

# Diagnóstico del mercado de las competencias genéricas para la licenciatura en Comercialización

## Diagnosis on the Market of Generic Skills Acquired by Undergraduate Students in Marketing

*María Blanca González Salazar  
Jaime Gerardo Malacara Navéjar  
Manuel Zúñiga Alanís*

### Resumen

La presente investigación gira en torno al conocimiento y comprensión del proceso de aprendizaje basado en competencias laborales. Con base en este contexto, se pretende lograr la identificación de las competencias y habilidades que demandan los empleadores y las que detectan en su formación los propios alumnos. Se escogió para el estudio el universo de egresados de la carrera de Licenciado en Comercialización de la Unidad Académica Multidisciplinaria Reynosa Rodhe (UAMRR), dependiente de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT). La investigación se ubica de tipo descriptivo, explicativo y de campo debido a que el propósito fundamental fue describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y cómo

se manifiestan. Por otro lado, se utiliza la investigación de campo aplicando una técnica de recolección de datos para obtener la información deseada. Con la información generada se cubrió el objetivo final de comparar las competencias que genera el plan actual frente a las que demanda el sector laboral. La investigación concluye que 90 por ciento de los egresados de la carrera de Licenciado en Comercialización de la UAMRR adquiere las competencias genéricas demandadas por el sector laboral en las aulas. El hecho de que los alumnos tengan conocimiento y pongan en práctica, a lo largo de su carrera, las habilidades y las destrezas que les serán demandadas como futuros profesionistas, les permite una mayor preparación educativa que les facilita su integración al mercado laboral.

## Diagnosis of Generic Skills Market for a degree in Commercialization (Commercialization)

### Summary

The present research refers to the knowledge and understanding of the learning process based on job skills. According to this context we try to achieve the identification of competencies and skills that employers demand and detect in the university education of students. We chose to study a large number of students graduated from the career of Commercialization (Commercialization) from Unidad Académica y Multidisciplinaria Reynosa Rodhe (UAMRR) which depends on the Autonomous University of Tamaulipas (UAT), the research is descriptive, explanatory and of field type because the fundamental purpose was to describe phenomena, situations, contexts and events, this is how they are and how they manifest. On the other hand, we used a field research in which a data collection technique was used to obtain the desired information.

With the generated information we achieved our ultimate goal of comparing the competencies generated by current plan before the ones demanded by the labor sector. The research concludes that 90% of the graduates who studied a BA in Commercialization from campus UAMRR get the generic competencies demanded by the labor sector in the classrooms. The idea is that the students have the knowledge and put into practice throughout his career the skills and expertise which will be demanded as future professionals, this allows them greater educational preparation that facilitates their integration into the labor market.

Key words: model based on competencies, job skills, work environment, working market, employability.

### Palabras clave:

modelo basado en competencias, competencias laborales, entorno laboral, mercado laboral, empleabilidad.

# Diagnóstico del mercado de las competencias genéricas para la licenciatura en Comercialización

## Diagnosis on the Market of Generic Skills Acquired by Undergraduate Students in Marketing

*María Blanca González Salazar<sup>1</sup>  
Jaime Gerardo Malacara Navéjar<sup>2</sup>  
Manuel Zúñiga Alanís<sup>3</sup>*

### Introducción

**E**l desafío para las universidades es formar profesionistas competentes, proveyéndolos con los conocimientos, habilidades y actitudes que demanda la integración al mercado laboral y que, a su vez, estén comprometidos con el desarrollo social y económico de sus comunidades. En México, la necesidad de relacionar de una manera más efectiva la educación con el mercado laboral conduce a promover la implantación de las opciones educativas basadas en los denominados modelos por competencias. La política oficial se concre-

ta en 1993 con el Sistema Normalizado por Competencias Laborales y el Sistema de Certificación Laboral, ambos derivados del proyecto general sobre Educación Tecnológica y Modernización de la Capacitación (Ibarra, A., 1996: 32).

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) señala que gran parte de la solución de los problemas del empleo en el largo plazo tienen que ver con el desarrollo de tres capacidades básicas:

1.- De innovación: imaginación y creatividad de individuos, empre-

---

1 Profesora de asignatura, Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT). e-mail: bgonzalez@uat.edu.mx

2 Profesor de asignatura, Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT). e-mail: jmalacara@docentes.uat.edu.mx

3 Profesor de asignatura, Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT). e-mail: mazuniga@uat.edu.mx

sas y sociedad en su conjunto, para predecir y enfrentar los retos del cambio.

2.- De adaptación: individuos, empresas y sociedad deben adecuarse rápidamente a los cambios en la tecnología y en los mercados

3.- De aprendizaje: personas, empresas y sociedad deben asumir el aprendizaje como un proceso continuo y sistemático para poder desarrollar sus capacidades (Argüelles, A., 1996: xxxiii-xxxiv).

Según Sergio Tobón (2006: 03), hay muchas maneras de describir las competencias y diferentes metodologías, una de las cuales se basa en los siguientes componentes: identificación de la competencia, elementos de competencia, saberes esenciales, indicadores de desempeño y evidencias.

La educación basada en competencias es una forma de educación que deriva en un currículo a partir de un análisis prospectivo de la sociedad, así como del intento por certificar el progreso de los estudiantes sobre la base de un rendimiento o comportamiento demostrable en una o varias de las competencias exigidas. La educación basada en competencias dirige el sentido del aprendizaje; así, quien aprende lo hace desde la intencionalidad de producir o des-

empeñar algo, involucrándose con las interacciones de la sociedad; mientras que las competencias son parte y producto final del proceso educativo, como también lo es su desempeño, es decir, el resultado práctico del conocer.

Con la descripción de las competencias se busca conocerlas, y ser competentes en un mundo laboral significa saber hacer y actuar entendiendo lo que se hace, comprendiendo cómo se actúa, asumiendo de manera responsable las implicaciones y consecuencias de las acciones realizadas, y transformando los contextos a favor del bienestar humano. Emplear las competencias en el currículo y en las actividades de enseñanza-aprendizaje ayuda a asegurar el aprendizaje de los estudiantes desde una docencia de calidad, considerando el proyecto laboral y de vida.

### **Clases de competencias**

De acuerdo a lo establecido por Sergio Tobón (2006: 106; citando a Delors, 1996; y Scans, 1992), hay dos clases generales de competencias: específicas y genéricas.

Las competencias genéricas se caracterizan por: (1) aumentar las posibilidades de empleabilidad, al

permitirles a las personas cambiar fácilmente de un trabajo a otro; (2) favorecer la gestión, consecución y conservación del empleo; (3) permitir la adaptación a diferentes entornos laborales, requisito esencial para afrontar los cambios en el trabajo dados por la competencia, la crisis económica y la globalización; (4) no estar ligadas a una ocupación en particular; (5) adquirirse mediante procesos sistemáticos de enseñanza y aprendizaje; y (6) poder evaluar de manera rigurosa su adquisición y desempeño.

A diferencia de estas competencias, las específicas son propias de cada profesión y le dan identidad a una ocupación; son los conceptos, teorías, conocimientos instrumentales, habilidades de investigación, formas de aplicación o estilos de trabajo que definen a una disciplina concreta y que resultan necesarios para dominar y tener un conocimiento adecuado de la misma y poder desarrollar de modo satisfactorio un trabajo relacionado con ella.

Por ello se entiende, de acuerdo con Carolina Ugarte y Concepción Naval (2010: 4), que la formación en competencias profesionales tiene como finalidad colaborar en la formación de los universitarios proveyéndolos con aquellas competencias relevantes en su desarro-

llo personal que son especialmente valoradas por las empresas.

Dichas competencias se enfocan en la asignatura de un modo amplio y, por tanto, buscan que el alumno descubra la virtualidad de la participación, la responsabilidad, la autonomía y la colaboración; en tanto que pueden ser vías para mejorar como personas, profesionistas y ciudadanos comprometidos.

Una de las estrategias es la transmisión de conocimientos mediante la docencia, y se procura a través de la lectura reflexiva y la crítica de artículos de investigación, capítulos de libros o prensa especializada; así como la realización de comentarios de texto con el apoyo de las exposiciones del profesor, con las preguntas y comentarios de los alumnos, y con las respuestas y los comentarios del profesor durante las clases; de igual manera, se emplea el recurso del trabajo individual del alumno para realizar diferentes actividades o proyectos.

Se trata, pues, de ayudar al alumno a descubrir la conveniencia de adquirir actitudes y hábitos determinados, ya que estos dan a las competencias su carácter predictivo y estable en el tiempo. Una vía importante para conseguirlo es la orientación.

Esto se logrará a través de tiempo completo de la unidad académica.

mica por medio de los programas establecidos como son las tutorías y asesorías académicas.

### Materiales y métodos

El licenciado en Comercialización es un profesionista con capacidad de análisis y síntesis para la identificación, desarrollo y comercialización de los productos y/o servicios que el mercado demanda, tanto en el país como en el extranjero, de manera innovadora, creativa, con actitud emprendedora, ética y responsable, así como liderazgo laboral, y que además sea capaz de integrar diferentes conocimientos como administración, mercadotecnia, comercio y negocios inter-

nacionales, sistemas contables y legislación que se necesitan para ampliar el mercado de la empresa, mejorando su competitividad y permanencia en el mismo, con capacidad de aplicar las tecnologías de la información en el desarrollo de su actividad profesional (Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad Académica Multidisciplinaria Reynosa-Rodhe [UAT-UAMRR], 2015).

El diseño curricular que se aplica a la licenciatura de Comercialización es de nueve semestres con siete o seis materias cada periodo; los docentes se encargarán de instruir a los estudiantes sobre los temas mencionados en el plan. Las materias de los nueve periodos de la licenciatura son 64 en total:

**Tabla 1.- Plan de estudio de la carrera de Licenciado en Comercialización.**

Programa de estudios		
<b>Periodo I</b> —Administración —Introducción a la Teoría Económica —Matemáticas Básicas —Desarrollo de Habilidades para Aprender —Inglés Inicial Medio —Introducción a las Tecnologías de la Información	<b>Periodo IV</b> —Investigación de Mercados —Desarrollo Regional —Administración de Recursos Humanos —Contabilidad de Costos —Derecho Laboral —Estadística II —Computación Aplicada	<b>Periodo VII</b> —Planeación y Control de Mercadotecnia —Administración Financiera —Proyecto de Investigación I —Análisis de Decisiones II —Formulación y Evaluación de Proyectos —Optativa I —Optativa II

<p><b>Periodo II</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Mercadotecnia</li> <li>— Contabilidad Financiera</li> <li>— Microeconomía</li> <li>— Introducción al Estudio del Derecho</li> <li>— Cálculo Diferencial</li> </ul>	<p><b>Periodo V</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Negociaciones Internacionales</li> <li>— Logística</li> <li>— Administración de la Producción</li> <li>— Contabilidad Administrativa</li> <li>— Matemáticas Financieras</li> <li>— Modelos de Comercialización</li> <li>— Introducción a la Investigación</li> </ul>	<p><b>Periodo VIII</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Comercio Internacional</li> <li>— Administración de la Calidad</li> <li>— Profesión y Valores</li> <li>— Proyecto de Investigación II</li> <li>— Optativa III</li> <li>— Optativa IV</li> </ul>
<p><b>Periodo III</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Ambiente de Negocios Internacionales</li> <li>— Dirección Estratégica</li> <li>— Macroeconomía</li> <li>— Derecho Mercantil</li> <li>— Estadística I</li> <li>— Creatividad, Innovación y Calidad Laboral</li> <li>— Comportamiento del Consumidor</li> </ul>	<p><b>Periodo VI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Administración de Ventas</li> <li>— Legislación Aduanera</li> <li>— Análisis de Estados Financieros</li> <li>— Derecho Fiscal</li> <li>— Análisis de Decisiones I</li> <li>— Seminario de Desarrollo de Emprendedores</li> <li>— Investigación Aplicada</li> </ul>	<p><b>Periodo IX</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Seminario de Mercadotecnia</li> <li>— Seminario de Comercio Internacional</li> <li>— Seminario de Administración</li> <li>— Seminario de Desarrollo de Ejecutivos</li> <li>— Optativa V</li> </ul>

Fuente: <http://www.rodhe.uat.edu.mx/carreras/lc/>

La presente investigación se ubica de tipo descriptivo, explicativo y de campo debido a que el propósito fundamental fue describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Además, buscaba especificar las propiedades, las características de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someterán al análisis. Es decir, medir y recolectar datos sobre diversos conceptos de nuestras variables, así como aspectos, dimensiones o

componentes del fenómeno a investigar.

Se empleó el modelo de investigación explicativo, dado que consiste en la comprobación de cómo se conectan las variables para buscar algún tipo de explicación del fenómeno que estudian y, de ese modo, contrastar o demostrar nuestras hipótesis. Este es el tipo de investigación en el que más se profundizó con este trabajo, ya que nos da el conocimiento de la realidad, nos explica la razón, el porqué de las cosas.

**Tabla 2. Dimensiones y atributos del perfil profesional del programa educativo (Modalidad por competencias: programa único)**

Dimensiones formativas	Atributos
Competencias cognitivas	Administración Mercadotecnia Comercio y negocios internacionales Sistemas contables Legislación
Competencias instrumentales	Trabajos de investigación Exposiciones y trabajos en forma escrita (elaboración de ensayos) Habilidades para el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)
Competencias sistemáticas e Instrumentales	Capacidad de análisis y síntesis Trabajo en equipo Trabajar en grupos multidisciplinarios Actitud innovadora, creativa, emprendedora, ética y responsable Liderazgo laboral

Fuente: Nuevo formato para el desarrollo curricular Licenciado en Comercialización emitido por DDC/SA 2015.

Por otro lado, se utiliza la investigación de campo aplicando una técnica de recolección de datos para obtener la información deseada. Se formulan tres cuestionarios de encuesta estructurada directa.

Con el primero se conocerá la opinión de los estudiantes de la carrera de Licenciado de Comercialización de la Unidad Académica Multidisciplinaria Reynosa Rodhe (UAMRR) respecto al modelo basado en competencias en su área. Fue conformado de preguntas cerradas con respuestas de opción múltiple; se hicieron preguntas sencillas, claras y comprensivas; se presentó

otro cuestionario aplicado a maestros, y un tercer cuestionario para empleadores.

La metodología empleada en esta investigación tiene por objetivos instrumentales:

- 1.- Determinar las competencias que los estudiantes del programa educativo de Licenciado en Comercialización de la UAMRR requieren para ingresar al mercado laboral al terminar su carrera profesional;
- y 2.- Determinar las competencias que los estudiantes del programa educativo de Licenciado en Comer-



cialización de la UAMRR adquirieron durante su carrera profesional. Con la información así generada se cubre el objetivo final de comparar las competencias que genera el plan actual frente a las que demanda el sector laboral.

La encuesta de estudiantes se aplicó a los 117 alumnos oficialmente inscritos en el periodo lectivo 2015. Se aplicó a la población total de alumnos ya que se desea su opinión en todos los semestres de su carrera. Se encuestó a personal de Recursos Humanos en diez empresas del municipio de Reynosa, Tamaulipas, aplicando el muestreo por conveniencia. Dichas empresas pertenecen a la industria maquiladora, agencias comercializadoras, agencias de publicidad, agencias aduanales y bancos. Se empleó el muestreo por conveniencia para la entrevista a maestros, considerando su disponibilidad para la investigación y tomando en cuenta su participación en el proceso formativo.

El cuestionario aplicado a los alumnos consta de 14 ítems, mismos que se incluyeron en la encuesta a empleadores, adicionados con cuatro ítems de identificación. La encuesta a los maestros se compuso de cuatro preguntas. En todos los casos se diseñó la encuesta estructurada, directa y de respuesta

cerrada.

Para la prueba de hipótesis se utilizó el estadístico T-pareada, para medir la diferencia estadística para cada ítem entre la respuesta promedio de estudiantes y la respuesta media entre empleadores. En la evaluación se empleó el paquete estadístico SPSS 15.0.

Por conducto de esta metodología se estará en capacidad de docimar la hipótesis: con 95 por ciento de confianza, al menos 90 por ciento de las competencias demandadas por el sector laboral las adquieren en el aula los egresados de la carrera de Licenciado en Comercialización de la UAMRR.

## **Resultados**

Al realizar el análisis de la operacionalización de la hipótesis propuesta, con 95 por ciento de confianza, se tiene en efecto que al menos 90 por ciento de las competencias demandadas por el sector laboral las adquieren en el aula los egresados de la carrera de Licenciado en Comercialización. Al contrastar este ejercicio con los ítems propuestos, el análisis finaliza que se acepta la compatibilidad entre ambos ejercicios.

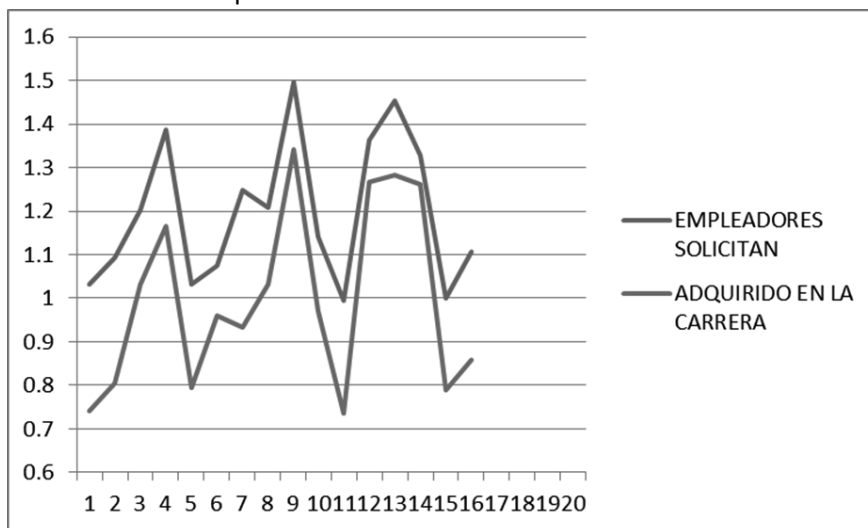
Las competencias que demanda el mercado laboral son habilidades

y destrezas que se desarrollan a lo largo de la carrera de Licenciado en Comercialización, sin embargo, se debe tener conocimiento de cuáles serían las competencias en las que los empleadores ponen énfasis al momento de contratar a un profesionista.

La recopilación y análisis de estos datos mediante un archivo es-

tadístico de la técnica T-pareada permitió la comparación de las respuestas tanto del alumno como de los egresados, dando como resultado una gráfica que a continuación se muestra y donde existe una gran similitud entre ambas, además de mostrar cómo los alumnos adquieren las competencias que requiere un empleador.

**Tabla 3.** Técnica T- pareada



Fuente: creación propia.

El profesional puede desempeñarse en diferentes áreas de mercado laboral y aprovechar al máximo su potencial y conocimientos adquiridos como (UAT-UAMRR):

1. Formación y operación de empresas propias.
2. Prestación de servicios profesionales a empresas privadas nacionales e internacionales.
3. Prestación de servicios profesionales a empresas públicas.

4. Prestación de servicios de consultoría.
5. Docencia e investigación.

La presente investigación se ubica de tipo descriptivo, explicativo y de campo debido a que el propósito fundamental fue describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y cómo se manifiestan. Además, buscaba especificar las propiedades, las características de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someterán al análisis. Es decir, medir y recolectar datos sobre diversos conceptos de nuestras variables, así como aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

Cabe señalar que los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan las variables medidas. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas para así describir lo que se investiga. Y el modelo explicativo son aquellos trabajos donde nuestra preocupación se centra en determinar los orígenes o las cau-

sas de un determinado conjunto de fenómenos, y el objetivo es conocer por qué suceden ciertos hechos a través de la delimitación de las relaciones causales existentes o, al menos, de las condiciones en que se producen (Hernández, R., C. Fernández y P. Bautista, 2006: 102)

## **Conclusiones**

La presente investigación concluye que el concepto de competencia ha ido cambiando en las últimas décadas, al igual que lo ha hecho el contexto laboral. La evolución que las competencias han tenido en el mercado laboral ha marcado el modo en el que aquéllas se han ido introduciendo en el ámbito educativo y profesional.

Por lo tanto, la hipótesis es aceptada ya que el hecho de que los alumnos tengan conocimiento y pongan en práctica a lo largo de su carrera las habilidades y destrezas que le serán demandadas como futuro profesional, permitirá una mayor preparación educativa que le facilitará su integración al mercado laboral.

Estos mismos resultados dan respuesta a la pregunta general y objetivo específico, donde se pretendía conocer la importancia de un modelo basado en competen-

cias para los alumnos de la carrera de Licenciado en Comercialización; se requiere pues hacer cosas diferentes para obtener resultados distintos, en este caso, proveer a los jóvenes egresados con mayor preparación, además de capacidades para enfrentarse a los retos que el mercado laboral y los cambios acelerados presentan.

El futuro en el marco educativo es avanzar hacia un enfoque de formación basada en competencias, más que en conocimientos desde la perspectiva teórica vista; sin embargo, no deja de ser importante ya que la parte teórica es el principio de una práctica correcta. Con ello se transforma de manera radical el papel que desempeñan los estudiantes y profesores, buscando un acercamiento más comprensivo de participación, formando a profesionales capaces de adaptarse a nuevas situaciones a las que se enfrenta el mercado laboral.

Con base en la información obtenida se argumenta que el conocimiento de las competencias que demanda el mercado laboral facilita a los profesores sus métodos de enseñanza, ya que los alumnos deberán tener una actitud de aprendizaje más proactiva, de manera que su preparación, rendimiento y capacidades dependerán de ellos

mismos, de su propio empeño y esfuerzo, considerando que los alumnos tienen todas las herramientas necesarias para hacerlo, así como profesores capacitados para transmitir los conocimientos necesarios y en la mejor disposición de generar profesionistas con excelencia educativa.

Esta investigación ha permitido conocer que aún existe un gran número de alumnos próximos a egresar que no tiene idea del concepto de competencias, pero al momento de preguntar específicamente sobre cierta habilidad o destreza, saben qué es y la han puesto en práctica en clase. Con lo anterior se confirma que la parte teórica es fundamental, empero, es en clases donde se permite un margen de error. En realidad, es en esta etapa donde los estudiantes desarrollan su preparación para que cuando sea la hora de ejercer como profesionistas, desempeñen un excelente papel; es en ese punto donde el alumno podrá comprender que su aprendizaje solamente dependía de él.

Finalmente, se puede decir que la mayor virtud del enfoque de competencias es que en su naturaleza tiene una visión multidisciplinaria y esto hace que pueda aportar diferentes contribuciones.

Asimismo, esta naturaleza es lo que permite que sean asumidas como un lenguaje común para referirse al talento humano en los ámbitos educativo, social y profesional; además, tener una noción de esas habilidades y destrezas que demanda el mercado laboral permite que tanto alumnos como profesores estén preparados para esos cambios que actualmente se viven, y da oportunidad a acceder a una preparación con todas las herramientas necesarias. Así, dentro de la carrera profesional podrá desarrollarse el potencial del futuro profesionista, integrado de capacidades y valores que resultará en mejores personas, contribuyendo al bienestar social e impulsando la economía del país.

## Bibliografía

- Argüelles, Antonio (comp.), 1996, *Competencia laboral y educación basada en normas de competencia*, Limusa/SEPCNCL/Conalep, México.
- Bernal, César, 2006, *Metodología de la investigación*, 2ª ed., México, Pearson Educación.
- Hernández, Roberto, Carlos Fernández y Pilar Baptista, 2006, *Metodología de la investigación*, 4ª ed., México, McGraw-Hill.
- Ibarra, Agustín, 1996, "El sistema normalizado de competencia laboral", en Antonio Argüelles (comp.), *Competencia laboral y educación basada en normas de competencia*, Limusa/SEPCNCL/Conalep, México, pp. 25-66.
- Perrenoud, Philippe, 2004, *Diez nuevas competencias para enseñar*, 3ª ed., México, Graó de Irif.
- Tobón, Sergio, 2005, *Formación Basada en Competencias. Pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica*, 2ª ed., Bogotá, Colombia, Ecoe Ediciones.
- Tobón, Sergio, 2006, *Competencia, calidad y educación superior*, Bogotá, Colombia, Cooperativa editorial magisterios.
- Ugarte, Carolina y Concepción Naval, 2010, "Desarrollo de competencias profesionales en la educación superior. Un caso docente concreto", *Revista Electrónica de Investigación Educativa [Número Especial]*.  
Disponibile en: <http://redie.uabc.mx/contenido/NumEsp2/contenido-ugarte.htm>  
Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad Académica Multidisciplinaria Reynosa-Rodhe, "Licenciado en comercialización".  
Disponibile en: <http://www.rodhe.uat.edu.mx/carreras/lc/>  
(Consultado en diciembre de 2015.)
- Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad Académica Multidisciplinaria Reynosa-Rodhe, "Mercado de Trabajo: Licenciado en comercialización".  
Disponibile en: <http://www.rodhe.uat.edu.mx/inicio/paginas/comercio.asp#campo>  
(Consultado en diciembre de 2015.)

## Referencias bibliográficas electrónicas

Recibido: 16 de marzo de 2016  
Aceptado: 30 de abril de 2016.