

**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO**

**CEUTEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL: PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE CEUTEC TEGUCIGALPA.**

**SUSTENTADO POR**

**MINDY MARIANA GRANILLO ANDARA**

**ANYI JEANNETH AMAYA ZERÓN**

**JOHANNA CLEMENTINA TURCIOS ALONZO**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEGUCIGALPA, HONDURAS, C.A.**

**JUNIO, 2020**

**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO  
CEUTEC**

**LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

**DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ**

**SECRETARIO GENERAL**

**ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**DIRECTORA ACADÉMICA**

**IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA**

**JEFE DE CARRERA**

**GIULIANA MARIA BONILLA GUARNIERI**

**PROYECTO**  
**LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL: PERCEPCIÓN DE LOS**  
**ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE CEUTEC**  
**TEGUCIGALPA.**

**TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS**

**EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:**

**LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ASESOR:**

**JOSÉ TRÁNCITO MEJÍA ALVARENGA**

**TERNA EXAMINADORA:**

**LUDWING HEMERÓN GUARDIOLA CASTILLO**

**LETICIA SCARTET ORDÓÑEZ GIANNINI**

**JOSÉ ALFREDO VÁSQUEZ**

**TEGUCIGALPA HONDURAS, C.A.**

**JUNIO 2020**

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de graduación es un fruto de mi esfuerzo y perseverancia. La dedico principalmente a mi abuela y madre Anita Alonzo Aguilar, quien fue la persona que siempre soñó con verme con mi título universitario, a mi esposo, mis hijos y familia, quienes me han apoyado en todo momento, mis amigas que siempre me han exhortado para seguir adelante hasta el final, y por sobre todas las cosas a mi padre celestial, quien me ha bendecido y dado la sabiduría y entendimiento para concluir con un peldaño más en mi vida profesional.

### **JOHANNA CLEMENTINA TURCIOS ALONZO**

Primeramente, a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida de fe y esperanza, por haberme brindado la sabiduría y entendimiento durante todo este proceso de estudio el cual sin su ayuda y protección no hubiese sido posible.

A mi madre Jeanneth Belinda Zerón, quien con sus sabias palabras me ha guiado por el buen camino, consejos tan valiosos que hoy se ven reflejados y por enseñarme que todas las cosas hay que valorarlas, trabajarlas y luchar para alcanzar los objetivos de la vida, que hizo todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba.

Gracias a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado.

### **ANYI JEANNETH AMAYA ZERÓN**

Quiero dedicar este logro y el esfuerzo realizado a las dos personas muy especiales para mí, mi madre Brenda Andara y mi hermano Daniel Andara ya que, sin su apoyo, guía y cariño la finalización de esta meta habría sido imposible de completar y a mi abuelita por sus dulces consejos y apoyo permanente en mi vida.

Y en especial a mi novio Enzo Rivera, quien fue una pieza fundamental para apoyarme y darme ánimos en los momentos difíciles y más que nada a Dios por acompañarme y nunca desampararme todo este camino.

**MINDY MARIANA GRANILLO ANDARA**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi Padre Celestial por estar siempre presente en cada etapa de mi vida y llevarme de su mano, a mi familia que tanto amo, quienes han estado conmigo en todo momento, mis hijos Valentina Rosales y Leonardo Rosales quienes son mi fuente de inspiración para seguir adelante.

A mi asesor de proyecto el Doctor Mejía, que ha tenido la dedicación para poder guiarnos hasta el final, a mis compañeras Anyi Amaya y Mindy Granillo quienes con su ayuda y esfuerzo fueron pieza clave para la elaboración de este proyecto.

### **JOHANNA CLEMENTINA TURCIOS ALONZO**

Quiero expresar mi gratitud al Señor que con su divina presencia me ilumina, fortalece y siempre me acompaña en cada una de las metas a emprender.

Agradecer al Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC) por brindarme todos los recursos y herramientas que fueron necesarias para llevar a cabo la culminación de mis estudios universitarios.

Expresar mi agradecimiento también a mi mamá quien con su esfuerzo y profundo amor siempre me ha apoyado sin importar las circunstancias, es mi inspiración y el mayor ejemplo de perseverancia en la vida.

Y ante todo quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al Dr. José Tránsito Mejía, nuestro asesor durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración nos brindó las herramientas y estrategias para poder realizar nuestra tesis.

### **ANYI JEANNETH AMAYA ZERÓN**

Todo el agradecimiento a Dios porque sin su guía y su apoyo para poder continuar perseverando esto no sería posible, gracias por darme la fuerza cada día aun cuando creía que ya no había más, siempre me demostró que se podía dar un poco más.

Al centro universitario CEUTEC por todo el apoyo brindado, a lo largo de estos años y por permitirme estudiar cuando por motivos laborales era imposible hacerlo en otras universidades.

A mi asesor de Tesis el Dr. José Tráncito Mejía por su guía y acompañamiento en este proceso y a todos los tutores de la carrera que estuvieron motivándonos y apoyando nuestro sueño de finalizar nuestra carrera universitaria.

**MINDY MARIANA GRANILLO ANDARA**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La siguiente tesis se elaboró con el fin primordial de conocer la percepción de los estudiantes de la carrera de administración de empresas de CEUTEC con sede en Tegucigalpa respecto al tema de “Competitividad Empresarial”, específicamente aquella población que ha cursado hasta estas instancias el 50% de sus clases.

En primer lugar se definió el planteamiento del problema así como el objetivo general y específico, tomando en consideración las variables independientes del tema a tratar en el desarrollo del marco teórico y la metodología.

Se aplicó un diseño de tipo no experimental, tomando como muestra a 121 estudiantes de la carrera de administración de empresas que hayan cursado la mitad de sus clases. Para poder recabar la información se utilizó como instrumento un cuestionario que contenía diversas preguntas para la recolección de datos con base en las ocho variables independientes.

Como resultado se evidencia que efectivamente los estudiantes de la carrera de administración de empresas si conocen de “Competitividad Empresarial”, manejan en cierta mayoría aspectos que se experimentan en el campo laboral, ante la realidad de su aprendizaje teórico cuentan con un análisis coherente de lo que representa enfrentarse a un ambiente de competitividad. Comprenden lo necesario que se vuelve profundar en temas de mejora, eficacia, innovación, procesos, factores que inciden en la situación de cualquier ambiente profesional.

## **ABSTRACT**

The following thesis was prepared with the primary purpose of knowing the perception of the students of the career of business administration of CEUTEC based in Tegucigalpa regarding the topic of "Business Competitiveness", specifically that population that has studied up to these instances 50% of their classes.

Firstly, the problem statement was defined as well as the general and specific objective, taking into consideration the independent variables of the topic to be treated in the development of the theoretical framework and methodology.

A non-experimental type design was applied, taking as a sample 121 business administration students who have completed half of their classes. In order to collect the information, a questionnaire was used as an instrument that contained various questions for data collection based on the eight independent variables.

As a result, it is evident that indeed the students of the business administration course do know about "Business Competitiveness", they handle in a majority of aspects that are experienced in the labor field, given the reality of their theoretical learning they have a coherent analysis of what which represents facing an environment of competitiveness. They understand how necessary it becomes to go deeper into issues of improvement, efficiency, innovation, processes, factors that affect the situation of any professional environment.

## ÍNDICE GENERAL

I.	INTRODUCCION.....	1
II.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
	<b>2.1 Antecedentes del Problema</b> .....	3
	<b>2.2. Definición del Problema</b> .....	4
	<b>2.2.1 Enunciado del problema</b> .....	4
	<b>2.2.2 Formulación del Problema</b> .....	5
	<b>2.3. Preguntas de investigación</b> .....	6
	<b>2.4. Justificación de la Investigación</b> .....	6
	<b>2.5 Declaración de Variables (Diagrama Sagital)</b> .....	7
III.	OBJETIVO DEL PROYECTO.....	8
	<b>3.1. Objetivo General</b> .....	8
	<b>3.2. Objetivos Específicos</b> .....	8
IV.	MARCO TEÓRICO .....	9
	<b>4.1 Análisis de Situación Actual</b> .....	9
	<b>4.1.1 El Macroentorno</b> .....	9
	<b>4.1.1.1 Factores Políticos</b> .....	9
	<b>4.1.1.4 Factores tecnológicos</b> .....	13
	<b>4.1.2 El Microentorno (Cinco Fuerzas de Porter)</b> .....	16
	<b>4.1.2.1 Rivalidad Competitiva</b> .....	17
	<b>4.1.2.2 Poder de Compra</b> .....	17
	<b>4.1.2.5 La Amenaza De Sustitutos</b> .....	18
	<b>4.2 Teorías Del Sustento</b> .....	18
	<b>4.2.1 Competitividad Empresarial</b> .....	18
	<b>4.2.2 Modelos y Medición de la Competitividad</b> .....	27
	<b>4.3 Conceptualización</b> .....	34
V.	METODOLOGÍA Y PROCESO .....	38
	<b>5.1 Congruencia metodológica</b> .....	38
	<b>5.2 Definición de Operación de Variables</b> .....	40

<b>5.4 Alcance de la investigación</b> .....	43
<b>5.5 Diseño de la investigación</b> .....	44
<b>5.5.4 Unidad de Análisis</b> .....	46
<b>5.5.5 Unidad de Respuesta</b> .....	46
<b>5.6 Técnicas e Instrumentos</b> .....	47
<b>5.7 Fuentes de Información</b> .....	48
<b>5.8 Cronograma de Actividades</b> .....	50
VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	51
VII. CONCLUSIONES.....	69
VIII. RECOMENDACIONES.....	70
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	72
X. ANEXOS .....	76

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Evolución del concepto de competitividad .....	2
Tabla 4.1 Distribución PIB Honduras por actividad.....	12
Tabla 4.2 Factores que afectan la competitividad en Honduras .....	15
Tabla 5.1 Congruencia Metodológica .....	38
Tabla 5.2 Operacionalización de las variables .....	40
Tabla 5.8 Cronograma de actividades .....	50

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.2: Diagrama Sagital de Variables .....	7
Figura 4.1 Curva de Homicidios en Honduras .....	11
Figura 4.2 Administración estratégica .....	16
Figura 4.3. Los Determinantes de la Ventaja Nacional .....	29

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 6.1 Rango de edad .....	51
Gráfico 6.2 Género.....	52
Gráfico 6.3 Conocimiento del concepto "Competitividad Empresarial" .....	52
Gráfico 6.4 Grado de satisfacción que posee sobre el tema "Competitividad Empresarial" .....	53
Gráfico 6.5 Importancia de la planeación estratégica en una empresa .....	53
Gráfico 6.6 Planeación estratégica como herramienta al logro de las metas y objetivos .....	54
Gráfico 6.7 Ventaja al elaborar un plan estratégico.....	54
Gráfico 6.8 Nivel de competitividad personal que posee sobre planeación estratégica .....	55
Gráfico 6.9: Los procesos de producción y operaciones como parte fundamental para el éxito de una empresa .....	55
Gráfico 6.10 Manejo de inventario de calidad para aumentar el nivel de competitividad.....	56
Gráfico 6.11 Flexibilidad y modernización en procesos de producción y operaciones para aumentar el nivel de competitividad .....	56

Gráfico 6.12 Nivel de competitividad personal que posee en el área de producción y operaciones.....	57
Gráfico 6.13 Uso de equipo moderno para mejorar los procesos de producción .....	57
Gráfico 6.14 Importancia de implementar procesos de calidad para mejorar el nivel de eficacia.....	58
Gráfico 6.15 Conocimiento acerca de certificaciones de calidad para las empresas .....	58
Gráfico 6.16 Importancia de contar con procesos de aseguramiento de calidad.....	59
Gráfico 6.17 Nivel de competitividad personal que posee en el área de aseguramiento de calidad... ..	59
Gráfico 6.18 Concepto de comercialización.....	60
Gráfico 6.19 Importancia del servicios posventa a cliente.....	60
Gráfico 6.20 Importancia de mantener buena interacción con clientes y proveedores.....	61
Gráfico 6.21 Nivel de competitividad personal que posee sobre comercialización .....	61
Gráfico 6.22 Conocimiento de la rentabilidad de un negocio a través de informes financieros ...	62
Gráfico 6.23 Importancia de establecer estrategias adecuadas para el uso de recursos económicos. ....	62
Gráfico 6.24 Nivel de competitividad personal que posee en el área de contabilidad y finanzas .	63
Gráfico 6.25 Importancia de la formación y capacitación del personal en una empresa .....	63
Gráfico 6.26 Eficacia de los empleados a través del tiempo promedio que tardan en alcanzar los objetivos .....	64
Gráfico 6.27 Nivel de competitividad personal que posee en el área de Recursos Humanos.....	64
Gráfico 6.28 Importancia de implementar un sistema de gestión ambiental en las empresas .....	65
Gráfico 6.29 Mejora de la imagen empresarial al implementar un sistema de gestión ambiental	65
Gráfico 6.30 Actividades de gestión ambiental que pueden implementar las empresas .....	66
Gráfico 6.31 Nivel de competitividad personal que posee en el ámbito de gestión ambiental .....	66
Gráfico 6.32 Los sistemas de información como mecanismo clave para la competitividad.....	67
Gráfico 6.33 Nivel competitividad personal que posee en el ámbito de sistemas de información.....	67
Gráfico 6.34 Concepto de sistemas de información .....	68

## I. INTRODUCCION

La competitividad empresarial como parte esencial para el crecimiento y sostenibilidad de toda empresa en su campo, necesita de recurso humano que se enfoque en manejar todas las habilidades necesarias para ser competitivo en el mercado.

Actualmente Honduras según el ranking realizado del Foro Económico Mundial, se encuentra en el puesto 101, aunque ha mejorado respecto a años anteriores, este es un estudio que realiza anualmente la institución se mide como distribuyen los recursos los países y capacidad para proveer a sus habitantes un alto nivel de prosperidad. En el presente trabajo de investigación, se describe un tema de gran interés para los estudiantes de la carrera de administración de empresas de CEUTEC Tegucigalpa, ya que expone la indagación acerca de la competitividad empresarial de dichos estudiantes, para profundizar en las deficiencias y proponer alternativas que deberán de aplicar para elevar los niveles de su capacidad competitiva en el entorno que se rodean.

Las habilidades desarrolladas por los estudiantes quienes posteriormente conformarán las filas del recurso humano de una empresa, serán capaces de demostrar la validación de la competitividad por medio de los recursos internos de la organización para lograr una ventaja competitiva, dando mayor validez a la eficiencia de los recursos y alcanzar las metas de la Empresa.

La competitividad empresarial es resultado de hacer mejor las cosas que los demás de una forma permanente, se refiere a la mejora continua, las competencias para las cuales se hacen énfasis en este documento son de planeación estratégica, producción y operaciones, recursos humanos, gestión ambiental, sistemas de información, contabilidad y finanzas, comercialización y aseguramiento de la calidad.

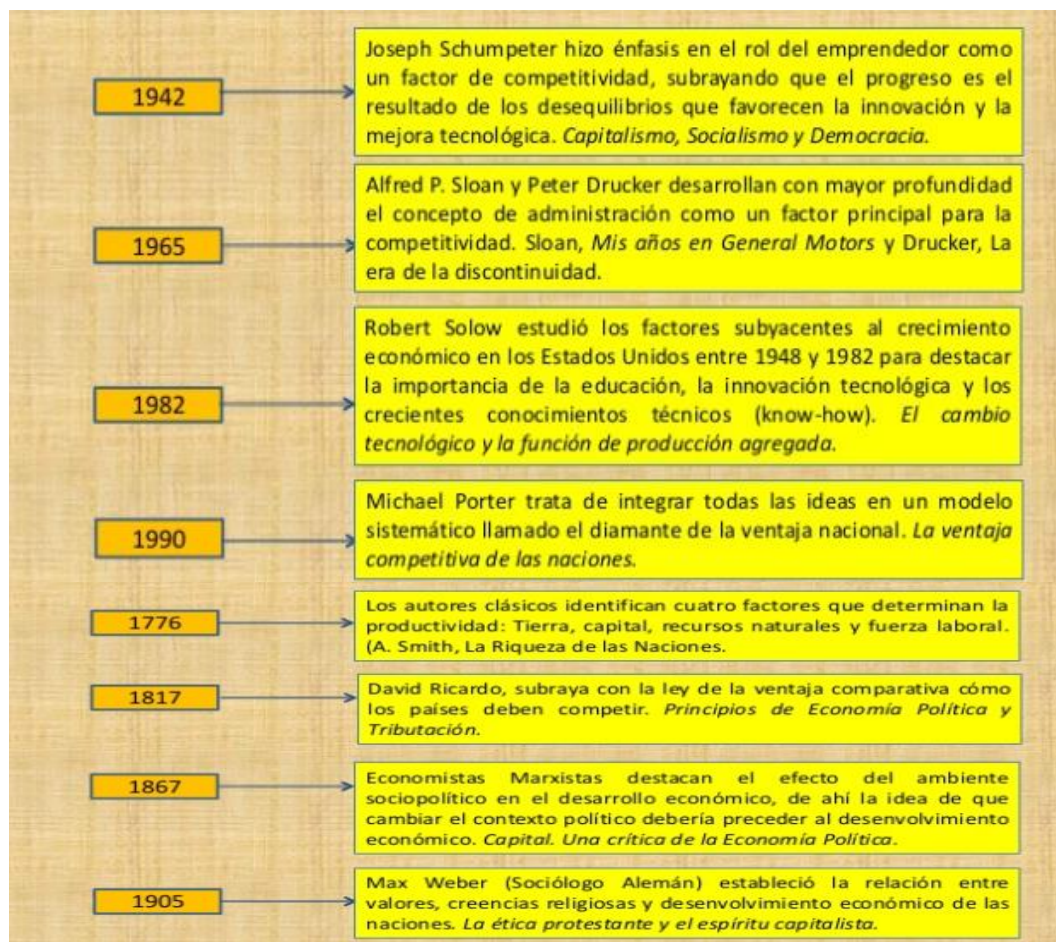
Las empresas cada día enfrentan una fuerte competencia, por esta razón es que debe de prepararse ante ella, atraer recurso humano profesional y competitivo y así lograr el cumplimiento de sus objetivos, es importante la dedicación que debe realizarse en busca del fortalecimiento de su competitividad empresarial.

## II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El concepto de competitividad no es reciente, sus orígenes se remontan a más de tres siglos atrás, donde diversos autores dieron a conocer sus puntos de vista, desarrollándose así un proceso evolutivo del concepto de competitividad empresarial, como un proceso de agregación que concluye en la propuesta actual del autor Michael Porter. En la siguiente tabla se muestra el concepto evolutivo de la competitividad empresarial.

Tabla 2.1

### *Evolución del concepto de competitividad*



Fuente: (Garelli, S., The competitiveness of nations: the fundamentals 2006)

## 2.1 Antecedentes del Problema

La competitividad empresarial hoy en día es un tema de vital importancia para todas las empresas establecidas, ya sea para la prestación de un servicio o para la comercialización de productos. Esta condición al combinarse con diversos factores que harán que la empresa tome fuerza ante la competencia empresarial se definen desde la planeación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, los recursos humanos, la gestión ambiental y sus sistemas de información. Interpretando la definición de competitividad empresarial, algunos autores la definen como:

“la capacidad de las empresas para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países” (Alic, 1997, p.58).

“la necesidad de las organizaciones de sostenerse y consolidarse dentro de sus mercados, teniendo como indicador el porcentaje de participación de sus bienes y servicios en ellos, a partir de una concepción sistemática que incorpora elementos económicos, empresariales, políticos y socioculturales” (Cabrera, López y Ramírez, 2011, p. 24).

“la competitividad de la empresa es el performance valorado por la capacidad que tiene para generar más valor agregado que sus competidores” (Reinel, 2005, p.81-103).

Resumiendo, los conceptos anteriores se entienden que la competitividad de una empresa depende de la productividad, la rentabilidad, la posición competitiva, la participación en el mercado interno y externo, las relaciones interempresariales, el sector y la infraestructura regional.

La competitividad se ha estudiado desde hace mucho tiempo atrás con diferentes nombres desde el nacimiento de la economía y las empresas; el uso del concepto es objeto de debate por las relaciones con diversos desarrollos teóricos en la administración, la geografía económica y las políticas.

## **2.2. Definición del Problema**

### **2.2.1 Enunciado del problema**

En la actualidad los estudiantes de administración de empresas de la sede de CEUTEC Tegucigalpa presentan dificultades ante el manejo de su capacidad integradora frente a las diversas dimensiones de la competitividad empresarial, las cuales son parte fundamental del desarrollo profesional del estudiante en el ámbito organizacional.

Hoy por hoy competir en un mundo empresarial tan cambiante se ha vuelto un reto, y solo los estudiantes que estén dispuestos a desafiar cada área de preparación como ser, planeación estratégica, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, sistemas de información, gestión ambiental, recursos humanos y su producción y operaciones, obtendrán el éxito deseado, dichas áreas al interconectarse entre sí mejoran el desempeño de la empresa.

El estudiante en muchas ocasiones suele conformarse con la enseñanza obtenida por su docente, sin escudriñar más allá, como parte complementaria de su aprendizaje, beneficio que en un futuro será necesario haberlo puesto en práctica, ante la necesidad de ser calificado como un profesional altamente competitivo, por lo que es fundamental en este proceso de preparación, proponerse metas a corto y largo plazo, para el cumplimiento de sus objetivos, mismos que irán formando más su capacidad intelectual y adquiriendo destrezas, de esta forma ir creciendo cada vez más, ya que las ofertas laborales son amplias y a la vez precisas, por lo que para un estudiante bien preparado académicamente le será mucho más factible posicionarse en este campo.

El futuro profesional de administración de empresas está convencido que necesita una preparación continua, ante un mundo empresarial complejo.

### **2.2.2 Formulación del Problema**

Si en la actualidad los estudiantes de administración de empresas de la sede de CEUTEC Tegucigalpa, consideran que presentan dificultades de desenvolvimiento ante las dimensiones que conforman la competitividad empresarial, en un mundo de empresas sumamente competitivas, será un obstáculo para su crecimiento profesional en una organización.

Por lo que es importante identificar las variables en las cuales presentan dicha dificultad, que están invitando el desarrollo total de su capacidad como parte de su preparación profesional.

Al considerarse competitivos empresarialmente, serán estudiantes demandantes de una educación de primera calidad, que día a día estarán aprovechando cada recurso brindado para su formación, misma que es brindada por el centro universitario, mediante el uso de diversas herramientas para el manejo de las diferentes áreas para los cuales se están especializando cada uno de los estudiantes, por lo que si continúan escudriñando y enfocándose en ser los mejores en su área y de esta forma esforzarse para lograrlo, estarán formándose estudiantes competitivos laboralmente, con destrezas desarrolladas y alto espíritu de emprendimiento.

El estudiante se convierte en un individuo demandante de una educación académica de alto nivel, para desarrollar destrezas en las diferentes áreas, que determinan su nivel de competitividad, necesita ahondar en temas de planeación, organización y control.

La percepción de cada uno de los estudiantes ante cada una de las dimensiones de la competitividad empresarial es primordial, donde hay estudiantes con mayores destrezas en unas áreas que en otras, es cuando se convierten en oportunidades de mejora donde se deberá trabajar con más dedicación y nivelar sus capacidades.

### **2.3. Preguntas de investigación**

1. ¿Qué perciben los estudiantes acerca del término de competitividad empresarial?
2. ¿Qué conocen los estudiantes de administración acerca de planeación estratégica y cual consideran que es su preparación?
3. ¿Qué aporte pueden dar los estudiantes de administración de empresas de CEUTEC Tegucigalpa basado en los conceptos de producción y operaciones?
4. ¿Cuáles son los conocimientos adquiridos por los estudiantes en aseguramiento de calidad de acuerdo con su percepción?
5. ¿Qué consideran los estudiantes de administración la comercialización y puede ser aplicada?
6. ¿Qué conocen los estudiantes de administración acerca de contabilidad y finanzas?
7. ¿Qué conocen los estudiantes a cerca de recursos humanos y cuáles son las habilidades desarrolladas?
8. ¿Qué conocimiento tienen los estudiantes de administración de empresas de CEUTEC Tegucigalpa sobre gestión ambiental?
9. ¿Cuáles son los aspectos más importantes para los estudiantes de administración de empresas de CEUTEC para calificar un sistema de información?

### **2.4. Justificación de la Investigación**

De acuerdo con (Ackoff, 1973) y (Miller y Salkind, 2002) para justificar una investigación es posible establecer criterios para evaluar la utilidad de un estudio propuesto, los cuales evidentemente, son flexibles y de ninguna manera son exhaustivos. Algunos de estos criterios son:

- Conveniencia
- Relevancia social
- Implicaciones prácticas
- Valor teórico
- Utilidad metodológica

La investigación respecto al tema de competitividad empresarial es de suma importancia, para poder conocer cuál es la percepción que los alumnos de administración de empresas tienen al respecto, afirmar si cuentan con los conocimientos suficientes o hasta poder identificar áreas donde necesiten apoyo y de esta forma hacerles sentir escuchados y reconocer los aspectos que deben mejorar en su futura vida profesional.

Una vez que logren identificar si deben o no reforzar ciertos conocimientos, tendrán en sus manos la responsabilidad por cambiar la situación en la cual se encuentran, haciéndoles reflexionar de inmediato.

El presente documento de investigación pretende contribuir al conocimiento de la sociedad respecto a la competitividad empresarial, formulando preguntas y proporcionando las respuestas más precisas, que sirvan de experiencia a otras personas.

## 2.5 Declaración de Variables (Diagrama Sagital)



Figura 2.2: Diagrama Sagital de Variables

### **III. OBJETIVO DEL PROYECTO**

#### **3.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico sobre competitividad empresarial para los estudiantes de administración de empresas de CEUTEC, en la sede de Tegucigalpa por medio de las siguientes consideraciones: planeación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información. Para determinar la percepción de los estudiantes en cuanto a la competitividad empresarial adquirida.

#### **3.2. Objetivos Específicos**

1. Conocer la percepción de los estudiantes acerca de competitividad empresarial.
2. Indagar acerca de la preparación en planeación estratégica conforme la percepción de los estudiantes.
3. Identificar el conocimiento que tienen los estudiantes de Administración de empresas en el manejo y administración de producción y operaciones.
4. Describir los conocimientos de los estudiantes de administración de empresas, acerca de calidad aplicada a una empresa.
5. Conocer acerca los conocimientos que poseen los estudiantes de administración, acerca de comercialización.
6. Conocer acerca de los conocimientos que poseen los estudiantes de administración, acerca de contabilidad y finanzas.
7. Determinar las habilidades desarrolladas en el ámbito de recursos humanos en los estudiantes de administración de empresas
8. Describir si los estudiantes tienen conocimiento sobre gestión ambiental.
9. Definir cuáles son los aspectos más importantes para los estudiantes para elegir un sistema de información.

## **IV. MARCO TEÓRICO**

### **4.1 Análisis de Situación Actual**

#### **4.1.1 El Macroentorno**

##### **4.1.1.1 Factores Políticos**

Desde el año 1982 Honduras ingresa en un proceso de democracia al poder elegir sus mandatarios, luego de estar sumergido por varias décadas en problemas de inestabilidad política y gobiernos militares dirigiendo el país sin ser electos democráticamente. Continuó así hasta verse interrumpido en el 2009 cuando el país nuevamente se ve afectado por crisis políticas que afectaron su desarrollo creciente y la confiabilidad de la inversión extranjera.

En sus observaciones, la Corte Suprema de Justicia señaló: De igual forma y como consecuencia de los acontecimientos del 28 de junio de 2009, la Comunidad Internacional en forma acelerada calificó inapropiadamente la Sucesión Presidencial, la cual se llevó a cabo de conformidad con la Constitución de la República de Honduras y Leyes secundarias; acción encaminada a fortalecer el Estado de Derecho, defender la democracia en un clima de paz y tranquilidad. (Observaciones del Estado de Honduras al Informe de la CIDH, 2009 pág. 6).

Aunque actualmente exista un presidente y se rija el país por medio de los tres poderes del estado: ejecutivo, legislativo y judicial la población continua dividida desde los hechos ocurridos en el año 2009, se formó una oposición al gobierno actual quien tiene muchos detractores en el país haciendo que la oposición al estado sea más grande, por lo que el panorama para una estabilidad política total es incierto y realmente se debe trabajar mucho tanto en el gobierno como en muchos

sectores de la sociedad para poder eliminar la incertidumbre y atraer la inversión al país con promesas de estabilidad y continuidad del negocio.

#### **4.1.1.2 Factores Sociales**

Honduras es un país con extensión territorial de 112, 492 Km<sup>2</sup>, con una población aproximada de 9, 282,036, con una población del 53% en zonas urbanas del país y un 47% en zona rural según datos del instituto nacional de estadísticas, con una tasa de crecimiento poblacional del 1.6%, el maneja una tasa de fecundidad del 2.5% y una densidad de población el 80.2 Km<sup>2</sup> por habitante. (INE, 2018, Pág. 1).

Está ubicado en la región del Istmo centroamericano y es el segundo país más grande de Centroamérica, podría ser uno de los países más desarrollados de la región por la gran ventaja geográfica que posee siendo la unión entre las dos partes del continente y paso obligado de comunicación entre sur y el norte de las américas.

A pesar de los descrito anteriormente el país posee graves problemas sociales que impiden el desarrollo sostenido de la economía y desarrollo de sus habitantes con una índice de analfabetismo del 12.9 % bastante alto, la falta de oportunidades básicas como la educación y la salud primaria básica tiene un gran impacto negativo en el país desaprovechando así recursos valiosos que podrían ser utilizados en el desarrollo del mismo como ser la nivel medio de población joven del país 28% y la tasa de personas aptas para laborar aportando una gran ventaja con la mano de obra en el país, pero al no poseer en ocasiones ni la educación pr4imaria el país no puede ofrecer mano de obra calificada para el desempeño de ciertas funciones como ser las industrializadas. (Banco Mundial, 2020).

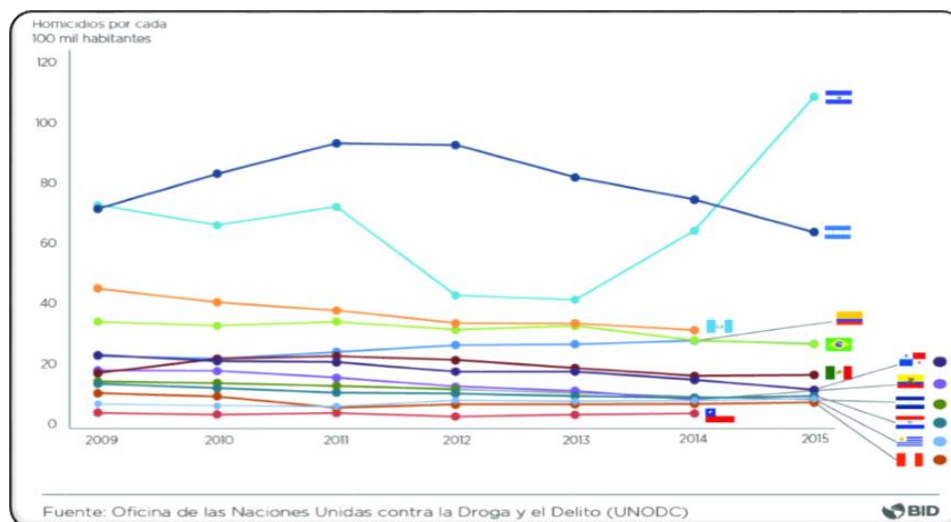


Figura 4.1 Curva de Homicidios en Honduras

Fuente: (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito)

<https://www.iadb.org/es/mejorandovidas/como-honduras-redujo-la-mitad-su-tasa-de-homicidio>

Sumado a esto otros de los grandes desafíos que enfrenta el país, es la creciente inseguridad, desigualdad y corrupción en instituciones públicas. Los niveles de homicidios llegaron a su punto más alto en el año 2011 con 86 hombres por cada 100 mil habitantes según los datos otorgados por la Universidad Nacional Autónoma de

Honduras. Luego de varias reformas aplicadas a algunos entes gubernamentales como la policía nacional como depuraciones y capacitaciones sobre derechos humanos este número baja en 2015 a 54 hombres por cada 100 mil habitantes un decrecimiento importante aún existe mucho que mejorar ya que continúa siendo uno de los países más inseguros de la región, lo que impacta directamente en la inversión extranjera e inversión interna. (BID, 2018)

#### 4.1.1.3 Factores Económicos

En cuanto a factores económicos podemos encontrar que en Honduras la mayor parte del desarrollo económico se encuentra en sector agropecuario agricultura silvicultura y pesca en Honduras se manejan 12 actividades representativas en el aporte al PIB nacional estas actividades aportan el 74% del producto interno bruto en el país (BCH, 2019)

Tabla 4.1 *Distribución PIB Honduras por actividad*

RUBRO	PONDERACIÓN
Agricultura y silvicultura y pesca	22.0%
Explotación de minas y canteras	1.0%
Industria manufacturera	15.0%
Electricidad y agua	2.0%
Construcción	1.0%
Comercio por mayor y menor	14.0%
Transporte almacén y comunicación	7.0%
Banca y seguros	6.0%
Propiedad de vivienda	7.0%
Administración pública	6.0%
Servicios diversos	10.0%
Actividades varias	9.0%

*Fuente:* (Página Oficial BCH, cifras nacionales, 2018, pág., 1)

Honduras presentaba datos de crecimiento constante en el PIB en años recientes, registrando las segundas tasas de crecimiento más elevadas de Centroamérica superadas únicamente por Panamá en el año 2017 PIB alcanzó el 4.8, el 3.7 en el año 2018 y el 2.7 en 2019. Por encima del promedio centroamericano y muy por encima del latinoamericano.

Luego de la pandemia se espera que la economía se contraiga -2.3 por ciento en el año 2020 y crezca un 3.9 por ciento en 2021. (Banco Mundial, 2020)

Con esto podemos observar que Honduras presenta un potencial alto y múltiples fortalezas para el crecimiento rápido y prosperidad compartida, ubicación estratégica, crecimiento de la industria, diversificación de exportaciones y una población joven y en crecimiento, sin embargo,

también nos enfrentamos varios factores que continúan afectando la económica y desarrollo del país como ser: la violencia y falta de oportunidades y empujan a los habitantes a realizar migraciones constantes.

Entes como el Fondo Monetario Internacional han realizado inversiones en planes estratégicos para apoyar el crecimiento, la vulnerabilidad, la inclusión y fortalecimiento de vulnerabilidades climáticas que puedan existir para apoyar un desarrollo en la región (FMI, 2018)

Algunos programas son los siguientes:

- Proyecto de calidad de la educación, buen gobierno y fortalecimiento institucional,
- Proyecto de nutrición y protección social
- Proyecto de protección social
- Proyecto de Competitividad Rural
- Proyecto de Infraestructura Rural
- Proyecto de gestión del riesgo de desastres

#### **4.1.1.4 Factores tecnológicos**

El desarrollo tecnológico en Honduras no es el más favorable actualmente ocupa el lugar número 105 en estudios realizados por la OMPI (Organización Mundial de Propiedad Intelectual) y la Universidad Cornell y el INSEAD somos el penúltimo país de la región en cuanto a innovación solo por delante de Nicaragua. (OMPI, Universidad Cornell, Índice innovación mundial, 2018 p.02)

Hay muchos factores que pueden influir en el poco desarrollo tecnológico e innovación de la región según el último informe del Fondo Social para la Deuda Externa en Honduras (FOSDEH), el 68% de los habitantes vive en pobreza, si a esto sumamos los problemas que se tienen para el acceso a la educación y aunque se asistiera la educación pública es pobre en materia de competencias, no poseen sobre todo en la zona rural del país la capacitación ni el equipo necesario

para poder desarrollar una mejor cultura de innovación y conocimiento tecnológico esta población es la que más urge de un mejor acceso a las tecnologías; que sirven como herramientas para explorar y explotar sus habilidades, empoderándolos para ser partícipes de su propio desarrollo económico y social. (BID 2010).

Existen muchas iniciativas para lograr desarrollar un bienestar mayor para el país, existen empresas ubicadas al norte del país con enfoque en desarrollo experimental en el campo de ciencias e ingeniería Su base digital la hace parte integral de la economía naranja en Honduras, ya que utiliza el internet, nuevos softwares y aplicaciones digitales para gestionar procesos de cambio social. Sin duda podríamos encontrar más ejemplos como estos en el país, pero es necesario considerar una seria inversión en materias de capacitación tecnológica, innovación y desarrollo de nuevas ideas en área de ingeniería esto puede ayudar al país a dar el salto que necesita.

#### **4.1.1.5 Factor Competitividad empresarial**

Al comenzar la indagación sobre competitividad empresarial con el ranking realizado Foro Económico Mundial, este es un estudio que realiza anualmente la institución se mide como distribuyen los recursos los países y capacidad para proveer a sus habitantes un alto nivel de prosperidad, situando a nuestra nación en el puesto 101 otorgándole, aunque ha mejorado respecto a años anteriores como el 2014 aun es un puesto deficiente y uno de los más bajos en los que se ha encontrado Honduras. (WEF The Global Competitiveness Report, 2019, p. 15)

El Índice de Competitividad Global del WEF es la principal referencia para los inversionistas y los gobiernos respecto a los niveles de competitividad relativa de los Estados.

Por lo que se puede determinar que al no mejorar la participación como nación en este índice no se contara con la inversión extranjera deseada y el apoyo internacional para la inversión y esta podría reducirse aún más.

El último informe del Foro Económico Mundial continúa clasificando a Honduras como un país en transición de la fase 1 (impulsada por factores básicos) a la fase 2 (impulsada por la eficiencia). Podríamos atribuir estos problemas a la desconfianza que existe en institucionalidad del país, la tasa alfabetización, el nivel de educación, competencias requeridas, problemas de infraestructura los deficientes sistemas de salud etc. (Klaus Schwab WEF, 2019).

Por su parte como medidas de apoyo el gobierno creo una nueva estrategia que puede presentar medidas de apoyo para mejorar el índice. (Decreto Legislativo N° 286-2009) en donde se dispone la creación de un consejo nacional para la competitividad alineada con la visión del país y el plan nacional

La calificación de Honduras en el ranking global se explica principalmente por los siguientes factores:

Tabla 4.2

*Factores que afectan la competitividad en Honduras*

<b>FACTORES EN CONTRA DE LA COMPETITIVIDAD</b>
El aumento de la recarga de la regulación gubernamental y la baja confianza pública en los políticos;
La poca fiabilidad de los servicios de la policía;
La baja calidad de la infraestructura a nivel nacional incluyendo los puerto, aeropuertos, carreteras y servicios eléctricos;
Deficiencias en los sistemas de educación y de salud;
El poco acceso a internet de banda ancha; y la falta de innovación productiva, entre otros. Adicionalmente a esto no se cuenta con una medición por sectores de economía.
Los efectos de las cargas impositivas.

*Fuente:* (Seplan, informe competitividad Honduras 2015, p.15)

### 4.1.2 El Microentorno (Cinco Fuerzas de Porter)

Para ayudarnos con el análisis del micro entorno de la investigación utilizaremos el análisis de las cinco fuerzas de Porter, este es modelo que estratégico elaborado por el ingeniero y profesor Michael Eugene Porter de la Escuela de Negocios Harvard, en el año 1979, nos ayuda a analizar el nivel de competencias dentro de una industria, para poder desarrollar la estrategia, “ Este análisis deriva en la respectiva articulación de 5 fuerzas que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una industria, y por lo tanto, en cuan atractiva es esta industria en relación a oportunidades de inversión y rentabilidad.” (Porter, 2009, p.47)

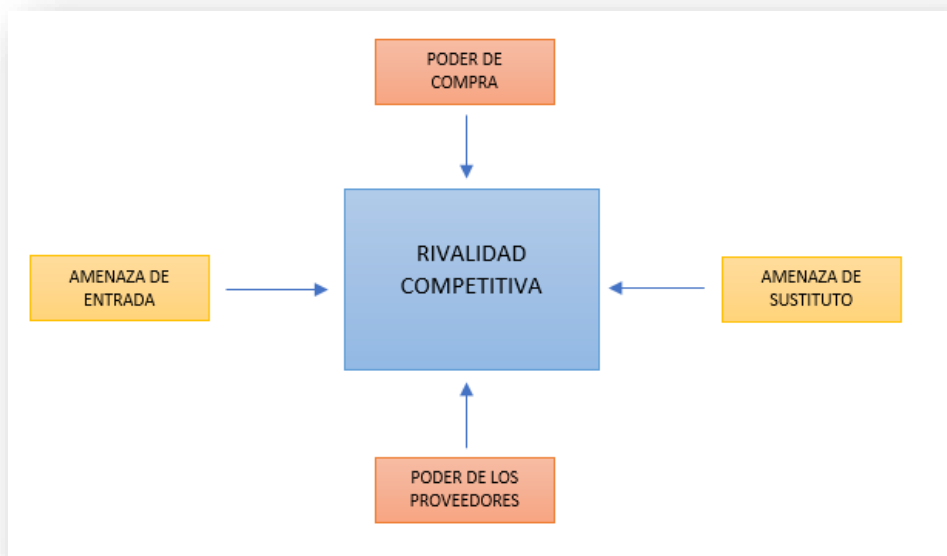


Figura 4.2 Administración estratégica

Fuente: (Porter, 2009, p.47)

Es necesario lograr analizar este plan y confirmar si se cuenta con un plan correcto para sobrellevar los problemas que esta pueda presentar.

El autor se refiere a estas fuerzas como microentorno para lograr contrastarlas con fuerzas que pueden afectar el entorno en una escala mayor como lo es el microentorno, estas operaran en el entorno inmediato de la organización y pueden afectar la satisfacción de sus clientes y rentabilidad.

#### **4.1.2.1 Rivalidad Competitiva**

La rivalidad competitiva en el ámbito de competencia empresarial es algo con que se tendrá que lidiar todos los días y hacerlo parte de la organización, siempre existirán competencias, a excepción que el servicio que preste la empresa sea único y monopolizado pero en estos tiempos la competencia perfecta maneja el mercado en la mayoría de los rubros por lo que siempre existirá una competencia directa por lo que el equipo de administración de empresas de Ceutec debe estar preparado para poder manejar estas situaciones de presión que pueden presentarse en cualquier ámbito y empresa que se desarrolle.

Se debe contar con estrategias de apoyo sobre mercadeo y análisis de mercado para poder seguir activo frente a las rivalidades que se presentaran para abarcar el mercado mejoras de precios, investigación de mercados, desarrollo de nuevos productos según necesidades del cliente, análisis de la competencia y ventajas competitivas con productos que tengan un valor agregado serán algunas de las características que podrían apoyar en este caso. (Porter, 2009)

#### **4.1.2.2 Poder de Compra**

En este ámbito se deberá analizar sobre todo valores agregados a productos ya existentes, si el profesional de administración de empresas se encontrara en este dilema deberá analizar los precios que se manejan en la industria como parte de la competitividad estratégica, adicionalmente aunque el precio el mercado no sea el más bajo siempre se puede hacer hincapié en la calidad de los productos de la empresa y sobre todo algo ayudara será el renombre que tenga la empresa o el posicionamiento que se maneja de la marca ya que un cliente siempre puede ser mayormente influenciado por una marca conocida.

#### **4.1.2.3 Poder de los Proveedores**

En este punto el administrador de empresas según la posición que desempeñe podrá poner a prueba todas sus competencias comercialización y planeación estratégica, siempre que se trate con proveedores se deberán tratar beneficiarse con el precio para obtener márgenes más altos de

utilidad y poder así agregar valor al producto para el cliente o bien tener precios mejorados en comparación a la competencia, es importante tomar en cuenta que la dependía de proveedores pueden generar amenazas en cuanto alza de precios o bien problemas de calidad que deberán ser asumidos por la marca representante en el mercado por eso vale la pena siempre analizar más de un proveedor para cada producto o insumo.

#### **4.1.2.4 La Amenaza De Entrada**

Sobre todo en una sociedad repleta de tecnología y donde la información viaja más rápido que nunca el acecho de amenazas de entrada de nuevos competidores en el mercado siempre estará latente por lo que el administrador de empresas deberá consolidar sus conocimientos para reconocer y reforzar las debilidades y amenazas que puedan desarrollarse en su producto, en su cadena de suministros, en la comercialización o distribución para no crear vacíos que puedan generar oportunidades de ingreso en el mismo rubro para otras empresas emergentes.

Lógicamente en este ámbito todo dependerá de la forma de competencia que exista en rubro donde se desempeña y las facilidades que este permita para el ingreso de nuevas competencias.

#### **4.1.2.5 La Amenaza De Sustitutos**

Como en el resto de las variables dependerá mucho del entorno y rubro de la empresa que se está manejando lógicamente un mercado con muchos competidores y con fácil acceso de entrada siempre generara nuevas competencias, dependerá mucho de la inversión y la fuerza que esta ejerza en el mercado para posicionarse y las decisiones que se tomen por parte de la empresa donde se labora para afrontar los retos que planteen las nuevas competencias. (Porter, 2009)

## **4.2 Teorías Del Sustento**

### **4.2.1 Competitividad Empresarial**

La competencia es una de las fuerzas más poderosas de la sociedad para avanzar en muchos ámbitos del esfuerzo humano, es generalizada, tanto si implica a compañías que luchan por

mercados, a países que se enfrentan a la globalización o a organizaciones sociales que responden a necesidades sociales. Toda organización precisa de una estrategia para ofrecer valor superior a sus clientes. (Porter, 1985, p.7)

A lo largo de las últimas décadas, la competencia se ha intensificado de forma espectacular en todos los ámbitos. Se ha extendido geográficamente, con lo cual los países tienen que competir para mantener su prosperidad vigente mucho antes que para aumentarla. (Porter, 1985, p.7)

Para Porter (1985) “El valor es la capacidad de satisfacer o rebasar las necesidades de los clientes, y también de hacerlo eficientemente. Las Compañías deben ofrecer valor a sus clientes y los países tienen que ofrecer valor como emplazamientos de negocios” (p.7).

Las empresas de hoy en día persiguen el objetivo de ser capaces de ofrecer mejores productos y servicios que la competencia a menores precios. Lo que resulta cambiante es el entorno en el que se mueve la empresa, reconociendo que nunca antes el entorno había sido de una competencia tan feroz. (Bernasconi, 2015, p.33)

La competitividad tiene dos bases: Hacer algo que los demás no hacen (innovar) y hacer mejor algo similar a los demás (calidad). Estos dos elementos son necesarios para ser competitivos a largo plazo y por lo tanto la investigación y desarrollo de nuevos productos es una de las fuentes más importantes de ventaja competitiva para una empresa. (Bernasconi, 2015, p.33)

Schumpeter a través de la Teoría del Desarrollo Económico, consideraba que el crecimiento de la producción no solamente respondía a los factores productivos ortodoxos: capital, tierra y trabajo, sino que también dependía de aspectos relacionados con tecnología y con la organización social (Schumpeter, 1994).

Schumpeter planteaba que las alteraciones espontáneas y discontinuas que tenían lugar dentro del desenvolvimiento económico no estaban determinadas por los gustos ni las necesidades de los consumidores, sino que su origen tenía cabida dentro de la vida comercial e industrial.

La teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter no está orientada del lado de la demanda, ya que él afirmó que las innovaciones en el sistema económico no eran producto de las nuevas necesidades que surgieran de los consumidores, ya que según decía la espontaneidad en las necesidades de los consumidores es generalmente pequeña. (Schumpeter, 1994).

El desenvolvimiento económico se caracteriza por la puesta en práctica de nuevas combinaciones de medios productivos, los casos que entrarían dentro de éste concepto serían los siguientes:

- a) La introducción de un nuevo producto o de una nueva calidad de un producto ya existente.
- b) La introducción de un nuevo proceso de producción.
- c) La apertura de un nuevo mercado.
- d) El desarrollo de una nueva fuente de insumo.
- e) Los cambios en la organización industrial.

Schumpeter (1994) menciona: un elemento clave es la diferenciación entre el concepto de empresa y empresario. Siendo la empresa en un sentido estricto la realización de nuevas combinaciones mientras que el empresario por su parte tiene una connotación mucho más amplia que la de un hombre de negocios o dueño de una empresa.

La trascendencia que unos pocos países alcancen elevados y crecientes niveles medios de vida, y otros mantienen niveles muy precarios; es debido al fenómeno de la Revolución Industrial, cuyas primeras manifestaciones, de acuerdo con la mayoría de los autores, aparecen a mediados del siglo XV (Sunkel, 1970, p. 44).

La Revolución Industrial fue fundamentalmente una revolución productiva, una transformación en la capacidad de producción y de acumulación de la humanidad. No se trata simplemente del desarrollo de la actividad fabril sino que un acontecimiento mucho más amplio, es una auténtica revolución social, que se manifiesta en transformaciones profundas de la estructura institucional, cultural, política y (Sunkel, 1970, p. 44).

En lo económico se expresa fundamentalmente por la creación y utilización de nuevos tipos de bienes de capital, la aplicación de nuevas fuentes de energía inanimada a las tareas productivas y, en general, por el desarrollo y la aplicación de técnicas y principios científicos al proceso productivo. En último término se trata de transformaciones sociales y tecnológicas que generan un sustancial aumento de la productividad; esto, a su vez, posibilita la captación de un excedente cada vez mayor, dando lugar a un proceso acelerado de acumulación (Sunkel, 1970, p. 44).

El estudio de Oswaldo Sunkel expone también que la Revolución Industrial da sus frutos más visibles y espectaculares en Europa noroccidental y Estados Unidos de Norteamérica; y tiene enorme significado para los países subdesarrollados de hoy por cuanto la enorme expansión de la economía industrial moderna en los países originarios de la Revolución Industrial va creando, desde entonces, una economía internacional cada vez más integrada donde entonces, comienzan a participar en forma creciente los países que actualmente se consideran subdesarrollados. (Sunkel, 1970, 45)

A medida que estos crean o desarrollan actividades productivas de exportación de gran importancia, que alteran su estructura productiva, conforman las características de su comercio exterior, influyen sobre la estructura social y política y determinan hasta cierto punto, las políticas económicas y sociales; en esa medida el proceso de desarrollo de los países industrializados y el proceso de subdesarrollo de los países de la periferia constituyen elementos de un mismo proceso global. (Sunkel, 1970, p.46)

CEPAL menciona que el desarrollo tampoco puede concebirse como un proceso que afecta una economía cerrada, es decir, como un fenómeno estrictamente nacional. Por el contrario, las relaciones económicas internacionales constituyen probablemente el elemento capital para explicar de qué manera se conforman las economías periféricas, así como sus posibilidades y aptitudes para transformarse en sistemas industriales dinámicos y modernos (Sunkel, 1970, p. 46).

Otra línea de pensamiento que influyó en el surgimiento de competitividad fue el movimiento mundial hacia el desarrollo sustentable, según Carl Mitcham, los orígenes cercanos del concepto de desarrollo sustentable se ubican en el libro *Los Límites del Crecimiento*, siendo el principal argumento que el crecimiento no puede continuar indefinidamente con los mismos parámetros en que se ha presentado en los últimos cien años (Mitcham, 1995).

La visión de que el crecimiento tiene límites fue modificada a partir de los años ochenta por la idea de que la estructura económica debería permitir un desarrollo sustentable. Así, el concepto de desarrollo sustentable no implica límites absolutos sino limitaciones impuestas por el estado actual de la tecnología y de la organización social, pero estos pueden ser administrados por y mejorados para construir el camino de una nueva era de crecimiento económico (WCED, 1987).

La *World Conservation Strategy* (1980) establece que el desarrollo económico que es definido como la modificación de la biosfera y la aplicación de recursos humanos, financieros y vivientes y no vivientes para satisfacer las necesidades humanas y mejorar la calidad de vida humana.

En la década de los ochenta, la internacionalización entra a una fase de globalización como resultado de dos elementos como ser: las políticas de desregulación y la difusión de las tecnologías informáticas y de la comunicación (Hatzichronoglo, 1996)

Entre los principales efectos en las políticas empresariales que provoca el proceso de internacionalización y en particular de globalización, se pueden señalar la evaluación de sus actividades a precios internacionales y la preocupación por localizar sus actividades en medios que les permitan asegurar sus condiciones de competitividad. (Casalet, 1998, p.89)

De esta manera, el concepto de competitividad aparece como la capacidad de una entidad para emprender, de una manera sustentable, un proceso de desarrollo (Ferreiro, 2004, p.44).

Con base en las ideas anteriores, la capacidad para mantener un crecimiento económico depende de la estructura productiva, la cual debe evolucionar en dos sentidos, en primer lugar manteniendo las condiciones que le permitan enfrentar a la competencia mundial cada vez más intensa debido al proceso de globalización, asegurando las condiciones de reproducibilidad del proceso económico, no solamente desde el punto de vista de los recursos naturales, sino de todos los aspectos relacionados con la producción. (Casalet, 1998, p.89)

Casalet (1998) explica el concepto de desarrollo, el cual deberá medirse a través de un incremento en el nivel de vida de los participantes en la estructura económica, de esta manera el concepto de competitividad aparece como la capacidad de una entidad para emprender, de una manera sustentable, un proceso de desarrollo (p.89).

#### **4.2.1.1 Concepto de competitividad**

Krugman (1994) afirma que el término competitividad se utiliza sin reflexión sobre su significado. Este hecho puede atribuirse a la falta de una definición concisa y a la difusión de una plétora de definiciones aisladas que introdujeron los trabajos económicos, sin tomar como base una teoría sólida sobre la competitividad.

El concepto de competitividad comienza a ser ampliamente difundido por las escuelas de negocios, cuyo énfasis se coloca en el management y la firma. Se observa que las empresas compiten por mercados y recursos, asociándose su competitividad con el objetivo de incrementar la cuota de mercado a escala local y mundial.

El concepto de competitividad se ha desarrollado durante los últimos 15 años y su utilización se ha referido a tres ámbitos diferentes: regional, sectorial y de una empresa. El ámbito regional es el que ha concentrado el mayor interés de estudio. A lo largo de la vida el concepto de competitividad ha ido acumulando diversas definiciones. (Casalet et al., 1998, p.90)

Cohen y coautores (1984) establecen que la competitividad internacional de una nación está basada en un mejor desempeño de la productividad y en la habilidad de la economía para modificar su producto hacia actividades de mayor productividad, lo cual genera niveles de salarios.

Por otra parte, la competitividad se refiere al Estado-nación para producir y distribuir mercancías en la economía internacional compitiendo contra bienes y servicios producidos en otros países, y hacer esto de tal manera que obtenga incrementos en los estándares de vida. (Scott, 1985)

Casalet (1998) explica que: “La capacidad empresarial es un elemento estructural relevante en la competitividad de una región, pero resulta difícil su medición” (p.95).

En cambio Porter (1992) define la competitividad como la producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio que los competidores domésticos e internacionales, que se traducen en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales.

Una evolución al concepto de competitividad es el que se basa en el conjunto de acciones que permiten a una determinada empresa operar rentablemente en una economía de mercado (Flores, 1991).

La competitividad es un aspecto central en la sustentabilidad y éxito de una organización y, como tal, debe ser integrada al análisis estratégico. A lo largo de la historia el concepto de competitividad y las fuentes que le dan origen han ido evolucionando, desde conceptos estáticos y dependientes exclusivamente de ciertos factores productivos hasta un enfoque dinámico y sistémico. (Monterroso, 2016, p.6)

#### **4.2.1.2 Nivel de competitividad**

Por nivel de competitividad se entiende el nivel referente al que aluden las descripciones de la empresa o país, tales descripciones pueden referirse a contextos de diferente nivel ya sea micro, meso, macro.

Para las economías de libre mercado, les es indispensable reconocer su nivel de competitividad, tanto a nivel país y su aparato productivo, como las empresas y su propia infraestructura, ya que este reconocimiento permite tomar mejores decisiones que llevan a los Estados y empresas a prosperar y por ende a generar un mayor crecimiento nacional, y unas mejores condiciones de vida para su sociedad. (Jaramillo, 2017, p.95)

#### **4.2.1.3 Tipos de competitividad**

- **La competitividad en términos de insumo**

Quizás los indicadores más relevantes para evaluar la competitividad de la industria se refieren a los factores que determinan su desempeño productivo. En este sentido, se requiere detectar, en primer lugar, la estructura de costos primos de la industria, para identificar los insumos

primarios e intermedios que más relevantemente afectan la competitividad de la rama, tanto en términos de costo como en términos del grado de aprovechamiento de los mismos. (Hernández, 2000, p.36)

Seleccionados los principales insumos (en términos de costos) de la industria, se requiere determinar la cuantía y evolución, tanto de sus precios relativos como de los niveles de productividad con que se utilizan y de ser posible, comparar su evolución con los precios y productividades a nivel internacional en actividades similares a la considerada. (Hernández, 2000, p.37)

Drucker (1993) resalta que “El conocimiento constituye el factor clave a desarrollar como insumo productivo sirviendo como instrumento para alcanzar mayores resultados en el ámbito social y económico”.

- **La competitividad en términos de productos**

Un ingrediente esencial de la competitividad es la existencia de competencia. La competencia es el acicate que hace que las empresas reduzcan sus costos, mejoren sus procesos productivos e introduzcan nuevos productos, servicios y tecnologías. Gracias a la competencia las empresas se esfuerzan por producir más y mejores productos o servicios con menos recursos, lo cual constituye la esencia de la productividad. Por el contrario, sin el temor a la pérdida de clientes ante competidores más eficientes, es muy fácil que las empresas se anquilosen y conformen con vivir de sus éxitos pasados (Rubio & Baz, 2004, p.19).

- **El enfoque cuantitativo de la competitividad**

En cada una de las variables hay una parte significativa que corresponde a la información cualitativa, ya que se reconoce que no todos los elementos pueden medirse a partir de datos macro o microeconómicos. Para ello, se recurre a los resultados de las encuestas sobre las percepciones de agentes claves del mundo empresarial de cada país analizado.

De esta forma, cada variable es un promedio ponderado de un indicador cuantitativo y del índice de los resultados de las encuestas a ejecutivos del país, en relación con esa variable. Con respecto a los índices de gestión empresarial y calidad de las instituciones, éstos se basan exclusivamente en las encuestas de opinión (por su dificultad de medición directa). (Rojas, 2000, p.18).

- **El enfoque sistémico de la competitividad**

La competitividad sistémica es la interacción de cuatro niveles económicos y sociales de un país o región determinada: el macro, meta, meso y micro, entre los cuales se presenta la necesidad un trabajo en conjunto bajo el esquema de colaboración mutua, ya que sí se impulsan de manera coordinada y coherente estrategias, políticas u otros esfuerzos, se tendrá como resultado una competitividad, fortaleciendo así la economía de los países o regiones donde se desarrolle y por ende mejorando las condiciones sociales de su población. (Benavides, 2004, p.129)

Por lo tanto, para el logro de este objeto de desarrollo es necesario que en los cuatro niveles se presente un involucramiento importante – participación – por parte de todos los actores de una sociedad, sí este esfuerzo se logra se podrá generar una cultura empresarial y una conciencia de la necesidad de un esfuerzo coordinado para mejorar la competitividad y así obtener los resultados esperados. (Benavides, 2004, p.129)

#### **4.2.2 Modelos y Medición de la Competitividad**

La medición de la competitividad implica la determinación de los componentes o factores que la generan y el grado de impacto del mismo. Así como existe una gran cantidad de definiciones para este término, también la hay de metodologías que buscan medir determinados elementos de la competitividad, basándose en diferentes factores condicionantes. (Rojas, 2000, p.10).

Nuevamente, recordando que para el profesor Michael Porter, su enfoque se centra en el nivel empresarial, ya que para él “la competitividad se genera en el seno de las empresas y no en los países, puesto que solamente podrá existir una nación competitiva si sus industrias son competitivas” (Porter, 1990).

Por otra parte, para Jon Azua, quien posee un concepto desarrollado sobre la base del concepto de Porter, explica que la competitividad es resultado de hacer mejor las cosas que los demás de una forma permanente, se refiere a la mejora continua, se explica en función de nuevas redes y/o alianzas competitivas a través de complejas interacciones entre empresas, gobiernos, industrias y nuevos espacios activos conocidos como regiones innovadoras (Azua, 2000).

Para autores como los antes mencionados, Azua y Porter, el concepto de competitividad engloba aspectos sobre la calidad de vida y nivel de vida, empleos, desarrollo, permanencia en el mercado.

#### **4.2.2.1 Modelo del diamante competitivo de Porter**

¿Por qué determinadas empresas radicadas en ciertas naciones son capaces de innovar constantemente? ¿Por qué persiguen implacablemente las mejoras, buscando una base vez más elaborada de ventaja competitiva?

La respuesta se halla en cuatro atributos amplios de una nación, atributos que individualmente y como sistema conforman el rombo de la ventaja nacional, el campo de juego que cada nación establece para sus sectores.

Estos determinantes crean el ambiente nacional en el que las empresas nacen y aprenden a competir. Cada punto del rombo afecta a los ingredientes esenciales para lograr el éxito competitivo internacional (Porter, 1996, p.174).

Según Michael Porter (1996) cuatro son los componentes o determinantes de la ventaja competitiva que conforma el diamante, los cuales son:

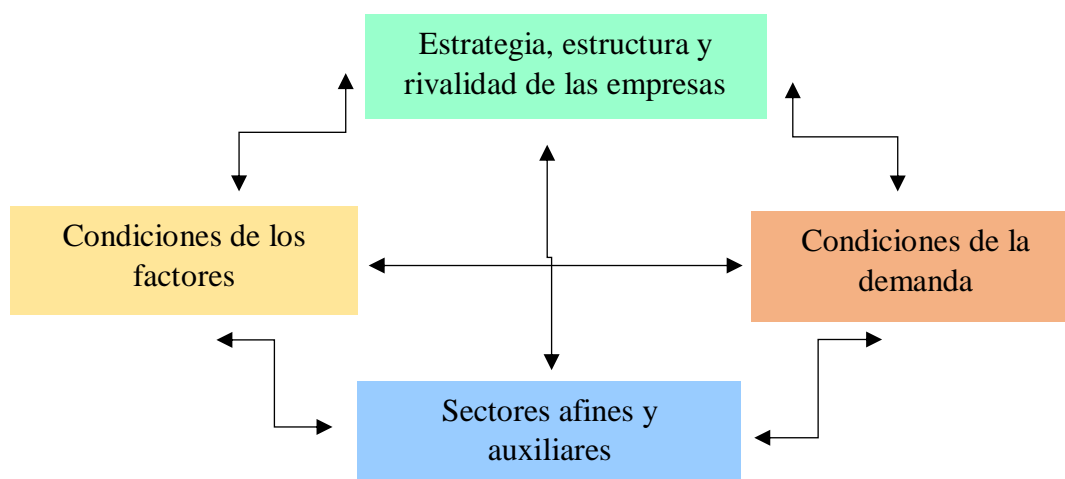


Figura 4.3. Los Determinantes de la Ventaja Nacional

Fuente: (Porter, 1990, p.175)

Cada atributo define:

1. Condiciones de los factores: situación de la nación en cuanto a los factores de producción, tales como mano de obra especializada, o la infraestructura, necesarios para competir en sector determinado.
2. Condiciones de la demanda: Naturaleza de la demanda del producto o servicio del sector en cuestión en el mercado interior.
3. Sectores afines y auxiliares: presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y afines que sean internacionalmente competitivos.
4. Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas: las condiciones en la nación que rigen el modo con que las empresas se crean, organizan y gestionan, así como la naturaleza de la competencia interna.

#### **4.2.2.2 Modelo de competitividad del Foro Económico Mundial**

El Foro Económico Mundial basa su clasificación de competitividad en la estimación del índice de competitividad, un índice elaborado bajo el principio de que un país será más competitivo cuanto mayor sea su potencial de crecimiento a medio plazo, teniendo en cuenta el nivel inicial de partida (World, Economic Forum, 1995).

Existen dos esfuerzos de medición total de la competitividad que se realizan sistemáticamente desde los años ochenta, los cuales son: “El Reporte Anual de la Competitividad” y el proyecto llamado “Indicadores de la Competitividad Basada en Tecnología” (Casalet et al., 1998).

El Reporte Anual de Competitividad (RAC) lo realiza el IIMD (International Institute of Management Development) en Suiza, el cual es una institución que analiza y ordena la capacidad del medio ambiente nacional para sustentar la creación de valor agregado y por extensión la competitividad de sus compañías (IIMD, 1997).

Mientras que el proyecto sobre Indicadores de la Competitividad Basada en Tecnología, amplía que hay otro esfuerzo en la medición de la competitividad regional correspondiente al proyecto emprendido por el Instituto Tecnológico (ITG) de Georgia en EU (Casalet et al., 1998, p.100).

El Proyecto del ITG se inició en 1987 con el objetivo de desarrollar indicadores de la capacidad nacional para lograr competitividad en productos manufacturados de alta tecnología (Roessner et al., 1996).

#### **4.2.2.3 Modelo de Competitividad del Instituto Tecnológico de Georgia (ITG) de Los Estados Unidos De América**

Al igual que el RAC, este proyecto de medición se basa en una combinación de indicadores los cuales son cuantificados tanto a través de datos estadísticos como con la opinión de un grupo de expertos. En 1996, el grupo de expertos consultados alcanzó un número de 207 distribuidos en diversos países (Casalet et al., 1998, p.100). Los indicadores son integrados en siete factores de competitividad:

1. La orientación nacional
2. La infraestructura socioeconómica
3. La infraestructura tecnológica
4. La capacidad productiva
5. El posicionamiento tecnológico
6. El énfasis tecnológico
7. La tasa de cambio tecnológico

Siendo este proyecto desde el punto de vista metodológico similar a la evaluación hecha por el IIMD (International Institute of Management Development). Las principales diferencias son: el ITG pone énfasis en la capacidad de un país para asimilar y desarrollar tecnología e institucionalizar el desarrollo económico basado en conocimientos, por esta razón se concentra en los factores de competitividad asociados a la capacidad tecnológica. (Casalet et al., 1998, p.101).

“Al igual que el RAC, el ITG revuelve indicadores de la estructura con indicadores de resultados del periodo en la medición de cada factor” (Casalet et al., 1998, p.101).

#### **4.2.2.4 Modelo de Competitividad del Gobierno de México**

El gobierno de México presenta lineamientos en 1994, con el objetivo de enfrentar a la competencia del tratado libre comercio de América del Norte, estable sus bases para definir la competitividad de la industria mexicana (Arguelles, 1994).

La competitividad según el gobierno de México esta englobada en los lineamientos básicos en los cinco puntos siguientes:

1. Establecer reglas claras y permanentes en el tiempo en cuanto a normas de producción y mecanismos de comercialización.
2. Promover el desarrollo integral para el fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas.
3. Impulsar el desarrollo integral para el fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas.
4. Fomentar las condiciones para que se desarrolle la oferta de tecnologías de manera que la empresa, entre una amplia gama de opciones, seleccione libremente la que considere más adecuada implantar.
5. Promover que las señales del mercado sean transparentes para que el empresario tome libremente sus decisiones con base en estas (Arguelles, 1994).

#### **4.2.2.5 Modelo de Competitividad del Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)**

“El objetivo de este organismo es la internacionalización de las empresas que lo deseen, y proporciona ciertas asesorías para que una empresa pueda competir en el marco internacional, y propone las siguientes variables” (Cruz, 1999, p.32).

Variables que incluye el modelo	
1	Precio
2	Servicio
3	Calidad
4	Productividad
5	Valores
6	Recursos Humanos
7	Capacitación
8	Canales de distribución

*Fuente:* (Cruz, 1999, p.32)

#### 4.2.2.6 Modelo de la Competitividad Basado en la Calidad Total

La Gestión de Calidad y Competitividad en las Organizaciones, resalta que cuando se logra trabajar bien en una empresa, se está en condiciones de producir calidad, es decir fabricarla, elaborarla paso a paso y no simplemente controlarla al final del proceso, es decir, trabajar en un ambiente de gestión de calidad total consolidado (Castellano, 2014, p.2).

La competitividad es un proceso productivo mediante el cual se transforman recurso en bienes vendibles con generación de valor añadido y beneficios (FEA, 1995).

Las variables que la conforman son:

1. Proceso productivo: la organización de los medios y sistemas para conseguir un producto.
2. Recursos: la actividad del empresario, el trabajo, las estructuras sociales, el capital, los materiales.
3. Transformación en bienes vendibles: el producto tiene características aptas para satisfacer las necesidades del cliente.
4. Creación del valor añadido: el producto tiene un valor añadido intrínseco superior, “vale más”, que los recursos empleados.
5. Generación de beneficios: precio de venta es superior al costo total de los recursos.

Cuando se logra aumentar productividad, ya sea porque se obtienen más unidades de producto con igual cantidad de insumos, o bien porque se reduce el consumo de una materia prima dada para producir el mismo número de unidades, es posible mejorar la productividad. (Castellano, 2014, p.2)

Castellano (2014) Expone que: se entiende por competitividad a la capacidad que desarrolla una empresa para competir con otras organizaciones de su industria, tanto en el plano nacional como en el internacional (p.2).

### **4.3 Conceptualización**

#### **4.3.1 Producción y Operaciones**

La producción y operación define los procesos de una empresa, referente a la fabricación de un producto o prestación de algún servicio.

Everett (1991) Como producción se entiende según los economistas como la transformación de recursos de bienes y servicios, mientras que las operaciones son el conjunto de actividades que crean valor en forma de bienes y servicios al transformar los insumos en productos terminados.

#### **4.3.2 Planeación Estratégica**

Se entiende por planeación estratégica al proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos.

Mintzberg (1997) menciona que la planeación estratégica es la que permite establecer la orientación y actividades futuras de las empresas, es el plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar.

Las metas u objetivos establecen que es lo que se va a lograr y cuando serán alcanzados los resultados, las políticas son reglas o guías que expresan los límites dentro de los que debe ocurrir la acción.

El análisis del entorno indicara los factores externos a una empresa que influyen en sus resultados, y los planes de contingencia detallan las medidas que toma una empresa para garantizar que puede continuar operando ante una emergencia.

### **4.3.3 Recursos Humanos**

Área encargada de desarrollar y ejecutar de manera correcta acciones, actividades y labores del personal a cargo en alguna organización.

Chiavenato Idalberto (2008) afirma “Es el conjunto integral de actividades de especialistas y administradores como integrar, organizar, recompensar, desarrollo, retener, evaluar a personas que tienen por objeto proporcionar habilidad y competitividad a la organización” (p.9).

Llevando a cabo actividades tales como: proceso de selección y reclutamiento, capacitación y adiestramiento, rotación y clima laboral, seguridad e higiene y compensaciones.

### **4.3.4 Gestión Ambiental**

Es aquel conjunto de diligencias conducentes al manejo integral del sistema ambiental en una organización que integra funciones como el programa de manejo de desechos, política de reciclaje y normatividad.

“Es el conjunto de acciones que buscan orientar y alentar cambios en las actividades sociales y económicas, como productores y consumidores, para transitar hacia un desarrollo sustentable” (Sánchez, 2011, p.137).

#### **4.3.5 Sistemas de Información**

Esta variable ayuda en la administración, recolección, recuperación, procesamiento, almacenamiento y distribución de información importante para los procesos fundamentales de una organización.

Reynolds (2010) afirma: “un sistema de información es un conjunto de elementos o componentes interrelacionados que recaban (entrada), manipulan (proceso), almacenan y distribuyen (salida) datos e información y proporciona una reacción correctiva (mecanismo de retroalimentación) si no se ha logrado cumplir un objetivo” (p.10).

#### **4.3.6 Contabilidad y finanzas**

Buscando un concepto preciso en este tema, el libro de Contabilidad y finanzas para Dummies hace énfasis en encontrar diferencias en ambos conceptos, pero enfocados en las finanzas de una empresa.

Amat (2012) “La misión de la contabilidad financiera, o contabilidad externa, es obtener la información del patrimonio de la empresa y de sus resultados. Es una información de gran interés para los directivos y empleados, y también para usuarios externos como los accionistas, la Administración, los bancos o los proveedores” (p.9).

Bajo este concepto se asocian temas como la estructura de costos, administración financiera, estrategias fiscales, los inventarios y el pago de impuestos, que forman parte de la contabilidad y las finanzas de una organización y su de proyección financiera.

#### **4.3.7 Comercialización**

A esta variable también se le puede referir como el acto de sacar un producto o servicio a conocimiento de un público, el cual ofrecerá un valor monetario para obtenerlo.

El concepto de comercialización sostiene que una firma debe concentrar todos sus esfuerzos en la satisfacción de sus clientes y en la obtención de ganancias. Ello exige la reorientación de la forma en que la empresa hace las cosas. En lugar de tratar de lograr que los clientes compren lo que la firma produjo, una empresa orientada hacia la comercialización intenta vender lo que los clientes desean. (García, 1997).

#### **4.3.8 Aseguramiento de la Calidad**

Para esta variable es importante referirse a que toda actividad que lleva a cabo se inclina a las actividades planificadas y sistemáticas aplicadas para que los requisitos de calidad de un producto o servicio sean satisfechos.

En términos modernos, el concepto de aseguramiento de la calidad se ha entendido como el conjunto integral de acciones que se diseñan, se siguen y evalúan sistemáticamente, tanto interna como externamente, para dar fe pública o acreditar de forma objetiva y transparente que dicho producto o servicio reúne el conjunto de atributos, propiedades o características de calidad, que se considera debe tener y cumple los requisitos para satisfacer las necesidades de los usuarios. (Granda, Rama & Domínguez, 2011, p.164)

## V. METODOLOGÍA Y PROCESO

### 5.1 Congruencia metodológica

Para la información de la congruencia, se incluye en este inciso la tabla de coherencia metodológica del planteamiento del problema de la investigación.

Tabla 5.1 Congruencia Metodológica

Título de la Investigación	Objetivo General de la Investigación	Objetivos Específicos de la Investigación	Preguntas de Investigación
<b>La competitividad empresarial conforme los estudiantes de administración de empresas de Ceutec Tegucigalpa</b>	Realizar un diagnóstico acerca de la competitividad empresarial para los estudiantes de administración de empresas de Ceutec, en la sede de Tegucigalpa por medio de las siguientes consideraciones: planeación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información. Para determinar la percepción de los estudiantes en cuanto a la competitividad empresarial adquirida.	OE1. 1. Conocer que tan amplia es la preparación que poseen los estudiantes de administración de empresas Ceutec para desarrollar planeación estratégica.	P1. ¿Cuál es la percepción que tienen los estudiantes de administración de empresas de CEUTEC Tegucigalpa sobre la planeación estratégica y qué tan capacitados se sienten?
		OE2. 2. Identificar el conocimiento que tienen los estudiantes de Administración de empresas en el en el manejo y administración de producción y operaciones.	P2. ¿Qué aporte pueden dar los estudiantes de administración de empresas de CEUTEC Tegucigalpa basado en los conceptos de producción y operaciones?
		OE3. 3. Describir cuales son los conocimientos que poseen los estudiantes sobre aseguramiento de la calidad aplicado en una empresa.	P3. ¿Cuáles son los aspectos que más sobresalen en la preparación de los estudiantes en el área de aseguramiento de calidad y cuáles son los que aplicarían en el futuro?
		OE4. 4. Conocer la profundidad con la que los estudiantes conocen la	P4. Qué significa para los estudiantes de Ceutec la

		comercialización empresarial.	comercialización, y como lo aplicarían?
		OE5. 5. Describir si los estudiantes cuentan con conocimientos en el área de contabilidad y finanzas	P5. ¿Cuál es la importancia de obtener los conocimientos suficientes de contabilidad y finanzas para los estudiantes de administración de empresas de CEUTEC Tegucigalpa?
		OE6. 6. Determinar las habilidades desarrolladas en el ámbito de recursos humanos en los estudiantes de administración de empresas.	P6. ¿Conocen los estudiantes de administración de empresas de CEUTEC los fundamentos básicos para el manejo del recurso humano?
		OE7. 7. Describir si los estudiantes son tienen conocimiento sobre gestión ambiental y se edifican con empresas socialmente responsables.	P7. ¿Qué conocimiento tienen los estudiantes de administración de empresas de CEUTEC Tegucigalpa sobre gestión ambiental y cuáles podrían ser las medidas más adecuadas para tomar hoy en día según su criterio?
		OE8. 8. Definir cuáles son los aspectos más importantes para los estudiantes para elegir un sistema de información.	P8. ¿Cuáles son los aspectos más importantes para los estudiantes de administración de empresas de Ceutec para calificar un sistema de información?

## 5.2 Definición de Operación de Variables

Tabla 5.2 Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Ítem
<b>planeación estratégica</b>	La planeación estratégica es la que permite establecer la orientación y actividades futuras de las empresas, es el plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Las metas u objetivos establecen que es lo que se va a lograr y cuando serán alcanzados los resultados, las políticas son reglas o guías que expresan los límites dentro de los que debe ocurrir la acción.	En la planeación estratégica se definen el establecimiento de los objetivos que se desean lograr, así como las actividades que se llevaran a cabo para alcanzarlos, esto teniendo como premisa una mejor toma de decisiones y la intención de aportar un rumbo a la empresa.	*metas viables *objetivos claros *situación actual precisa *toma de decisiones eficaz	5-8
<b>producción y operaciones</b>	Producción y operaciones se entiende según los economistas como la transformación de recursos de bienes y servicios, mientras que las operaciones son el conjunto de actividades que crean valor en forma de bienes y servicios al transformar los insumos en productos terminados.	La función técnica de producción o conversión del conjunto de factores, fijos y variables, teniendo en cuenta el volumen de actividad, dentro de un conjunto de productos a través de una tecnología concreta. En producción, cada área de mejora u objetivo estratégico generalmente requiere múltiples indicadores los cuales se agrupan en torno a su objetivo estratégico específico.	*Tiempo de ciclo de producción *Rendimiento o de calidad *Efectividad general del equipo *inventarios de calidad	9-13

<b>aseguramie nto de la calidad</b>	Aseguramiento de la calidad es el conjunto integral de acciones que se diseñan, se siguen y evalúan sistemáticamente, tanto interna como externamente, para dar fe pública o acreditar de forma objetiva y transparente que dicho producto o servicio reúne el conjunto de atributos, propiedades o características de calidad, que se considera debe tener y cumple los requisitos para satisfacer las necesidades de los usuarios.	operacionalmente el aseguramiento de la calidad audita los requisitos de calidad y los resultados de las medidas de control de calidad, para asegurar que se utilicen las normas de calidad apropiadas y las definiciones operacionales.	*la calidad *cobertura *eficacia *satisfacción al cliente	14-17
<b>Comercializ ación</b>	La comercialización sostiene que una firma debe concentrar todos sus esfuerzos en la satisfacción de sus clientes y en la obtención de ganancias. Ello exige la reorientación de la forma en que la empresa hace las cosas. En lugar de tratar de lograr que los clientes compren lo que la firma produjo, una empresa orientada hacia la comercialización intenta vender lo que los clientes desean.	Si se está vendiendo bien el producto o servicio que la empresa comercializa. Si las estrategias de venta planteadas están dando el resultado esperado	*margen comercial *satisfacción final del consumidor *Servicio de post-venta	18-21

<b>contabilidad y finanzas</b>	Contabilidad y finanzas es obtener la información del patrimonio de la empresa y de sus resultados. Es una información de gran interés para los directivos y empleados, y también para usuarios externos como los accionistas, la Administración, los bancos o los proveedores	proceso donde se elaboran estados contables como: Estado de resultados, Flujo de caja y Balance general; cuyas funciones son: reunir, reconocer, calcular, ordenar, cifrar, apartar, asentar, publicar estados financieros, glosar, estudiar, valorar y comunicar y hacer el rastreo al desarrollo de las actividades de un ente económico, en forma transparente, cabal y veraz.	*endeudamiento *liquidez *rentabilidad *calidad de activos	22-24
<b>recursos humanos</b>	Recursos humanos es el conjunto integral de actividades de especialistas y administradores como integrar, organizar, recompensar, desarrollo, retener, evaluar a personas que tienen por objeto proporcionar habilidad y competitividad a la organización	área donde se llevan a cabo todas las actividades concernientes a personal que labora en una empresa, desde el proceso de reclutamiento y selección de personal, capacitaciones, motivación, evaluación del desempeño, hasta el proceso de despedidos de empleados	*formación y capacitación *retención de talentos *tiempo promedio en alcanzar objetivos	25-27
<b>gestión ambiental</b>	Gestión ambiental es el conjunto de acciones que buscan orientar y alentar cambios en las actividades sociales y económicas, como productores y consumidores, para transitar hacia un desarrollo sustentable.	Actividades humanas que tienen por objeto el ordenamiento racional del ambiente.	*Cantidad de agua utilizada por día*Calidad de aire* Cantidad o calidad de recursos naturales.*Densidad de población	28-31

<b>sistemas de información</b>	Sistemas de información es un sistema de información es un conjunto de elementos o componentes interrelacionados que recaban (entrada), manipulan (proceso), almacenan y distribuyen (salida) datos e información y proporciona una reacción correctiva (mecanismo de retroalimentación) si no se ha logrado cumplir un objetivo.	Proceso en el cual se reciben datos de fuentes internas o externas, actúa sobre los datos para procesarlos y distribuye información procesada para el usuario.	*calidad objetiva y calidad percibida *satisfacción del cliente *eficiencia	32-34
--------------------------------	---	--	---	-------

### 5.3 Enfoque de la investigación

De acuerdo con la investigación realizada en el rubro educativo de nivel superior en el Centro Universitario Tecnológico CEUTEC de la zona de Tegucigalpa, a los estudiantes de administración de empresas acerca de la competitividad empresarial. Se establece la investigación en un enfoque cuantitativo.

Como estrategias se realizarán encuestas de indagación que permitan recoger datos de forma directa.

### 5.4 Alcance de la investigación

Mediante la investigación realizada y de acuerdo con los objetivos que se establecen en la misma, se considera que el alcance de esta, es de carácter exploratorio, debido a que pretende realizar un diagnóstico acerca de la competitividad empresarial para los estudiantes de administración de empresas de CEUTEC, en la sede de Tegucigalpa tomando en consideración las variables de planeación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad,

comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información. Para determinar la percepción de los estudiantes en cuanto a la competitividad empresarial adquirida.

Tamayo y Tamayo M. (2013) en su libro *Proceso de Investigación Científica*, afirma: La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente. (p. 35)

## **5.5 Diseño de la investigación**

Tomando en cuenta la naturaleza de la investigación, las acciones realizadas fueron basadas en el diseño No Experimental, de tipo transversal debido a que no se pretendió manipular ninguna de las variables independientes en el estudio y una sola vez se realizó la recolección de los datos para poder llevar a cabo el diagnóstico y hacer una propuesta de mejora a las variables evaluadas.

### **5.5.1 Población**

Según los datos proporcionados por las autoridades correspondientes de la universidad: la población de estudiantes con más del 50% o igual de sus clases cursadas en la carrera de administración de empresas de CEUTEC Tegucigalpa es de: 634 estudiantes.

### **5.5.2. Tipo de Muestreo**

El tipo de muestreo que será utilizado en esta investigación por apearse a las necesidades de la misma será el no probabilístico (Hernández Sampieri, 2010, p.176), “es un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación”

Y será de técnica de muestreo por conveniencia ya permite “evaluar poblaciones de estudiantes, adicionalmente busca obtener una muestra de elementos convenientes para la investigación” (Malhotra, pag. 340).

### 5.5.3 Muestra

Como logramos observar en diferentes fuentes de muestreo y como lo afirma: (Sampieri, 2014, p.173) “la muestra es esencia un subgrupo de la población que puede ser probabilística y no probabilística se seleccionan participantes por uno o varios propósitos y no pretenden que los casos sean representativos de la población”

Por lo cual utilizaremos la formula siguiente:

$$n = \frac{Z^2 N P Q}{(N - 1) X E^2 + Z^2 P Q}$$

n = tamaño de la muestra

N = total de la población

Z = valor critico correspondiente a un coeficiente de confianza del cual se desea hacer la investigación

P = proporción proporcional de ocurrencia de un evento

Q = proporción proporcional de no ocurrencia de un evento

E = error muestral

### Desarrollo

N = 634

Z = 1.65

P = 0.5

Q = 0.5

E = 0.075

n = 121

DATOS	FORMULA
N = 634	$n = \frac{Z^2 N P Q}{(N - 1) \times E^2 + Z^2 P Q}$
Z = 1.65	
P = 0.5	
Q = 0.5	
E = 0.075	
	$n = \frac{(1.65)^2 (634) (0.50)(0.50)}{(634 - 1)(0.075)^2 + (1.65)^2 (0.50)(0.50)}$
	$n = \frac{431.5163}{356.7431}$
	$n = 1.21 = 121$

#### 5.5.4 Unidad de Análisis

Para seleccionar una muestra, lo primero que hay que hacer es definir la unidad de análisis (si se trata de individuos, organizaciones, periodos, comunidades, situaciones, piezas producidas, eventos, etc.). Una vez definida la unidad de muestreo/análisis se delimita la población. (Hernández et al., 2014, p. 173)

La unidad de análisis se determinará por los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas con sede en Tegucigalpa, siendo específicos aquellos estudiantes que ya cuentan con la mitad del porcentaje de clases totalmente aprobadas.

#### 5.5.5 Unidad de Respuesta

Con relación al término y según Paredes Heller (2012), exhibe que: “la unidad de respuesta está conformada por conteo o cantidades, como ser unidades, lempiras, dólares, % metros, centímetros, °C, entre otros”. (Manual para la redacción de tesis, p.34).

La unidad de respuesta que se utilizara en este trabajo de investigación es el número de estudiantes que se encuentran cursando la licenciatura en Administración de Empresas con sede en Tegucigalpa.

## **5.6 Técnicas e Instrumentos**

Es de vital importancia identificar cuáles serán las técnicas e instrumentos apropiados a utilizar en el estudio de investigación de la Competitividad Empresarial, seleccionar adecuadamente las fuentes de información para realizar una recolección de datos acorde a lo que se pretende conseguir.

La encuesta social, es uno de los tipos más utilizados de la investigación social cuantitativa, es un método de obtención de información mediante preguntas orales o escritas, planteadas a un universo o muestra de personas que tienen las características requeridas por el problema de investigación. (Briones, 2002, p. 51).

### **5.6.1 Instrumentos**

Como objetivo de la investigación, el método a utilizar será el de un cuestionario tomando como base las variables independientes, objetivos específicos e indicadores con el fin de obtener la información precisa que se desea captar de los estudiantes.

### **5.6.2 Administración del Instrumento**

La encuesta será aplicada a un cierto porcentaje de la población estudiantil de la carrera de Administración de Empresas de CEUTEC en la ciudad de Tegucigalpa.

### **5.6.3 Cuestionario**

El cuestionario es un sistema de preguntas ordenadas con coherencia, con sentido lógico y psicológico, expresado con lenguaje sencillo y claro. Permite la recolección de datos a partir de las fuentes primarias. Está definido por los temas que aborda la encuesta. Logra coincidencia en calidad y cantidad de la información recabada. (García, 2002, p. 7)

Con la aplicación del cuestionario se obtendrán los resultados pertinentes al propósito de la investigación el cual es conocer la percepción de los alumnos de Administración de Empresas acerca de la competitividad empresarial.

## **5.7 Fuentes de Información**

Son diversos tipos de documentos que contienen información para satisfacer una demanda de información o conocimiento.

“Las fuentes de información tienen como objetivos principales buscar, localizar y difundir el origen de la información contenida en cualquier soporte físico, no exclusivamente en formato libro, aunque sus productos más elaborados y representativos sean los repertorios” (Vega, 1995).

### **5.7.1 Fuentes Primarias**

Las fuentes primarias contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son objetos, imágenes o documentos creados en un momento histórico que proporciona una mirada personal a un evento o periodo de tiempo.

Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes. Ejemplos de fuentes primarias son: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas de internet, etcétera. (Hernández et al., 2014, p. 61)

Es por ello que el cuestionario a aplicar está dirigido al grupo de estudiantes con características específicas que responderán con determinación y de forma inmediata a la serie de preguntas planteadas.

### **5.7.2 Fuentes Secundarias**

Son aquellas que el investigador recoge a partir de investigaciones ya hechas por otros investigadores con propósitos diferentes. La información secundaria existe antes de que el investigador plantee su hipótesis, y por lo general, nunca se entra en contacto directo con el objeto de estudio. (Gallardo & Moreno, 1999, p. 28)

Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitar en control y el acceso a las fuentes primarias. Se debe hacer referencia a ellas cuando no se pueda utilizar una fuente primaria por una razón específica, cuando los recursos son limitados y cuando la fuente es confiable.

Las fuentes secundarias consultadas para el estudio de investigación fueron: bibliografías, enciclopedias, fuentes de información citadas por otros autores, investigaciones publicadas.

## 5.8 Cronograma de Actividades

Tabla 5.8 Cronograma de actividades

N°	Nombre de Actividad	Lugar	Descripción de la actividad	Semana	L	M	M	J	V	S	D
1	Introducción y Planteamiento del problema	Virtual	Elección del tema de proyecto, definición de antecedentes, enunciado, formulación, preguntas de investigación, justificación, objetivo general y específicos.	Semana 1							
2	Marco Teórico	Virtual	Análisis Macroentorno y microentorno, teorías de sustento y conceptualización.	Semana 2							
3	Metodología de la Investigación	Virtual	Congruencia metodológica, operacionalización de variables, enfoque de la investigación, alcance de la investigación, diseño de la investigación.	Semana 3							
4	Metodología de la Investigación	Virtual	Unidad de análisis, unidad de respuesta, técnicas e instrumentos, fuentes de información primarias y secundarias, cronograma de actividades y cuestionario de la investigación.	Semana 4							
5	Formulación de encuestas	Virtual	Aplicar la encuesta a la población seleccionada.	Semana 5							
6	Formulación de encuestas	Virtual	Aplicar la encuesta a la población seleccionada.	Semana 6							
7	Resultados y análisis	Virtual	Recopilación de los resultados de encuesta.	Semana 7							
8	Protocolo	Virtual	Arreglos finales al informe de PG.	Semana 8							

## VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS

El presente capítulo tiene como finalidad mostrar los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la población estudiantil de CEUTEC, para conocer la percepción que cada uno tiene sobre “Competitividad Empresarial” a través de una serie de preguntas que se formularon con base en las 8 variables independientes del proyecto.

El estudio está basado sobre una muestra de 121 estudiantes de la carrera de administración de empresas que actualmente han cursado el 50% de sus clases. A continuación el análisis de los datos recaudados, a través de representaciones gráficas, siguiendo el orden establecido en el cuestionario.

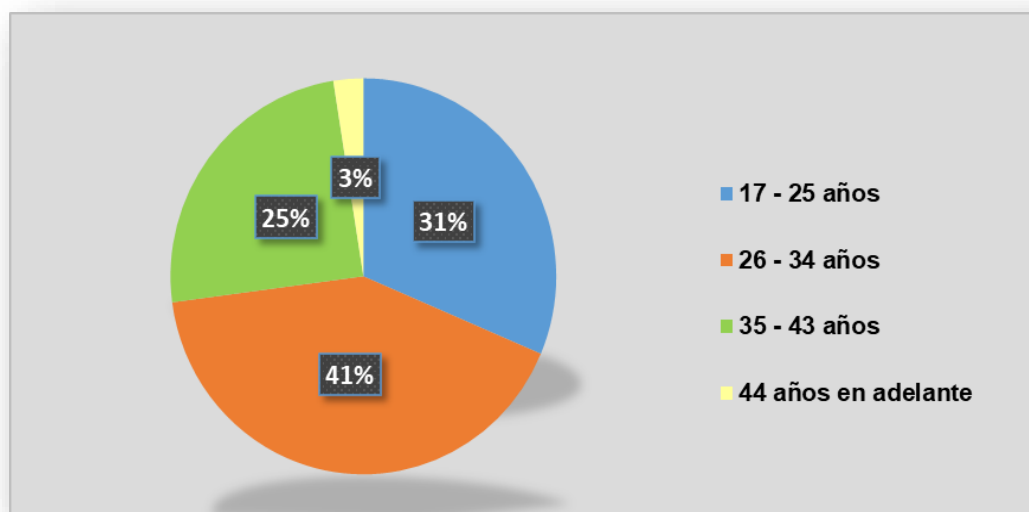


Gráfico 6.1 Rango de edad

Como se aprecia en el gráfico, el rango de edad de mayor porcentaje 41% se encuentra entre las edades de 26 a 34 años, seguido del 31% representado por las edades de 17 a 25 años, luego el 25% para el rango de 35 a 43 años y el menor porcentaje siendo del 3% para el rango de 44 años en adelante.

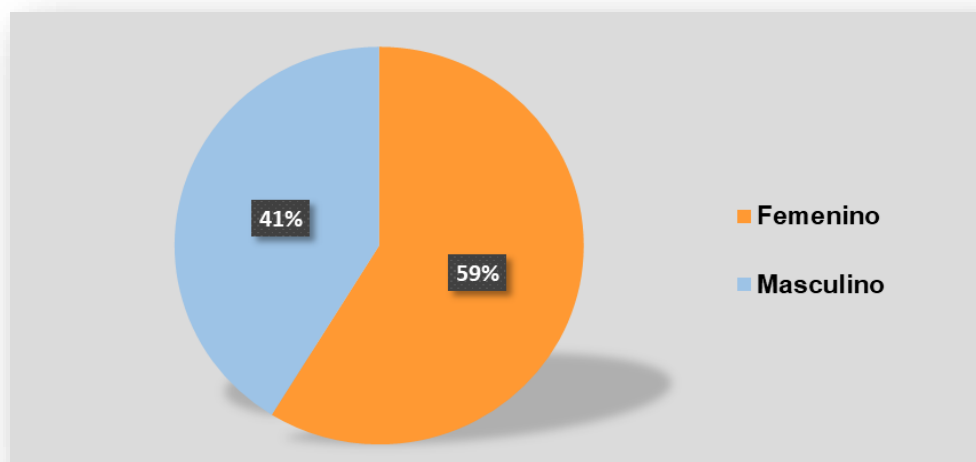


Gráfico 6.2 Género

De un total de la población estudiantil se obtuvo que el 59% corresponde al género femenino y en menor porcentaje 41% al género masculino del total de la muestra.

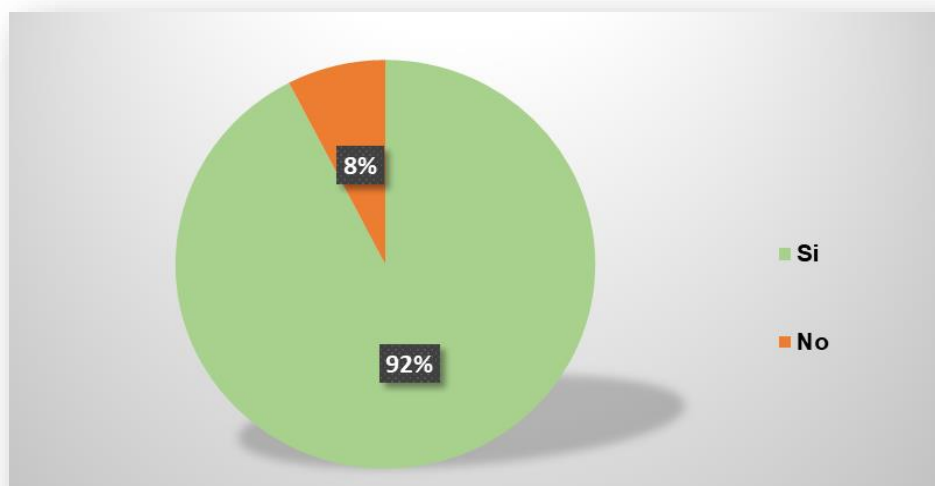


Gráfico 6.3 Conocimiento del concepto "Competitividad Empresarial"

En su mayoría la población estudiantil sí tiene conocimiento del término "Competitividad Empresarial" representado por el 92% del total de encuestados y un 8% respondieron que lo desconocen.

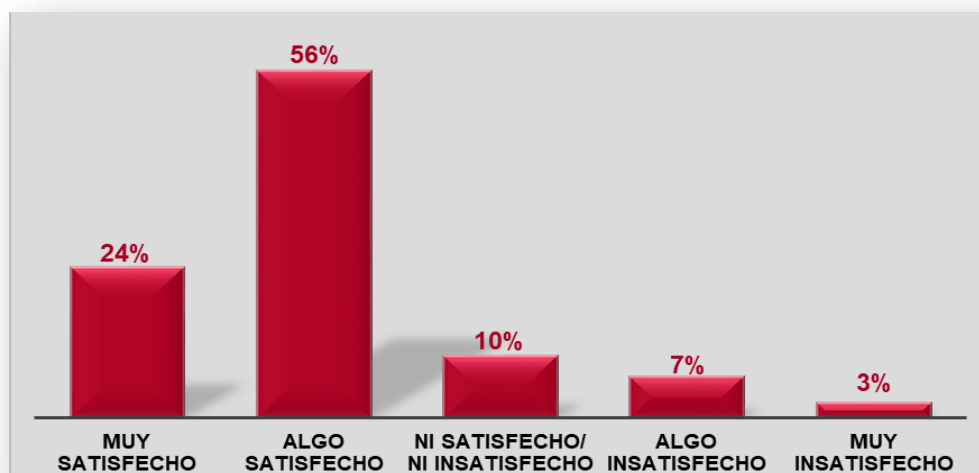


Gráfico 6.4 Grado de satisfacción que posee sobre el tema "Competitividad Empresarial"

Los datos obtenidos muestran que en un 56% los estudiantes se sienten "Algo satisfecho", un 24% "Muy satisfecho", el 10% "Ni satisfecho/ Ni insatisfecho", un 7% "Algo insatisfecho" y en un 3% "Muy insatisfecho" con la formación académica que hasta el momento han alcanzado respecto al manejo del tema "Competitividad Empresarial".

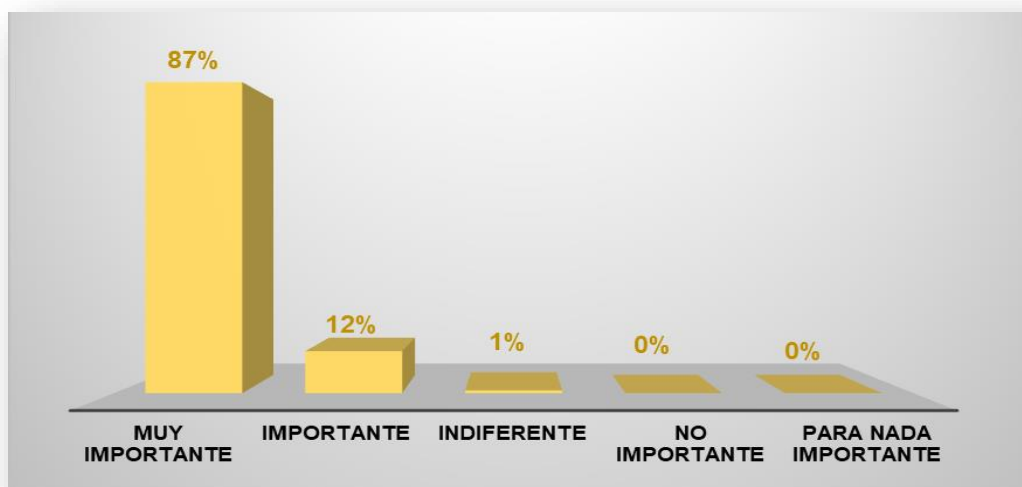


Gráfico 6.5 Importancia de la planeación estratégica en una empresa

Se puede apreciar un 87% de la población estudiantil que considera "Muy importante", luego un 12% "Importante" y un escaso 1% "Indiferente", lo que significa que en efecto los estudiantes consideran de mayor importancia la herramienta de planeación estratégica para una empresa.

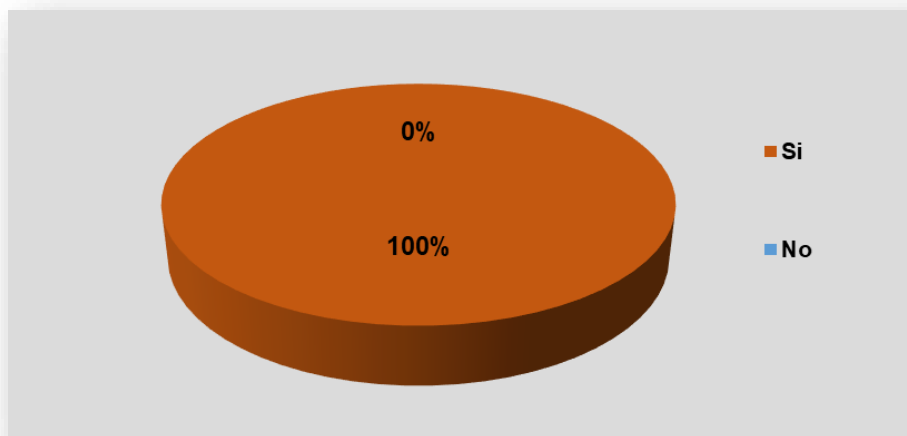


Gráfico 6.6 Planeación estratégica como herramienta al logro de las metas y objetivos

Se indagó a los estudiantes si consideraban que la planeación estratégica es una herramienta que provee una visión hacia el logro de las metas y objetivos. En su totalidad la población opinó con un 100% que si creen de utilidad desarrollar dicha herramienta, considerando que es de los recursos que impulsan la competitividad empresarial.

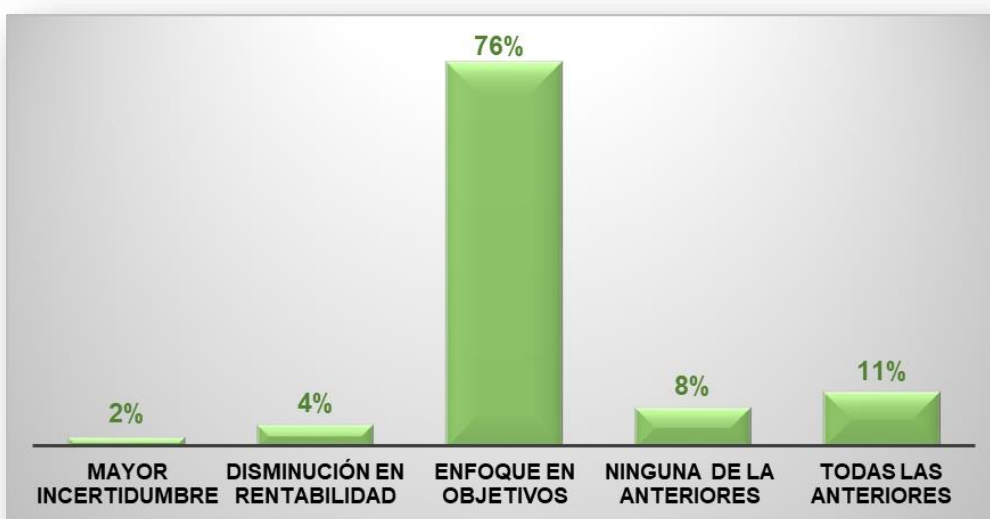


Gráfico 6.7 Ventaja al elaborar un plan estratégico

Se proporcionó a los estudiantes varias opciones de las cuales tendrían que seleccionar la que mejor consideraban como una ventaja de elaborar el plan estratégico, siendo la de mayor porcentaje el “Enfoque en objetivos” con el 76%, muy por debajo la opción de “Todas las anteriores” 11%, luego “Ninguna de las anteriores” con el 8%, seguido de “Disminución en rentabilidad” con un 4% y en el último lugar la opción de “Mayor incertidumbre” con el 2%.

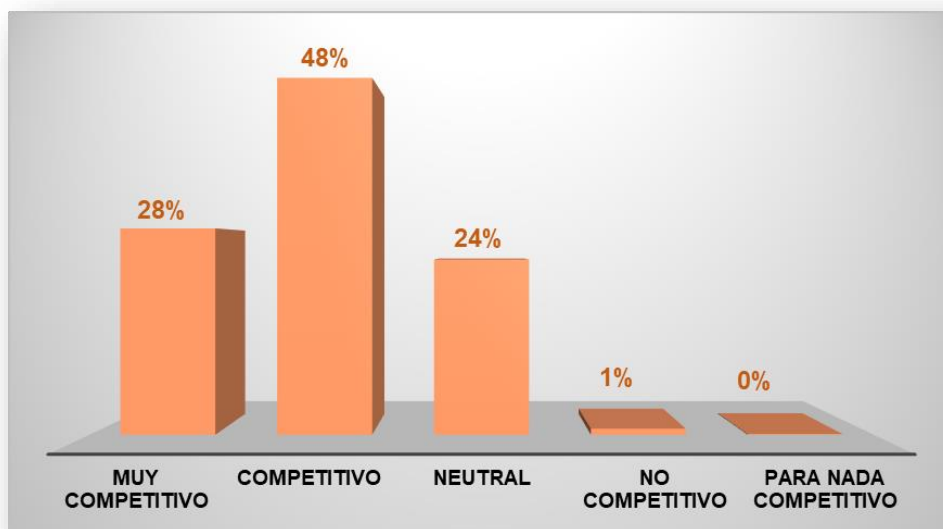


Gráfico 6.8 Nivel de competitividad personal que posee sobre planeación estratégica

Este gráfico muestra como resultado la opinión personal de cada estudiante cuando se le pregunta que tan competitivo se considera en el tema de planeación estratégica y lo que esto implica. En su mayoría con un 48% respondieron “Competitivo”, luego con el 28% “Muy competitivo”, seguido de un 24% “Neutral”, y un 1% para “No competitivo”.

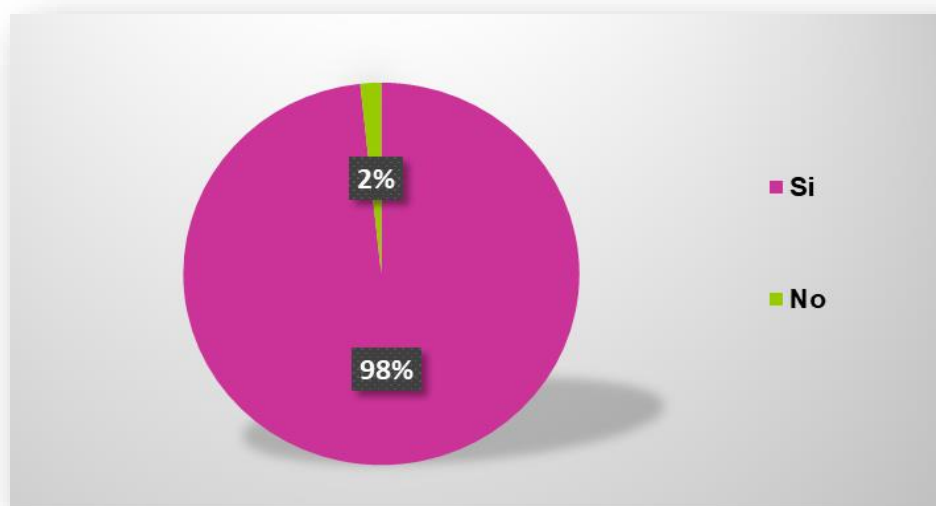


Gráfico 6.9: Los procesos de producción y operaciones como parte fundamental para el éxito de una empresa

El resultado acerca de si los estudiantes consideran los procesos de producción y operaciones fundamental para el éxito de la empresa, se obtuvo que en un 98% “Si” creen necesario, por lo que en un 2% consideran que “No”.

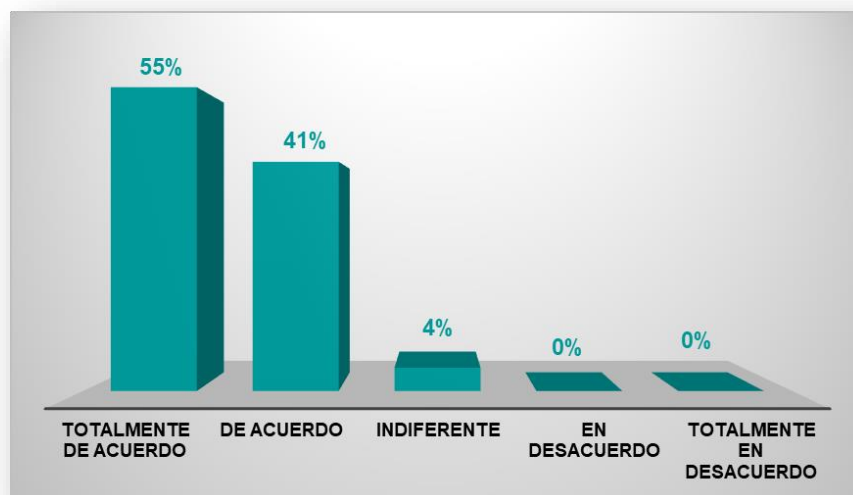


Gráfico 6.10 Manejo de inventario de calidad para aumentar el nivel de competitividad

Después de preguntar a los estudiantes sobre si consideran que un manejo de inventario de calidad aumenta la competitividad empresarial, los resultados que se obtuvieron fueron que un 55% está “Totalmente de acuerdo”, seguido por un 41% “De acuerdo” y un 4% “Indiferente”.



Gráfico 6.11 Flexibilidad y modernización en procesos de producción y operaciones para aumentar el nivel de competitividad

Las respuestas que se obtuvieron de la población estudiantil referente a la pregunta que entre mayor flexibilidad y modernización haya en los procesos de proyección y operaciones, mayor es el nivel de competitividad empresarial, la mayoría con el 59% respondió “Totalmente de acuerdo”, luego un 34% “De acuerdo”, un 5% “Indiferente”, seguido por un 2% “En desacuerdo” y en último lugar un 1% “Totalmente en desacuerdo”.

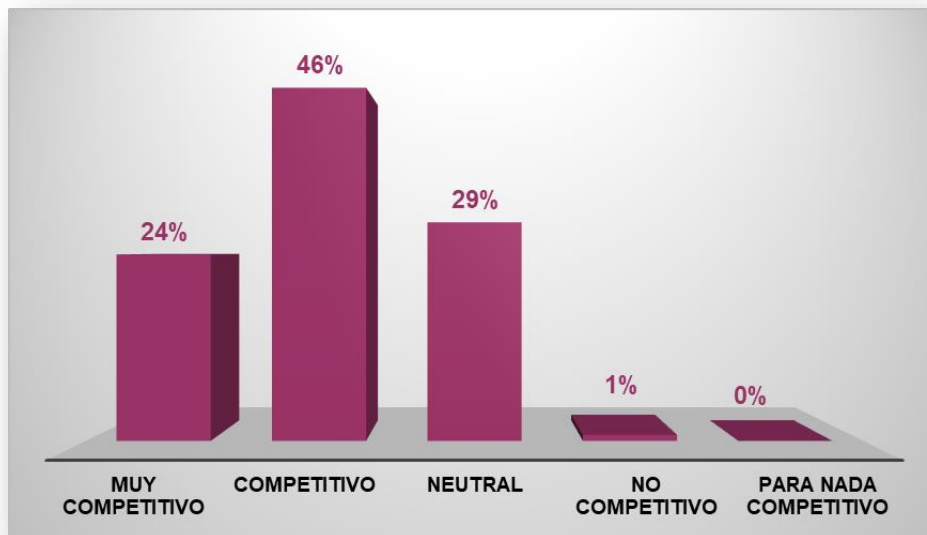


Gráfico 6.12 Nivel de competitividad personal que posee en el área de producción y operaciones

Se consideró la opinión personal de cada estudiante sobre qué tan competitivo se considera en el tema de producción y operaciones y todo lo que implica. En su mayoría con un 46% respondieron “Competitivo”, luego con el 24% “Muy competitivo”, seguido de un 29% “Neutral” y un 1% para “No competitivo”.

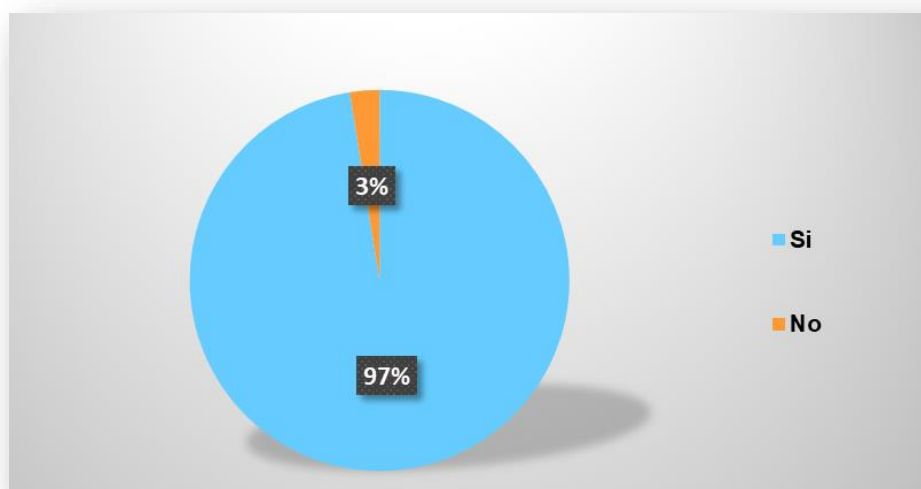


Gráfico 6.13 Uso de equipo moderno para mejorar los procesos de producción

La gran mayoría de estudiantes encuestados consideran que utilizar herramientas modernas, mejora la calidad en los procesos de producción de una empresa. En este caso el 97% corresponde a los que opinan que si es importante esta implementación, mientras que solamente el 3% le parece algo no necesario el uso de equipo moderno, en los procesos de producción.

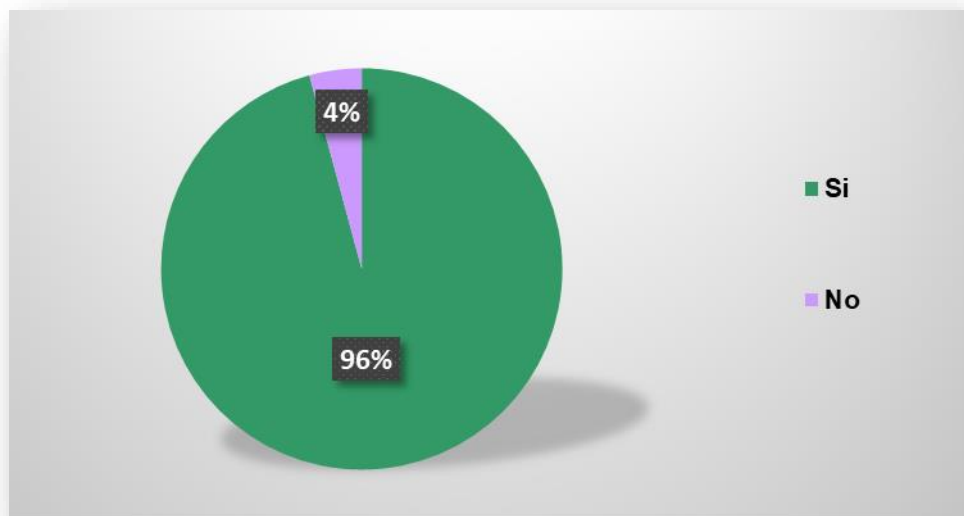


Gráfico 6.14 Importancia de implementar procesos de calidad para mejorar el nivel de eficacia.

Los resultados muestran que un 96 % de los estudiantes encuestados, consideran que el nivel de eficacia de una empresa aumenta con la implementación de procesos de calidad, mientras que solo un 4% no consideran que dichos procesos sean un factor de eficacia.

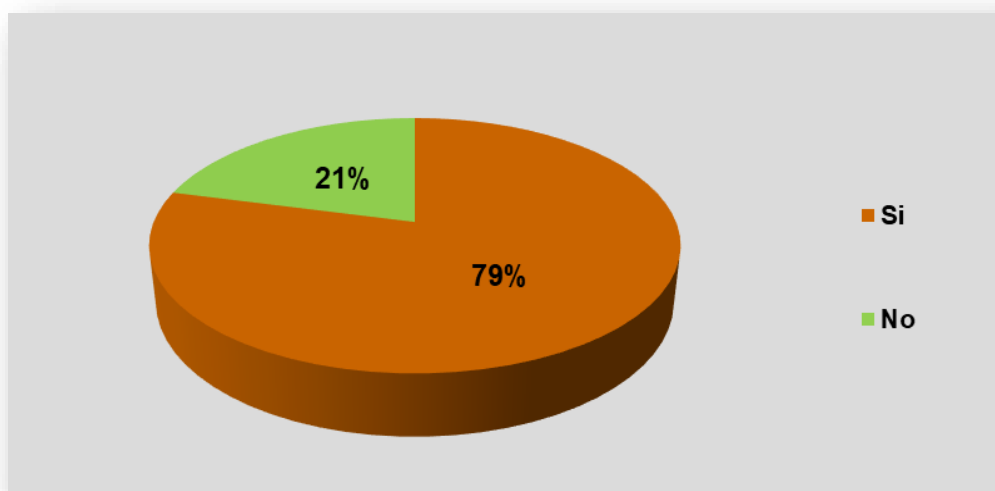


Gráfico 6.15 Conocimiento acerca de certificaciones de calidad para las empresas

De los estudiantes encuestados el 79% tiene conocimiento acerca de las certificaciones de calidad de las empresas, mismas que son de mucha relevancia dentro de la organización, donde por otro lado se observa que el 21% no tiene conocimiento de dichas certificaciones.

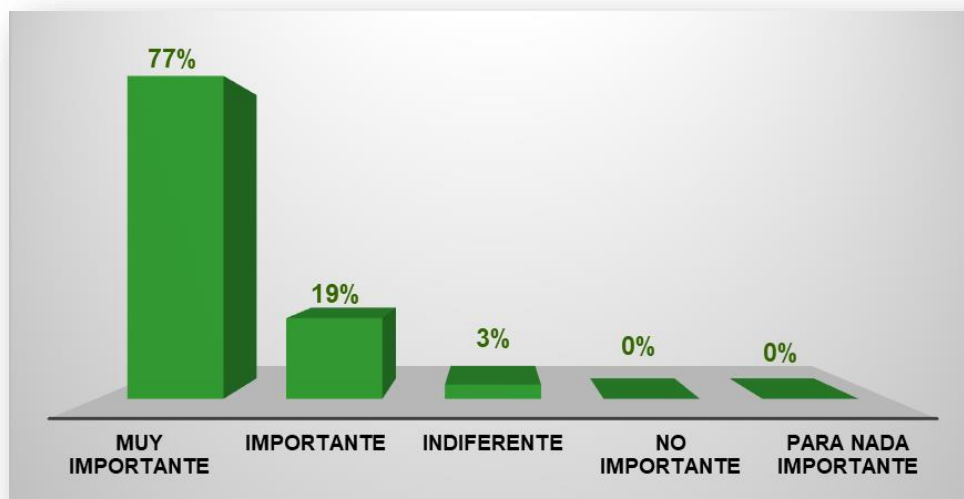


Gráfico 6.16 Importancia de contar con procesos de aseguramiento de calidad

El 77% de los estudiantes encuestados tienen conocimiento y por tanto consideran que es muy importante contar con procesos de aseguramiento de calidad dentro de una empresa, ya que este sería un factor determinante, así mismo un 19% de estudiantes opinan que es importante y solamente para un 3% le es indiferentes si existen o no procesos de aseguramiento de calidad.

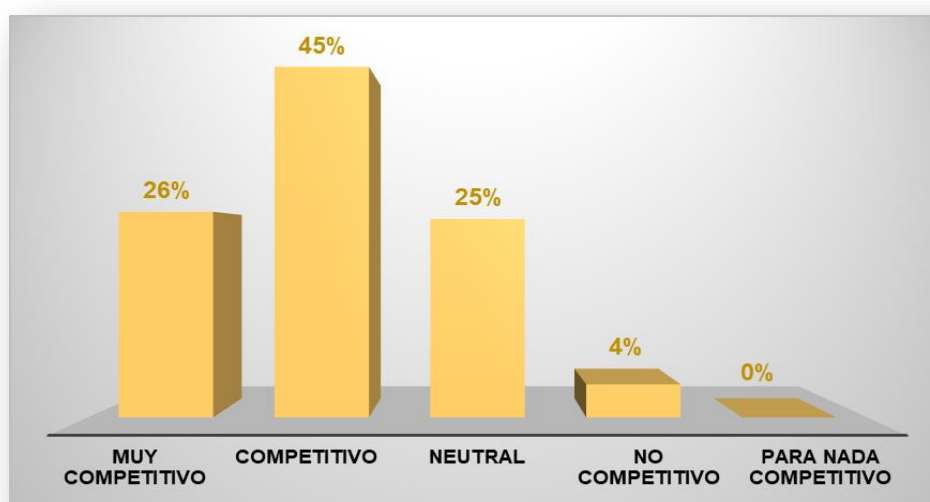


Gráfico 6.17 Nivel de competitividad personal que posee en el área de aseguramiento de calidad

En el ámbito laboral específicamente el área de aseguramiento de calidad los estudiantes encuestados opinan que se sienten competitivos en esta área, un 45% se consideran competitivos, un 26% muy competitivo, el 25% se considera también competitivos en un nivel medio, y solo el 4% no se considera competitivo en esta área.

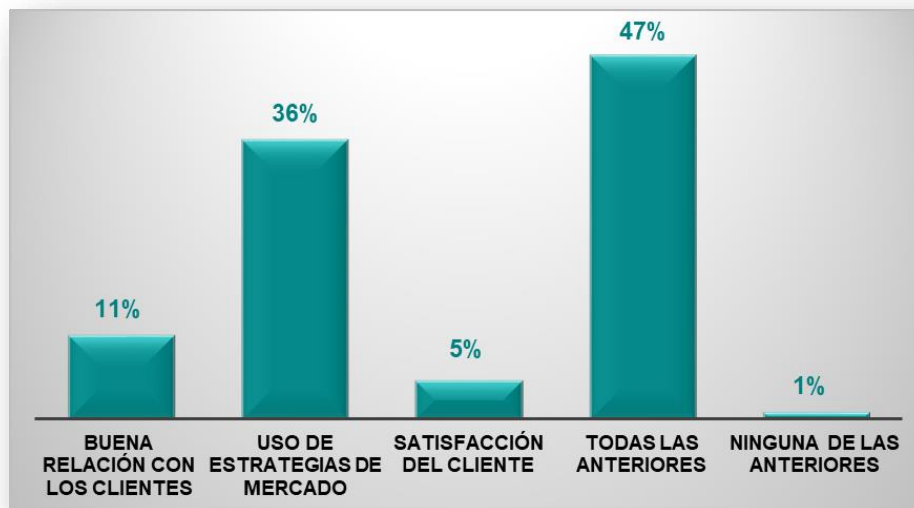


Gráfico 6.18 Concepto de comercialización

Los datos obtenidos de la población estudiantil sobre el concepto de comercialización fueron los siguientes: un 11% para la opción “Buena relación con los clientes”, un 36% para “Uso de estrategias de mercado”, un 5% para “Satisfacción al cliente” y la opción más seleccionada fue la de “Todas las anteriores” es decir que consideran que las tres definiciones previas a esta, explican el término comercialización y por último con un 1% la opción “Ninguna de las anteriores”.

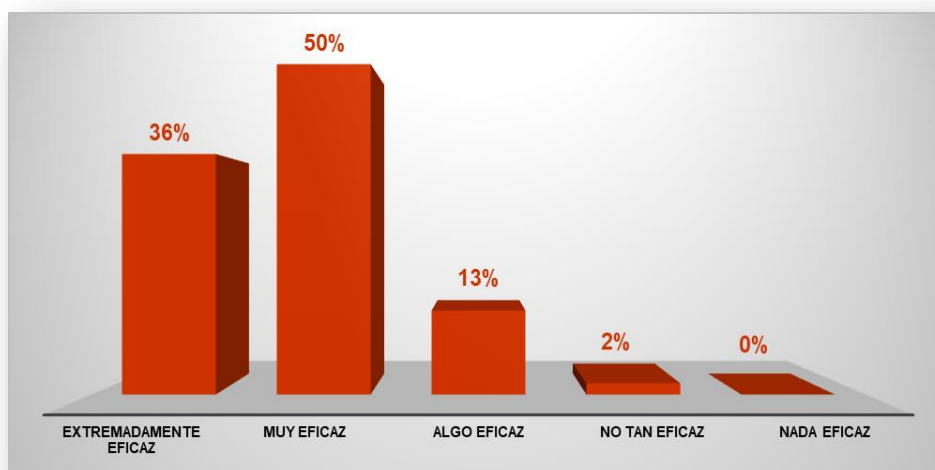


Gráfico 6.19 Importancia del servicios posventa a cliente

El 99% de los estudiantes encuestados consideran “Extremadamente eficaz” el hecho de ofrecer un servicio posventa clientes, seguido de un 36% “Muy eficaz”, el 13% lo considera “Algo eficaz” y un 2% “No tan eficaz”, dicha estrategia nos indica que es primordial, darle seguimiento al cliente aun después de que haya adquirido el producto o servicio.

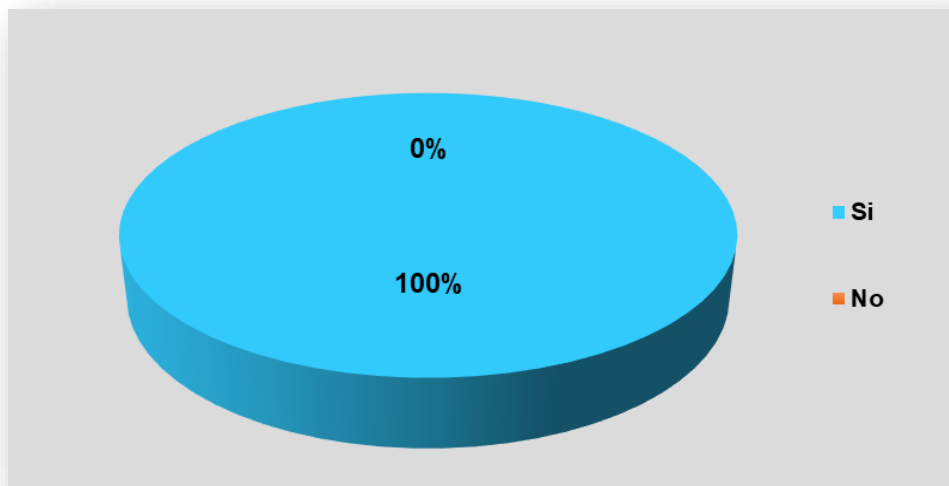


Gráfico 6.20 Importancia de mantener buena interacción con clientes y proveedores

En definitiva se considera una ventaja competitiva para una empresa y sus colaboradores, mantener la buena interacción con clientes y proveedores es pieza clave para el éxito de toda empresa así lo considera el 100% de los estudiantes de administración de empresas encuestados.

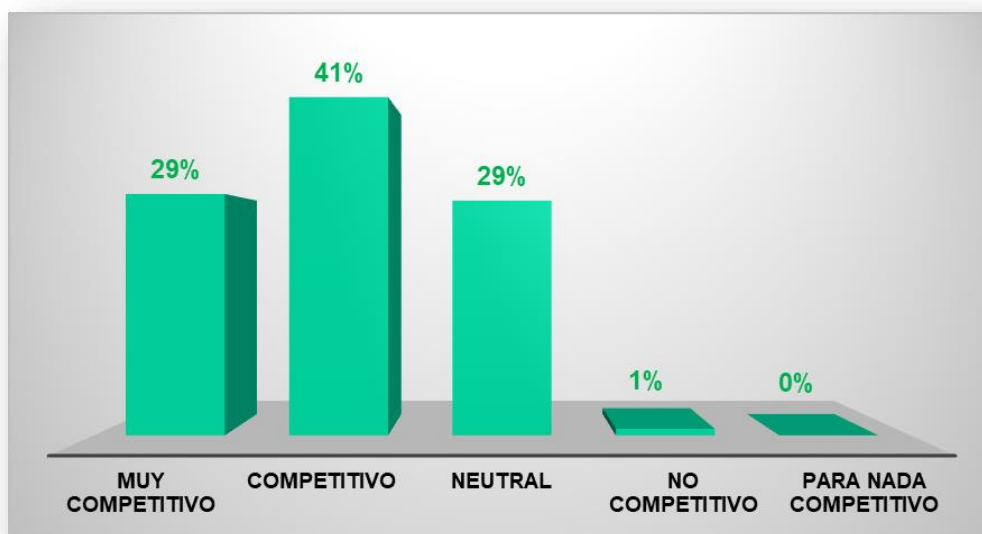


Gráfico 6.21 Nivel de competitividad personal que posee sobre comercialización

Se interrogó a cada estudiante sobre qué tan competitivo se autocalifica en el tema de comercialización y todo lo que implica. En su mayoría con un 41% respondieron “Competitivo”, luego un 29% en las opciones de “Muy competitivo” y “Neutral” y un 1% para “No competitivo”.

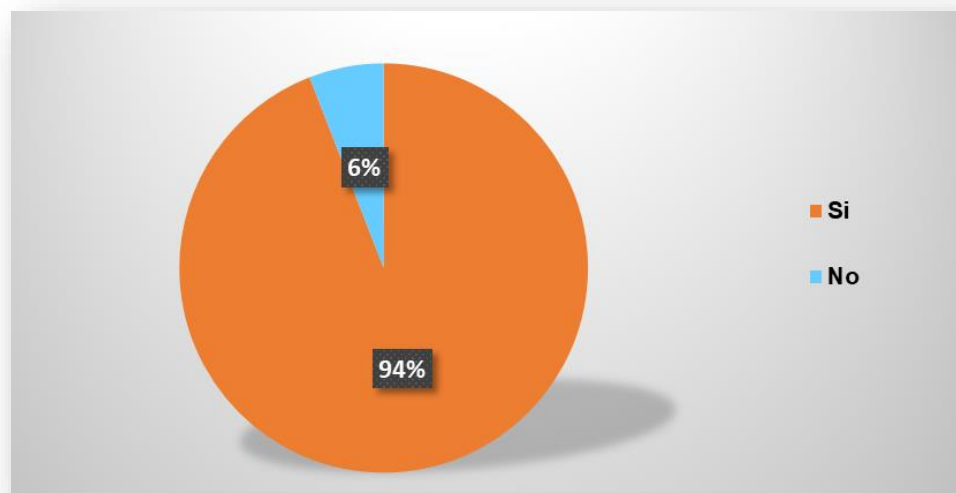


Gráfico 6.22 Conocimiento de la rentabilidad de un negocio a través de informes financieros

Los resultados obtenidos conforme a la interrogante, de que si es a través de informes financieros que se conoce la rentabilidad de la empresa, la mayoría de los estudiantes respondieron “Si” reflejado en un 94% del total y tan solo un 6% con un “No”.

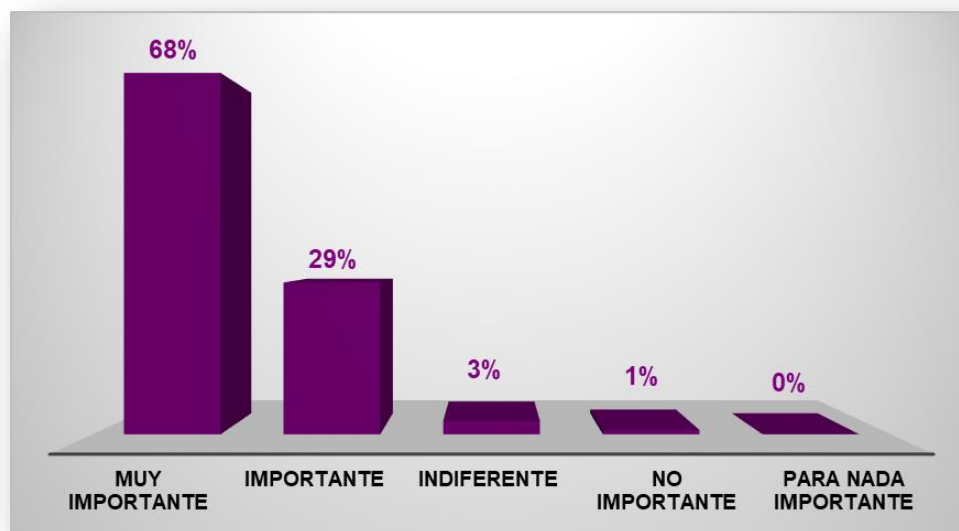


Gráfico 6.23 Importancia de establecer estrategias adecuadas para el uso de recursos económicos

Se planteó a los estudiantes, si consideraban importante establecer estrategias para el uso adecuado e inteligente de los recursos económicos de la empresa, siendo la respuesta de mayor porcentaje “Muy importante” con 68%, luego con un 29% “Importante”, un 3% “Indiferente”, y un 1% “No importante”.

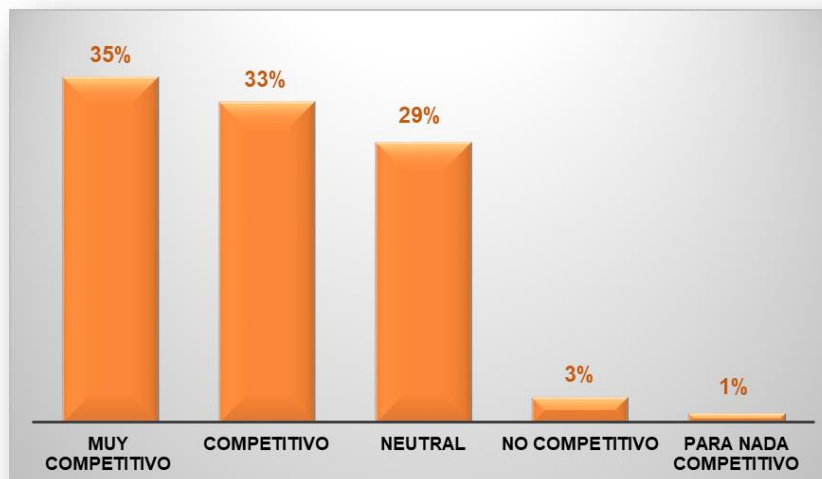


Gráfico 6.24 Nivel de competitividad personal que posee en el área de contabilidad y finanzas

Se indagó a los alumnos sobre el nivel de competitividad que poseen respecto al área de contabilidad y finanzas, donde el mayor porcentaje se ubica en el rango descrito como “Muy competitivo” con el 35% seguido de “Competitivo” con 33%, luego “Neutral con 29%, un 3% con “No competitivo y muy por debajo un 1% “Para nada competitivo”.

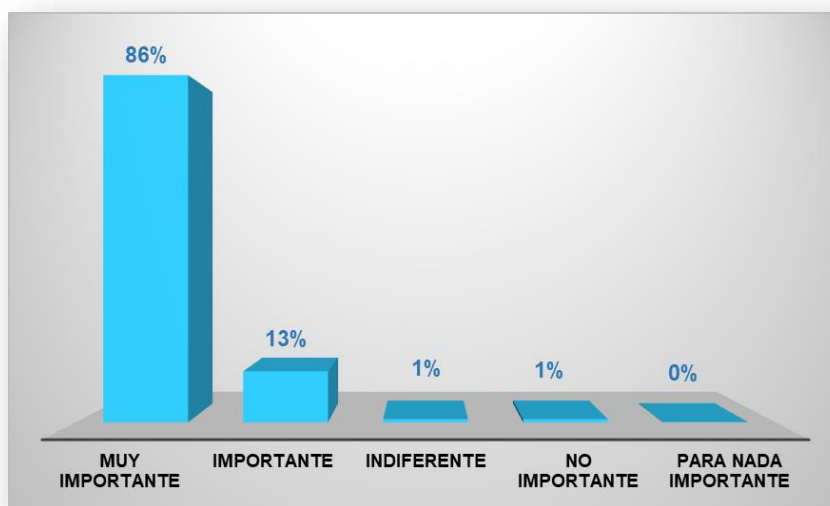
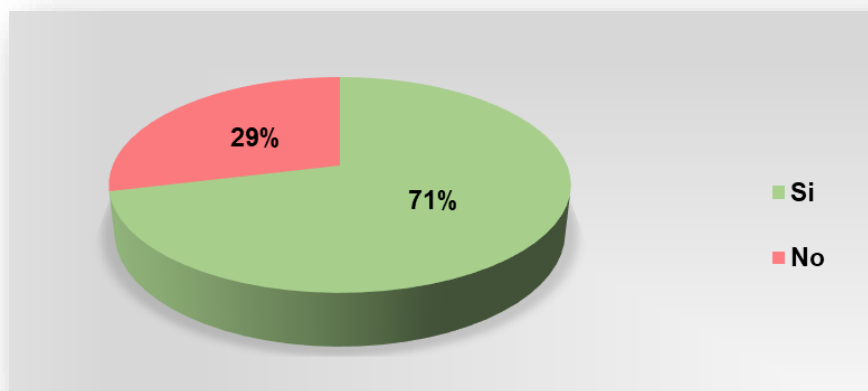


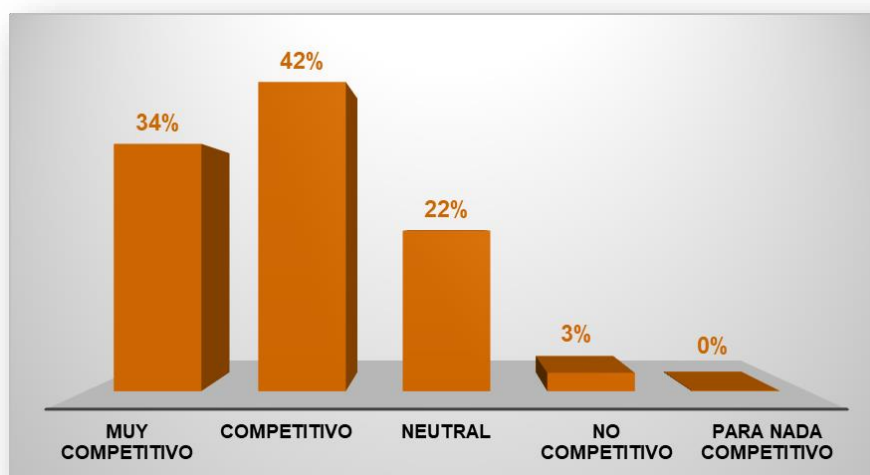
Gráfico 6.25 Importancia de la formación y capacitación del personal en una empresa

Del total de las respuestas obtenidas respecto a qué tan importante consideran los estudiantes la formación y capacitación del personal de una empresa, la mayoría con un 85% respondió que es “Muy importante”, luego muy por debajo un 13% para “Importante”, y finalmente un 1% para las opciones de “Indiferente” y “No importante”.



*Gráfico 6.26* Eficacia de los empleados a través del tiempo promedio que tardan en alcanzar los objetivos

Se indagó a la población estudiantil sobre si consideran que la eficacia de los empleados se mide a través del tiempo promedio que tardan en alcanzar los objetivos de la empresa, a lo cual con un 71% respondieron “Sí” y un 29% “No”, por tanto en su mayoría los estudiantes sí consideran viable este tipo de indicador.



*Gráfico 6.27* Nivel de competitividad personal que posee en el área de Recursos Humanos

Se preguntó a los alumnos sobre el nivel de competitividad que poseen respecto al área de Recursos Humanos, donde el mayor porcentaje se ubica en el rango descrito como “Competitivo” con un 42%, seguido de un 34% “Muy competitivo”, luego un 22% “Neutral” y un 3% para “No competitivo”.

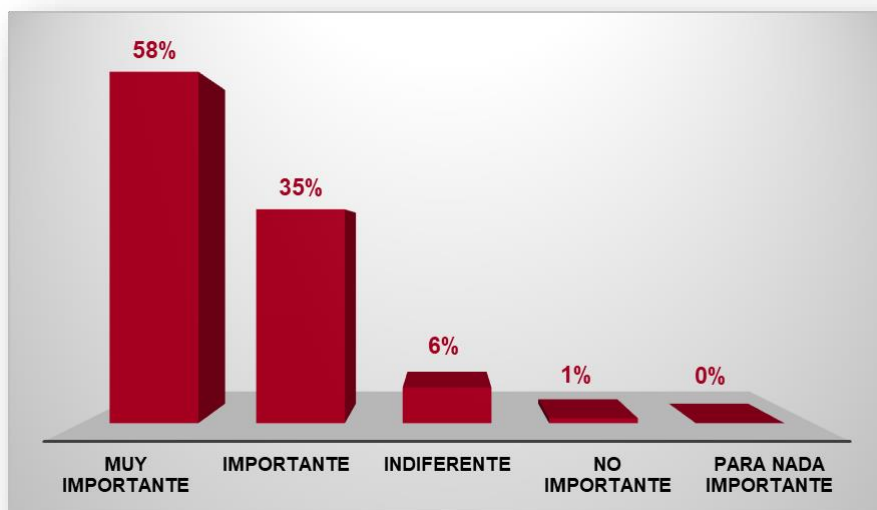


Gráfico 6.28 Importancia de implementar un sistema de gestión ambiental en las empresas

Los resultados que se obtuvieron referente a que si consideran que las empresas deban o no implementar un sistema de gestión ambiental, fue en su mayoría con el 58% es decir que lo consideran “Muy importante”, luego un 35% “Importante”, el 6% “Indiferente” y solo un 1% para la opción “No importante”.

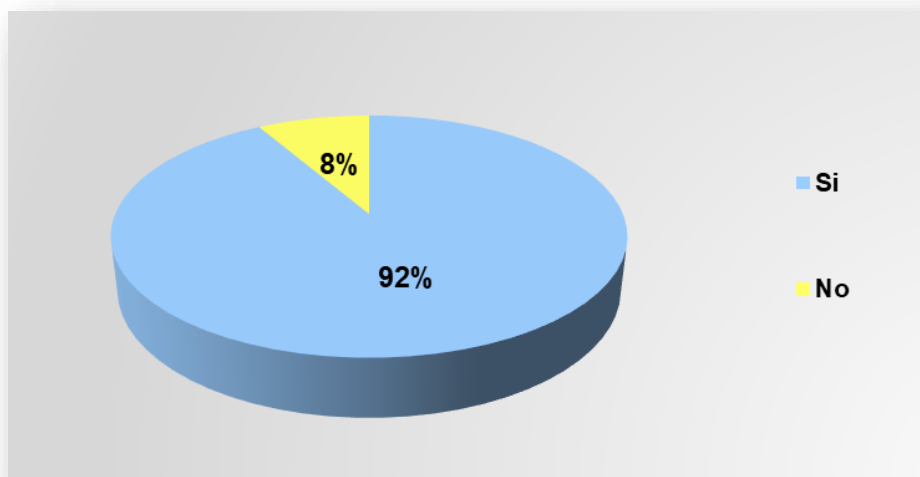


Gráfico 6.29 Mejora de la imagen empresarial al implementar un sistema de gestión ambiental

Se interrogo a la población estudiantil respecto a que si creen que un sistema de gestión ambiental mejora la imagen de la empresa y la situación que ocupa en el mercado, por lo cual, casi en su totalidad con un 92% respondieron que “Si”, que esto realmente cambia la imagen y tan solo un 8% para “No”.

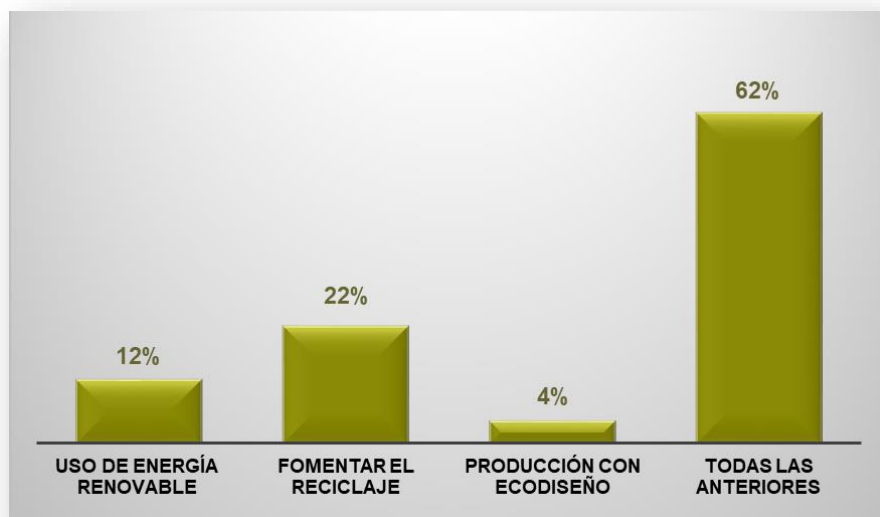


Gráfico 6.30 Actividades de gestión ambiental que pueden implementar las empresas

Se planteó a la población, sobre qué actividades de gestión ambiental consideran que deban implementar las empresas, dándoles algunas opciones siendo la de mayor porcentaje con un 62% la opción de “Todas las anteriores”, muy por debajo el 22% para “Fomentar el reciclaje”, un 12% “Uso de energía renovable” y tan solo el 4% para “Producción con Ecodiseño”.

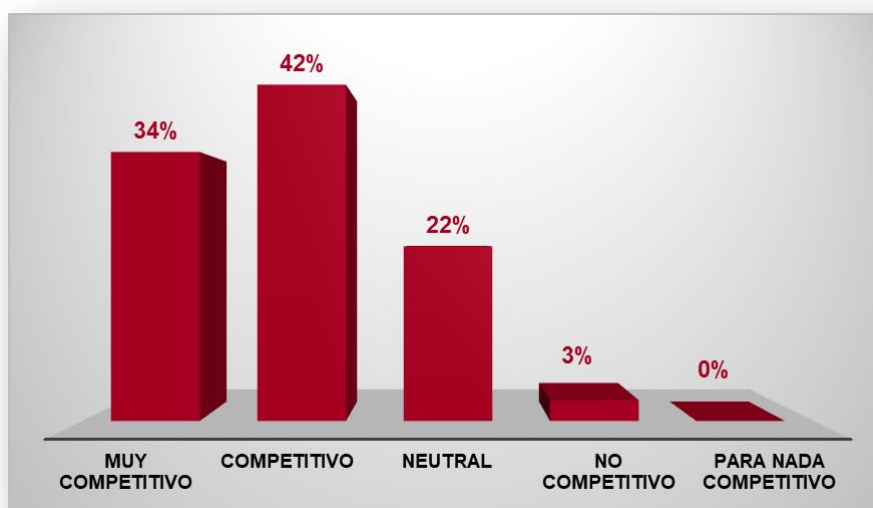


Gráfico 6.31 Nivel de competitividad personal que posee en el ámbito de gestión ambiental

Los resultados proporcionados por los estudiantes acerca de que tan competitivo se considera respecto al tema de gestión ambiental, fueron los siguientes: con un 42% respondieron “Competitivo”, seguido de un 34% “Muy competitivo”, luego un 22% “Neutral” y un 3% para “No competitivo”.

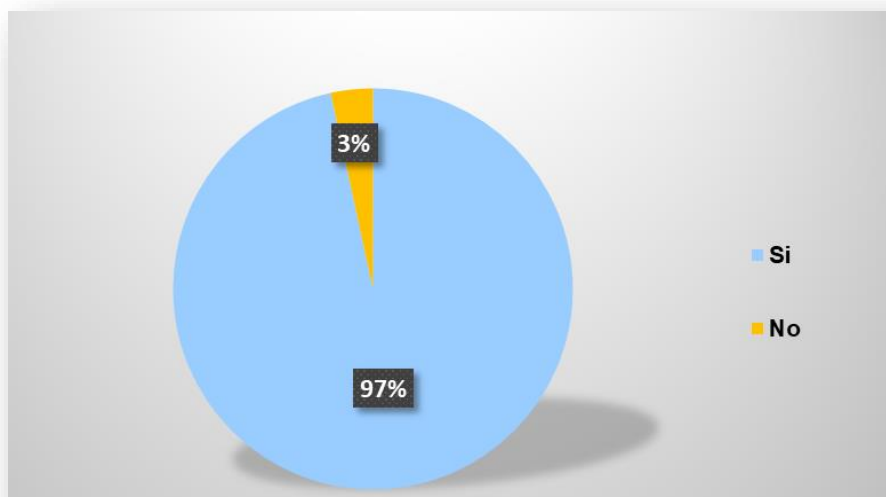


Gráfico 6.32 Los sistemas de información como mecanismo clave para la competitividad

Los resultados que se obtuvieron de la interrogante planteada a los estudiantes referente a que si está o no de acuerdo en que los sistemas de información de una empresa son mecanismos clave para la competitividad empresarial, para lo cual el 97% respondió que “Si” y tan solo el 3% “No”.

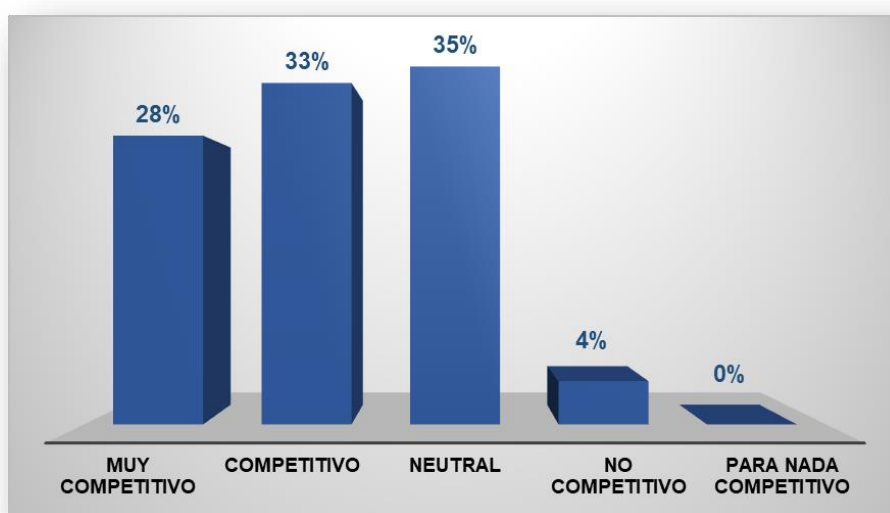


Gráfico 6.33 Nivel competitividad personal que posee en el ámbito de sistemas de información

Los resultados proporcionados por los estudiantes acerca de que tan competitivo se considera respecto al tema de sistemas de información, fueron los siguientes: con un 35% respondieron “Neutral”, seguido de un 33% “Competitivo”, luego un 28% “Muy competitivo” y un 4% para “No competitivo”.



Gráfico 6.34 Concepto de sistemas de información

Los resultados que se obtuvieron de la población estudiantil al cuestionarle sobre que opinaban acerca del concepto de sistemas de información, respondieron en un 36% la opción de “Todas las anteriores”, seguidamente de un 33% para “Sistema para organizar de manera eficiente y práctica las funciones de la empresa”, un 19% para la opción de “Conjunto de datos que interactúan entre sí, con un fin común”, luego un 8% “Proporcionar a la empresa grandes ventajas” y por último con un 4% “Todas las anteriores”.

## VII. CONCLUSIONES

1. Según los datos obtenidos el 99% de la población estudiantil encuestada considera entre “Muy importante” e “Importante”, el uso de la planeación estratégica para una empresa, y donde el 76% consideran que es una de las ventajas más valiosas como un enfoque hacia el logro de los objetivos. La percepción de los estudiantes en todo lo que a planeación estratégica concierne y bajo un 48% se autocalifican como “competitivos”.
2. Basado en los resultados obtenidos se encuentra que el 98% de los estudiantes de administración de empresas consideran que los procesos de producción y operaciones son parte fundamental para el éxito de una empresa y que un 59% consideran que entre mayor flexibilidad y modernización haya en los procesos de producción y operaciones, mayor es el nivel de competitividad empresarial.
3. Se concluye que los estudiantes consideran en un 96% la importancia de implementar procesos de calidad que mejoren el nivel de eficacia dentro de una empresa, pero para obtener un mayor control es necesario el conocimiento de recursos como certificaciones tal como en un 79% lo sustenta la población estudiantil.
4. Los resultados reflejan que un 47% de los estudiantes de administración de empresas consideran que el concepto de comercialización se basa en una buena relación con clientes y proveedores, hacer uso de estrategias de mercado y hacer sentir satisfechos a los clientes, dichos factores integran lo que es el concepto de comercialización.
5. Se concluye que el nivel de conocimiento de los estudiantes acerca del área de contabilidad y finanzas es de un 35%, indicando sentirse “Muy competitivos” y estableciendo que es a través de informes financieros que se conoce la rentabilidad de cualquier empresa sustentado con un 94% de la población encuestada.
6. Los resultados obtenidos muestran en un 86% que los estudiantes consideran “Muy importante” la formación y capacitación del personal de toda empresa, reconociendo lo valioso que es el recurso humano y que con su esfuerzo se podrán alcanzar los objetivos

planteados, concluyendo también que la eficacia de cada uno de ellos se mide a través del tiempo que tardan en cumplir la metas y objetivos, expuesto de esa manera por la población estudiantil en un 71%.

7. Los resultados obtenidos muestran, que los alumnos consideran en un 58% como “Muy Importante” implementar sistemas de gestión ambiental en las empresas, lo que les beneficia con una buena imagen empresarial sustentado en un 92% y que para ello pueden implementar actividades como uso de energía renovable, fomentar el reciclaje o creación de productos con Ecodiseño expuesto así por el 62% de la población encuestada.
8. Se concluye que los estudiantes consideran en un 97% los sistemas de información como mecanismos clave para lograr una mayor competitividad empresarial, definiendo el término, como un mecanismo para organizar de manera eficiente y práctica las funciones de la empresa, proporcionando grandes ventajas como conjunto de datos que interactúan entre sí con un fin común, lo que se sustentado bajo un 36% del total de la población encuestada.

## **VIII. RECOMENDACIONES**

1. En vista que el 99% de los estudiantes encuestados consideran importante ejercer la planeación estratégica en las empresas, es recomendable profundizar más en este tema y llevarlo a la práctica, como parte del crecimiento de la competitividad.
2. Debido a los resultados obtenidos es aconsejable mantener una continua actualización sobre los procesos de producción y operaciones modernos, que al incorporar a la empresa servirá para mejorar su productividad.
3. Sugerir a los estudiantes un mayor enfoque al tema de aseguramiento de la calidad en las empresas, conocer qué tipo de procesos se pueden implementar con el fin de obtener un sistema de aseguramiento de calidad que genere confianza y seguridad.

4. De acuerdo a los resultados obtenidos, instruir al estudiante sobre la puesta en práctica del término comercialización, ya que el conocimiento lo tienen muy bien asimilado, según el estudio realizado.
5. Incentivar a los alumnos a que sigan prestando toda su atención en el aprendizaje de sus estudios académicos, ya que su formación como administrador de empresas es manejar entre todo lo demás, términos contables que a través de informes financieros es como determinarían posibles problemas y por consiguiente determinar la solución a ellos.
6. Motivar a los estudiantes a mantener el estudio entorno al área de recursos humanos, para conocer sobre las diferentes funciones que en una empresa se lleva a cabo, sabiendo que el potencial humano es la parte valiosa y a la cual se debe mostrar prioridad.
7. Basado en los resultados obtenidos, exponer a la población estudiantil la importancia que tienen los sistemas de gestión ambiental para las empresas, los cuales sirven en gran medida para reducir impactos ambientales y por tanto mejorar la eficacia y calidad dentro de la misma.
8. Sugerir a los estudiantes centrar más su aprendizaje a lo que sistemas de información compete, para desarrollar una mayor comprensión y reconocer que el uso de ello mejora la eficiencia y eficacia en la productividad de una empresa.

## IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alic, J. (1987). Evaluación de la competitividad industrial en la oficina de tecnología en la sociedad. Nueva York inc. (Visión Gerencial, núm. 1, enero-junio, 2015, pp. 165-180) Universidad de los Andes Mérida, Venezuela  
<https://www.redalyc.org/pdf/823/82332932004.pdf>
- Amat (2012). Contabilidad y finanzas para Dummies. (Primera edición: marzo de 2012, pp.9) Barcelona Edición publicada mediante acuerdo con Wiley Publishing Inc.  
[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/59252872/DUM\\_contabilidad\\_y\\_finanzas\\_WEB20190514-49959-1xeoc3q.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/59252872/DUM_contabilidad_y_finanzas_WEB20190514-49959-1xeoc3q.pdf)
- Briones G. (2002) Metodología de la Investigación Cuantitativa en las Ciencias Sociales (Módulo tres, ISBN: 958-9329-14-4). Colombia: Composición electrónica ARFO Editores e Impresores Ltda. <https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/metodologia-de-la-investigacion-guillermo-briones.pdf>
- Cabrera, López y Ramírez, (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Documentos de investigación. Administración de Empresas (Vol. 18, núm. 35, 2017, pp. 24) Baja California, México  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/530/53051786006/html/index.html>
- Casalet, M. (1998). Tecnología; conceptos, problemas y perspectivas. México. Editorial; Ediciones Siglo XXI S.A.  
[https://books.google.hn/books?id=SSqDGtPR7T0C&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.hn/books?id=SSqDGtPR7T0C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Castellano, N. (2014). Gestión de calidad y competitividad en las organizaciones. Villa María: Universidad Nacional de Villa María.  
[http://biblio.unvm.edu.ar/opac\\_css/doc\\_num.php?explnum\\_id=1106](http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=1106)
- Chiavenato, I. (2008). Gestión del talento humano. En I. CHIAVENATO, Gestión del talento humano 3ra Edición. McGraw Hill. (pp.9)

[https://www.academia.edu/35952063/CHIAVENATO\\_Idalberto.\\_Gesti%C3%B3n\\_del\\_talento\\_humano.\\_3ra\\_Edici%C3%B3n.\\_McGraw\\_Hill](https://www.academia.edu/35952063/CHIAVENATO_Idalberto._Gesti%C3%B3n_del_talento_humano._3ra_Edici%C3%B3n._McGraw_Hill)

Corte Suprema de Justicia (2009) Observaciones del Estado de Honduras al Informe de la CIDH, Honduras, Comisión Interamericana de Derechos Humanos  
<https://www.cidh.oas.org/countryrep/Honduras09sp/Cap.3.htm>

Editor: Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC). Mexico  
[https://www.academia.edu/40129996/Conceptos\\_Basicos\\_de\\_Gestion\\_Ambiental](https://www.academia.edu/40129996/Conceptos_Basicos_de_Gestion_Ambiental)

Everett E. Adam, R. J. (1991). Administración de la producción y las operaciones: Conceptos, modelos y funcionamiento /por Everett E. Adam, Ronald J. Ebert y traducción de Jorge Rodríguez R. México: Prentice-Hall, 1991 Pearson Educación, 1991.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FI1wYyoz8-oC&oi=fnd&pg=PR13&dq=Everett+E.+Adam,+R.+J.&ots=\\_FuGwdiAOe&sig=Dv8deZzvnb3a-DjoQcxMPJi-Gxo#v=onepage&q=Everett%20E.%20Adam%2C%20R.%20J.&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FI1wYyoz8-oC&oi=fnd&pg=PR13&dq=Everett+E.+Adam,+R.+J.&ots=_FuGwdiAOe&sig=Dv8deZzvnb3a-DjoQcxMPJi-Gxo#v=onepage&q=Everett%20E.%20Adam%2C%20R.%20J.&f=false)

Ferreiro, C. J. (2004). La Competitividad y Calidad de las Empresas en Latinoamérica, Ubicadas en el Valle de Zamora, Michoacán (ed. 2004), Editorial; Genaro Sánchez Barajas.  
[https://www.academia.edu/30107330/LA\\_COMPETITIVIDAD\\_Y\\_CALIDAD\\_DE\\_LAS\\_EMPRESAS\\_EN\\_LATINOAM%C3%89RICA](https://www.academia.edu/30107330/LA_COMPETITIVIDAD_Y_CALIDAD_DE_LAS_EMPRESAS_EN_LATINOAM%C3%89RICA)

Gallardo Y. & Moreno A. (1999) Aprender a Investigar. En *Recolección de la Información* (3ª Edición, Modulo 3). Colombia: ARFO Editores LTDA.  
<http://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/CEUL/mod3recoleccioninform.pdf>

García Suárez, V. M. (1997). La comercialización de productos y servicios de información en el sector bibliotecario-informativo. *ACIMED*, 5(3), 11-13. *ACIMED* v.5 n.3 Ciudad de La Habana sep.-dic. 1997. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94351997000300004](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94351997000300004)

Granda, Rama & Domínguez, (2011). EL ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN VIRTUAL. Editorial Gráfica Real. Universidad Católica Los Ángeles de

- Chimbote, Perú. (N° 2011-04368, pp. 164)  
[http://bibliografia.eovirtual.com/Bautista\\_2010\\_Aseguramiento.pdf#page=209](http://bibliografia.eovirtual.com/Bautista_2010_Aseguramiento.pdf#page=209)
- Heller P. J. & Oviedo Z. C. (2012) Manual para la Redacción de Tesis de Pregrado.  
[file:///Downloads/UNIVERSIDAD\\_TECNOLOGICA\\_CENTROAMERICANA.pdf](file:///Downloads/UNIVERSIDAD_TECNOLOGICA_CENTROAMERICANA.pdf)
- Hernández S. R., Fernández C. C. & Batista L. P. (2014) Selección de la Muestra. En *Metodología de la Investigación* (6ª ed., pp. 170-191). México: McGraw-Hill.  
[http://euaem1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2776/506\\_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://euaem1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Instituto Nacional de Estadísticas (2018) Cifras del País, Honduras, INE  
<https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2019/09/cifras-de-pais-2018.pdf>
- Klaus Schwab, (2019) The Global Competitiveness Report, Geneva Switzerland, World Economic Forum,  
[http://www.cdi.org.pe/pdf/IGC/2019/WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf](http://www.cdi.org.pe/pdf/IGC/2019/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf)
- Mintzberg, Q. V. (1997). *El proceso Estratégico: Conceptos, contextos y Casos*. (segunda edición) prentice hall hispanoamerica S.A. Mexico D.F.  
[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/48388535/Libro\\_3.\\_El\\_Proceso\\_Estrategico.\\_Henry\\_Mintzberg\\_y\\_brian\\_Quinn.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/48388535/Libro_3._El_Proceso_Estrategico._Henry_Mintzberg_y_brian_Quinn.pdf)
- Ortega, L. E. (1999). El concepto de Competitividad en el Posicionamiento Tecnológico (primera edición 1999). México.  
[https://books.google.hn/books?id=\\_utlZPsN4isC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.hn/books?id=_utlZPsN4isC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Reinel, J. & Bermeo, E. (2005). Las directrices del costo como fuentes de ventajas competitivas. *Revista Estudios Gerenciales*. (núm. 94, enero-marzo, 2005, pp. 81-103). Cali, Colombia  
<https://www.redalyc.org/pdf/212/21209405.pdf>
- Reynolds, S. R. (2010). principios de sistemas de informacion. En S. R. Reynolds, principios de sistemas de informacion (pp. 10-12). Mexico. Cengage Learning, Mexico D.F.  
<https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/42944694/241015829-Principios-de-Sistemas-de-Informacion-Un-Enfoque-Administrativo.pdf>

Sunkel, O. (1970). El Subdesarrollo Latinoamericano y la Teoría del Desarrollo. México. Editorial; Editores Siglo XXI S.A.  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1604/S33098I59S1\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1604/S33098I59S1_es.pdf)

Tamayo y Tamayo M. (2013) El Proceso de Investigación Científica. (num. 121, cuarta edición, pp.35) EDITORIAL LIMUSA, S.A. DEC.V. GRUPO NORIEGA EDITORES BALDE RAS 95, MÉXICO, D.F. <https://clea.edu.mx/biblioteca/Tamayo%20Mario%20-%20El%20Proceso%20De%20La%20Investigacion%20Cientifica.pdf>

## X. ANEXOS

### FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE PREGRADO

En calidad de estudiantes del Centro Universitario Tecnológico con la finalidad de realizar una investigación sobre la competitividad empresarial acerca de los estudiantes de administración de empresas de CEUTEC Tegucigalpa; se solicita de la forma más atenta responder la presente encuesta en la cual se requiere de su sinceridad, para lograr el objetivo planteado.

**Instrucciones:** Se le presentan las siguientes preposiciones, en las cuales debe marcar la casilla que considere conveniente.

<b>GENERALIDADES</b>	<p>1. ¿Edad?</p> <table border="1"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>17 - 25 Años</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>26 – 34 Años</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>35 – 43 Años</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>44 Años en adelante</td></tr> </table>	<input type="checkbox"/>	17 - 25 Años	<input type="checkbox"/>	26 – 34 Años	<input type="checkbox"/>	35 – 43 Años	<input type="checkbox"/>	44 Años en adelante	<p>2. ¿Género?</p> <table border="1"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Femenino</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Masculino</td></tr> </table>	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>	Masculino	
	<input type="checkbox"/>	17 - 25 Años													
	<input type="checkbox"/>	26 – 34 Años													
	<input type="checkbox"/>	35 – 43 Años													
<input type="checkbox"/>	44 Años en adelante														
<input type="checkbox"/>	Femenino														
<input type="checkbox"/>	Masculino														
<p>3. ¿Ha escuchado sobre el término “Competitividad Empresarial”?</p> <table border="1"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Si</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>No</td></tr> </table>	<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No	<p>4. ¿Se siente satisfecho(a) con la formación académica acerca de la competitividad empresarial que ha alcanzado hasta este momento?</p> <table border="1"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Muy Satisfecho</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Algo Satisfecho</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Ni Satisfecho/ Ni Insatisfecho</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Algo Insatisfecho</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Muy Insatisfecho</td></tr> </table>	<input type="checkbox"/>	Muy Satisfecho	<input type="checkbox"/>	Algo Satisfecho	<input type="checkbox"/>	Ni Satisfecho/ Ni Insatisfecho	<input type="checkbox"/>	Algo Insatisfecho	<input type="checkbox"/>	Muy Insatisfecho
<input type="checkbox"/>	Si														
<input type="checkbox"/>	No														
<input type="checkbox"/>	Muy Satisfecho														
<input type="checkbox"/>	Algo Satisfecho														
<input type="checkbox"/>	Ni Satisfecho/ Ni Insatisfecho														
<input type="checkbox"/>	Algo Insatisfecho														
<input type="checkbox"/>	Muy Insatisfecho														

5. ¿Qué tan importante considera que es la planeación estratégica dentro de una empresa?

	Muy Importante
	Importante
	Indiferente
	No Importante
	Para Nada Importante

6. ¿Considera que la planeación estratégica es una herramienta que provee una visión para alcanzar las metas y objetivos?

	Si
	No

7. ¿Cuál de las siguientes opciones considera que es una de las ventajas de elaborar un plan estratégico?

	Mayor Incertidumbre
	Disminución en Rentabilidad
	Enfoque en Objetivos
	Ninguna de las Anteriores
	Todas las Anteriores

8. ¿Cómo estudiante que tan competitivo se considera en el ámbito de la planeación estratégica?

	Muy Competitivo
	Competitivo
	Neutral
	No Competitivo
	Para Nada Competitivo

9. ¿Considera que los procesos de producción y operaciones forman parte fundamental para el éxito de una empresa?

	Si
	No

10. ¿Considera usted que un manejo de inventario de calidad aumentará la competitividad empresarial?

	Totalmente de Acuerdo
	De Acuerdo
	Indiferente
	En Desacuerdo
	Totalmente en Desacuerdo

11. ¿Considera que mientras mayor flexibilidad y modernización haya en los procesos de producción y operaciones, mayor será el nivel de competitividad de la empresa?

	Totalmente de Acuerdo
	De Acuerdo
	Indiferente
	En Desacuerdo
	Totalmente en Desacuerdo

12. ¿Cómo estudiante que tan competitivo se considera en el área de producción y operaciones?

	Muy Competitivo
	Competitivo
	Neutral
	No Competitivo
	Para Nada Competitivo

13. ¿Considera usted que el uso de herramientas modernas mejora la calidad en los procesos de producción de una empresa?

	Si
	No

14. ¿Cómo estudiante de administración de empresas considera que el nivel de eficacia aumenta con la implementación de los procesos de calidad en una empresa?

	Si
	No

15. ¿Conoce acerca de las certificaciones de calidad de una empresa?

	Si
	No

16. ¿Para usted es importante que una empresa cuente con procesos de aseguramiento de calidad?

	Muy Importante
	Importante
	Indiferente
	No Importante
	Para Nada Importante

17. ¿Cómo estudiante que tan competitivo se considera en el área de aseguramiento de la calidad?

	Muy Competitivo
	Competitivo
	Neutral
	No Competitivo
	Para Nada Competitivo

**COMERCIALIZACION**

18. ¿Según las siguientes opciones en qué consiste para usted el término “comercialización”?

<input type="checkbox"/>	Buena Relación con Clientes
<input type="checkbox"/>	Uso de Estrategias de Mercado
<input type="checkbox"/>	Satisfacción del Cliente
<input type="checkbox"/>	Todas las Anteriores
<input type="checkbox"/>	Ninguna de las Anteriores

19. ¿Qué tan eficaz considera que sea proporcionar un servicio post-venta a los clientes como una estrategia de comercialización de una empresa?

<input type="checkbox"/>	Extremadamente Eficaz
<input type="checkbox"/>	Muy Eficaz
<input type="checkbox"/>	Algo Eficaz
<input type="checkbox"/>	No Tan Eficaz
<input type="checkbox"/>	Nada Eficaz

20. ¿Considera esencial para una empresa mantener buena interacción con clientes y proveedores?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

21. ¿Cómo estudiante que tan competitivo se considera en el ámbito de la comercialización?

<input type="checkbox"/>	Muy Competitivo
<input type="checkbox"/>	Competitivo
<input type="checkbox"/>	Neutral
<input type="checkbox"/>	No Competitivo
<input type="checkbox"/>	Para Nada Competitivo

22. ¿Considera usted que es a través de informes financieros que se conoce la rentabilidad de un negocio?

	Si
	No

23. ¿Qué tan importante es establecer estrategias que permitan hacer uso adecuado e inteligente de los recursos económicos de la empresa?

	Muy Importante
	Importante
	Indiferente
	No Importante
	Para Nada Importante

24. ¿Cómo estudiante que tan competitivo se considera en el área de contabilidad y finanzas?

	Muy Competitivo
	Competitivo
	Neutral
	No Competitivo
	Para Nada Competitivo

25. ¿Qué tan importante considera usted que es la formación y capacitación del personal de una empresa?

	Muy Importante
	Importante
	Indiferente
	No Importante
	Para Nada Importante

26. ¿Considera usted que la eficacia en los empleados se mide a través del tiempo promedio que tardan en alcanzar los objetivos de la empresa?

	Si
	No

27. ¿Cómo estudiante que tan competitivo se considera en el área de Recursos humanos?

	Muy Competitivo
	Competitivo
	Neutral
	No Competitivo
	Para Nada Competitivo

**GESTION AMBIENTAL**

28. ¿Qué tan importante considera que las empresas deban implementar un sistema de gestión ambiental?

	Muy Importante
	Importante
	Indiferente
	No Importante
	Para Nada Importante

29. ¿Cree usted que un sistema de gestión ambiental mejora la imagen de la empresa y la situación que ocupa en el mercado?

	Si
	No

30. ¿Qué actividades de gestión ambiental considera que deben implementar las empresas?

	Uso de Energías Renovables
	Fomentar el Reciclaje
	Productos con Ecodiseño
	Todas las Anteriores

31. ¿Cómo estudiante que tan competitivo se considera en el ámbito de la gestión ambiental?

	Muy Competitivo
	Competitivo
	Neutral
	No Competitivo
	Para Nada Competitivo

32. ¿Está de acuerdo en que los sistemas de información de una empresa son mecanismos clave para la competitividad empresarial?

	Si
	No

33. ¿Cómo estudiante que tan competitivo se considera en el ámbito de sistemas de información?

	Muy Competitivo
	Competitivo
	Neutral
	No Competitivo
	Para Nada Competitivo

34. En su opinión, ¿Qué es un sistema de información según las siguientes opciones?

	Sistema para organizar de manera eficiente y práctica las funciones de la empresa.
	Proporcionar a la empresa grandes ventajas.
	Conjunto de datos que interactúan entre sí con un fin común.
	Todas las Anteriores
	Ninguna de las anteriores