculturales, entendiendo estas competencias como habilidades esenciales para el bienestar y el éxito personal y social, integrando conocimientos, actitudes y destrezas como la autoconciencia, autorregulación, empatía, habilidades sociales, toma de

decisiones responsable que deben enseñarse de forma continua y a través de todo el currículo para transformar la cultura escolar en un entorno de aprendizaje integral y positivo, impactando directamente en la convivencia y el rendimiento académico.

5.1.7 Competencias socioemocionales a desarrollar

1. Autoconciencia: reconocer emociones, valores y capacidades personales
2. Autogestión: manejar emociones, controlar el estrés y organizar el tiempo
3. Conciencia social: empatía, respeto y sensibilidad hacia la diversidad
4. Habilidades de relación: comunicación asertiva, cooperación y liderazgo
5. Toma de decisiones responsables: analizar consecuencias éticas, sociales y ambientales en la acción profesional

5.1.8 Objetivo de la propuesta

Fortalecer los procesos educativos orientados a la formación integral de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial, mediante el desarrollo de competencias socioemocionales.

5.1.9 Beneficiarios

- Los beneficiarios son los estudiantes de la Carrera de Ingeniería comercial.
- Los docentes, quienes podrán aplicar las actividades para organizar el proceso enseñanza y aprendizaje.
- La Carrera de Ingeniería comercial, quien contará con los procedimientos necesarios y organizados para optimizar los procesos enseñanza y aprendizaje.

5.1.10. Modelación de la propuesta

La modelación permite la representación ideal de los componentes del objeto de estudio.

Los componentes del proceso enseñanza y aprendizaje están estrechamente relacionados en independencia y dependencia de cada componente al manifestar la integralidad de sus funciones.

La representación ideal del objeto de estudio supone alternativas: sin embargo, hay constantes, como la función de los docentes, las actividades de los estudiantes y la implementación del proceso de transversalización.

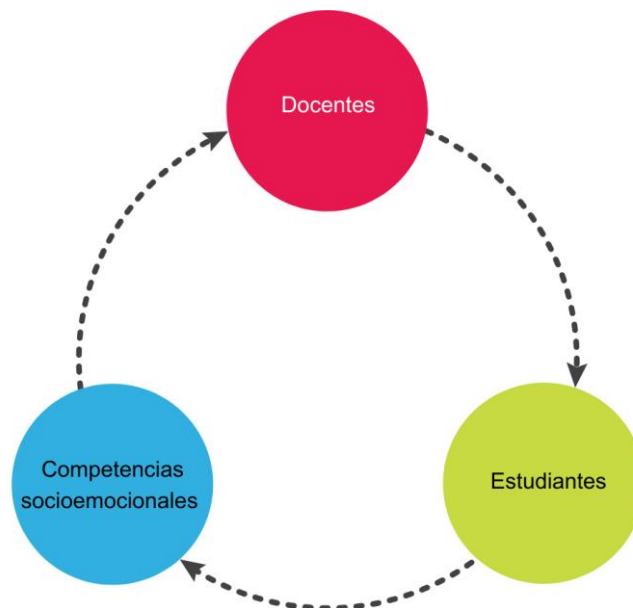
Los tres componentes son dependientes e independientes que coexisten a partir de una triada.

Ilustración 2. Relación de componentes

Fuente. Elaboración propia

- Relación entre cada uno de los componentes

- **Los docentes**, son los facilitadores de los aprendizajes, aplican los procesos de transversalización, establecen las actividades según los contenidos para que los estudiantes sean protagonistas de su propio aprendizaje, acompañan a los estudiantes en el proceso con



la resolución de las dudas, retroalimentan de forma constante para fomentar la autonomía. Evalúa los aprendizajes de forma permanente.

- **Los estudiantes**, son los protagonistas del proceso enseñanza y de aprendizaje, quiénes son autónomos, auto disciplinados y autorregulados para gestionar su tiempo y su proceso educativo, colaboran con sus compañeros y el docente para aplicar los conocimientos en procesos prácticos.
- **Competencias socioemocionales**, conjunto de habilidades, actitudes y capacidades aprendidas que permiten a las estudiantes comprender y manejar sus propias emociones, establecer y alcanzar metas positivas, sentir y mostrar empatía por los

demás, establecer y mantener relaciones positivas, y tomar decisiones responsables de manera efectiva.

No existe un proceso docente sin el protagonismo de los estudiantes, los docentes por su lado representan la diversidad de los conocimientos y el manejo de los actividades, los estudiantes con las predisposiciones de consolidar los conocimientos y habilidades y de realizar las acciones teóricas y prácticas, las competencias socioemocionales con las respectivas acciones para el desarrollo de habilidades, actitudes y capacidades aprendidas para comprender y manejar sus propias emociones, establecer y alcanzar metas positivas, sentir y mostrar empatía por los demás, establecer y mantener relaciones positivas, y tomar decisiones responsables de manera efectiva, este proceso es independiente y dependiente a estar relacionados.

5.2. Diseño metodológico de la propuesta

La propuesta se fundamenta en acciones didácticas, estructuradas que posibilitan un proceso planificado y organizado de manera efectiva para fomentar la participación activa de los estudiantes.

5.2.1. Implementación de la propuesta a través de fases:

- 1. Primera fase: Diseño de la interacción y participación de los estudiantes en los procesos enseñanza y de aprendizaje para el desarrollo de competencias socioemocionales,** a través de los componentes del proceso enseñanza y de aprendizaje para fomentar la participación y el intercambio de ideas, con un proceso permanente y colaborativo entre compañeros, que desarrolle habilidades de trabajo en equipo y de forma individual.
- 2. Segunda fase: Capacitación y apoyo docente,** esta fase considera un proceso de capacitación a los docentes para la transversalización curricular para el desarrollo de competencias socioemocionales de los estudiantes.
- 3. Tercera fase: Evaluación de la propuesta,** comprende un proceso organizado que recaba información de las dos anteriores fases de la propuesta, con el fin de garantizar la pertinencia y calidad de la propuesta.

5.2.2. Desarrollo de la propuesta

5.2.2.1. Primera fase: Diseño de la interacción y participación de los estudiantes en el proceso enseñanza y de aprendizaje para el desarrollo de competencias socioemocionales

Las características de la propuesta permitirán conocer e integrar las competencias socioemocionales a los contenidos generales de las asignaturas de la Carrera de Ingeniería Comercial a través de aspectos que considera:

- *Transversalidad*: las competencias se integran en todas las asignaturas y niveles.
- *Innovación*: incorporación de prácticas preprofesionales y alianzas institucionales como espacios de aprendizaje.
- *Metodologías activas*: fomentan el trabajo colaborativo, la reflexión y la aplicación práctica.
- *Evaluación auténtica*: mide el desarrollo socioemocional en contextos reales.
- *Acompañamiento docente*: apoyo y tutorías personalizadas.
- *Sostenibilidad*: evaluación anual y mejora continua del programa.

- Desarrollo de la primera fase

▪ Objetivo:

Desarrollar competencias socioemocionales en los estudiantes de Ingeniería Comercial mediante una estrategia de transversalización curricular fortaleciendo habilidades de comunicación, trabajo en equipo, toma de decisiones responsables y manejo de emociones en contextos profesionales

▪ Características de la primera fase de la propuesta

A continuación, se describe a detalle los años académicos, las competencias socioemocionales para incorporar en las asignaturas, con actividades para establecer los resultados.

Tabla 42 Años académicos y competencias socioemocionales para incorporar en las asignaturas

Año Académico	Competencias socioemocionales	Asignaturas clave	Actividades formativas	Resultados esperados
1° Año	Autoconciencia y autogestión	ADM131 - Administración general INV141 - Métodos y Técnicas de Investigación	Diarios reflexivos, autoevaluaciones personales, planificación del tiempo y control emocional.	Estudiantes con autoconocimiento y habilidades para gestionar su desempeño académico.
2° Año	Conciencia social y colaboración	COM252 - Comportamiento del consumidor INV241 - Investigación de mercados	Estudios de caso sobre diversidad cultural, proyectos en equipo, análisis del impacto social de decisiones económicas.	Estudiantes empáticos, respetuosos y colaborativos.
3° Año	Habilidades de relación y liderazgo	ADM331 - Administración de operaciones COM352 - Comunicaciones Integradas de Marketing INV341 - Seminario I	Simulaciones de liderazgo, debates, proyectos interdisciplinarios y evaluación grupal. Inicio de prácticas preprofesionales en empresas o instituciones locales.	Estudiantes con liderazgo, comunicación efectiva y experiencia inicial en contextos reales.
4° Año	Toma de decisiones responsables e integración	COM451 - Marketing Social y RSE COM454 - Práctica Laboral INV441 - Seminario II	Proyectos empresariales integradores con impacto social y ambiental, análisis de dilemas éticos, simulaciones de negociación. Prácticas profesionales en instituciones públicas o privadas.	Egresados con pensamiento crítico, responsabilidad ética y proyección profesional integral.

Fuente: Elaboración propia

- **Orientaciones metodológicas para la implementación por año de estudio.**

Cada una de las actividades propuestas para las competencias socioemocionales se desglosan a partir del establecimiento del año de formación, la competencia socioemocional, la asignatura clave, las actividades formativas y el resultado a alcanzar por el estudiante.

Tabla 43 Primer año

Año Académico	Competencias socioemocionales	Asignaturas clave	Actividades formativas	Resultados esperados
1° Año	Autoconciencia y autogestión	ADM131 - Administración General INV141 - Métodos y Técnicas de Investigación	Diarios reflexivos, autoevaluaciones personales, planificación del tiempo y control emocional.	Estudiantes con autoconocimiento y habilidades para gestionar su desempeño académico.

Fuente: Elaboración propia

- **Competencias socioemocionales: autoconciencia y autogestión**

La autoconciencia y la autogestión son competencias fundamentales, especialmente en la inteligencia emocional, donde la autoconciencia es la capacidad de reconocer y comprender las propias emociones, fortalezas y valores, y la autogestión es usar ese conocimiento para regular las emociones, pensamientos y acciones, respondiendo a las situaciones de forma constructiva en lugar de impulsiva, lo cual es crucial para el éxito personal y profesional en los estudiantes.

- **Objetivo de la implementación**

- Desarrollar en los estudiantes la capacidad de autorregular sus emociones para la gestión de su tiempo mediante la definición de metas realistas, demostrando organización y autocontrol en situaciones de demanda académica.

▪ **Indicadores de la competencia socioemocional en su implementación**

La autoconciencia es el paso previo indispensable para la autogestión, los estudiantes no pueden gestionar lo que no se reconoce al identificar señales emocionales como tensión muscular, la autoconciencia da la oportunidad de elegir una respuesta consciente en lugar de una reacción automática, practicando la autogestión desde el análisis de pensamientos sin juzgar para identificar patrones y reacciones, para el autocontrol emocional, adaptabilidad emocional, para la orientación hacia el logro y las actividades positivas que el estudiante se propone.

Tabla 44 Indicadores de la competencia socioemocional autoconciencia y autogestión

Autoconciencia	Autogestión
<p>Autoconciencia Los estudiantes conocen qué sienten, por qué lo sienten y cómo impacta en los comportamientos y decisiones, lo que llega a incidir en su formación profesional.</p>	<p>Habilidades clave: autoconocimiento, autoconciencia emocional, el estudiante reconoce sus fortalezas y debilidades y debe analizarlas en un momento de autoconocimiento dentro de un proceso consciente</p> <p>Toma de decisiones: el estudiante toma decisiones éticas y reflexivas, entiende los sesgos y motivaciones para consolidar la autoevaluación de las situaciones</p> <p>Autogestión o autorregulación: en el proceso formativo los estudiantes manejan sus emociones, impulsos y recursos de manera efectiva, adaptándose a los cambios y logrando objetivos dentro de su vida personal y académica</p> <p>Autocontrol emocional: los estudiantes basados en proceso de adaptabilidad, orientación al logro, iniciativa y el optimismo desarrollan mayor disciplina, mejor gestión del tiempo, rendimiento superior, relaciones más sólidas y manejo del estrés lo que llega a beneficiar a los estudiantes en sus procesos formativos</p>

<p>Asignaturas: ADM131 - Administración general INV141 - Métodos y técnicas de investigación</p> <p>Actividades del estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifica aciertos, fallas, impacto de su experiencia personal de las funciones del proceso administrativo a través de diarios reflexivos, autoevaluaciones personales. - Establece los procedimientos de los métodos cuantitativos y cualitativos a través de la planificación del tiempo para el proceso organizativo de la investigación y genera espacios de control emocional para organizar las actividades que requiere la investigación.
--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 45 Segundo año

Año académico	Competencias prioritarias	Asignaturas clave	Actividades formativas	Resultados esperados
2° Año	Conciencia social y colaboración	COM252 - Comportamiento del Consumidor INV241 - Investigación de Mercados	Estudios de caso sobre diversidad cultural, proyectos en equipo, análisis del impacto social de decisiones económicas.	Estudiantes empáticos, respetuosos y colaborativos.

Fuente: Elaboración propia

▪ **Competencias socioemocionales: conciencia social y colaboración**

La competencia socioemocional de conciencia social y colaboración implica integrar el saber ser, convivir, saber hacer, enfocándose en habilidades como la empatía, resiliencia, comunicación y trabajo en equipo, cruciales para la adaptación laboral y el éxito en entornos complejos, conectando lo cognitivo con lo afectivo y social.

▪ **Objetivo de la implementación**

Desarrollar en los estudiantes la creatividad y la resolución colaborativa de problemas, aplicando la conciencia social y el manejo socioemocional para diseñar respuestas adaptativas a desafíos comunitarios reales.

▪ **Indicadores de la competencia socioemocional en su implementación**

La integración busca conectar aprendizajes de distintas áreas cognitivas, artísticas, comunitarias con los recursos socioemocionales, no como una materia aislada, sino como un enfoque integral para el desarrollo humano y profesional.

Las competencias socioemocionales son fundamentales en la Carrera de ingeniería comercial desde el pensamiento crítico, resolución de problemas, creatividad, aprendizaje activo en la comunicación efectiva, trabajo en equipo, liderazgo, empatía, escucha activa en la autogestión, la resiliencia, autoconciencia, motivación, gestión del tiempo, y adaptabilidad.

El desarrollo de la formación integral, debe ir más allá de lo técnico, formando personas competentes en diversas dimensiones sociales, afectivas, laborales, los ingenieros comerciales requieren, además de habilidades técnicas duras, competencias blandas para tener éxito en un entorno empresarial dinámico.

Tabla 46 Indicadores de la competencia socioemocional conciencia social y colaboración

Conciencia social	Colaboración
<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes comunican y colaboran en lo que es fundamental para el trabajo en equipo y la eficiencia organizacional, la autoconciencia y la gestión emocional contribuyendo a un pensamiento crítico y una toma de decisiones responsable. - Los estudiantes se acomodan al cambio en la resiliencia y la adaptabilidad, las cuales son cruciales en la era de la transformación digital con la empatía y las habilidades interpersonales son esenciales para motivar equipos y gestionar relaciones laborales positivas. - Se promueve la conciencia social, en acciones que llega a demostrar empatía, comprender perspectivas diversas y valorar los logros de 	<p>La colaboración es la capacidad de trabajar de manera efectiva con otros para alcanzar objetivos comunes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes se comunican de forma asertiva, participan activamente, tienen responsabilidad compartida y disposición para construir acuerdos y resolver conflictos de forma constructiva. - Los estudiantes trabajan en equipo con la participación equitativa y compromiso con la tarea a partir de una comunicación efectiva desde la escucha activa, claridad y respeto en las ideas para la resolución colaborativa de problemas desde una búsqueda conjunta de

Conciencia social	Colaboración
<p>otros, en las habilidades relacionales de manera efectiva, construir relaciones saludables y colaborar considerando las implicaciones éticas y el bienestar de los demás en las decisiones profesionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La integración de estas competencias no debe limitarse a cursos aislados, sino pernear todo el currículo, en la integración curricular incluyendo objetivos de aprendizaje socioemocional en las descripciones de cursos técnicos fomentando el aprendizaje basado en proyectos, estudios de caso y simulaciones que requieran trabajo en equipo, negociación y resolución de conflictos en el desarrollo de un modelado docente en sus interacciones con los estudiantes con actividades prácticas en el desarrollo de "círculos de emociones" o sesiones de retroalimentación donde los estudiantes puedan expresar sus vivencias y aprender de ellas. 	<p>soluciones en la corresponsabilidad del cumplimiento de roles y acuerdos grupales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes desarrollan la negociación y mediación: Capacidad de gestionar desacuerdos y llegar a consensos lo que permite desarrollar habilidades para el mundo laboral y profesional a partir de la mejora el rendimiento académico a través del aprendizaje cooperativo en la construcción colectiva de conocimiento, lo que fortalece el liderazgo, la participación y la autonomía que relacione la conciencia social y colaboración ambas competencias están estrechamente vinculadas en la conciencia social permite comprender al otro; la colaboración convierte esa comprensión en acción conjunta.
<p>Asignatura: COM252 - Comportamiento del Consumidor - INV241 - Investigación de Mercados</p> <p>Actividades del estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caracteriza los tipos de comportamiento del consumidor a través de estudios de caso sobre diversidad cultural - Genera proyectos en equipo para identificar los comportamientos del consumidor - Establece los procesos o etapas de la investigación de mercados a través de análisis del impacto social de decisiones económicas. - Incorporar actividades que desarrollen estas habilidades en materias como físicas, marketing, gestión de proyectos y otros. - Establece proyectos comunitarios o empresariales para aplicar habilidades blandas junto con conocimientos técnicos de la asignatura 	

Fuente: Elaboración propia

La integración de estas competencias no debe limitarse a cursos aislados, sino permear todo el currículo, en la integración curricular incluyendo objetivos de aprendizaje socioemocional en las descripciones de cursos técnicos fomentando el aprendizaje basado en proyectos, estudios de caso y simulaciones que requieran trabajo en equipo, negociación y resolución de conflictos en el desarrollo de un modelado docente en sus interacciones con los estudiantes con actividades prácticas en el desarrollo de "círculos de emociones" o sesiones de retroalimentación donde los estudiantes puedan expresar sus vivencias y aprender de ellas, también es necesario reconocer que sin conciencia social, la colaboración se vuelve superficial; sin colaboración, la conciencia social no se transforma en prácticas colectivas. Por eso se consideran competencias prioritarias dentro de la educación basada en habilidades socioemocionales.

Entonces, se debe incluir la evaluación de estas habilidades como parte del desempeño general del estudiante, proporcionando retroalimentación constante sobre su progreso hacia la inserción laboral con la comunicación, colaboración, creatividad y pensamiento crítico.

Tabla 47 Tercer año:

Año académico	Competencias socioemocionales	Asignaturas clave	Actividades formativas	Resultados esperados
3° Año	Relación y liderazgo	ADM331 - Administración de Operaciones COM352 - Comunicaciones Integradas de Marketing INV341 - Seminario I	Simulaciones de liderazgo, debates, proyectos interdisciplinarios y evaluación grupal. Inicio de prácticas preprofesionales en empresas o instituciones locales.	Estudiantes con liderazgo, comunicación efectiva y experiencia inicial en contextos reales.

Fuente: Elaboración propia

▪ **Competencias prioritarias: relación y liderazgo**

Las habilidades de relación y liderazgo implican saber escuchar activamente y ajustar el mensaje al contexto, son esenciales para guiar equipos, aptitudes interpersonales como ser la comunicación, empatía, resolución de conflictos, motivación, trabajo en equipo, integridad con capacidades de gestión y visión delegación, pensamiento crítico, adaptabilidad, toma de decisiones, planificación para inspirar, influir positivamente y lograr objetivos organizacionales, fomentando un ambiente de confianza, colaboración y crecimiento mutuo.

▪ **Objetivo de la implementación**

Expresar ideas, necesidades y emociones de manera clara, respetuosa y oportuna mediante la expresión de las perspectivas y necesidades de los demás favoreciendo las relaciones humanas más comprensivas y cooperativas.

▪ **Indicadores de la competencia socioemocional en su implementación**

Las habilidades de relación y liderazgo son un conjunto de competencias socioemocionales e interpersonales que permiten a una persona interactuar de manera efectiva con otros, influir positivamente en los grupos, resolver conflictos y guiar procesos hacia el logro de metas comunes.

Tabla 48 Indicadores de la competencia socioemocional, la comunicación, relación y el liderazgo

La comunicación, relación y el liderazgo
<p>Son esenciales en contextos educativos, laborales, comunitarios y organizacionales, facilitan la interacción armónica y constructiva con otras personas. Incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación asertiva, empatía, comprender y reconocer los sentimientos, perspectivas y necesidades de los demás, favorece relaciones humanas más comprensivas y cooperativas, colaboración y trabajo en equipo, trabajar con otros para alcanzar objetivos compartidos. - Incluye coordinación, aporte equitativo, apoyo y responsabilidad compartida en la resolución de conflictos, desde la capacidad para gestionar desacuerdos mediante el diálogo, negociación y búsqueda de soluciones mutuamente beneficiosas, evitando la confrontación destructiva y promueve ambientes saludables. A su vez potencia la adaptabilidad social ajustándose a diferentes personas, grupos y situaciones, por lo que desarrolla la flexibilidad, tolerancia y apertura.

La comunicación, relación y el liderazgo

- Lo que permite el desarrollo de habilidades de liderazgo en el desarrollo de capacidades que permitan influir positivamente en individuos o grupos para guiar acciones, decisiones y procesos definiendo metas claras y diseñar estrategias para alcanzarlas orientando al equipo hacia objetivos comunes hacia una buena toma de decisiones.
- El estudiante de la Carrera de Ingeniería Comercial se formará como líder efectivo reconociendo logros, con el desarrollo de un liderazgo ético actuando con integridad, responsabilidad y equidad construyendo confianza y credibilidad a partir de una Gestión del Cambio en la dirección de procesos de transformación y adaptación en equipos o instituciones.

Asignaturas: ADM331 - Administración de Operaciones - COM352 - Comunicaciones integradas de marketing

Actividades del estudiante:

Conecta con las personas a través de su capacidad comunicativa con las siguientes acciones:

- Práctica de generación de preguntas profundas y escucha con atención plena, yendo más allá de lo superficial de la gestión de la cadena de suministro a través de debates estableciendo procesos de liderazgo en proyectos interdisciplinarios
- Ejercita la capacidad de ponerse en el lugar de otra persona de forma estructurada y comprensiva cuando aborda la planificación y control de procesos en espacios colaborativos de escucha
- Comparte eficazmente sus ideas, planes y visiones en los contenidos de planificación y control de procesos donde maneja estructuras y mensajes, adaptando los mensajes para diferentes tipos de audiencia
- Comunica planes complejos con los compañeros para generar debates con resultados de proyectos interdisciplinarios
- Imparte instrucciones y define expectativas en forma clara y precisa del mensaje central unificado a través de una evaluación grupal
- Establece instrucciones vagas versus precisas para un proceso de retroalimentación sobre el contenido con debates
- Desglosa tareas complejas en pasos para anticipar errores antes del inicio de las prácticas preprofesionales en empresas o instituciones locales.
- Activa emociones para un trabajo con pasión en colaboración con los compañeros en el inicio de las prácticas preprofesionales en empresas o instituciones locales
- Genera un sentido de misión compartida en las funciones y responsabilidades
- Reconoce las emociones que surgen en la colaboración de actividades antes del inicio de las actividades.
- Influye en la organización de significados compartidos cuando aborda los contenidos sobre selección y coordinación de canales para la comunicación a través de simulaciones de liderazgo

La comunicación, relación y el liderazgo
<ul style="list-style-type: none"> - Construye narrativas compartidas a partir de experiencias diversas para conectar eventos a través de debates para los canales de comunicación - Alinea a las personas a una visión compartida y de liderazgo en la selección y coordinación de canales para la comunicación - Conecta las aspiraciones individuales con visiones colectivas, demostrando cómo se complementan y potencian mutuamente para la planificación de procesos

Fuente: Elaboración propia

El estudiante debe ser un líder efectivo construyendo relaciones de confianza, comunicación clara, escuchando y comprendiendo a su equipo en ambientes colaborativos dentro de la gestión de conflictos con justicia y sensibilidad motivando y orientando a los grupos hacia metas comunes.

Tabla 49 Cuarto año

Año Académico	Competencias Prioritarias	Asignaturas Clave	Actividades Formativas	Resultados Esperados
4° Año	Toma de Decisiones Responsable e Integración	COM451 - Marketing Social y RSE COM454 - Práctica Laboral INV441 - Seminario II	Proyectos empresariales integradores con impacto social y ambiental, análisis de dilemas éticos, simulaciones de negociación. Prácticas profesionales en instituciones públicas o privadas.	Egresados con pensamiento crítico, responsabilidad ética y proyección profesional integral.

Fuente: Elaboración propia

- **Competencias prioritarias: Toma de decisiones responsable e integración**

Las competencias prioritarias son capacidades fundamentales que permiten a las personas actuar de manera ética, crítica, colaborativa y consciente en diferentes contextos de la vida personal, social, académica y profesional.

Estas competencias integran conocimientos, habilidades, actitudes y valores, y se desarrollan de manera transversal

- **Objetivo de la implementación**

Integrar conocimientos, habilidades, actitudes y valores de manera transversal, para actuar de forma ética, crítica, colaborativa y consciente en la resolución de desafíos y en la interacción dentro de los diversos contextos de su vida personal, social, académica y futura profesional.

- **Indicadores de la competencia socioemocional en su implementación**

La toma de decisiones responsable es la capacidad de analizar situaciones, evaluar alternativas, anticipar consecuencias y elegir acciones éticas y sostenibles, considerando el bienestar propio, de los demás y del entorno.

Tabla 50 Indicadores de la competencia socioemocional, toma de decisiones responsables y de integración

Toma de decisiones responsables y de integración
<p>Las competencias prioritarias de toma de decisiones responsables y de integración se centran en la capacidad de elegir conscientemente, considerando ética, consecuencias y bienestar propio y ajeno, mientras se colabora para un fin común, integrando perspectivas diversas y promoviendo la inclusión para el desarrollo personal y social, a menudo implicando pensamiento crítico, inteligencia emocional y responsabilidad ética para construir comunidades justas y pacíficas.</p> <p>La toma de decisiones responsable, viene a ser la habilidad para elegir acciones y comportamientos efectivos y saludables, evaluando información, identificando problemas, considerando alternativas y anticipando resultados, siempre con una base ética y orientada al bienestar de uno mismo y de los demás.</p>
<p>COM451 - Marketing Social y RSE COM454 - Práctica Laboral INV441 - Seminario II</p> <p>Actividades del estudiante:</p> <p>Habilidades complejas que desarrolla el estudiante:</p> <p>Análisis y evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analiza hechos y situaciones para comprender el estado y evaluar opciones, pros y contras de diferentes situaciones tomando en cuenta para mejorar el producto, revisar precio, adecuar plaza y planificar las promociones en proyectos empresariales integrado con impacto social y ambiental <p>Inteligencia emocional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconoce, controla y gestiona emociones propias y ajenas para tomar decisiones más racionales en ambientes colaborativos a través del análisis de dilemas éticos, promoviendo mejorar el producto, revisar precio, adecuar plaza y planificar las promociones <p>Autoconocimiento y entorno</p>

Toma de decisiones responsables y de integración

- Toma decisiones para entenderse a sí mismo y el contexto social para mejorar el producto, revisar precio, adecuar plaza y planificar las promociones con simulaciones de negocios

Orientación a consecuencias

- Reflexiona sobre los impactos de las decisiones, tanto a corto como a largo plazo, para trabajar colaborativamente en entornos diversos, fomentando el bienestar colectivo, la justicia y la inclusión, reconociendo la identidad propia y la de los demás haciendo elecciones constructivas y respetuosas sobre el comportamiento personal y las interacciones sociales, basándose en la consideración de normas éticas, preocupaciones de seguridad, normas sociales y la evaluación realista de las consecuencias de diversas acciones para el bienestar propio y el de los demás para mejorar el producto, revisar precio, adecuar plaza y planificar las promociones con simulaciones de negociación.

Habilidades asociadas que desarrolla el estudiante:

Análisis de información

- Evalúa hechos, datos y situaciones de manera informada y racional con estrategias de cambio de comportamiento a través del análisis de dilemas éticos

Consideración ética

- Basa las decisiones en principios y valores, demostrando honestidad, integridad y equidad sobre los tipos de Marketing social (interno, externo, interactivo), con proyectos empresariales integradores con impacto social y ambiental

Evaluación de consecuencias

- Anticipa y pondera los posibles resultados e implicaciones positivas y negativas de las diferentes alternativas antes de actuar a través de análisis de dilemas éticos sobre los tipos de Marketing social (interno, externo, interactivo)

Establecimiento de metas

Toma de decisiones responsables y de integración
<ul style="list-style-type: none"> - Alinea las decisiones con objetivos a largo plazo y proyectos de vida, promoviendo el bienestar individual y colectivo para combinar y utilizar eficazmente un conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y valores para enfrentar situaciones específicas o resolver problemas complejos de las de las estrategias de cambio de comportamiento con acción es de (educar, estimular, cambiar hábitos en espacios de simulaciones de negociación <p>Saber-hacer</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplica conocimientos teóricos y prácticos de manera combinada en situaciones reales conectando diferentes áreas de conocimiento o habilidades cognitivas, técnicas, metodológicas, socioemocionales para una comprensión holística de un problema para responder eficazmente a contextos cambiantes, lo que implica trabajar con otras perspectivas y habilidades individuales para lograr un objetivo común, lo cual fomenta la colaboración y la participación activa en las prácticas profesionales en instituciones públicas o privadas

Fuente: Elaboración propia

Ambas habilidades son fundamentales y se refuerzan mutuamente: la integración proporciona el marco para reunir la información y las habilidades necesarias, mientras que la toma de decisiones responsable dirige cómo se aplican esos elementos de manera ética y consciente. Juntas, permiten a los individuos no solo resolver problemas, sino también contribuir positivamente a su entorno familiar, social y laboral.

Su carácter prioritario radica en que facultan a las personas para ejercer autonomía, fortalecer la resiliencia y transformar positivamente su entorno, evitando comportamientos de riesgo y promoviendo una ciudadanía responsable y solidaria.

5.2.2.2. Segunda fase: Capacitación y apoyo docente.

Este proceso implica acciones introductorias para asumir las funciones del docente en el proceso de transversalización.

Tabla 51 Datos generales

CARRERA:	Ingeniería Comercial
SISTEMA:	Requerimiento
FONDO DE TIEMPO	3 horas
DESTINATARIOS	Docentes

Fuente: Elaboración propia

▪ **Objetivo**

Fortalecer conocimientos y habilidades en los docentes sobre los procesos de transversalización curricular de las competencias socioemocionales, que implique la gestión de los contenidos, mediante prácticas realizadas.

Tabla 52 Contenidos

Unidad temática 1: Transversalización curricular de las competencias socioemocionales en Ingeniería Comercial		
Objetivo de la unidad Integrar de forma sistémica el desarrollo de las competencias socioemocionales en los contenidos del currículum de la Carrera de Ingeniería Comercial, asegurando que los docentes las adquieran y apliquen en contextos académicos y profesionales con los estudiantes.		
Contenidos mínimos		
Sistema de conocimientos	Sistema de habilidades/procedimentales	Sistema de valores/actitudinales
Contenidos mínimos: transversalización de los contenidos - Autoconciencia y autogestión - Conciencia social y colaboración - Habilidades de relación y liderazgo - Toma de decisiones responsables e integración	Habilidades técnicas y comunicativas: - Reconoce la importancia de transversalizar los contenidos socioemocionales - Realiza ejercicios de transversalización bajo la guía del instructor - Formula y expresa críticas constructivas utilizando técnicas	- Respeto: valorar la dignidad, opiniones y aportes de todas las personas, independientemente de su posición o diferencias - Empatía: comprensión activa de las perspectivas, necesidades y emociones - Colaboración: disposición a trabajar en equipo, compartir

	<p>asertivas en el proceso de transversalización</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organiza tareas considerando las fortalezas individuales del equipo para quien va a implementar - Adapta los contenidos socioemocionales en estrecha relación con los contenidos de la carrera - Concreta resultados de la transversalización 	<p>créditos y priorizar el éxito colectivo sobre el individual</p> <ul style="list-style-type: none"> - Justicia: equidad en el trato, distribución de oportunidades y reconocimiento de méritos - Excelencia: búsqueda constante de mejora en la calidad del trabajo y servicio - Transparencia: claridad y honestidad en la comunicación de información relevante
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

▪ **Orientaciones metodológicas:**

- Al inicio de la clase, el instructor consulta sobre conocimientos de gestión de empresas, para identificar los conocimientos previos de los docentes en un tiempo de 10 minutos a fin de realizar la evaluación de diagnóstica.
- Una vez identificado los conocimientos previos de los docentes, el instructor rescata los aportes y explica a través de una presentación de Gestión financiera, Marketing y ventas, Recursos Humanos (Talent Management), Operaciones y Logística, integrando procesos de autoconciencia y autogestión, conciencia social y colaboración, habilidades de relación y liderazgo, decisiones responsables e integración en 20 minutos.
- El instructor sensibiliza sobre la importancia de las competencias socioemocionales.
- El instructor muestra el procedimiento de transversalización de las competencias socioemocionales para que los docentes realicen el mismo procedimiento, posteriormente muestra la posibilidad de generar ejemplos prácticos, solicita a los docentes manifestar ejemplos de transversalización, esta actividad es realizada en 10 minutos.
- El instructor explica un ejemplo de transversalización de los contenidos para el desarrollo de competencias socioemocionales. En 20 minutos

Tabla 53 contenidos transversalizados

Competencia socioemocional	Contenidos técnicos	Contenido transversalizado	Actividad de integración
Autoconciencia y autogestión	Financiero: Proyecciones con evaluación de riesgos y plan de financiamiento ético.	Gestión de presión en cadenas de suministro críticas. Tolerancia a la ambigüedad en escenarios de disrupción.	Simulación de crisis logística: Interrupción por desastre natural. Deben tomar decisiones rápidas con información incompleta; luego analizar sus reacciones bajo estrés.
Conciencia social y colaboración	Operaciones: Cadena de suministro sostenible y resiliente.	Logística humanitaria. Huella social de la cadena de suministro (trabajo justo). Operaciones colaborativas (cross-docking, etc.).	Proyecto humanitario: Diseñar cadena de suministro para vacunas en zona rural. Equipos deben coordinar con "actores locales" (estudiantes como roles: alcalde, comunidad, ONG).
Habilidades de relación y liderazgo	RRHH: Plan de gestión del talento con diversidad y desarrollo del bienestar.	Coordinación interdepartamental. Negociación con proveedores y transportistas. Liderazgo de equipos en turnos rotativos.	Juego de roles múltiples: Simular una mesa de coordinación entre producción, logística y ventas durante una promoción sorpresa. Practicar comunicación clara bajo presión.
Toma de decisiones responsables	Marketing: Campaña con segmentación inclusiva y comunicación responsable.	Decisiones de sostenibilidad vs. costos (embalajes, rutas). Ética en la subcontratación.	Análisis de caso real: Evaluar si externalizar producción a fábrica con costos bajos pero estándares laborales cuestionables. Presentar recomendación con argumentos múltiples.
<p>Competencia: Un docente/egresado que no solo establece contenidos socioemocionales, sino que comprende el impacto humano de sus recortes; no solo diseña una campaña, sino que considera sus efectos sociales; no solo optimiza una cadena, sino que preserva la dignidad en cada eslabón.</p>			

Fuente: Elaboración propia

- Los docentes y el instructor tienen un tiempo de descanso de 15 minutos.
- Volviendo del descanso, los docentes realizan la actividad de transversalización en 30 minutos.
- Los docentes deben:
 - Identificar los contenidos técnicos, en base a los contenidos, selecciona las competencias socioemocionales
 - Generar ejemplos de actividades que consideran competencias socioemocionales en relación a los contenidos técnicos
- El instructor considera que los docentes deben seguir las instrucciones para realizar las actividades paso a paso sin obviar los procedimientos.
- Los docentes socializan las actividades realizadas a través de exposiciones realizadas en grupos, cada grupo expone en 10 minutos, haciendo un total de 30 minutos.
- Finalmente, el instructor genera las orientaciones finales explicando la evaluación y la retroalimentación en 15 minutos.
- Los docentes realizan la práctica de evaluación y retroalimentación en 30 minutos.

- **Bibliografía:**

- Orientaciones pedagógicas para el desarrollo de habilidades socioemocionales: visitado en fecha 29 de enero enlace: <https://www.unicef.org/peru/media/18541/file/Modulo%20V%20-%20Orientaciones%20Pedagogicas.pdf>
- IDES (Instituto de Desarrollo Económico y Social) y CONICET, Las competencias transversales y socioemocionales (CTSE) en el Sistema Educativo. El caso de la ETP, visitado en fecha 29 de enero enlace: https://www.inet.edu.ar/wp-content/uploads/2025/03/06-FONIETP_CTSE.pdf

5.2.2.3. Tercera fase: Evaluación de la propuesta

El proceso de evaluación de la propuesta se estructurará como resultado del diseño y la capacitación docente, que integra evaluaciones:

- Diagnóstica: identificación del nivel inicial de competencias en primer año.
- Formativa: seguimiento continuo mediante rúbricas, portafolios y observación.
- Sumativa: comparación anual de avances por dimensiones socioemocionales
- De impacto: medición del desempeño en prácticas preprofesionales y profesionales, con evaluación de tutores, docentes y empleadores.

Para garantizar la pertinencia y calidad de la propuesta, la evaluación sistemática considerará, de manera central, la participación docente en la implementación. Esta evaluación se sustentará en metodologías como observaciones estructuradas, encuestas y el análisis de resultados, con el fin de generar evidencia sólida que fundamente la toma de decisiones y permita la mejora continua de la propuesta

▪ Objetivo del proceso de evaluación de la propuesta

Evaluar de forma sistemática el proceso de diseño e implementación de la propuesta, para determinar su efectividad en el fortalecimiento de la práctica docente, la mejora del proceso enseñanza y aprendizaje estudiantil y la generación de evidencia que fundamente decisiones de ajuste de las competencias socioemocionales de los estudiantes para el ejercicio laboral.

Tabla 54 Pasos para la evaluación de la propuesta

Primer paso	Segundo paso	Tercer paso
Identificar qué aspectos de la propuesta se analizarán y con qué finalidad	Selección y aplicación de los instrumentos y las técnicas	Considerar que aspectos se debe tomar en cuenta en la evaluación para el informe
Los criterios de evaluación son los parámetros que permiten valorar la calidad y efectividad de la propuesta	Instrumentos y técnicas utilizadas: Observación directa, entrevistas, encuestas, análisis documental y grupos focales.	Compartir y reflexionar, los resultados se comunican a los actores involucrados para promover la mejora continua
Criterios	Planificación del proceso de evaluación	Estrategias:

Primer paso	Segundo paso	Tercer paso
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Pertinencia</i>, responde a las necesidades reales - <i>Coherencia</i>, desde el desarrollo de objetivos, actividades y resultados alineados - <i>Viabilidad</i>, en el uso de los recursos, tiempo y contexto - <i>Eficacia</i>, en el logro de objetivos - <i>Impacto</i>, en los cambios generados - <i>Sostenibilidad</i>, en la continuidad en el tiempo. <p>Indicadores:</p> <p>Los indicadores permiten medir de manera concreta el cumplimiento de los criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Percepciones, actitudes, comportamientos <p>En el desarrollo de la propuesta se medirá: el nivel de participación estudiantil, la calidad del trabajo colaborativo, la capacidad de tomar decisiones fundamentadas y la mejora en la convivencia y la integración.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Momentos de evaluación (inicio, proceso y cierre) - Responsables (docentes, directivos, evaluadores externos) <p>Ejecución de la evaluación</p> <p>Se aplican los instrumentos diseñados, asegurando objetividad, ética y confidencialidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar los instrumentos en condiciones similares a los actores involucrados • Registrar información clara y precisa del levantamiento de información • Garantizar la participación de los involucrados en su totalidad • Respetar principios éticos en el proceso de evaluación 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de socialización • Talleres de reflexión • Informes ejecutivos • Espacios de diálogo y consenso <p>Toma de decisiones y mejora de la propuesta en el uso de los resultados, la evaluación culmina con la toma de decisiones informadas, ajustar estrategias pedagógicas, fortalecer actividades exitosas, corregir debilidades detectadas, garantizar la sostenibilidad de la propuesta</p> <p>Elaboración del informe final de evaluación</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55 Matriz de evaluación genérica de la propuesta

Objetivo de la propuesta	Criterio de evaluación	Indicador	Técnica	Instrumento	Escala de valoración	Fuente de verificación
Fortalecer la toma de decisiones responsable en los estudiantes	Pertinencia	La propuesta responde a necesidades reales del contexto educativo	Análisis documental	Lista de cotejo	Alto Medio Bajo	Diagnóstico institucional
Desarrollar la capacidad de analizar alternativas y consecuencias	Eficacia	El estudiante identifica y evalúa opciones antes de decidir	Observación	Rúbrica	Logrado en proceso.	Actividades y trabajos
Promover decisiones éticas y responsables	Coherencia	Las actividades están alineadas con los objetivos y valores éticos	Observación	Guía de observación	Siempre A veces Nunca	Registro del docente
Fomentar la integración y el trabajo colaborativo	Impacto	Participa activamente en equipos diversos	Observación directa	Rúbrica de trabajo en equipo	Alto Medio Bajo	Proyectos grupales
Mejorar la convivencia mediante la integración	Impacto	Respeto opiniones y normas de convivencia	Observación	Lista de cotejo	Sí Parcial No	Registro de convivencia
Garantizar la viabilidad de la propuesta	Viabilidad	Se cuenta con recursos y tiempo adecuados	Entrevista	Cuestionario	Adecuado Limitado Insuficiente	Informe institucional
Asegurar la sostenibilidad de la propuesta	Sostenibilidad	La propuesta puede mantenerse en el tiempo	Análisis documental	Guía de análisis	Alta – Media – Baja	Plan institucional

Fuente: Elaboración propia

▪ **Escala de valoración sugerida**

Alto / Logrado / Siempre: Cumple plenamente con el indicador

Medio / En proceso / A veces: Cumple parcialmente

Bajo / No logrado / Nunca: No cumple con el indicador

Los siguientes indicadores consideran contextos de gestión, economía, administración, ética empresarial y trabajo organizacional de forma más específica.

Tabla 56 Matriz de evaluación específica de la propuesta

Competencia	Dimensión	Indicador específico	Nivel Alto	Nivel Medio	Nivel Bajo
Toma de decisiones responsable	Análisis de información	Analiza información financiera, económica y de mercado para sustentar decisiones empresariales	Analiza datos completos y confiables, justifica decisiones con criterios técnicos y éticos	Analiza información parcial y justifica decisiones de forma limitada	Toma decisiones sin análisis ni sustento técnico
Toma de decisiones responsable	Evaluación de alternativas	Compara distintas alternativas de solución ante problemas empresariales	Evalúa varias alternativas considerando riesgos, costos y beneficios	Evalúa pocas alternativas sin profundidad	No evalúa alternativas
Toma de decisiones responsable	Ética y responsabilidad social	Integra principios éticos y de responsabilidad social en decisiones comerciales	Aplica criterios éticos y de RSE de forma consistente	Aplica criterios éticos de forma ocasional	No considera aspectos éticos

Competencia	Dimensión	Indicador específico	Nivel Alto	Nivel Medio	Nivel Bajo
Toma de decisiones responsable	Asunción de consecuencias	Asume responsabilidades por las decisiones tomadas en proyectos o simulaciones empresariales	Reconoce resultados y propone mejoras	Reconoce parcialmente consecuencias	Evade responsabilidades
Integración	Trabajo en equipo	Participa activamente en equipos multidisciplinarios de trabajo	Colabora, lidera y respeta roles del equipo	Colabora de manera intermitente	No colabora o genera conflictos
Integración	Comunicación	Comunica ideas y decisiones de forma clara en contextos empresariales	Expone con claridad, argumentos sólidos y lenguaje técnico	Comunicación poco clara o incompleta	Comunicación deficiente
Integración	Resolución de conflictos	Propone soluciones consensuadas ante conflictos organizacionales	Media conflictos con diálogo y propuestas viables	Participa pasivamente en la resolución	Evita o agrava conflictos
Integración	Inclusión y liderazgo	Promueve la inclusión y el respeto en entornos organizacionales	Fomenta la participación equitativa y liderazgo ético	Respeto la diversidad sin promoverla	No respeta la diversidad

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la matriz permitirán identificar fortalezas y debilidades de la propuesta, desarrollar la toma de decisiones informadas para la mejora a fin de ajustar estrategias pedagógicas fortaleciendo la toma de decisiones responsable e integración garantizando la mejora continua del proceso educativo.

5.3 Resultado de la validación de la tesis mediante el método Delphi

Validación de la propuesta a través del método Delphi, para garantizar la pertinencia, coherencia y factibilidad de la propuesta titulada: Estrategia de transversalización curricular para el desarrollo de competencias socioemocionales en la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

Para la validación se seleccionó a 21 expertos, de manera intencional según criterios de formación, experiencia y relación con la temática.

Los expertos aceptaron participar de manera voluntaria y confidencial, con la garantía de que sus aportes serían utilizados exclusivamente con fines académicos. Para la validación de la propuesta se conformó un panel de expertos bajo criterios previamente establecidos, los cuales garantizaron la idoneidad y experiencia de los participantes. Los criterios de selección fueron los siguientes:

- Formación académica, preferentemente con estudios de posgrado en educación superior, currículo o áreas afines.
- Experiencia profesional en docencia universitaria.
- Conocimiento y experiencia en diseño curricular, transversalización curricular, competencias socioemocionales o gestión educativa.
- Vinculación directa o indirecta con carreras del área económica, administrativa o de ingeniería.

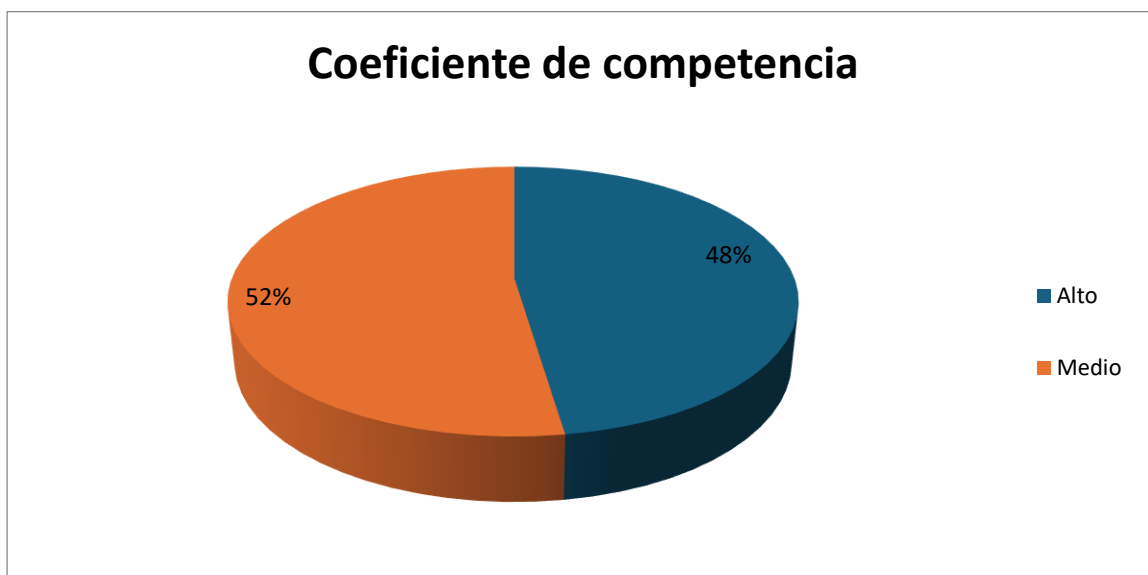
Como requisito del método Delphi, se calculó primero el coeficiente de conocimiento de información de los expertos (K_c), seguido del coeficiente de argumentación o fundamentación de cada uno de ellos (K_a) para calcular así su coeficiente de competencia (K).

El coeficiente de competencia (K) en el método Delphi se calcula promediando el coeficiente de conocimiento (K) y el de argumentación (K_a), mediante la fórmula:

$$K = \frac{K_c + K_a}{2}$$

Este valor determina la capacidad de un experto, considerados altos y se utiliza para seleccionar o ponderar a los participantes.

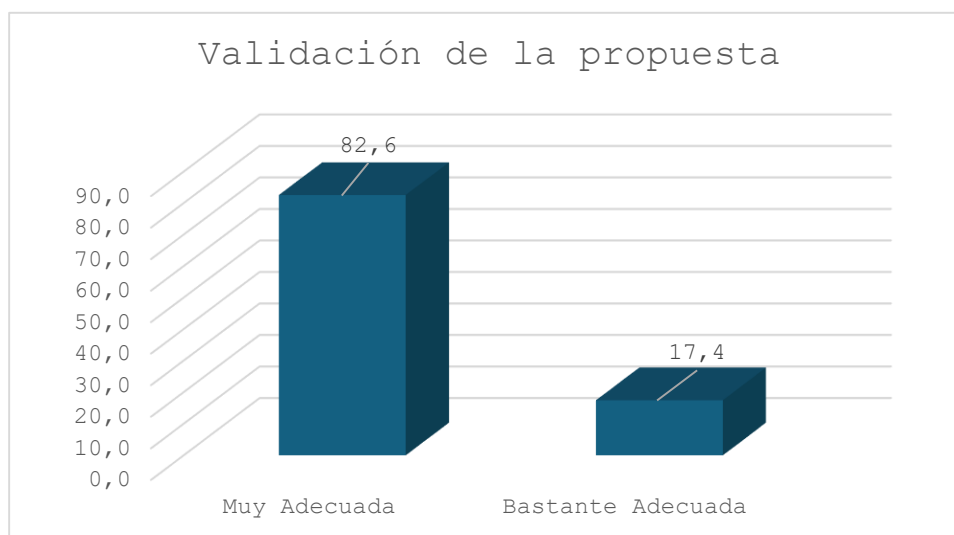
Gráfico 33 Validación por coeficiente de competencia.



Fuente: Elaboración propia

Los resultados del coeficiente de competencia de los expertos muestran que el 48% de los expertos tienen un nivel de argumentación alto sobre el tema y el 52% de los expertos un nivel de argumentación es medio.

Gráfico 34 Resultados de la validación de la propuesta.



Fuente: Elaboración propia

Los expertos señalan con un 82,6% que la propuesta es Muy Adecuada, mientras que el 17,4% valida la propuesta como Bastante adecuada.

Por esa razón la propuesta es validada por los expertos para su ejecución, más adelante esto coadyuvará a los procesos educativos a través de la estrategia para la Carrera de Ingeniería Comercial.

Considerando que la propuesta es una estrategia de transversalización curricular para el desarrollo de competencias socioemocionales en la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, esta necesariamente debería ser consultado en la magnitud de sus componentes. Ya en su valoración los expertos con grados de formación posgradual valoraron la propuesta como muy adecuada, con algunas consideraciones:

- Propuesta coherente, integral, clara, concreta, precisa y coherente
- Consideración de aplicación en la Carrera de Ingeniería Comercial
- Coherente en sus fases y actividades
- Fortalece el aprendizaje progresivo, manteniendo una coherencia sin contradicción
- Referencia para fortalecer los procesos formativos en mediano y largo plazo

Capítulo VI

Conclusiones y recomendaciones

6.1 Conclusiones

El presente trabajo de investigación titulado “Estrategia de transversalización curricular para el desarrollo de competencias socioemocionales dentro de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca,” permitió diagnosticar, analizar y diseñar una propuesta viable e innovadora para mejorar la formación integral de los futuros profesionales, considerando los desafíos académicos, sociales y emocionales del contexto actual.

A partir de la revisión teórica, el diagnóstico empírico y la validación metodológica, se establecen las siguientes conclusiones generales y específicas:

- La revisión de las principales teorías sobre transversalización curricular y desarrollo de competencias socioemocionales permitió fundamentar teóricamente la investigación, demostrando que estos enfoques constituyen un eje fundamental para la formación universitaria, al favorecer el desarrollo equilibrado de habilidades cognitivas, emocionales y sociales en los futuros profesionales.
- Por otra parte, se logró analizar el nivel de desarrollo de las competencias socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial, constatándose la existencia de fortalezas y debilidades que justifican la necesidad de implementar acciones curriculares intencionadas para su fortalecimiento dentro del proceso formativo.
- El análisis de las prácticas preprofesionales y del plan de estudios vigente evidenció que, si bien existen algunos elementos vinculados a las competencias socioemocionales, estos no se encuentran plenamente articulados ni sistematizados, lo que limita su impacto en la formación profesional de los estudiantes.
- La investigación permitió elaborar una estrategia de transversalización curricular orientada al fortalecimiento de las competencias socioemocionales en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, evidenciando que su

incorporación sistemática contribuye de manera significativa a una formación integral y pertinente con las demandas del contexto profesional actual.

- Finalmente, la validación de la propuesta mediante la consulta a expertos, permitió confirmar su pertinencia, coherencia y viabilidad, garantizando condiciones favorables para su futura implantación y contribuyendo al fortalecimiento de la calidad educativa en la Universidad Mayor, Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca.

6.2 Recomendaciones

Se recomienda:

- Realizar diagnósticos periódicos sobre el nivel de desarrollo de las competencias socioemocionales en los estudiantes, utilizando instrumentos válidos y confiables, que permitan orientar acciones de mejora dentro del proceso formativo.
- Los resultados del diagnóstico son insumos para la toma de decisiones académicas, se recomienda continuar con el fortalecimiento de las competencias socioemocionales que presenten mayores debilidades en la población estudiantil.
- Fortalecer el vínculo entre las prácticas preprofesionales y el desarrollo de competencias socioemocionales, promoviendo espacios de reflexión y evaluación que permitan evidenciar el impacto de estas experiencias en la formación integral del estudiante.
- Implementar de manera progresiva la propuesta de transversalización curricular elaborada en la presente investigación, asegurando su articulación con los objetivos de la carrera y las necesidades del contexto socioeconómico.
- Acompañar la implementación curricular con procesos de capacitación docente de forma permanente, orientados al uso de una estrategia pedagógica activa que favorezcan el desarrollo de competencias socioemocionales en el aula universitaria.

Referencias bibliográficas

- Agudelo, N. C., & Mora, R. (2012). *Formación del Campo del Currículo*. Colombia: Miradas. Educación y Humanismo.
- Álvarez, M. G. (2020). *Diseñar el Currículo*. Mexico.
- Araya. (2021). *En América Latina, en Perú evidencian que la educación socioemocional transversal reduce el estrés y fortalece la motivación*.
- Arteaga, M. (2015). *Modelo Tridimensional De Transversalidad. Investigación y Postgrado*. Bogotá.
- Ausubel, D. (1963). *The Psychology of Meaningful Verbal Learning*. New York:: Grune & Stratton.
- Bisquerra, R. (2021). *Educación emocional y competencias básicas para la vida*. Madrid:: Síntesis.
- Bisquerra, R. (2021). *Educación emocional y competencias básicas para la vida*. Madrid: Síntesis.
- Calderón, M. (2024). *Desarrollo de habilidades socioemocionales en la formación de educadores en la sociedad actual.*, . Bogotá: Sophia. Colección de Filosofía de la Educación.
- CASEL. (2003). *Seguro y sólido: Guía para líderes educativos sobre programas de aprendizaje social y emocional basados en evidencias*. . Chicago: Collaborative for Academic, Social, and Emotional Learning).
- Castillo, R. & González, A. (2020). La formación socioemocional en estudiantes universitarios: un enfoque desde la transversalización curricular. . *Revista de Educación Superior*.
- Castillo, R. &. (2020). La formación socioemocional en estudiantes universitarios: un enfoque desde la transversalización curricular. *Revista de Educación Superior*, 49(1), 35–55).
- Castillo, R., & González, A. (2020). La formación socioemocional en estudiantes universitarios: un enfoque desde la transversalización curricular. . *Revista de Educación Superior*, , 49(1), 35-55.
- Cazares, M. (2016). *Una Reflexión Teórica Del Currículum y Los Diferentes Recuperado el 19 de octubre de 2016, de Colombia*. Bogotá.
- Competencias docentes del docenteado universitario: calidad y desarrollo profesional*. (2017). Madrid: Narcea.
- Díaz Barriga, A. (2005). *Currículo y aprendizaje significativo*. México:: Trillas.
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence*. . New York:: Bantam Books.
- Goleman, D. (1995). *La inteligencia emocional*. Barcelona: Kairós.
- Gonzalez, F. (2019). *Competencias Socioemocionales en Educación*. Revista Iberoamericana de Educación.
- Grundy, S. (2005). *Producto o praxis del*. Madrid: Morata.
- Gutiérrez, V. (2024). Desarrollo de habilidades socioemocionales en carreras de Ciencias Económicas en Bolivia. *Revista Latinoamericana de Educación*, , 79-86.
- Gutiérrez, V. (2023). Desarrollo de habilidades socioemocionales en carreras de Ciencias Económicas en Bolivia. . *Revista Latinoamericana de Educación*, , 42(2), 99-117.
- Hermoza, K., Fuster, G., & Romero, F. (2025). Gestión educativa y habilidades blandas en institutos superiores tecnológicos: . *Revisión sistemática. Revista Científica UISRAEL*, , 56-69.

- Hyseni, Z., & Hoxha, L. . (2020). *Self-esteem, study skills, self-concept, social support*. New York: Mac Grill.
- Johnson, D. & Johnson, R. . (2019). *Cooperative Learning: The Foundation for Active Learning*. University of Minnesota.
- Kahu, E. R., & Nelson, K. (2019). *Student engagement in the educational interface*. Cambridge: University.
- López Jiménez, L. J. (2021). *La deconstrucción curricular*. . Mexico : Magisterio.
- López, D. M. (2020). *PEDAGOGÍA POSDIGITAL COMO SÍNTESIS DEL APRENDIZAJE RIZOMÁTICO Y LA ERA POSDIGITAL*.
- Ministerio de Educación. (2010). *Modelo Educativo Sociocomunitario Productivo (MESCP)*. La Paz,.
- Ministerio de Educación. (2022.). *Lineamientos para la incorporación de habilidades socioemocionales en la educación superior*. La Paz.
- Morin, E. (2025). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. . París : UNESCO.
- Patón, E. (2018). *Tutorías socioemocionales y acompañamiento docente*. Mexico.
- Pérez y Gómez. (2022). *International Journal of Educational Research*,. New York.
- Pérez, M. & Gómez, S. (2021). *competencias socioemocionales y su impacto en el rendimiento académico en estudiantes universitarios*. Mexico.
- Pérez, M., & Gómez, . (2021). Competencias socioemocionales y su impacto en el rendimiento académico en estudiantes universitarios. . *Revista Internacional de Investigación Educativa*,, 106, 101746.
- Prieto, L. (2019). *Metodologías activas para la formación de competencias*. . Madrid: Narcea Ediciones).
- Quiroz Frago, J. (2020)). La necesidad de un programa de acompañamiento tutorial que promueva la salud mental. *Revista CIEG*, (46), 26-39. Obtenido de Google Académico,
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. España: McGraw Hill .
- Schonert-Reichl, K. (2020). *Social and emotional learning. Definitions, frameworks, and evidence*. E. n Chatterjee Singh, N., Duraiappah,.
- Schonert-Reichl, K. A. (2020).). Aprendizaje socioemocional: Un componente esencial para la transformación de la educación. *Revista Internacional de Educación Educación y Aprendizaje*, 8(2), 45-61. Obtenido de Schonert-Reichl, K. A. (2020).
- Tobon, S. (2013). *Formación integral y competencias*. . Bogotá: ECOE Ediciones.
- UNESCO. (2017). *Declaración de Incheon y Marco de Acción Educación 2030*. París: UNESCO.
- UNESCO. (2017.). *Declaración de Incheon y Marco de Acción Educación 2030*: . París.
- Universidad San Francisco Xavier. (2025). *Experiencias educativas Universitarias*. Sucre : Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales UMRPSFXCH.
- Universidad de San Francisco Xavier de Chuquisaca . (2024). Autoevaluación académica de la Carrera de Ingeniería Comercial. 56-63.
- Vallaey, F. (. (2020)). El modelo de Responsabilidad Social Universitaria: una hoja de ruta para la gestión ética. *Revista de Educación Superior en América Latina (ESAL)*, 8), 4-9. Obtenido de <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/esal/article/view/13335>

Zabalza, M. A. (2017). *Competencias docentes del profesorado universitario: calidad y desarrollo profesional*. . Madrid: Narcea.

ANEXO 1.
Encuesta para estudiantes de ingeniería comercial

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Universidad Mayor, Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca.

Sobre esta encuesta

Esta encuesta forma parte de una investigación que busca mejorar la formación de los estudiantes de Ingeniería Comercial, incluyendo el desarrollo de habilidades emocionales y sociales, también llamadas competencias socioemocionales (como trabajar en equipo, manejar el estrés, tomar decisiones responsables, comunicar con respeto, etc.).

Tu participación es muy importante, ya que nos ayudará a entender si estas habilidades están siendo desarrolladas o si deberían incorporarse mejor en las materias de la Carrera de Ingeniería comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca.

Tus respuestas son **confidenciales** y se usarán solo con fines académicos. ¡Gracias por tu colaboración!

I. DATOS GENERALES

1. **Género:**
Masculino Femenino
2. **Edad:** _____
3. **¿En qué año estás actualmente?**
1er año 2do año 3er año 4to año

II. OPORTUNIDADES DE APRENDER HABILIDADES SOCIOEMOCIONALES

Marca con una “X” según tu experiencia en la carrera.

Escala de respuestas:

1 = Nunca 2 = Rara vez 3 = A veces 4 = Frecuentemente 5 = Siempre

III. COMPETENCIAS SOCIOEMOCIONALES

Dimensión 1: Autoconciencia

	Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	siempre
Nº	1	2	3	4	5
Pregunta					

		Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	siempre
1	Reconoce sus emociones en situaciones académicas.					
2	Identifica sus fortalezas y debilidades durante su formación.					
3	¿Comprende cómo sus emociones influyen en su rendimiento académico?					
4	¿Reflexiona sobre sus valores y actitudes personales?					

Dimensión 2: Autogestión

		Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	siempre
Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
1	¿Ha aprendido a manejar el estrés académico?					
2	¿Mantiene el autocontrol en situaciones de presión?					
3	¿Persevera en sus objetivos a pesar de las dificultades?					
4	¿Encuentra motivación personal para continuar con sus estudios?					

Dimensión 3: Conciencia social

		Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	siempre
Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
1	¿Valora las opiniones y perspectivas diferentes a las suyas?					
2	¿Practica la empatía con sus compañeros?					
3	¿Respeto la diversidad cultural y social dentro de la carrera?					
4	¿Reconoce cómo sus acciones afectan a los demás?					

Dimensión 4: Habilidades de relación

		Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	siempre
Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
1	¿Expresa sus ideas de manera clara y respetuosa?					

		Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	siempre
2	¿Trabaja en equipo de forma colaborativa y responsable?					
3	¿Participa en la resolución de conflictos en grupos académicos?					
4	¿Practica la escucha activa durante clases y trabajos grupales?					
5	¿Se comunica de forma efectiva con docentes y compañeros?					

Dimensión 5: Toma de decisiones responsables

		Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	siempre
Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
1	¿Reflexiona sobre las consecuencias de sus decisiones antes de actuar?					
2	¿Toma decisiones basadas en principios éticos y académicos?					
3	¿Considera diferentes alternativas antes de decidir?					
4	¿Asume la responsabilidad de sus decisiones académicas y sociales?					

IV. PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LA CONTRIBUCIÓN DE LA CARRERA AL DESARROLLO DE COMPETENCIAS SOCIOEMOCIONALES

		Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	siempre
Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
1	En las materias se generan espacios de diálogo y respeto.					
2	Las actividades académicas promueven el trabajo en equipo.					
3	Los docentes fomentan valores como respeto y empatía.					
4	La formación incluye habilidades como autocontrol y comunicación asertiva.					
5	Considero necesario que las materias integren explícitamente competencias socioemocionales.					

V. PREGUNTA CERRADA ADICIONAL

30. ¿Consideras importante que en tu carrera se enseñen habilidades emocionales y sociales junto con los contenidos técnicos?

Sí No No lo sé

VI. SELECCIÓN MÚLTIPLE

31. **¿Qué habilidades socioemocionales te gustaría fortalecer más en tu formación?**

(Marque todas las opciones que considere necesarias)

32. Trabajo en equipo y liderazgo
Comunicación efectiva y oratoria
Manejo del estrés y la ansiedad académica
Resolución de conflictos y negociación
Empatía y respeto a la diversidad
Otra: _____

¿Qué sugerencias darías para que las materias incluyan mejor el desarrollo de estas habilidades?

(Marque las opciones que más se acerquen a su opinión)

- Incluir talleres prácticos de habilidades socioemocionales
- Aplicar dinámicas grupales y trabajos colaborativos
- Incorporar estudios de caso y simulaciones reales
- Evaluaciones que consideren el trabajo en equipo
- Implementar prácticas preprofesionales
- Realizar más convenios con instituciones públicas y privadas para facilitar prácticas profesionales (pasantías)

ANEXO 2.
Guía de revisión documental

1. Matriz Misión y Visión

Competencia socioemocional	Nivel (0-3)	Evidencia textual	Observaciones
Conciencia emocional / Autoconciencia			
Autorregulación emocional			
Autonomía / Automotivación			
Competencia social / Empatía			
Habilidades para la vida / Bienestar			
Toma de decisiones responsables			

2. Matriz Perfil de Egresado

Competencia socioemocional	Nivel (0-3)	Evidencia textual	Observaciones
Conciencia emocional / Autoconciencia			
Autorregulación emocional			
Autonomía / Automotivación			
Competencia social / Empatía			
Habilidades para la vida / Bienestar			
Toma de decisiones responsables			

Matriz Malla Curricular (por Área)

Área de formación	Competencia socioemocional	Nivel (0-3)	Asignaturas clave	Evidencia (objetivos/metod/eval)	Observaciones
Administración	Conciencia emocional / Autoconciencia				
Administración	Autorregulación emocional				
Administración	Autonomía / Automotivación				
Administración	Competencia social / Empatía				
Administración	Habilidades para la vida / Bienestar				
Administración	Toma de decisiones responsables				
Marketing	Conciencia emocional / Autoconciencia				
Marketing	Autorregulación emocional				
Marketing	Autonomía / Automotivación				
Marketing	Competencia social / Empatía				
Marketing	Habilidades para la vida / Bienestar				
Marketing	Toma de decisiones responsables				
Contabilidad y Fizas	Conciencia emocional / Autoconciencia				
Contabilidad y Fizas	Autorregulación emocional				
Contabilidad y Fizas	Autonomía / Automotivación				
Contabilidad y Fizas	Competencia social / Empatía				
Contabilidad y Fizas	Habilidades para la vida / Bienestar				
Contabilidad y Fizas	Toma de decisiones responsables				
Economía	Conciencia emocional / Autoconciencia				
Economía	Autorregulación emocional				
Economía	Autonomía / Automotivación				
Economía	Competencia social / Empatía				
Economía	Habilidades para la vida / Bienestar				

Economía	Toma de decisiones responsables				
Investigación y Métodos	Conciencia emocional / Autoconciencia				
Investigación y Métodos	Autorregulación emocional				
Investigación y Métodos	Autonomía / Automotivación				
Investigación y Métodos	Competencia social / Empatía				
Investigación y Métodos	Habilidades para la vida / Bienestar				
Investigación y Métodos	Toma de decisiones responsables				
Matemáticas y Estadística	Conciencia emocional / Autoconciencia				
Matemáticas y Estadística	Autorregulación emocional				
Matemáticas y Estadística	Autonomía / Automotivación				
Matemáticas y Estadística	Competencia social / Empatía				
Matemáticas y Estadística	Habilidades para la vida / Bienestar				
Matemáticas y Estadística	Toma de decisiones responsables				
Inglés	Conciencia emocional / Autoconciencia				
Inglés	Autorregulación emocional				
Inglés	Autonomía / Automotivación				
Inglés	Competencia social / Empatía				
Inglés	Habilidades para la vida / Bienestar				
Inglés	Toma de decisiones responsables				
Práctica Profesional	Conciencia emocional / Autoconciencia				
Práctica Profesional	Autorregulación emocional				
Práctica Profesional	Autonomía / Automotivación				
Práctica Profesional	Competencia social / Empatía				
Práctica Profesional	Habilidades para la vida / Bienestar				

Práctica Profesional	Toma de decisiones responsables				
----------------------	---------------------------------	--	--	--	--

4. Matriz Convenios y Prácticas

Elemento	Hallazgo	Nivel de integración (0-3)	Recomendaciones
Número de convenios vigentes			
Acceso a prácticas para estudiantes			
Objetivos socioemocionales en reglamento			
Evaluación socioemocional en prácticas			

5. Resumen General

Documento	% de competencias con Nivel 3	Brechas principales	Prioridades de intervención
Misión-Visión			
Perfil Egresado			
Malla Curricular			
Convenios/Prácticas			

ANEXO 3. Cuestionario dirigido a expertos

La presente propuesta es una **Estrategia de transversalización curricular para el desarrollo de competencias socioemocionales dentro de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor, Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca.**

Su colaboración en el análisis de esta propuesta será de gran valor. Con base en su criterio como experto en procesos educativo-curriculares, se busca validar la misma y, de ser necesario, ajustar o rediseñar sus componentes.

1. Marque con una equis (x), en la escala del 1 al 10, el valor que corresponda con el grado de conocimiento que usted tiene acerca de la temática de la propuesta.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Marque con una equis (x), el grado de influencia de la fuente de su argumentación y fundamentación, para la validación de la propuesta “Estrategia de transversalización curricular”.

Fuentes de argumentación	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por Ud.			
Su experiencia obtenida			
Trabajos de autores nacionales			
Trabajos de autores extranjeros			
Su propio conocimiento del estado del problema en el extranjero			
Su intuición			

3. Marque con una equis (x), en una de las opciones presentadas de acuerdo con su criterio, si las variables son apropiadas para la “Estrategia de transversalización curricular”.

Estrategia de transversalización curricular		Escala valorativa				
Variables	Criterios de validación	No adecuado	Poco adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	Muy adecuado
Objetivo de la propuesta	Fortalecer los procesos educativos sobre la gestión empresarial de los estudiantes de Ingeniería Comercial permitiendo el desarrollo de una comprensión integral de la empresa como un sistema y del rol del gerente, potenciando su capacidad de toma de decisiones estratégicas en el entorno organizacional					
Implementación de la propuesta a través de fases:						
Primera fase:	Diseño de la interacción y participación de los estudiantes en el proceso enseñanza y aprendizaje para el desarrollo de competencias socioemocionales, a través de la planificación de los componentes del proceso enseñanza y aprendizaje fomentando la participación y el intercambio de ideas, con un proceso permanente y colaborativo entre					

	compañeros, permitiendo el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo y de forma individual.					
Objetivo de la primera fase:	Desarrollar competencias socioemocionales en los estudiantes de Ingeniería Comercial mediante una estrategia de transversalización curricular fortaleciendo habilidades de comunicación, trabajo en equipo, toma de decisiones responsables y manejo de emociones en contextos profesionales.					
Actividades formativas por competencias socioemocionales 1º Año	<p>Competencias socioemocionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoconciencia y autogestión <p>Objetivo de la implementación: Desarrollar en los estudiantes la capacidad de autorregular sus emociones permitiendo la gestión de su tiempo mediante la definición de metas realistas, demostrando organización y autocontrol en situaciones de demanda académica.</p> <p>Asignaturas clave: ADM131 - Administración General INV141 - Métodos y Técnicas de Investigación</p> <p>Actividades formativas: Diarios reflexivos, autoevaluaciones personales, planificación del tiempo y control emocional.</p> <p>Actividades del estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifica aciertos, fallas, impacto de su experiencia personal de las funciones del proceso administrativo a través de diarios reflexivos, autoevaluaciones personales. - Establece los procedimientos de los métodos cuantitativos y cualitativos a través de la planificación del tiempo para el proceso organizativo de la investigación y genera espacios de control emocional en la organización de actividades que requiere la investigación. <p>Resultados esperados: Estudiantes con autoconocimiento y habilidades gestio su desempeño académico.</p>					
Actividades formativas por competencias socioemocionales 2º Año	<p>Competencias socioemocionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conciencia social y colaboración <p>Objetivo de la implementación Desarrollar en los estudiantes la creatividad y la resolución colaborativa de problemas, aplicando la conciencia social y el manejo socioemocional rediseñando respuestas adaptativas a desafíos comunitarios reales.</p> <p>Asignaturas clave: COM252 - Comportamiento del consumidor INV241 - Investigación de mercados</p> <p>Actividades formativas: Estudios de caso sobre diversidad cultural, proyectos en equipo, análisis del impacto social de decisiones económicas.</p> <p>Actividades del estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caracteriza los tipos de comportamiento del consumidor a través de estudios de caso sobre diversidad cultural - Genera proyectos en equipo en la identificación de los comportamientos del consumidor 					

	<ul style="list-style-type: none"> - Establece los procesos o etapas de la investigación de mercados a través de análisis del impacto social de decisiones económicas. - Incorporar actividades que desarrollen estas habilidades en materias como finanzas, marketing, gestión de proyectos y otros. - Establece proyectos comunitarios o empresariales para aplicar habilidades blandas junto con conocimientos técnicos de la asignatura <p>Resultados esperados: Estudiantes empáticos, respetuosos y colaborativos.</p>					
<p>Actividades formativas por competencias socioemocionales 3° Año</p>	<p>Competencias socioemocionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habilidades de relación y liderazgo <p>Objetivo de la implementación Expresar ideas, necesidades y emociones de manera clara, respetuosa y oportuna mediante la expresión de las perspectivas y necesidades de los demás favoreciendo las relaciones humanas más comprensivas y cooperativas.</p> <p>Asignaturas clave: ADM331 - Administración de operaciones COM352 - Comunicaciones Integradas de Marketing INV341 - Seminario I</p> <p>Actividades formativas: Simulaciones de liderazgo, debates, proyectos interdisciplinarios y evaluación grupal. Inicio de prácticas preprofesionales en empresas o instituciones locales.</p> <p>Actividades del estudiante: Conecta con las personas a través de su capacidad comunicativa con las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Práctica de generación de preguntas profundas y escucha con atención plena, yendo más allá de lo superficial de la gestión de la cadena de suministro a través de debates estableciendo procesos de liderazgo en proyectos interdisciplinarios - Ejercita la capacidad de ponerse en el lugar de otra persona de forma estructurada y comprensiva cuando aborda la planificación y control de procesos en espacios colaborativos de escucha - Comparte eficazmente sus ideas, planes y visiones en los contenidos de planificación y control de procesos donde maneja estructuras y mensajes, adaptando los mensajes para diferentes tipos de audiencia - Comunica planes complejos con los compañeros para generar debates con resultados de proyectos interdisciplinarios - Imparte instrucciones y define expectativas en forma clara y precisa del mensaje central unificado a través de una evaluación grupal - Establece instrucciones vagas versus precisas para un proceso de retroalimentación sobre el contenido con debates 					

	<ul style="list-style-type: none"> - Desglosa tareas complejas en pasos para anticipar errores antes del inicio de las prácticas preprofesionales en empresas o instituciones locales. - Activa emociones para un trabajo con pasión en colaboración con los compañeros en el inicio de las prácticas preprofesionales en empresas o instituciones locales - Genera un sentido de misión compartida en las funciones y responsabilidades - Reconoce las emociones que surgen en la colaboración de actividades antes del inicio de las actividades. - Influye en la organización de significados compartidos cuando aborda los contenidos sobre selección y coordinación de canales para la comunicación a través de simulaciones de liderazgo - Construye narrativas compartidas a partir de experiencias diversas para conectar eventos a través de debates para los canales de comunicación - Alinea a las personas a una visión compartida y de liderazgo en la selección y coordinación de canales para la comunicación - Conecta las aspiraciones individuales con visiones colectivas, demostrando cómo se complementan y potencian mutuamente para la planificación de procesos - Resultados esperados: Estudiantes con liderazgo, comunicación efectiva y experiencia inicial en contextos reales. 					
Actividades formativas por competencias socioemocionales 4º Año	<p>Competencias socioemocionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Toma de decisiones responsables e integración <p>Objetivo de la implementación Integrar conocimientos, habilidades, actitudes y valores de manera transversal, actuando de forma ética, crítica, colaborativa y consciente en la resolución de desafíos y en la interacción dentro de los diversos contextos de su vida personal, social, académica y futura profesional.</p> <p>Asignaturas clave: COM451 - Marketing Social y RSE COM454 - Práctica Laboral INV441 - Seminario II</p> <p>Actividades formativas: Proyectos empresariales integradores con impacto social y ambiental, análisis de dilemas éticos, simulaciones de negociación. Prácticas profesionales en instituciones públicas o privadas.</p> <p>Actividades del estudiante: Habilidades complejas que desarrolla el estudiante: Análisis y evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analiza hechos y situaciones en la comprensión del estado, evaluando opciones, pros y contras de diferentes situaciones tomando en cuenta mejoras en el producto, 					

	<p>revisando precios, adecuando plazas y planificando las promociones en proyectos empresariales integrado con impacto social y ambiental</p> <p>Inteligencia emocional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconoce, controla y gestiona emociones propias y ajenas en la toma de decisiones racionales en ambientes colaborativos a través del análisis de dilemas éticos, promoviendo mejoras en el producto, revisión de precios, adecuación de plazas y planificación de promociones <p>Habilidades asociadas que desarrolla el estudiante:</p> <p>Análisis de información</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evalúa hechos, datos y situaciones de manera informada y racional con estrategias de cambio de comportamiento a través del análisis de dilemas éticos <p>Consideración ética</p> <ul style="list-style-type: none"> - Basa las decisiones en principios y valores, demostrando honestidad, integridad y equidad sobre los tipos de Marketing social (interno, externo, interactivo), con proyectos empresariales integradores con impacto social y ambiental <p>Resultados esperados: Egresados con pensamiento crítico, responsabilidad ética y proyección profesional integral.</p>					
Segunda fase:	Capacitación y apoyo docente, esta fase considera un proceso de capacitación a los docentes, mismo que permita la adecuada transversalización curricular del desarrollo de competencias socioemocionales de los estudiantes					
Objetivo de la segunda fase:	Fortalecer conocimientos y habilidades en los docentes sobre los procesos de transversalización curricular de las competencias socioemocionales, que implique la gestión de los contenidos, mediante prácticas realizadas.					
	<p>Unidad temática 1: Transversalización curricular de las competencias socioemocionales en Ingeniería Comercial</p> <p>Sistema de conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoconciencia y autogestión - Conciencia social y colaboración - Habilidades de relación y liderazgo - Toma de decisiones responsables e integración <p>Sistema de habilidades/procedimentales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconoce la importancia de transversalizar los contenidos socioemocionales - Realiza ejercicios de transversalización bajo la guía del instructor - Formula y expresa críticas constructivas utilizando técnicas asertivas en el proceso de transversalización - Organiza tareas considerando las fortalezas individuales del equipo para quien va a implementar 					

	<ul style="list-style-type: none"> - Adapta los contenidos socioemocionales en estrecha relación con los contenidos de la carrera - Concreta resultados de la transversalización <p>Sistema de valores/actitudinales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Respeto: valorar la dignidad, opiniones y aportes de todas las personas, independientemente de su posición o diferencias - Empatía: comprensión activa de las perspectivas, necesidades y emociones - Colaboración: disposición a trabajar en equipo, compartir créditos y priorizar el éxito colectivo sobre el individual - Justicia: equidad en el trato, distribución de oportunidades y reconocimiento de méritos - Excelencia: búsqueda constante de mejora en la calidad del trabajo y servicio - Transparencia: claridad y honestidad en la comunicación de información relevante <p>Orientaciones metodológicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organización de todo el proceso de capacitación para los docentes 					
Tercera fase	Evaluación de la propuesta, comprende un proceso organizado que recaba información de las dos anteriores fases de la propuesta, con el fin de garantizar la pertinencia y calidad de la propuesta.					
Objetivo de la tercera fase:	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar de forma sistemática el proceso de diseño, implementación y resultados de la propuesta, determinar su efectividad en el fortalecimiento de la práctica docente, la mejora del proceso enseñanza y aprendizaje estudiantil y la generación de evidencia que fundamente decisiones de ajuste de las competencias socioemocionales de los estudiantes para el ejercicio laboral 					
Consideraciones de la evaluación de la propuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de la propuesta, comprende un proceso organizado que recaba información de las dos anteriores fases de la propuesta, con el fin de garantizar la pertinencia y calidad de la propuesta. 					

Sugerencias generales

- ¿Qué aspectos considera que deberían fortalecerse en la propuesta?

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO No 4.

Resultados obtenidos a través de la aplicación del método Delphi para el criterio de expertos

Tabla de tabulación del método Delphi de consulta a expertos:

Tabla del coeficiente de conocimiento o información (Kc) de los expertos a cerca de la temática de la investigación:

RESULTADOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DEL MÉTODO DELPHY										
PARA EL CRITERIO DE EXPERTOS										
Tabla de tabulación del método DELPHY de consulta a expertos:										
Tabla de Coeficiente de conocimientos o información Kc de los expertos acerca de la temática de investigación:										
Experto N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1								X		
2						X				
3								X		
4						X				
5									X	
6						X				
7							X			
8									X	
9							X			
10							X			
11									X	
12					X					
13					X					
14								X		
15							X			
16									X	
17							X			
18								X		
19					X					
20					X					
21								X		

Tabla de cálculo del Coeficiente de conocimiento o información Kc				
Experto N° 1	Kc=	10	0	1
Experto N° 2	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 3	Kc=	10	0	1
Experto N° 4	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 5	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 6	Kc=	10	0	1
Experto N° 7	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 8	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 9	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 10	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 11	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 12	Kc=	10	0	1
Experto N° 13	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 14	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 15	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 16	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 17	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 18	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 19	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 20	Kc=	9	0	0,9
Experto N° 21	Kc=	9	0	0,9

Tabla de coeficiente de argumentación o fundamentación de los expertos Ka			
Fuentes de argumentación	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por usted.	1,3,4,5,7,8,15,17,18	2,6,9,10,11,12,13,14,16,19,20,21	-
Su experiencia obtenida.	1,3,6,7,8,11,14,15,21	2,4,5,9,10,12,16,17,18,19,20	13
Trabajos de autores nacionales.	3,5,7,20,21	1,2,4,6,8,9,10,11,12,14,15,16,17,18,19	13
Trabajos de autores extranjeros.	3,7,8,11,14,20,21	1,2,4,6,9,10,12,13,16,17,18,19	5,15
Su propio conocimiento del estado del problema en el extranjero	1,3,5,7,8,11,17,21	2,6,9,10,12,13,14,18,19,20	4,14,15
Su intuición	1,3,7,8,21	2,4,6,8,10,11,12,14,16,19	5,13,17,18,20
A partir del coeficiente de conocimiento Kc y del coeficiente de argumentación Ka, se calcula el coeficiente			
de competencia K a través de la siguiente formula:			
$K=0,5*(Kc+Ka)$			

Experto 13							
	Medio	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	
Ka=	0,2	0,4	0,05	0,05	0,05	0,05	0,8
Experto 14							
	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto	Alto	
Ka=	0,3	0,5	0,05	0,05	0,05	0,05	1
Experto 15							
	Medio	Medio	Alto	Alto	Medio	Medio	
Ka=	0,2	0,4	0,05	0,05	0,05	0,05	0,8
Experto 16							
	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	Medio	
Ka=	0,2	0,4	0,05	0,05	0,05	0,05	0,8
Experto 17							
	Alto	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto	
Ka=	0,3	0,5	0,05	0,05	0,05	0,05	1
Experto 18							
	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto	
Ka=	0,2	0,5	0,05	0,05	0,05	0,05	0,9
Experto 19							
	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio	Medio	
Ka=	0,3	0,4	0,05	0,05	0,05	0,05	0,9
Experto 20							
	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	
Ka=	0,2	0,4	0,05	0,05	0,05	0,05	0,8
Experto 21							
	Medio	Medio	Alto	Alto	Medio	Medio	
Ka=	0,2	0,4	0,05	0,05	0,05	0,05	0,8

Tabla de cálculo de coeficiente de competencia					
Experto 1		Kc	Ka		
K=	0,5	1	1	1	Alto
Experto 2					
K=	0,5	0,9	0,9	0,9	Medio
Experto 3					
K=	0,5	0,8	0,85	0,825	Alto
Experto 4					
K=	0,5	0,6	0,9	0,75	Medio
Experto 5					
K=	0,5	0,9	1	0,95	Alto
Experto 6					
K=	0,5	0,6	0,9	0,75	Medio
Experto 7					
K=	0,5	0,7	0,95	0,825	Alto
Experto 8					
K=	0,5	0,9	0,8	0,85	Alto
Experto 9					
K=	0,5	0,7	1	0,85	Medio
Experto 10					
K=	0,5	0,7	0,9	0,8	Medio
Experto 11					
K=	0,5	0,9	1	0,95	Alto
Experto 12					
K=	0,5	0,5	0,9	0,7	Medio
Experto 13					
K=	0,5	0,5	0,8	0,65	Bajo
Experto 14					
K=	0,5	0,8	1	0,9	Alto
Experto 15					
K=	0,5	0,7	0,8	0,75	Medio
Experto 16					
K=	0,5	0,9	0,8	0,85	Alto
Experto 17					
K=	0,5	0,7	1	0,85	Medio
Experto 18					
K=	0,5	0,8	0,9	0,85	Alto
Experto 19					
K=	0,5	0,5	0,9	0,7	Medio

Experto 20					
K=	0,5	0,5	0,8	0,65	Medio
Experto 21					
K=	0,5	0,8	0,8	0,8	Alto

Tabla de frecuencia de las categorías						
Estrategia informativa educativa comunicativa	C1	C2	C3	C4	C5	TOTAL
	MUY ADECUADO	BASTANTE ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	NO ADECUADO	
P01	20	1	0	0	0	21
P02	21	0	0	0	0	21
P03	21	0	0	0	0	21
P04	19	2	0	0	0	21
P05	16	5	0	0	0	21
P06	20	1	0	0	0	21
P07	17	4	0	0	0	21
P08	17	3	1	0	0	21
P09	19	2	0	0	0	21
P010	17	0	4	0	0	21
P011	17	4	0	0	0	21
P012	17	4	0	0	0	21
P013	20	0	1	0	0	21
P014	17	4	0	0	0	21
P015	18	3	0	0	0	21
P016	18	3	0	0	0	21
P017	17	3	1	0	0	21
P018	17	4	0	0	0	21
P019	21	0	0	0	0	21
P020	21	0	0	0	0	21
P021	20	1	0	0	0	21
P022	20	0	1	0	0	21
P023	17	4	0	0	0	21
P024	20	0	1	0	0	21
P025	21	0	0	0	0	21
P026	21	0	0	0	0	21
P027	21	0	0	0	0	21
P028	21	0	0	0	0	21
P029	20	1	0	0	0	21
P030	20	1	0	0	0	21
P031	21	0	0	0	0	21
P032	21	0	0	0	0	21
P033	21	0	0	0	0	21

Tabla de frecuencia de las categorías						
Estrategia informativa educativa comunicativa	C1	C2	C3	C4	C5	TOTAL
	MUY ADECUADO	BASTANTE ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	NO ADECUADO	
P034	21	0	0	0	0	21
P035	21	0	0	0	0	21
P036	21	0	0	0	0	21
P037	21	0	0	0	0	21
P038	21	0	0	0	0	21
P039	21	0	0	0	0	21
P040	21	0	0	0	0	21
P041	21	0	0	0	0	21
P042	21	0	0	0	0	21
P043	21	0	0	0	0	21
P044	21	0	0	0	0	21
P045	21	0	0	0	0	21
P046	17	4	0	0	0	21
P047	21	0	0	0	0	21
P048	18	3	0	0	0	21
P049	20	1	0	0	0	21
P050	20	1	0	0	0	21
P051	20	1	0	0	0	21
P052	20	1	0	0	0	21
P053	21	0	0	0	0	21
P054	21	0	0	0	0	21
P055	14	0	7	0	0	21
P056	21	0	0	0	0	21
P057	21	0	0	0	0	21

Tabla de frecuencias acumuladas					
Estrategia informativa educativa comunicativa	C1	C2	C3	C4	C5
	MUY ADECUADO	BASTANTE ADECUADA	ADECUADO	POCO ADECUADO	NO ADECUADO
P-1	20	21	21	21	21
P-2	21	21	21	21	21
P-3	21	21	21	21	21
P-4	19	21	21	21	21
P-5	16	21	21	21	21
P-6	20	21	21	21	21
P-7	17	21	21	21	21
P-8	17	20	21	21	21
P-9	19	21	21	21	21
P-10	17	17	21	21	21
P-11	17	21	21	21	21
P-12	17	21	21	21	21
P-13	20	20	21	21	21
P-14	17	21	21	21	21
P-15	18	21	21	21	21
P-16	18	21	21	21	21
P-17	17	20	21	21	21
P-18	17	21	21	21	21
P-19	21	21	21	21	21
P-20	21	21	21	21	21
P-21	20	21	21	21	21
P-22	20	20	21	21	21
P-23	17	21	21	21	21
P-24	20	20	21	21	21
P-25	21	21	21	21	21
P-26	21	21	21	21	21
P-27	21	21	21	21	21
P-28	21	21	21	21	21
P-29	20	21	21	21	21
P-30	20	21	21	21	21
P-31	21	21	21	21	21
P-32	21	21	21	21	21
P-33	21	21	21	21	21
P-34	21	21	21	21	21
P-35	21	21	21	21	21

Tabla de frecuencias acumuladas					
Estrategia informativa educativa comunicativa	C1	C2	C3	C4	C5
	MUY ADECUADO	BASTANTE ADECUADA	ADECUADO	POCO ADECUADO	NO ADECUADO
P-36	21	21	21	21	21
P-37	21	21	21	21	21
P-38	21	21	21	21	21
P-39	21	21	21	21	21
P-40	21	21	21	21	21
P-41	21	21	21	21	21
P-42	21	21	21	21	21
P-43	21	21	21	21	21
P-44	21	21	21	21	21
P-45	21	21	21	21	21
P-46	17	21	21	21	21
P-47	21	21	21	21	21
P-48	21	21	21	21	21
P-49	20	21	21	21	21
P-50	20	21	21	21	21
P-51	20	21	21	21	21
P-52	20	21	21	21	21
P-53	21	21	21	21	21
P-54	21	21	21	21	21
P-55	14	14	21	21	21
P-56	21	21	21	21	21
P-57	21	21	21	21	21

Tabla de frecuencias acumuladas más puntos de corte								
Estrategia informativa educativa comunicativa	C3,90	C2	C3	C4	SUMA	PROMEDIO	N	N-P
P-1	1,6700	3,9000	3,9000	3,9000	13,37	3,34	2,80	-0,55
P-2	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-3	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-4	1,3100	3,9000	3,9000	3,9000	13,01	3,25	2,80	-0,46
P-5	0,7100	3,9000	3,9000	3,9000	12,41	3,10	2,80	-0,31
P-6	1,6700	3,9000	3,9000	3,9000	13,37	3,34	2,80	-0,55
P-7	0,8700	3,9000	3,9000	3,9000	12,57	3,14	2,80	-0,35
P-8	0,8700	1,6700	3,9000	3,9000	10,34	2,59	2,80	0,21
P-9	1,3100	3,9000	3,9000	3,9000	13,01	3,25	2,80	-0,46
P-10	0,8700	0,8700	3,9000	3,9000	9,54	2,39	2,80	0,41
P-11	0,8700	3,9000	3,9000	3,9000	12,57	3,14	2,80	-0,35
P-12	0,8700	3,9000	3,9000	3,9000	12,57	3,14	2,80	-0,35
P-13	1,6700	1,6700	3,9000	3,9000	11,14	2,79	2,80	0,01
P-14	0,8700	3,9000	3,9000	3,9000	12,57	3,14	2,80	-0,35
P-15	1,0700	3,9000	3,9000	3,9000	12,77	3,19	2,80	-0,40
P-16	1,0700	3,9000	3,9000	3,9000	12,77	3,19	2,80	-0,40
P-17	0,8700	1,6700	3,9000	3,9000	10,34	2,59	2,80	0,21
P-18	0,8700	3,9000	3,9000	3,9000	12,57	3,14	2,80	-0,35
P-19	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-20	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-21	1,6700	3,9000	3,9000	3,9000	13,37	3,34	2,80	-0,55
P-22	1,6700	1,6700	3,9000	3,9000	11,14	2,79	2,80	0,01
P-23	0,8700	3,9000	3,9000	3,9000	12,57	3,14	2,80	-0,35
P-24	1,6700	1,6700	3,9000	3,9000	11,14	2,79	2,80	0,01
P-25	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-26	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-27	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-28	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-29	1,6700	3,9000	3,9000	3,9000	13,37	3,34	2,80	-0,55
P-30	1,6700	3,9000	3,9000	3,9000	13,37	3,34	2,80	-0,55
P-31	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-32	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-33	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-34	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-35	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10

Tabla de frecuencias acumuladas más puntos de corte								
Estrategia informativa educativa comunicativa	C3,90	C2	C3	C4	SUMA	PROMEDIO	N	N-P
P-36	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-37	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-38	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-39	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-40	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-41	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-42	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-43	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-44	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-45	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-46	0,8700	3,9000	3,9000	3,9000	12,57	3,14	2,80	-0,35
P-47	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-48	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-49	1,6700	3,9000	3,9000	3,9000	13,37	3,34	2,80	-0,55
P-50	1,6700	3,9000	3,9000	3,9000	13,37	3,34	2,80	-0,55
P-51	1,6700	3,9000	3,9000	3,9000	13,37	3,34	2,80	-0,55
P-52	1,6700	3,9000	3,9000	3,9000	13,37	3,34	2,80	-0,55
P-53	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-54	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-55	0,4300	0,4300	3,9000	3,9000	8,66	2,17	2,80	0,63
P-56	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
P-57	3,9000	3,9000	3,9000	3,9000	15,60	3,90	2,80	-1,10
SUMA	147,74	204,65	222,30	222,30	796,99			

Unidad tem Sistema de	Unidad tem Sistema de	Unidad tem Sistema de	Unidad tem Sistema de	Unidad tem Sistema de	Unidad tem Sistema de	Unidad tem Sistema de	Unidad tem Sistema de	Unidad tem Sistema de	Unidad tem Sistema de	Orientador	Objetivo de	Considerac	¿Qué aspectos considera que deberían fortalecerse en la propuesta?
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Propuesta coherente
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Me parece una propuesta integral, que con el tiempo podría servir para implem
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Estrategia completa, clara precisa y coherente.
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	En el mediano plazo podría aplicarse en el contexto formativo en el que se prop
Muy adecuado	Muy adecuado	Bastante adecu	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Me parece una propuesta bien estructurada, exitosa.
Bastante adecu	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	La metodología de la tercera fase es muy genérica
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Me parece una propuesta integral, coherente y alineada con el objetivo formativ
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	La estrategia se presenta clara, precisa y con una lógica consistente entre fase
Bastante adecu	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	La propuesta está bien estructurada y tiene potencial para lograr resultados exit
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Veo factible que, con ajustes menores, pueda implementarse también en otras
Muy adecuado	Muy adecuado	Bastante adecu	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Destaco la articulación entre interacción y formación continua, lo que puede for
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Me parece un enfoque completo, con una secuencia que facilita la implementac
Bastante adecu	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	La coherencia interna del documento aporta solidez y favorece su escalabilidad
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	La propuesta integra componentes clave (planificación, ejecución y evaluación)
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	En términos generales, el diseño metodológico es consistente; sin embargo, su
Muy adecuado	Muy adecuado	Bastante adecu	Bastante adecu	Bastante adecu	Bastante adecu	Bastante adecu	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	La iniciativa podría contribuir al fortalecimiento de capacidades estudiantiles y
Bastante adecu	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Me parece que el modelo puede replicarse en otros escenarios, siempre que se
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	La ruta de implementación es comprensible y permite visualizar cómo se transi
Muy adecuado	Muy adecuado	Bastante adecu	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	La propuesta es pertinente y bien orientada; con indicadores claros, podría facil
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Valor que el planteamiento promueva la interacción activa, lo cual suele mejor
Bastante adecu	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	En el mediano y largo plazo, podría convertirse en una referencia para fortalece
Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	En términos generales, el diseño metodológico es consistente; sin embargo, su