

Evaluación del perfil y salto competencial: sector empresarial vs. estudiantes de administración. Universidad Virtual CNCI

Profile evaluation and competence leap: business sector vs. management students.
CNCI Virtual University

Fidel Moreno Briceño¹, Fernando Alor Dávila¹,
Delia Consuelo González Villarreal¹

¹ Universidad Virtual CNCI, México

fidel_briseno@cncivirtual.mx , fernando_alor@cncivirtual.mx ,
delia_gonzalez@cncivirtual.mx

RESUMEN. Durante los últimos años la sociedad se ha visto afectada por diversos fenómenos que han impactado en la búsqueda de oportunidades para obtener los conocimientos que les permitan desenvolverse en el mundo laboral de forma efectiva, esta realidad debe ser tomada en cuenta desde la educación para implementar estrategias de diseño y rediseño de los programas educativos que brinden a los estudiantes las competencias que las empresas demandan. Por lo que esta investigación busca evaluar la relación entre el perfil de los profesionistas demandados por el sector empresarial con respecto al perfil de los estudiantes de administración en la Universidad Virtual CNCI de los últimos cuatrimestres, mediante un método cuantitativo no experimental tomando en cuenta a la población estudiantil activa.

ABSTRACT. In recent years, society has been impacted by various phenomena that have influenced the search for opportunities to acquire the knowledge necessary to navigate the workforce effectively. This reality must be addressed within the education system by implementing strategies for designing and redesigning academic programs that equip students with the competencies demanded by employers. Therefore, this research aims to evaluate the alignment between the professional profiles sought by the business sector and the profiles of final-year business administration students at Universidad Virtual CNCI, using a non-experimental quantitative method, considering the active student population.

PALABRAS CLAVE: Perfil empresarial, Competencias, Formación empresarial.

KEYWORDS: Business profile, Competences, Business training.

1. Introducción

En el actual contexto global, marcado por transformaciones aceleradas en el ámbito laboral y tecnológico, las instituciones de educación superior enfrentan el desafío de no solo preparar a los estudiantes para el presente sino también para anticipar y responder a las futuras demandas del mercado laboral. Este desafío es especialmente crítico en áreas como la Administración de Empresas, donde la alineación entre las competencias desarrolladas durante la formación académica y las requeridas en el ámbito empresarial son esenciales para el éxito profesional de los graduados.

La disciplina de Administración de Empresas está bajo una continua evolución, impulsada por factores como la digitalización, globalización, un renovado enfoque en la sostenibilidad, y la responsabilidad social corporativa, los cuales requieren una adaptación constante de las habilidades y competencias esenciales para los futuros líderes empresariales. En este sentido, se hace imperativo revisar y actualizar continuamente los perfiles de competencia y los programas académicos que ofrecen en las universidades.

La Universidad Virtual CNCI se esfuerza por formar profesionales capaces de integrarse eficazmente en diversos entornos laborales. Sin embargo, surge una pregunta fundamental: ¿la oferta educativa está alineada a las expectativas y necesidades del entorno empresarial contemporáneo? Esta pregunta subyace en el corazón de la investigación propuesta, orientada a evaluar y contrastar el perfil competencial de los estudiantes de administración con el perfil competencial requerido por las empresas.

Comprender adecuadamente las competencias en los ámbitos académico y empresarial ha aumentado significativamente dada la dinámica del entorno laboral y la constante evolución de las necesidades educativas. Una revisión exhaustiva de la literatura enfoca este estudio en el estado actual de estas competencias tanto a nivel nacional como internacional, examinando investigaciones previas que han abordado este tema desde diversas perspectivas.

En este escenario, la pregunta inicial busca indagar en la efectividad de la adquisición de las nuevas competencias demandadas por el entorno laboral para un desempeño efectivo en los negocios evidenciándose. en algunos casos, la inserción de los egresados en el sector empresarial, mismo entorno que se encuentra en constante cambio, lo que se puede requerir un reajuste a los programas educativos con mayor frecuencia a los realizados desde el diseño instruccional.

2. Revisión de la literatura

Están referidos a los estudios e investigaciones relacionadas con el perfil competencial empresarial y de los estudiantes de administración, así como los factores que hacen imperativo un cambio en la curricula tanto en Latinoamérica como en otros países. En este sentido, Filimonyuk et al. (2023) publicaron un estudio en la Web de Conferencias E3S sobre el desarrollo de un perfil competencial para responsables de programas educativos universitarios, en el que investigaron el perfil de éxito que demandan las organizaciones modernas para alinear programas educativos con las expectativas laborales. Utilizando una encuesta en línea, recolectaron datos de 205 profesionales en Estambul, evaluando competencias y atributos valorados por los empleadores entre las que destacaron la responsabilidad, aprendizaje continuo, habilidades comunicativas, trabajo en equipo, comunicación escrita y habilidades analíticas.

En el sector automotriz, Shah (2023) realizó el estudio *Leadership Strategies to Closing the Critical Skills Gap: A Review*, enfocado en estrategias de liderazgo para cerrar brechas de habilidades en la industria automotriz canadiense, el cual reveló un déficit significativo de habilidades que afectan la empleabilidad y subrayó la necesidad de priorizar el desarrollo del capital humano para alinear habilidades disponibles con las demandas laborales.

López et al. (2023) proponen como objetivo determinar las competencias en grado de importancia y utilidad que poseen los administradores educativos del subsistema de bachilleratos estatales en el nivel medio



superior, específicamente del estado de Yucatán, México. El mencionado estudio está enfocado en competencias de administradores con 10 años de experiencia en el que encontraron que las competencias como responsabilidad y ética son cruciales, aunque la educación para la competitividad necesita fortalecimiento, por lo que es importante integrar metodologías activas, como lo encontrado por Martínez et al. (2023), quienes analizaron la integración de este tipo de metodologías para desarrollar competencias digitales y blandas en el que sugieren la implementación de un aprendizaje experiencial que prepare a los estudiantes para el mercado laboral, ya que estos mejoran significativamente los resultados educativos y profesionales.

En otro orden de ideas, Gaitán y Pérez (2023) analizaron las competencias blandas en administración de empresas, marketing y publicidad en la Universidad Católica Redemptoris Mater, Nicaragua. El estudio evaluó la integración y relevancia de las competencias en el mercado laboral, en el que, aunque se mostró una alineación entre las competencias blandas requeridas por las empresas y las que poseen los estudiantes, se cuestiona la profundidad y efectividad de su enseñanza, aunado a lo anterior, Mosquera et al. (2024) muestran la necesidad de una cultura de emprendimiento más robusta para el desarrollo empresarial regional y nacional en su estudio Las competencias empresariales: Una necesidad en el perfil emprendedor de los estudiantes del programa de Administración de Empresas.

Por el lado del sector productivo, Mora et al. (2023) en su libro Brechas de capital humano: Un análisis para tres sectores de la Economía vallecaucana, abordan las discrepancias entre competencias educativas y las requeridas en el Valle del Cauca, el estudio cuantificó brechas de capital humano, encontrando que las competencias técnicas enseñadas coinciden con las demandadas, pero con deficiencias en calidad y aplicabilidad.

De acuerdo con los antecedentes mencionados, los autores recomiendan realizar ajustes en los currículos tomando en cuenta las competencias más valoradas por los empleadores, actividad que las universidades deben asumir con la finalidad de preparar a los estudiantes para el éxito académico y profesional, así como de proponer un trabajo en conjunto entre instituciones educativas y sector empresarial para desarrollar cursos específicos.

De atender las necesidades de las empresas, en consecuencia, se estaría favoreciendo el perfil competencial definido como el conjunto de rasgos y funciones que se quieren destacar de una determinada profesión, así como las características personales que se quieren potenciar del ciudadano que ha pasado por la universidad (Larraz et al., 2023).

Ahora bien, la relevancia de construir un perfil competencial empresarial viene de ser fundamental en el mundo actual de los negocios, en donde la habilidad para destacar y sobresalir en un mercado altamente competitivo es esencial para el éxito. Como menciona Zayas (2020) las competencias vistas desde una perspectiva individual se consideran como características propias que definen a una persona, rigen su forma de pensar y actuar en determinadas situaciones, por lo que estas competencias se relacionan con el éxito personal de los trabajadores. Este perfil abarca una amplia gama de habilidades, conocimientos y cualidades que una empresa necesita en su equipo de trabajo para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que se presentan en el entorno; desde la capacidad de innovar y adaptarse rápidamente a los cambios, hasta la habilidad para liderar equipos de manera efectiva y mantener un enfoque estratégico, por lo que este perfil es un reflejo de la excelencia en la gestión y la ejecución de negocios en cualquier sector o industria.

Dentro del perfil competencial se integran conocimientos y habilidades que son esenciales para las empresas, por lo que es viable detallar las que actualmente se presentan con mayor demanda.

2.1. Gestión del cambio

Es el proceso sistemático de preparar, apoyar y ayudar a personas, equipos y organizaciones a adaptarse a

cambios organizacionales. Como señala Fierro-Moreno (2021) se ha convertido en una responsabilidad de la dirección empresarial, pues las organizaciones continuamente se enfrentan a la necesidad de implementar cambios, por lo que la agilidad para adaptarse y ser flexibles les permite anticipar o responder a los cambios de manera oportuna y con facilidad para la supervivencia y el crecimiento mediante la innovación y adaptación, mismos que deben garantizar que se implemente minimizando la resistencia y maximizando la aceptación y el apoyo de todas las partes involucradas, por lo que las personas son el componente clave para el éxito de cualquier transformación. Esto coincide con lo mencionado por Zayas (2020) ya que la eficacia y pertinencia de las estrategias que implementen las empresas para gestionar el cambio se reflejará en el talento humano en cuanto a la disminución de índices de rotación de personal, accidentes de trabajo, desmotivación, procesos de producción, entre otros.

2.2. Adaptabilidad

Como señala González et al. (2022), es la capacidad de ajustarse de manera efectiva y eficiente a nuevas condiciones, situaciones o entornos, abarca desde la flexibilidad cognitiva y emocional hasta la habilidad de aprender y aplicar nuevos conocimientos y comportamientos en contextos cambiantes. En el ámbito laboral, ser adaptable significa enfrentar y gestionar la incertidumbre, la complejidad y la diversidad de desafíos de manera proactiva, manteniendo la eficacia y el bienestar. La situación de contingencia sanitaria por el Covid-19 generó nuevos retos para las organizaciones que hizo que la adaptabilidad empezara a ser esencial por la rápida evolución tecnológica, la globalización y los constantes cambios en el mercado, ya que propicia la resiliencia y el éxito a largo plazo.

2.3. Innovación

En el ámbito empresarial se refiere al proceso de desarrollar y aplicar ideas nuevas y creativas para mejorar productos, servicios, o modelos de negocio, para González et al. (2022) es una característica proactiva que es clasificada a su vez como una estrategia de adaptación, así permite actuar primero que los competidores para buscar un mayor aprovechamiento de los recursos. Puede manifestarse en la implementación de tecnologías avanzadas, la reconfiguración de estrategias operativas o en la creación de nuevos productos, lo que implica incentivar la creatividad, la colaboración y la asunción de riesgos calculados, así como establecer mecanismos para la exploración de nuevas ideas en un entorno empresarial dinámico y globalizado, lo que hace considerarla un factor clave para la sostenibilidad y el éxito a largo plazo.

2.4. Pensamiento crítico

En un mundo cada vez más saturado de información, el pensamiento crítico es una competencia vital para navegar y comprender la realidad de manera precisa y reflexiva. Tal como lo señala López et al. (2022) es la capacidad para identificar argumentos y supuestos, reconocer relaciones importantes, realizar inferencias correctas, evaluar la evidencia y deducir conclusiones. Como menciona Jiménez (2020) pensar críticamente es un tipo de razonamiento que podría ser definido de múltiples maneras, pero todas coinciden en que se relaciona con la valoración o el acto de cuestionar, proceso que le sirve a las empresas para cuestionar supuestos, identificar sesgos y errores lógicos, y considerar múltiples perspectivas antes de llegar a una conclusión, por lo que se analiza y evalúa de manera objetiva la información, los argumentos y las situaciones para formar un juicio fundamentado.

2.5. Manejo de CRM

El manejo de CRM (Customer Relationship Management, por sus siglas en inglés), se refiere a la estrategia y las herramientas que las empresas utilizan para gestionar y analizar las interacciones y los datos de los clientes a lo largo de su ciclo de vida, según Zambrano (2020), utilizar esta herramienta permite a las empresas crear una base de datos para solucionar diferentes problemas que puedan tener al momento de realizar una compra o hacer seguimiento después de la compra; así como poder personalizar el servicio una vez que se conozca al cliente. El aprendizaje de esta competencia ocurre principalmente en entornos no académicos y por voluntad de los individuos, por esto, es necesario que las universidades realicen esfuerzos importantes en la formación de estudiantes en competencias digitales para que de esta manera puedan operar de manera eficiente las



nuevas tecnologías de la información y la comunicación para satisfacer las demandas del mercado laboral (Pérez & Vázquez, 2023).

2.6. Inteligencia de negocios

Su objetivo es transformar datos brutos en información significativa y útil, proporcionando a los gestores y ejecutivos una visión clara y completa del estado de la empresa, las tendencias del mercado y el comportamiento de los clientes. Según Rimvydas (2021) ha evolucionado de ser una palabra de moda que describe un conjunto de tecnologías avanzadas a un tipo establecido de actividad de información en los negocios cotidianos; asimismo Wixom y Watson (2010, como se citó en Rimvydas, 2021) consideran que la inteligencia de negocios es un término general que se utiliza comúnmente para describir las tecnologías, aplicaciones y procesos para recopilar, almacenar, acceder y analizar datos para ayudar a los usuarios a tomar mejores decisiones; para Kumar (2021), la inteligencia empresarial, es un término general que se refiere al proceso en el cual la información y las percepciones se derivan de los datos de manera escalable, eficiente y continua, y se ponen a disposición para apoyar la toma de decisiones basada en datos con el fin de mejorar su negocio.

2.7. Análisis de datos

Proceso que implica distintas operaciones en conjunto, como la exploración, limpieza, transformación y modelado de los datos con el objetivo final de obtener información valiosa y respaldar la toma de decisiones (Berumen, 2024), además de reducir riesgos y descubrir conocimientos ocultos (Gupta et al., 2020). Con el avance de la tecnología y el aumento de la cantidad de datos disponibles, este análisis se ha convertido en una competencia crucial para obtener una ventaja competitiva y promover la innovación.

Además de las anteriores, entre las habilidades blandas que siguen siendo esenciales en la actividad laboral se destacan: el trabajo en equipo, para colaborar en el alcance de los objetivos comunes, respetando la diversidad de opiniones, esto implica que varias personas aporten sus conocimientos y habilidades coordinadamente (Montaño, 2022), que no sólo mejora el rendimiento grupal, también fomenta un ambiente de apoyo mutuo y crecimiento colectivo (Fernández, 2022); la resolución de conflictos, para analizar críticamente problemas, identificar causas, evaluar soluciones y aplicarlas (Ferro, 2020); comunicación efectiva, este se logra cuando los individuos asumen responsabilidad por sus pensamientos, sentimientos y acciones (Pfeiffer, 1998), lo que ayuda a manejar conflictos y construir relaciones positivas que es crucial en equipos y organizaciones (Ranger, 2023), elementos que forman la base de una comunicación efectiva y motivar e inspirar a las personas en una organización; y, el liderazgo, proceso que integra a las personas para alcanzar objetivos de forma socialmente responsable (De Hoogh & Den Hartog, 2009, como se citó en Goldvarg, 2024), lo que brinda visión, inspiración y estrategias adaptativas, es decir, influir positivamente en un grupo hacia la realización de una visión o metas específicas (Robbins & Judge, 2023, p. 365).

Por otro lado, las habilidades técnicas que se desde hace años se han vuelto indispensables y se proyectan como sustanciales para el futuro, son: la gestión de proyectos para aplicar conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas (Project Management Institute, como se citó en Barrett, 2021, p.5) para alcanzar eficientemente los objetivos desde la planificación hasta la ejecución y entrega (Igberaese, 2022), por lo que gestionar de forma correcta y estructurada para cumplir con el reto de alcanzar los objetivos dentro de las limitaciones establecidas; marketing digital, es esencial utilizar la tecnología para facilitar el proceso del marketing con el objetivo de interacción, compromiso y medición del cliente (Zahay, 2021, como se citó en Hanlon, 2022), adaptando técnicas y herramientas que faciliten la conexión y comunicación directa con los clientes que permita medir en tiempo real las estrategias empleadas; y por último, el análisis financiero, definido como el estudio de las relaciones existentes entre los diversos elementos financieros de un negocio (Macías, s.f., como se citó en Zamorano, 2023, p. 45), si se aprende a tiempo durante la carrera profesional, permitirá un análisis de los estados financieros para comprender la salud financiera de las organizaciones y facilitar la toma de decisiones (Reuel, 2022).

Ahora bien, es importante reconocer que desde el diseño instruccional no se han dado las condiciones para atender la demanda de nuevas competencias o adaptación de lo existente debido al cambio acelerado en el entorno empresarial. Por esto, el salto competencial busca cerrar las brechas mediante el diseño de programas de capacitación y recapitación de empleados, la colaboración entre instituciones educativas y empresas. En este sentido, la OCDE (2012) enfatiza el fortalecimiento de competencias como conocimientos, habilidades y destrezas aprendibles que forman el capital humano de una nación para generar oportunidades de mejora y proporcionarlas desde la vinculación universidad–empresa y la capacitación continua.

Las relaciones entre distintas instancias son fundamentales para impulsar el desarrollo y aplicación de diversas habilidades, tanto duras como blandas. Según Suyitno (2022) la educación superior debe interactuar con el gobierno, sector empresarial, niveles educativos y cultura, fomentando el espíritu emprendedor y preparando estudiantes con habilidades competitivas. También, Gerónimo (2014, como se citó en Saltos, Odriozola y Ortíz, 2018), destaca que la vinculación es fundamental para cumplir objetivos educativos, usando empresas como laboratorios y centros de investigación. Por su parte, la Universidad de Otavalo ha implementado un modelo de vinculación con proyectos, prácticas preprofesionales y servicios profesionales, alineándose con sectores estratégicos de desarrollo regional, maximizando la efectividad del servicio educativo para el desarrollo sostenible (Polaino & Romillo, 2017).

Como se ha logrado percibir durante los últimos años, el cambio constante requiere nuevas habilidades y conocimientos, mismos que son viables atender mediante la educación o capacitación continua. Techtarget (2023) explica que el aprendizaje continuo busca actualizar las habilidades mediante oportunidades de aprendizaje frecuentes, apoyadas en herramientas web, plataformas de aprendizaje electrónico y redes sociales, facilitando el micro aprendizaje. Por su parte, Hawamdeh (2024) señala que este proceso mejora tanto el ámbito profesional como personal, destacando la importancia de la flexibilidad y la capacidad de adaptarse a cambios; mientras que Janca (2020) considera que el aprendizaje continuo implica la expansión constante del conocimiento, motivando y equipando a los empleados para su educación constante, lo cual es determinante para mantenerse competitivos y alcanzar el éxito en sus carreras.

3. Metodología

El estudio se enmarca en el paradigma positivista, también conocido como cuantitativo o empírico-analítico, de tipo no experimental, siguiendo criterios bien definidos para identificar las características requeridas para la investigación. La población objeto de estudio está conformada por 331 estudiantes de administración de la Universidad Virtual CNCI, por lo que el instrumento fue aplicado a una muestra de 222 personas con un nivel de confianza del 99 % y un margen de error del 5 %; los estudiantes que respondieron de manera anónima se encuentran en diversos estados de la república mexicana en donde se ubican los Centros de Enlace del CNCI.

En cuanto al instrumento de recolección de datos, se utilizó un cuestionario como herramienta metodológica para obtener información de manera clara y precisa que fue elaborado por los investigadores quedando conformado por diecinueve (19) ítems con opciones de respuestas siguiendo una escala tipo Likert de 5 alternativas: Siempre (S), Casi Siempre (CS), A Veces (AV), Casi Nunca (CN) y Nunca (N), para medir actitudes; su validez fue verificada por tres expertos en gerencia de empresas, quienes revisaron su viabilidad para recolectar datos funcionales para la investigación. Además, se utilizaron métodos de estadística descriptiva para el procesamiento de la información e interpretar los datos recopilados.

4. Resultados

A continuación, se presenta el análisis y consideraciones derivadas de las respuestas obtenidas del cuestionario aplicado a los estudiantes de administración de la Universidad Virtual CNCI.



Ítem	Conocimientos y habilidades					Total
	S	CS	AV	CN	N	
Gestión de cambio	89 %	10 %	1 %	-	-	100 %
Adaptabilidad	74 %	25 %	1 %	-	-	100 %
Innovación	74 %	24 %	2 %	-	-	100 %
Pensamiento crítico	85 %	13 %	2 %	-	-	100 %

Nota: Cuestionario dirigido a los estudiantes de administración. Universidad Virtual CNCI.

Tabla 1a. Habilidades adquiridas. Fuente: Elaboración propia.

Al analizar los resultados presentados en la Tabla 1a, se aprecia que el 89 % de los estudiantes considera que siempre poseen conocimientos y habilidades suficientes en esta competencia; por lo tanto, existe un alto dominio percibido en la gestión del cambio, lo que indica que la mayoría de los estudiantes se sienten preparados para liderar y adaptarse a procesos de transformación organizacional.

En cuanto a la adaptabilidad, un 74 % de los estudiantes afirman siempre tener un nivel suficiente en adaptabilidad, seguido de un 25 % lo evalúa como casi siempre y el 1 % a veces; evidenciándose que es una competencia sólida entre los estudiantes, aunque con una distribución ligeramente más baja que la gestión de cambio en la categoría de suficiencia.

En lo referido a innovación, un 74 % de los estudiantes se consideran siempre competentes en innovación, mientras que un 24 % lo consideran como casi siempre, mientras que un 2 % lo califica a veces; sobre la base de estos resultados, se evidencia que, aunque la innovación es una competencia bien desarrollada, hay una mayor variabilidad en la valoración de su competencia, lo que podría indicar que esta habilidad necesita un enfoque adicional para alcanzar niveles más homogéneos de suficiencia.

Del mismo modo, queda evidenciada la relación de la innovación con la adaptabilidad, tal como lo señala González et al. (2022), en cuanto a que la innovación es una característica proactiva que es clasificada a su vez como una estrategia de adaptación, ya que los dos indicadores anteriores tienen porcentajes similares en las respuestas de los estudiantes.

Con relación al pensamiento crítico, un 85 % de los estudiantes se califican con siempre, mientras que el 13 % lo ve como casi siempre, y el 2 % lo considera a veces. Estos resultados, evidencian otra competencia fuerte, con un amplio porcentaje de estudiantes que se sienten seguros en esta habilidad, reflejando su capacidad para analizar problemas de manera objetiva y tomar decisiones fundamentadas.

Sobre lo antes expresado, según la Tabla 1a se refleja un alto grado de confianza en la capacidad para gestionar el cambio, adaptarse, innovar y aplicar el pensamiento crítico. Las áreas de gestión de cambio y pensamiento crítico se destacan como las más fuertes, mientras que la adaptabilidad e innovación muestran cierta dispersión en las percepciones de dominio, lo que sugiere un potencial de mejora. Este análisis puede servir como base para ajustar los programas de formación, enfatizando el refuerzo en aquellas competencias donde los estudiantes presentan mayores desafíos.

Ítem	Conocimientos y habilidades					Total
	S	CS	AV	CN	N	
Manejo de CRM	40 %	42 %	18 %	-	-	100 %
Inteligencia de negocios	57 %	35 %	7 %	1 %	-	100 %
Análisis de datos	79 %	20 %	1 %	-	-	100 %
Enfoque práctico	71 %	24 %	5 %	-	-	100 %

Nota: Cuestionario dirigido a los estudiantes de administración. Universidad Virtual CNCI.

Tabla 1b. Competencias técnicas. Fuente: Elaboración propia.

Al analizar los resultados presentados en la Tabla 1b, un 40 % de los estudiantes considera que tienen un dominio siempre en el manejo de CRM, el 42 % lo percibe como casi siempre y el 18 % lo califica como a veces; esta competencia presenta una distribución más equilibrada entre las categorías, lo que indica que, aunque muchos estudiantes tienen una competencia moderada en CRM, casi la mitad no se sienten totalmente competentes en esta habilidad tecnológica. Esto puede sugerir la necesidad de mayor capacitación o práctica en esta área.

Es importante señalar que el aprendizaje en CRM se da principalmente en entornos no académicos y por voluntad de las personas, por lo que esta competencia técnica se puede reforzar con base al desarrollo profesional que desee el estudiante en determinada empresa, ya que existen distintas herramientas de CRM en la industria empresarial.

En cuanto a la inteligencia de negocios, un 57 % de los estudiantes se consideran siempre competentes, mientras que el 35 % lo evalúa como casi siempre, el 7 % lo califica como a veces, y el 1 % tiene un dominio casi nunca. Cabe destacar que, aunque más de la mitad de los estudiantes se sienten competentes, todavía hay un porcentaje significativo (35 %) que cree estar cerca de la suficiencia, mientras que una minoría necesita mejorar su nivel de habilidad; en consecuencia, esta competencia podría ser reforzada dentro de los programas educativos.

En lo concerniente al análisis de datos, un 79 % de los estudiantes considera que siempre poseen un dominio suficiente en el análisis de datos; no obstante, el 20 % lo evalúa como casi siempre; en consecuencia, es una de las competencias más fuertes con un 79 % de suficiencia. Esto evidencia que la mayoría de los estudiantes se sienten confiados en su capacidad para analizar datos, una habilidad clave en el entorno empresarial moderno.

En cuanto al enfoque práctico, un 71 % de los estudiantes se consideran siempre competentes, a diferencia de esto, el 24 % lo califica como casi siempre y el 5 % como a veces. Al respecto, se considera una competencia sólida, aunque con una mayor variabilidad en comparación con el análisis de datos. Esto indica que tienen una buena comprensión de cómo aplicar el conocimiento teórico en contextos reales, aunque necesitan reforzar esta capacidad.

Sobre del análisis del perfil competencial empresarial en la Tabla 1b, los estudiantes reflejan una base sólida en análisis de datos y enfoque práctico. No obstante, las áreas de manejo de CRM e inteligencia de negocios requieren mayor atención, ya que muchos estudiantes se encuentran en niveles moderados de competencia. Un enfoque educativo más dirigido puede reforzarlas, ayudando a los estudiantes a alcanzar niveles más homogéneos y fortaleciendo su preparación para el entorno empresarial moderno.

Ítem	Conocimientos y habilidades					Total
	S	CS	AV	CN	N	
Trabajo en equipo	77 %	18 %	5 %	-	-	100 %
Resolución de conflictos	55 %	39 %	6 %	-	-	100 %
Comunicación efectiva	52 %	40 %	7 %	1 %	-	100 %
Liderazgo	74 %	20 %	6 %	-	-	100 %

Nota: Cuestionario dirigido a los estudiantes de administración. Universidad Virtual CNCI.

Tabla 2a. Habilidades blandas. Fuente: Elaboración propia.

Al analizar los resultados presentados en la Tabla 2a, sobre el trabajo en equipo el 77 % de los estudiantes considera que siempre tienen un nivel suficiente en trabajo en equipo, mientras que un 18% lo evalúa como casi siempre, y el 5 % lo percibe como a veces. El trabajo en equipo es una de las competencias más fuertes, con una amplia mayoría de estudiantes sintiéndose seguros en su capacidad para colaborar eficazmente. Sin embargo, el 23 % restante necesita mejorar para alcanzar un dominio total.



El trabajo en equipo es fundamental para el éxito de las empresas, ya que mejora la productividad y contribuye a un ambiente laboral más satisfactorio para las personas, por lo que fomentarlo desde la vida universitaria favorece el desarrollo del estudiante en su traslado al ambiente laboral.

En relación con la resolución de conflictos, un 55 % de los estudiantes percibe que siempre tienen suficientes habilidades en resolución de conflictos, en cambio el 39 % lo evalúa como casi siempre, mientras que el 6 % lo considera a veces. Aunque más de la mitad de los estudiantes se sienten suficientemente competentes para resolver conflictos, un alto porcentaje indica que están cerca de dominar esta habilidad, pero aún necesitan mayor desarrollo. Esto sugiere que la resolución de conflictos es un área que requiere atención.

Sobre el análisis de la comunicación efectiva, el 52 % afirma siempre tener un nivel suficiente en comunicación efectiva; un 40 % lo califica como casi siempre, mientras que el 7% lo ve como a veces y un 1 % tiene un dominio de casi nunca; desde esta perspectiva, esta competencia presenta una distribución más dispersa en cuanto al dominio, lo que indica que un buen número de estudiantes no se siente completamente competente en esta área. Este es un aspecto crítico para el éxito empresarial, por lo que su mejora es fundamental.

En lo referido al liderazgo, el 74 % de los estudiantes siempre se consideran suficientemente competentes en liderazgo, en cambio el 20 % lo evalúa como casi siempre y el 6 % como a veces; en este sentido, se considera como otra competencia sólida, ya que una parte considerable se sienten seguros en su capacidad de liderar. Sin embargo, es un punto de atención al haber un 26 % que necesita reforzar esta habilidad de liderazgo.

Ítem	Conocimientos y habilidades					Total
	S	CS	AV	CN	N	
Gestión de proyectos	58 %	33 %	9 %	-	-	100 %
Marketing digital	61 %	35 %	4 %	-	-	100 %
Análisis financiero	71 %	25 %	4 %	-	-	100 %
Experiencia en tecnologías emergentes	58 %	39 %	3 %	-	-	100 %

Nota: Cuestionario dirigido a los estudiantes de administración. Universidad Virtual CNCI.

Tabla 2b. Habilidades técnicas. Fuente: Elaboración propia.

Al analizar los resultados presentados en la Tabla 2b sobre gestión de proyectos, un 58 % de los estudiantes reporta que siempre tienen las habilidades necesarias para la gestión de proyectos, un 33 % indica que casi siempre tiene esta competencia, mientras que un 9 % señala que a veces la posee. Aunque más de la mitad de los estudiantes manifiestan siempre tener habilidades en gestión de proyectos, un tercio de ellos no lo hace con la misma constancia, lo que indica la necesidad de un mayor desarrollo en este ámbito.

En lo concerniente al marketing digital, el 61 % de los estudiantes afirman que siempre poseen habilidades en marketing digital; el 35 % dice que casi siempre aplican estas habilidades, mientras que el 4 % reporta que solo. Por lo tanto, es una competencia en la que la mayoría de los estudiantes se sienten competentes, aunque la variabilidad en las respuestas, especialmente el 1 % que casi nunca la posee, sugiere que algunos estudiantes aún necesitan reforzar esta habilidad clave en el entorno digital actual.

En cuanto al análisis financiero, un 71 % de los estudiantes afirma que siempre tiene la capacidad para realizar análisis financieros; un 25 % indica que casi siempre posee esta competencia, mientras que un 4 % señala que solo a veces la tiene. En consecuencia, es la competencia más fuerte de los estudiantes, con una clara mayoría que se siente plenamente segura en sus habilidades. Esto refleja una sólida formación en esta área fundamental para la administración.

En lo referido a la experiencia en tecnologías emergentes, un 58 % de los estudiantes afirma que siempre tiene experiencia en tecnologías emergentes. El 39 % indica que casi siempre posee esta competencia, mientras que un 3 % señala que solo a veces la tiene. Aunque más de la mitad de los estudiantes manifiestan siempre tener competencias en tecnologías emergentes, un porcentaje significativo está en proceso de desarrollar esta habilidad. Esto sugiere que este campo requiere una mayor atención para reforzar el dominio.

Como síntesis de la Tabla 2b, se destacan las fortalezas en análisis financiero y marketing digital, donde la mayoría se siente competente. Sin embargo, áreas como gestión de proyectos y tecnologías emergentes presentan variabilidad en los niveles de dominio, indicando que aún requieren perfeccionamiento. Este análisis subraya la necesidad de reforzar la formación en estas áreas clave, esenciales para que los estudiantes se desarrollen de manera integral y exitosa en el entorno empresarial moderno.

Ítem	Conocimientos y habilidades					Total
	S	CS	AV	CN	N	
Capacitación continua	62 %	25 %	11 %	2 %	-	100 %
Programas de prácticas profesionales	68 %	25 %	7 %	-	-	100 %
Vinculación Universidad - Empresa	65 %	28 %	7 %	-	-	100 %

Nota: Cuestionario dirigido a los estudiantes de administración.

Tabla 3a. Factores intrínsecos del salto competencial. Fuente: Elaboración propia.

Al analizar los resultados presentados en la Tabla 3a, el 62 % de los estudiantes afirma que siempre considera la capacitación continua como un factor clave para su salto competencial, el 25 % indica que casi siempre lo percibe como relevante, mientras que el 11 % lo considera a veces importante. En este sentido, la mayoría considera que la capacitación continua es crucial para su desarrollo profesional. Sin embargo, la presencia de un 13 % de estudiantes que la consideran solo a veces o casi nunca importante sugiere que podría ser necesario fortalecer la comprensión sobre la relevancia de la formación continua.

Sobre del análisis de programas de prácticas profesionales, un 68 % de los estudiantes señala que los programas de prácticas profesionales son siempre un factor relevante para su desarrollo competencial. El 25 % indica que casi siempre es importante, mientras que un 7 % lo percibe a veces relevante. Estos resultados indican que dichos programas son percibidos como un factor clave para el desarrollo de competencias, con un alto porcentaje de estudiantes que los consideran siempre importantes. El 32 % que no los percibe con la misma constancia podría requerir un enfoque más cercano entre la universidad y los empleadores para maximizar la efectividad de las prácticas.

En lo concerniente a la vinculación Universidad-Empresa, el 65 % de los estudiantes afirma que es siempre un factor importante para su desarrollo. El 28 % lo califica como casi siempre relevante, mientras que el 7 % lo considera a veces. Esto se evidencia como un factor crucial para el salto competencial; sin embargo, el 35 % de los estudiantes que no lo perciben como siempre relevante sugiere que aún hay margen para mejorar las relaciones entre academia y sector empresarial.

5. Conclusiones

Sobre el estudio realizado acerca del perfil competencial de los estudiantes de administración de la Universidad Virtual CNCI se destacan varios hallazgos importantes en relación con la preparación de los estudiantes para el entorno empresarial moderno.

En comparación con estudios anteriores como el de Shah (2023), que enfatiza la necesidad de cerrar las brechas de habilidades en los sectores empresariales, este estudio confirma que, aunque los estudiantes del CNCI están bien posicionados en áreas críticas, aún existen brechas que requieren atención. Además,



investigaciones como la de Mora et al. (2023) subrayan que estas discrepancias entre competencias educativas y requerimientos empresariales son comunes en otros sectores, lo que refuerza la necesidad de continuar adaptando los programas educativos a las demandas del mercado.

Asimismo, la mínima percepción de los estudiantes sobre competencias clave en su formación para posterior aplicación en el entorno empresarial hace visible la importancia del papel de la universidad de afianzar estas habilidades dentro de los contenidos para que el estudiante identifique el impacto en su quehacer profesional al aplicar las competencias adquiridas.

Las limitaciones del estudio incluyen la falta de una evaluación longitudinal que permita observar el desarrollo de competencias a lo largo del tiempo. Para investigaciones futuras, se recomienda analizar cómo la implementación de estrategias de enseñanza más dirigidas, como el aprendizaje experiencial y la capacitación específica en tecnologías emergentes, puede contribuir a un desarrollo más homogéneo de las competencias. Asimismo, se sugiere investigar en mayor profundidad la efectividad de los programas de vinculación con empresas y su impacto real en la preparación de los estudiantes.

A manera de conclusión, se destaca que los hallazgos del estudio respaldan los objetivos planteados inicialmente, proporcionando una visión clara de las fortalezas y áreas de oportunidad en el perfil competencial de los estudiantes de administración, y sugieren un camino hacia la mejora continua de los programas educativos para asegurar su alineación con las demandas empresariales actuales.

Por último, este estudio permitió un acercamiento a la realidad en el desarrollo de competencias profesionales en administración, y deja un trabajo importante para atender las áreas de oportunidad desde distintas áreas académicas y de capacitación de las instituciones. Así, al tener mayor dispersión en la percepción de las habilidades blandas, tanto en su adquisición mediante los programas académicos como en su aplicación, representa un foco de atención para evaluar las estrategias que tienen entre los objetivos su desarrollo y demostración de su dominio, ya que las habilidades como la resolución de conflictos, el liderazgo, la comunicación efectiva y el trabajo en equipo son esenciales para un desempeño efectivo de los profesionistas de cualquier área de especialidad y sector.

Agradecimientos

Agradecemos el apoyo a la Universidad Virtual CNCI por la accesibilidad para realizar el estudio en el área correspondiente y la apertura para acceder a la comunidad estudiantil. También, agradecemos a los estudiantes que participaron como parte de la muestra que dio oportunidad de realizar hallazgos importantes en esta investigación.

Por último, y no por eso menos importante sino nuestro principal motor, a las familias, amigos y colegas de cada uno de los autores por su apoyo en todo momento, por motivarnos cada día para seguir aportando y generando conocimiento.

Financiación

Esta investigación no recibió financiación externa.

Cómo citar este artículo / How to cite this paper

Moreno Briceño, F.; Alor Dávila, F.; González Villarreal, D. C. (2024). Evaluación del perfil y salto competencial: sector empresarial vs. estudiantes de administración. Universidad Virtual CNCI. *Company Games & Business Simulation Academic Journal*, 4(2), 31-43. <https://doi.org/10.54988/cg.2024.2.1619>

Referencias

- Barrett, D. (2021). *Understanding Project Management: A Practical Guide*. Canadian Scholars' Press.
- Berumen (2027). ¿Qué es y para que sirve el análisis de datos?. (<https://berumen.com.mx/que-es-y-para-que-sirve-el-analisis-de-datos/>).
- Fernández, F. (2022). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Paraninfo.
- Ferro, J. (2020). *Curso monográfico de Inteligencia Emocional Aplicada a la esfera personal y laboral*. Biography & Autobiography
- Fierro-Moreno, E. (2021). La gestión del cambio, la colaboración virtual y la agilidad estratégica organizacional de empresas mexicanas ante los impactos por el COVID-19. *Nova scientia*, 13(spe). <https://doi.org/10.21640/ns.v13ie.2762>.
- Filimoniyuk, L.; Ivashova, V.; Ivanova, N.; Burlyaeva, V.; Demchenko, N.; Muratov, A.; Khasanov, S. (2023). Updating the professional profile of the modern teacher: the results of a regional study. *E3S Web of Conferences*, 371(05), 05047. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337105047>.
- Gaitán, M.; Pérez, F. (2023). Análisis de las competencias blandas en las carreras de Administración de Empresas, Marketing y Publicidad. *Revista Científica de FAREM-Estefí*. Año 12 No. 45. enero-marzo, 2023. <https://doi.org/10.5377/farem.v12i45.16035>.
- Goldvarg, D. (2024). Liderazgo para los tiempos actuales. *Granica, S. A., - Business & Economics*.
- González, C.; Villalobos, K.; Lozoya, J. L.; Toscano, J. (2022). El papel de la adaptabilidad como impulsora de la competitividad y sostenibilidad económica: una revisión de literatura con enfoque descriptivo. *Revista Doxa Digital*, 12(22), 69-91. <https://doi.org/10.52191/rdojs.2022.233>.
- Gupta, D.; Bhattacharyya, S.; Khanna, A.; Sagar, K. (2020). *Intelligent Data Analysis: From Data Gathering to Data Comprehension*. The Wiley Series in Intelligent Signal and Data Processing.
- Hanlon, A. (2022). *Digital Marketing: Strategic Planning & Integration*. SAGE, 2022 - Business & Economics.
- Hawamdeh, M.; Abdelhafid, F. (2024). Embracing Technological Advancements for Lifelong Learning. *IGI Global*.
- Igberaese, D. A. (2022). *Introduction to Project Management: A Source Book for Traditional PM Basics*. <https://doi.org/10.1201/9781003230649>.
- Janca, T. (2020). *Alice and Bob Learn Application Security*. Wyle.
- Jiménez, Á. (2020). La competencia informacional y el pensamiento crítico en la enseñanza no universitaria: una revisión sistemática. *RiiTE Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*. (9). <https://doi.org/10.6018/riite.431381>.
- Kumar, A. (2021). *Business Intelligence Demystified: Understand and Clear All Your Doubts and Misconceptions About BI*. BPB Publications.
- Larraz, V.; Saz, A.; Fuentes, M. (2023). Identificación de los pasos a seguir ante una transformación educativa: el cas de la Universitat D'Andorra. En Trujillo, M., Peña, C., y Gamboa, A. *Aportaciones para transformar la enseñanza universitaria desde la experiencia docente*. Dykinson.
- López, G.; Moreno, P.; Baeza, S. (2023). Perfil de competencias de los Administradores Educativos pertenecientes al Subsistema de Preparatorias Estatales del Estado de Yucatán. *Estrategia y Gestión Universitaria*, 11(1), 1-19. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8021667>.
- López, M.; Moreno, E.; Uyaguari, J.; Barrera, M. (2022). El desarrollo del pensamiento crítico en el aula: testimonios de docentes ecuatorianos de excelencia. *Areté, Revista Digital del Doctorado en Educación*, 8(15), 161-180. <https://doi.org/10.55560/arete.2022.15.8.8>.
- Martínez, A.; Vázquez, A.; Garza, L. (2023). Metodologías activas para el desarrollo de competencias 2030. *Company Games & Business Simulation Academic Journal*, 3(1), 35-47.
- Montaño, A. (2022). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Business & Economics.
- Mora, J.; Herrera, D.; Santacruz, A.; Casas, J.; Gómez, D.; Ramírez, K. (2023). Brechas de capital humano. *Universidad Icesi*.
- Mosquera, A.; Bayona, R. A.; Vergel, D. (2024). Las competencias empresariales: Una necesidad en el perfil emprendedor de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 20(20), 51-61. <https://doi.org/10.22463/24221783.4323>.
- OECD (2015). *Better Skills, Better Jobs, Better Lives: A Strategic Approach to Skills Policies*. OECD.
- Pérez, F.; Vázquez, K. (2023) Diagnóstico de competencias digitales en estudiantes de mercadotecnia para el aprendizaje de un CRM. *Revista latinoamericana OGMIOS*. (<https://idicap.com/ojs/index.php/ogmios/article/view/190/220>).
- Pfeiffer, J. (1998). *Conditions that hinder effective communication*. (<https://home.snu.edu/~jsmith/library/body/v06.pdf>).
- Polaino, C.; Romillo, A. (2017). Vinculación con la Sociedad en la Universidad de Otavalo, Ecuador. *Formación universitaria*, 10(3), 21-30. *Centro de Información Tecnológica*. La Serena, Chile. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062017000300004>.
- Ranger, E. (2023). *Mastering the Art of Effective Communication: Unlocking Success Through Powerful Connection*. EON Ranger.
- Reuel, M. (2022). *Financial Analysis 101: An Introduction to Analyzing Financial Statements for beginners*. Fulton Books.
- Rimvydas S. (2021). *Business Intelligence: A Comprehensive Approach to Information Needs, Technologies and Culture*. Springer.
- Robbins, S.; Judge, T. (2023). *Comportamiento organizacional*. Pearson México.
- Salto, G.; Odroizola, S.; Ortiz, M. (2018). La vinculación universidad-empresa-gobierno: una visión histórica y conceptual. *Sinergia*. (<https://www.redalyc.org/journal/5885/588561702012/html/>).
- Shah, N. (2023). Leadership Strategies to Closing the Critical Skills Gap: A Review. *International Journal of Scientific Advances (IJSIA)*, 4(5), Sep-Oct 2023. (<https://www.ijscia.com/wp-content/uploads/2023/09/Volume4-Issue5-Sep-Oct-No.500-735-743.pdf>).
- Suyitno, S. (2022). Higher education curriculum development study: the concept of link & match with business. <https://doi.org/10.31219/osf.io/58qaz>.
- Techtarget (2023). *Workplace learning: A complete guide for businesses*. (https://cdn.ttgtmedia.com/rms/editorial/WorkplaceLearning_Pillar_PDFdownload.pdf).
- Zambrano, G. (2020). La gestión de relación con los clientes (CRM) en el desarrollo comercial de las empresas. (<http://espirituemprendedor.es.com/index.php/revista/article/view/204>).

Zamorano, E. (2023). Análisis financiero para la toma de decisiones. ECOE Ediciones.

Zayas, I. (2020). La gestión del talento humano: Una necesidad para el desarrollo de las organizaciones. *Revista Electrónica Sobre Cuerpos Académicos Y Grupos De Investigación*, 7(14), 21-42. (<https://mail.cagi.org.mx/index.php/CAGI/article/view/208>).