

Impacto de las habilidades blandas en el rendimiento académico de estudiantes de marketing en instituciones de educación superior

Impact of soft skills on academic performance of marketing students in higher education

Mayra Elizabeth Cárdenas-Otavallo, Jaime Tinto-Arandes, Daniel Andrade- Pesantez

Resumen

En el ámbito educativo, el desarrollo de las habilidades blandas es fundamental para el rendimiento académico y tiene suma importancia en la preparación profesional de los estudiantes de Marketing. Sin embargo, su desarrollo sigue siendo insuficiente en instituciones de educación superior, lo que limita el perfeccionamiento de las competencias esenciales como liderazgo, comunicación y trabajo en equipo, entre otros. Este estudio analiza cómo las habilidades blandas influyen en el desempeño académico de los estudiantes de la carrera de marketing en la educación superior. La investigación emplea un enfoque mixto con un diseño no experimental de campo. Se elaboraron cuestionarios estructurados con preguntas cerradas y preguntas con escala Likert, se evaluaron competencias clave, por otro lado, el rendimiento académico se midió a través de calificaciones y resultados en proyectos grupales. La muestra incluye 122 estudiantes seleccionados con un nivel de confianza del 95%. Estos cuestionarios se aplicaron de forma anónima para garantizar la privacidad de los estudiantes. Esta medida fue implementada para generar un ambiente de confianza, permitiendo que los participantes respondieran con mayor honestidad y libertad, sin temor a juicios o repercusiones. Al asegurar el anonimato, se buscó obtener respuestas más sinceras y representativas, lo que contribuye a la validez y fiabilidad de los datos recopilados. El 100% de los estudiantes con altos niveles de habilidades blandas obtuvieron un desempeño académico superior, reflejado en calificaciones más altas y mejores resultados en proyectos grupales. Los resultados servirán de base para diseñar estrategias pedagógicas que integren estas competencias en los Planes de Estudio de la Asignatura. Este estudio beneficiará de manera integral a estudiantes, profesores e instituciones educativas, fomentando el aprendizaje integral y una formación profesional más sólida en el campo del marketing.

Palabras clave: Competencias interpersonales; Desempeño académico; Educación en marketing; Habilidades blandas; Intervenciones pedagógicas

Mayra Elizabeth Cárdenas-Otavallo

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | mayra.cardenas.36@est.ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0000-9966-5122>

Jaime Tinto-Arandes

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | jtinto@ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8507-6837>

Daniel Andrade- Pesantez

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | dandrdep@ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-0586-4038>

<https://doi.org/10.46652/runas.v6i12.250>
ISSN 2737-6230
Vol. 6 No. 12 julio-diciembre 2025, e250250
Quito, Ecuador

Enviado: enero 23, 2025
Aceptado: marzo 13, 2025
Publicado: marzo 26, 2025
Continuous Publication



Abstract

In the educational field, soft skills development is central to academic performance and is of paramount importance in the professional preparation of marketing students. However, their development remains insufficient in many institutions, limiting the development of essential skills such as leadership, communication, and teamwork. This study examines how soft skills influence the academic performance of marketing students in higher education. The research uses a mixed approach with a non-experimental field design. Structured questionnaires were developed with closed questions and questions with Likert scale, key competences were evaluated, on the other hand, academic performance was measured through grades and results in group projects. The sample includes 122 selected students with a 95% confidence level. These questionnaires were applied anonymously with the aim of ensuring students' privacy. This measure was implemented to generate an atmosphere of trust, allowing participants to respond with greater honesty and freedom, without fear of judgment or repercussions. By ensuring anonymity, the aim was to obtain more honest and representative answers, which contributes to the validity and reliability of the data collected. 100% of students with high soft skills levels achieved higher academic performance, which is reflected in higher grades, as well as better results in group projects. The results obtained will serve as a basis for designing pedagogical strategies which integrate these competences into the subject's curricula. This study will benefit students, teachers, and educational institutions in a comprehensive way, promoting integral learning and stronger vocational training in the field of marketing.

Keywords: People skills; Academic performance; Marketing education; Soft skills; Pedagogical interventions

Introducción

En la actualidad, el desarrollo de las habilidades blandas ha adquirido una relevancia creciente tanto en la educación superior como en el mercado laboral. Mina & Barzola (2020) destacan que, aunque competencias como el liderazgo, el trabajo en equipo y la comunicación son altamente demandadas por los empleadores, “no se evidencia en los trabajos de investigación revisados las habilidades blandas requeridas por tipo de actividad a desarrollar en el trabajador... generando perjuicios en la empleabilidad de los jóvenes y en el desarrollo de su vida laboral” (p. 54). Esta brecha entre la formación educativa y las necesidades del mercado refleja la necesidad urgente de fortalecer los sistemas educativos para preparar a los jóvenes con competencias que les permitan enfrentar un entorno laboral en constante cambio.

La inteligencia emocional, según se refiere a la capacidad de los individuos para identificar, comprender y gestionar sus propias emociones, así como las de los demás. Esta teoría establece que las habilidades emocionales son esenciales para el éxito personal y profesional, ya que permiten un manejo eficaz de las relaciones interpersonales, la toma de decisiones y la resolución de conflictos. En el contexto educativo, la Teoría del Aprendizaje Socioemocional (Durlak et al., 2011), subraya la importancia de desarrollar competencias como la autoconciencia, la autorregulación y las habilidades de relación. Estas no solo potencian el rendimiento académico, sino que también preparan a los estudiantes de marketing para enfrentar los desafíos del mercado laboral de manera ética y colaborativa, puesto que, las habilidades blandas como la inteligencia emocional, la proactividad, la resiliencia y la empatía son fundamentales para el desarrollo integral de los estudiantes de marketing, mejorando su desempeño académico y preparación profesional.

La UNESCO (2024), enfatiza que el desarrollo de habilidades socioemocionales brinda a los estudiantes nuevas oportunidades que potencian tanto su rendimiento académico como su bienestar emocional y personal. Sin embargo, Medrano et al. (2023), advierten que muchas organizaciones que contratan a egresados señalan deficiencias en las competencias blandas, lo que pone de manifiesto una brecha significativa entre la formación académica y las exigencias laborales.

En este contexto Hernández Herrera y Neri Torres (2020), sostienen que el desarrollo de habilidades blandas fortalece la confianza y mejora la comunicación de los estudiantes, ayudándolos a integrarse plenamente en la sociedad. La falta de estas capacidades puede llevar al aislamiento y a problemas sociales más amplios, afectando directamente la salud física, mental y los propósitos de vida de los individuos. En este contexto, Rosales-Castro et al. (2023), identifican factores que afectan el rendimiento académico, como la calidad de la enseñanza, el abandono escolar por parte de los padres y desafíos sociales, económicos y personales.

Para Puga Villarreal y Martínez Cerna (2008), las habilidades blandas son un conjunto de capacidades, conocimientos y destrezas que los individuos desarrollan a lo largo de su vida y que son esenciales para el éxito en diversos contextos, especialmente en la etapa escolar. Daellenbach (2018), afirma que habilidades como el pensamiento crítico, la reflexión y la creatividad constituyen el núcleo de una educación de marketing efectiva, mientras que Hidalgo et al. (2021), refuerzan que estas competencias son fundamentales para fortalecer la inteligencia emocional y las relaciones interpersonales.

En términos laborales, Belchior-Rocha et al. (2022), resaltan que competencias instrumentales como la planificación, la gestión del tiempo y la comunicación efectiva son esenciales para cumplir con las expectativas del mercado laboral, ya que están asociadas con la resolución de problemas complejos, un fuerte predictor de éxito profesional. Un informe presentado por la Association of American Colleges and Universities, indica que al menos la mitad de los empleadores entrevistados dijeron que las habilidades de una educación liberal contemporánea son esenciales en los universitarios, entre estas se encuentran; trabajo en equipo (62%), pensamiento crítico (60%), análisis e interpretación de datos (57%), comunicación escrita (54%), comunicación oral (52%) y la resolución de problemas (54%). (AAC&U, 2021). Strang (2022), añade que estas competencias técnicas e interpersonales son imprescindibles para adaptarse a un entorno laboral dinámico.

En un nivel más profundo las habilidades blandas como aquellas no cognitivas que permiten el autoconocimiento, la gestión emocional y la resolución eficiente de problemas. Sin embargo, Zurita Aguilera (2020), advierte que el sistema educativo actual prioriza las habilidades cognitivas sobre las socioemocionales, a pesar de que estas últimas son esenciales para el desarrollo integral del estudiante. Cadillo-Leiva et al. (2021), también señalan que el fortalecimiento de aspectos como la autoestima y el autoconcepto es clave para fomentar la felicidad y mejorar la convivencia social. En este sentido, Huairé Inacio (2014), subraya la importancia de las habilidades socioemocionales para la comprensión interna y externa del individuo, mientras que Prado-Álvarez &

Águila-Chávez (2003), destacan la resiliencia como un factor esencial para desarrollar la empatía, la creatividad y la independencia en los estudiantes.

Un informe del Foro Económico Mundial (2020), señala que el pensamiento crítico y la resolución de problemas serán las habilidades más demandadas en los próximos años, junto con competencias como el liderazgo y la influencia social. Para 2025, se estima que el 50 % de las habilidades requeridas estarán relacionadas con las habilidades blandas Luciaclemares (2025), por otro lado, la UNESCO (2024), subraya que integrar explícitamente estas competencias en los currículos escolares fomenta un entorno educativo más inclusivo y efectivo.

El desarrollo de habilidades de comunicación y trabajo en equipo revela un impacto directo en el rendimiento académico y la preparación para el entorno profesional. En este sentido, Perpiñà Martí et al. (2022), enfatizan que estos factores no solo facilitan la dinámica de trabajo en equipo en el aula, sino que también preparan a los estudiantes para interacciones profesionales más efectivas (Siu et al., 2021), añaden que la relación entre inteligencia emocional y habilidades interpersonales es clave para gestionar diálogos tanto académicos como profesionales, mientras que Almeida & Morais (2023), sostienen que las instituciones de educación superior deben implementar estrategias pedagógicas que integren estas competencias para responder a los desafíos actuales.

El desarrollo de habilidades blandas es esencial no solo para mejorar el rendimiento académico, sino también para preparar a los estudiantes de marketing para un mercado laboral en constante evolución. Este estudio busca analizar cómo estas competencias influyen en el desempeño de los estudiantes. Estudios realizados por DeLong & Elbeck (2018), revelan que, a largo plazo, el éxito profesional depende en un 75% en las habilidades interpersonales, mientras que únicamente el 25% está relacionado con los conocimientos técnicos.

En ese sentido para alcanzar el objetivo general de esta investigación, es necesario: Inicialmente determinar el nivel de habilidades blandas entre los estudiantes de marketing mediante encuestas. Analizar la relación cuantitativa entre las habilidades blandas y el rendimiento académico, usando indicadores de calificaciones y tasas de éxito en proyectos. Proponer estrategias de mejora basadas en el desarrollo de habilidades blandas en el plan de estudios.

Así pues, es importante responder a la siguiente pregunta: ¿De qué manera y en qué medida influyen las habilidades blandas en el rendimiento académico de los estudiantes de marketing de educación superior? Este estudio plantea la siguiente hipótesis: Mientras exista un mayor desarrollo de habilidades blandas este se dará como resultado un mejor rendimiento académico en los estudiantes de Marketing. En otras palabras, se espera que los estudiantes con mayores niveles de estas competencias obtengan mejores calificaciones. Comprender la relación entre las habilidades blandas y el rendimiento académico contribuirá a diseñar estrategias pedagógicas que fomenten el desarrollo de manera efectiva.

Metodología

El diseño metodológico aplicado a esta investigación se centra en un estudio de campo no experimental, por cuanto no se manipulan las variables dependientes e independientes, se mide la relación entre las dos variables aplicadas, en la muestra seleccionada, el enfoque utilizado a esta investigación fue mixto, en el cual predomina el enfoque cuantitativo para comprender mejor el evento analizado.

Los datos se analizaron con el uso del software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), el cual es ampliamente utilizado por cuanto tiene capacidad de procesamiento de información estadística. Así mismo se utilizaron métodos de análisis estadístico para describir y establecer la relación de las variables dependiente e independiente entre ellos la correlación de Pearson dado que las variables fueron medidas en escalas, mediante encuestas estructuradas.

El diseño del cuestionario incluyó preguntas cerradas en la escala de Likert, ampliamente utilizada en investigaciones por su facilidad en la medición de percepciones y actitudes. Para certificar la eficacia y confiabilidad del instrumento; el cuestionario aplicado fue validado por un panel de expertos compuesto por un experto en el área de Marketing, una autoridad de educación superior y un experto en pedagogía, además mediante el análisis estadístico se obtuvo un valor de 0.945 de alfa de Cronbach, lo que indica una alta fiabilidad del instrumento. Asimismo, con el fin de minimizar los sesgos de autopercepción, la encuesta se aplicó totalmente de forma anónima con el uso de la herramienta Google Forms, asegurando que los participantes respondan en total sinceridad y sin miedo a juicios externos.

Por consiguiente, como criterio de inclusión se consideró a estudiantes que hayan obtenido la matrícula en la carrera de Marketing en el Instituto Tecnológico Sudamericano, durante el periodo académico agosto 2024 – febrero 2025 con al menos 3 meses de experiencia académica. Este criterio permitió evaluar fiablemente la relación entre el desarrollo de habilidades blandas y el rendimiento académico.

El tamaño de la muestra se calculó en 122 estudiantes según 170 estudiantes matriculados en la Carrera de Marketing en el periodo mencionado, para lo que se aplicó un muestreo probabilístico con un intervalo de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %, una muestra representativa de 122 estudiantes.

Resultados

Resumen del modelo

El análisis estadístico aplicado mediante el uso del software SPSS mostró que la variable predictora Habilidades blandas tiene una significativa relación con la variable dependiente analizada. En la tabla 1 se presentan los indicadores clave del modelo de regresión lineal.

Tabla 1. Resumen del modelo de regresión lineal

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado-correctado	Error típ. de la estimación
1	,847 ^a	,717	,715	1,59535

a. Variables predictoras: (Constante), Habilidades blandas

Fuente: elaboración propia.

Una vez realizado el cálculo de para obtener la regresión lineal se obtuvo el coeficiente de relación de Pearson (R) de 0.847, esto indica que existe una fuerte relación positiva entre las variables rendimiento académico y habilidades blandas, esto quiere decir que a mayor desarrollo de habilidades blandas mejor es el desempeño académico de los estudiantes. En cuanto al coeficiente de determinación (R cuadrado) dio como resultado 0.717, mientras que el coeficiente de determinación ajustado (R cuadrado corregido) fue de 0.715 lo que indica una variabilidad de 71.5% entre las variables del modelo. Finalmente, el error estándar de estimación se estimó en 1,59535.

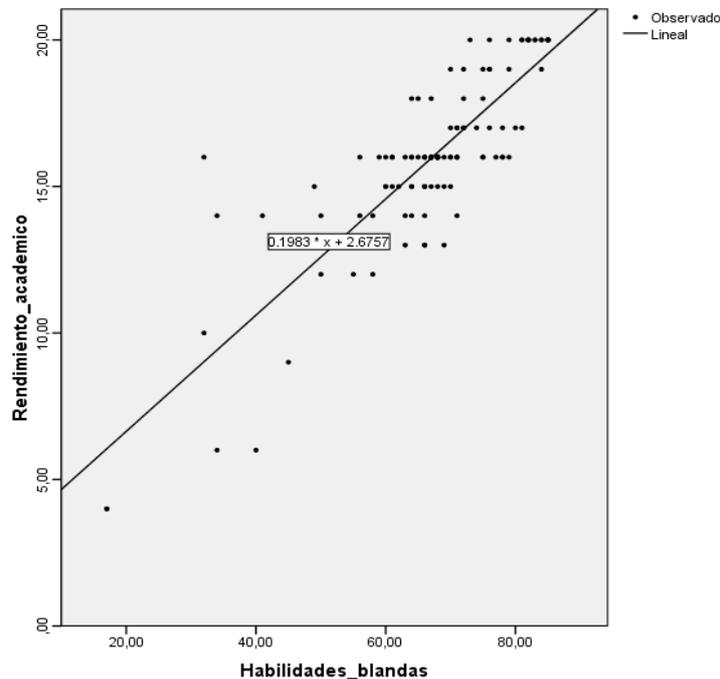
Análisis de Varianza (ANOVA)

El cálculo y análisis de varianza (ANOVA) determinó que el modelo de regresión es estadísticamente relevante. La suma de cuadrados de la regresión fue de 787.459, simultáneamente, la suma de cuadrados residual fue de 310.509. El modelo mostró un grado de libertad de 1 para la regresión y 122 para el residuo, con una media cuadrática de 787.459 y 2.545, según el orden mencionado. La prueba F obtuvo un valor de 309.395, con una significancia de 0.000, lo que muestra que el modelo ajustado es significativo en la predicción de la variable dependiente

Resultados del Modelo de Regresión

El análisis de regresión destacó una relación positiva entre las variables analizadas habilidades; blandas y el rendimiento académico, como se observa en la Figura 1. La dispersión de los datos refleja una tendencia creciente, respaldada por la línea de regresión ajustada con la ecuación $y=0.1983x+2.6757$. Esto revela que, a medida que los valores de habilidades blandas aumentan, el rendimiento académico experimenta un aumento. La Figura 1 muestra tanto los valores observados como la tendencia lineal estimada, lo que facilita visualizar la dirección y la fuerza de la relación entre las dos variables.

Figura 1. Relación entre habilidades blandas y rendimiento académico



Fuente: elaboración propia.

La ecuación $y = 0,1983x + 2,6757$ indica que, por cada punto adicional en la escala de habilidades blandas, el rendimiento académico aumenta en 0,1983 puntos.

Correlaciones entre variables; Habilidades blandas y rendimiento académico

Se analizaron las correlaciones entre las diversas dimensiones de las habilidades blandas y el impacto que tienen sobre el rendimiento académico los resultados demostraron que las relaciones son significativas en diferentes dimensiones:

La seguridad al expresar ideas en actividades académicas grupales o individuales presentó una correlación positiva con la capacidad de explicar conceptos de manera clara ($r = 0,748$, $p < 0,01$) y con la adaptación a roles en proyectos grupales ($r = 0,645$, $p < 0,01$).

La consideración de opiniones de compañeros antes de tomar decisiones mostró una relación significativa con la contribución activa en el equipo ($r = 0,634$, $p < 0,01$) y con la resolución de conflictos en el grupo ($r = 0,644$, $p < 0,01$).

La habilidad para explicar conceptos de forma clara correlacionó positivamente con la toma de decisiones en situaciones críticas ($r = 0,503$, $p < 0,01$) y con la planificación de tareas para cumplir plazos académicos ($r = 0,305$, $p < 0,01$).

La contribución activa en el trabajo en equipo estuvo fuertemente relacionada con la capacidad para resolver conflictos ($r = 0.761$, $p < 0.01$) y con la asunción de liderazgo en proyectos grupales cuando fue necesario ($r = 0.727$, $p < 0.01$).

La planificación y organización de tareas para cumplir plazos académicos tuvo una correlación significativa con la gestión eficiente del tiempo entre actividades académicas y personales ($r = 0.714$, $p < 0.01$).

La capacidad de encontrar soluciones efectivas frente a desafíos académicos correlacionó fuertemente con el análisis de alternativas antes de tomar decisiones importantes ($r = 0.735$, $p < 0.01$) y con la capacidad de mantener la calma y el enfoque en situaciones complejas ($r = 0.707$, $p < 0.01$).

Se encontró una correlación positiva entre la percepción de que las habilidades blandas contribuyen al desempeño académico y la calidad de los proyectos académicos en los que se participa ($r = 0.825$, $p < 0.01$).

La satisfacción con la capacidad para completar proyectos académicos se relacionó positivamente con la percepción de que mejorar habilidades blandas podría incrementar el rendimiento académico ($r = 0.507$, $p < 0.01$).

Este estudio investigó cómo las habilidades blandas influyen en el desempeño académico, revelando vínculos importantes entre diversas competencias. Se determinó que quienes expresan sus ideas con seguridad tienden a explicar conceptos con mayor claridad y a adaptarse mejor a los roles en proyectos grupales. También se evidenció que aquellos que tienen en cuenta las opiniones de sus compañeros antes de tomar decisiones contribuyen más activamente al equipo y ayudan a resolver conflictos. Explicar ideas con claridad está relacionado con tomar mejores decisiones en situaciones críticas y organizar tareas para cumplir plazos. Asimismo, la participación en el trabajo en equipo se relaciona con la capacidad de resolver conflictos y asumir liderazgo cuando es necesario. La planificación eficaz de tareas beneficia la gestión del tiempo entre actividades académicas y personales. De la misma manera, quienes afrontan desafíos académicos con éxito suelen analizar distintas alternativas antes de decidir y permanecen en calma en momentos complejos. Por otra parte, existe un fuerte vínculo entre la percepción de que las habilidades blandas mejoran el rendimiento académico y el nivel de los proyectos en los que los estudiantes participan. Para concluir, la satisfacción con la finalización de proyectos académicos está vinculada con la creencia de que fortalecer estas habilidades puede aumentar aún más el desempeño en los estudios.

Discusión

Los resultados del presente estudio evidencian que el desarrollo de habilidades blandas, en particular la inteligencia emocional, el liderazgo y la comunicación, tiene un impacto positivo en el rendimiento académico de los estudiantes de marketing. Este hallazgo concuerda con estudios previos como el de Almeida & Morais (2023), quienes concluyeron que la integración de estra-

teorías pedagógicas orientadas al desarrollo de competencias interpersonales no solo mejora el desempeño académico, sino que también favorece la empleabilidad de los egresados.

Desde una perspectiva teórica, los resultados pueden explicarse a través de la Teoría del Aprendizaje Socioemocional Durlak et al. (2011), que sostiene que el desarrollo de competencias emocionales fortalece la autoconfianza y la motivación, factores clave para un aprendizaje eficaz. En este sentido, los hallazgos indican que los estudiantes con mejores niveles de liderazgo y comunicación obtienen mejores calificaciones en proyectos grupales, lo que refuerza la hipótesis de que estas competencias juegan un papel fundamental en la educación en marketing, donde la interacción y la toma de decisiones estratégicas son esenciales.

Sin embargo, es importante señalar que los resultados de algunos estudios han obtenido resultados contrastantes en función del contexto cultural educativo. Por ejemplo, Ngo (2024), en una investigación con 968 estudiantes universitarios en Vietnam, encontró que los estudiantes no perciben que las habilidades blandas tengan un impacto significativo en su rendimiento académico. En discrepancia con estos hallazgos, el presente estudio sí identifica una correlación positiva entre las habilidades blandas y el desempeño académico, lo que sugiere que la percepción de su impacto podría depender del contexto educativo y cultural. Esta discrepancia plantea la necesidad de realizar estudios comparativos en diferentes regiones y disciplinas para determinar cómo influyen las diferencias en los sistemas educativos y las expectativas profesionales en la relación entre inteligencia emocional y éxito académico.

El metaanálisis de MacCann et al. (2020), refuerza la relevancia de la inteligencia emocional en el rendimiento académico, demostrando que esta variable explica hasta 3.9% de la varianza en el desempeño estudiantil y que su impacto es mayor en disciplinas humanísticas que en ciencias ($r = .38$ vs. $r = .21$). Dado que el marketing es una disciplina que integra elementos de comunicación, negociación y liderazgo, estos hallazgos sugieren que el desarrollo de la inteligencia emocional podría ser aún más relevante en este campo.

A pesar de estos resultados, es importante reconocer ciertas limitaciones metodológicas. Un aspecto por considerar es que algunos estudios, como el de Shafait et al. (2021), en instituciones de educación superior en China, han utilizado cuestionarios auto informados para medir la inteligencia emocional y el rendimiento académico. Este método, aunque válido, puede introducir sesgos en la percepción de las competencias individuales, ya que los estudiantes pueden sobrestimar o subestimar sus habilidades. En contraste, investigaciones como la de MacCann et al. (2020), han empleado mediciones más objetivas, como calificaciones y pruebas estandarizadas, lo que sugiere que futuras investigaciones deberían combinar ambos enfoques para obtener resultados más precisos.

Conclusión

Los hallazgos del presente estudio confirman que el desarrollo de habilidades blandas, en particular la inteligencia emocional, el liderazgo y la comunicación, tiene un impacto significativo en el rendimiento académico de los estudiantes de marketing. Se encontró que los estudiantes con mayores niveles de estas competencias a lo largo de su carrera obtienen mejores calificaciones y un desempeño más eficaz en actividades colaborativas y estratégicas. Esto sugiere que el fortalecimiento de habilidades socioemocionales puede complementar la formación técnica en educación superior, facilitando el éxito académico y mejorando la preparación profesional de los estudiantes.

Desde una perspectiva teórica, los resultados respaldan la Teoría del Aprendizaje Socioemocional, la cual establece que el desarrollo de competencias interpersonales fortalece la autoconfianza y la motivación, factores esenciales para un desempeño académico exitoso. Asimismo, se evidenció que la inteligencia emocional tiene un impacto mayor en disciplinas humanísticas que en ciencias, lo que refuerza su importancia en áreas como el marketing, donde la interacción con clientes, la negociación y la toma de decisiones estratégicas son habilidades clave.

A pesar de la solidez de estos hallazgos, el estudio presenta algunas limitaciones metodológicas que deben considerarse. Primero, los datos se obtuvieron con cuestionarios auto informados, lo que puede introducir sesgos en la percepción de las habilidades emocionales y el rendimiento académico. Investigaciones futuras deberían complementar estos datos con mediciones objetivas, como calificaciones y pruebas estandarizadas, para obtener una evaluación más precisa. En segundo lugar, el estudio no distingue entre diferentes tipos de evaluación académica, por lo que sería relevante analizar cómo la inteligencia emocional influye en pruebas estandarizadas, desempeño en proyectos grupales y otras formas de evaluación.

En términos prácticos, los hallazgos destacan la necesidad de integrar estrategias pedagógicas que fomenten el desarrollo de habilidades blandas en los programas de educación superior en marketing. Se recomienda la implementación de metodologías activas como el aprendizaje basado en proyectos, la gamificación y el trabajo colaborativo, ya que estas estrategias han demostrado ser efectivas para el desarrollo de competencias socioemocionales.

Como futuras líneas de investigación, sería interesante explorar cómo la inteligencia emocional impacta el rendimiento académico en diferentes contextos educativos y disciplinas, así como evaluar la eficacia de intervenciones específicas diseñadas para mejorar estas competencias en estudiantes universitarios. También sería valioso realizar estudios longitudinales que permitan observar la evolución de las habilidades blandas a lo largo del tiempo y su impacto en la transición al mundo laboral.

Finalmente, este estudio contribuye al entendimiento del papel de las habilidades blandas en el rendimiento académico y plantea la importancia de su integración en la educación superior. Se espera que estos hallazgos sirvan como base para futuras investigaciones y para la formulación de políticas educativas que prioricen el desarrollo integral de los estudiantes.

Referencias

- AAC&U. (2021). How College Contributes to Workforce Success: Employer Views on What Matters Most. <https://n9.cl/2jw25>
- Almeida, F., & Morais, J. (2023a). Strategies for Developing Soft Skills Among Higher Engineering Courses. *Journal of Education*, 203(1), 103-112. <https://doi.org/10.1177/00220574211016417>
- Belchior-Rocha, H., Casquilho-Martins, I., & Simões, E. (2022). Transversal Competencies for Employability: From Higher Education to the Labour Market. *Education Sciences*, 12(4), 255. <https://doi.org/10.3390/educsci12040255>
- Cadillo-Leiva, G. S., Valentin-Centeno, L. M., & Huaire-Inacio, E. J. (2021). *Estrategias para mejorar las habilidades blandas en estudiantes de educación básica*. Congreso de Investigación e Innovación Multidisciplinario Virtual. <https://www.academica.org/edson.jorge.huaire.inacio/46>
- Daellenbach, K. (2018). On Carrot Cake and Marketing Education: A Perspective on Balancing Skills for Employability. *Australasian Marketing Journal*, 26(2), 172-179. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2018.04.005>
- DeLong, D., & Elbeck, M. (2018). An Exploratory Study of the Influence of Soft and Hard Skills on Entry Level Marketing Position Interviews. *Marketing Education Review*, 28(3), 159-169. <https://doi.org/10.1080/10528008.2017.1349475>
- Durlak, J. A., Weissberg, R. P., Dymnicki, A. B., Taylor, R. D., & Schellinger, K. B. (2011). The Impact of Enhancing Students' Social and Emotional Learning: A Meta-Analysis of School-Based Universal Interventions. *Child Development*, 82(1), 405-432. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2010.01564.x>
- Foro Económico Mundial. (2020). Estas son las 10 principales habilidades laborales del futuro - y el tiempo que lleva aprenderlas. <https://n9.cl/tw0pn>
- Hernández Herrera, C. A., & Neri Torres, J. C. (2020). Las habilidades blandas en estudiantes de ingeniería de tres instituciones públicas de educación superior. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 10(20). <https://doi.org/10.23913/ride.v10i20.678>
- Hidalgo, S. N. Z., Tenemea, J. L. Q., Tigre, S. C. L., & Alvarez, C. A. E. (2021). La importancia del fomento de las habilidades blandas en la educación. *Illari*, 28-32.
- Huaire Inacio, E. J. (2014). Neuroanatomía de las emociones y educación emocional. *Acta Académica*. <https://www.academica.org/edson.jorge.huaire.inacio/10>
- luciaclemares. (2025, 22 de enero). Las habilidades blandas como motor de cambio. Telefónica. <https://n9.cl/69yc4>
- MacCann, C., Jiang, Y., Brown, L. E. R., Double, K. S., Bucich, M., & Minbashian, A. (2020). Emotional intelligence predicts academic performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 146(2), 150-186. <https://doi.org/10.1037/bul0000219>
- Medrano, V. F. P., Muñoz, J. B. S., & Sánchez, J. L. S. (2023). Habilidades blandas en la gestión de práctica docente y administrativa en Educación Superior: Modalidad híbrida. *Runas. Journal of Education and Culture*, 4(7). <https://doi.org/10.46652/runas.v4i7.105>

- Mina, M. A. E., & Barzola, D. G. (2020). Habilidades blandas en la educación y la empresa: Mapeo Sistemático. *Revista Científica UISRAEL*, 7(2), 39-56. <https://doi.org/10.35290/rcui.v7n2.2020.245>
- Ngo, T. T. A. (2024). The Importance of Soft Skills for Academic Performance and Career Development—From the Perspective of University Students. *International Journal of Engineering Pedagogy (ijEP)*, 14(3), 53-68. <https://doi.org/10.3991/ijep.v14i3.45425>
- Perpiñà Martí, G., Sidera Caballero, F., & Serrat Sellabona, E. (2022). Rendimiento académico en educación primaria: Relaciones con la Inteligencia Emocional y las Habilidades Sociales. *Revista de Educación*, 395, 1-30.
- Prado-Álvarez, R., & Águila-Chávez, M. D. (2003). Diferencia en la resiliencia según género y nivel socioeconómico en adolescentes. *Persona*, 0(006), 179. <https://doi.org/10.26439/persona2003.n006.885>
- Puga Villarreal, J., & Martínez Cerna, L. (2008). Competencias directivas en escenarios globales. *Estudios Gerenciales*, 87-104. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70054-8](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70054-8)
- Rosales-Castro, F. P., Ramón-Poma, G. M., & Erazo-Álvarez, G. O. (2023). Rendimiento Académico en la Unidad Educativa Seis de Octubre, Cantón Huaquillas, Provincia de el Oro – Ecuador. *MQRInvestigar*, 7(4), 1207-1232. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.4.2023.1207-1232>
- Shafait, Z., Khan, M. A., Sahibzada, U. F., Dacko-Pikiewicz, Z., & Popp, J. (2021). An assessment of students' emotional intelligence, learning outcomes, and academic efficacy: A correlational study in higher education. *PLOS ONE*, 16(8). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255428>
- Siu, J. L. R., Salazar, R. E. R., & Montaña, L. F. (2021). Habilidades blandas y el desempeño docente en el nivel superior de la educación. *Propósitos y Representaciones*, 9(1). <https://doi.org/10.20511/pyr2021.v9n1.1038>
- Strang, K. D. (2022). How effective is business education in the workplace: Structural equation model of soft and hard skill competencies. *SN Business & Economics*, 3(1), 28. <https://doi.org/10.1007/s43546-022-00404-1>
- Zurita Aguilera, M. S. (2020). El aprendizaje cooperativo y el desarrollo de las habilidades cognitivas. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 24(1), 51-74. <https://doi.org/10.46498/reduipb.v24i1.1226>

Autores

Mayra Elizabeth Cárdenas-Otavallo. Soy ingeniera comercial, en la actualidad me desempeño como docente en el Instituto Tecnológico Superior Sudamericano y maestrante en el programa de Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos.

Jaime Tinto-Arandes. Docente de la Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Cuenca.

Daniel Andrade-Pesantez. Docente tutor, de la Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Cuenca.

Declaración

Conflicto de interés

No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

Financiamiento

Sin ayuda financiera de partes externas a este artículo.

Nota

El artículo es original y no ha sido publicado previamente.