

Competencias profesionales de los graduados en negocios y la expectativa del mercado laboral en Ecuador

Professional competencies of business graduates and the expectations of the labor market in Ecuador

Jorge Andrés Izaguirre Olmedo¹ (joizaguirreol@uide.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0001-5178-8641>)

Mónica Sáenz Rojas² (msaenz@uide.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0001-8596-1553>)

Resumen

Los modelos educativos han evolucionado con el tiempo, acorde con las nuevas necesidades de los estudiantes y el mercado laboral. De ahí que, la tendencia educativa actual se basa en el desarrollo de competencias en los estudiantes y por ello, la forma de aplicar el conocimiento toma más importancia que el conocimiento en sí mismo. Con base en esto, el presente estudio tiene por objeto identificar las competencias en los profesionales de las carreras de administración, negocios internacionales y marketing; que son mayormente demandadas por parte del mercado laboral en Ecuador. Para el efecto, se planteó un estudio cuantitativo que tomó como muestra a 54 empleadores, en tres ciudades representativas del país. El instrumento de investigación consistió en un cuestionario basado en una escala de Likert de 5 dimensiones que incluyó 35 competencias. Los resultados muestran que los empleadores de profesionales en administración, negocios internacionales y marketing, otorgan una mayor valoración a competencias blandas como la ética, el trabajo en equipo y el pensamiento crítico. Los autores concluyen en la necesidad de fortalecer el desarrollo de competencias blandas en respuesta a la demanda del mercado laboral.

Palabras claves: competencias, mercado laboral, competencias blandas, competencias duras, modelo pedagógico.

Abstract

Educational models have evolved over time, according to the new needs of students and the labor market. Hence, the current educational trend is based on the development of competencies in students and therefore, the way of applying knowledge is more important than the knowledge itself. Based on this, the present study aims to identify the competencies of professionals in the careers of administration, international business and marketing, which are most demanded by the labor market in Ecuador. For this purpose, a quantitative study was conducted with a sample of 54 employers in three representative cities of the country. The research instrument consisted of a

¹ Magister en Finanzas y Proyectos Corporativos. Coordinador de vinculación/Docente. Universidad Internacional del Ecuador sede Guayaquil, Ecuador.

² Licenciada en Relaciones Internacionales. Responsable de Prácticas Laborales. Universidad Internacional del Ecuador sede Guayaquil, Ecuador.

questionnaire based on a 5-dimensional Likert scale that included 35 competencies. The results show that employers of professionals in administration, international business and marketing place a higher value on soft competencies such as ethics, teamwork and critical thinking. The authors conclude that there is a need to strengthen the development of soft competencies in response to labor market demand.

Key words: Competences, labor market, soft skills, hard skills, pedagogical model.

Apuntes sobre el desarrollo de las competencias profesionales

El avance de la tecnología acelerado por la globalización ha causado que la información revolucione todas las esferas de la sociedad. En este contexto, se evidencia un conocimiento en constante actualización y expansión. Esto ha planteado nuevos desafíos a la educación superior, que se ha visto en la necesidad de replantear los modelos tradicionales de enseñanza del siglo XX basados en la acumulación de conocimiento.

De este modo, las instituciones de educación superior deben preparar a los futuros profesionales para estar en capacidad de adaptarse a los retos que la constante actualización supone (Ronquillo, Cabrera y Barberán, 2019). El proceso de enseñanza-aprendizaje no se debe agotar en la trasmisión de conocimientos, puesto que estos rápidamente podrán quedar obsoletos, sino que es necesario fomentar el desarrollo de actitudes, aptitudes y destrezas que permitan al estudiante estar en constante aprendizaje; garantizando la capacidad de adaptarse a los cambios que su campo laboral requiera (Caraballo, Meléndez e Iglesias, 2019).

La combinación de conocimientos, actitudes, aptitudes y destrezas, tal como lo catalogan Bizarro, Sucari y Quispe-Coaquirá (2019), está contenida en las competencias. De modo que, un modelo educativo basado en el desarrollo de competencias da respuesta a las necesidades de la sociedad de la información, preparando a los estudiantes con un enfoque integral, que les permita saber utilizar la información a su favor para adaptarse a los requerimientos del mundo laboral en particular y propiciando el continuo desarrollo de las sociedades en general (Martínez, Medina y Salazar, 2018).

En consonancia con los requerimientos educativos globales, la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) ha establecido un Modelo Pedagógico (2019) que instaura una educación basada en competencias. Con este modelo educativo se busca responder a los desafíos del mundo actual, formando profesionales con una diversidad de competencias que les permitan adaptarse exitosamente a las cambiantes situaciones y contextos laborales con capacidad de responder a las necesidades no solo presentes sino también futuras de la sociedad.

De este modo, la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la UIDE forma a los futuros profesionales de Administración de Empresas, Marketing y Negocios Internacionales con base en el desarrollo competencias. Entre las cuales están las

competencias generales, que deben ser transversales en todo el proceso de enseñanza-aprendizaje: comunicación, ética, identidad cultural, investigación y pensamiento crítico. Adicional a estas, existen las competencias específicas, propias de cada carrera o profesión.

Por tanto, el presente estudio busca identificar las competencias en los profesionales de las carreras de administración, negocios internacionales y marketing; que son mayormente demandadas por parte del sector empresarial ecuatoriano; de este modo, develar la pertinencia de los programas de estudio en repuesta a las necesidades laborales actuales. Esto, con la finalidad de conseguir la mayor congruencia posible entre la academia y el sector empresarial para lograr conjuntamente un desarrollo constante de la sociedad.

Estudios previos sobre las competencias profesionales

Lambretchs y otros (2018) presentaron un estudio sobre las actitudes de los estudiantes hacia la sostenibilidad, con un enfoque específico en los estudiantes de gestión empresarial/marketing. Su análisis se basa en una serie de interpretaciones conceptuales y barreras para el cambio en la educación superior para el desarrollo sostenible, seguido del concepto de competencias de sostenibilidad y las perspectivas de los estudiantes. Se desarrolla un estudio de segmentación con el fin de enmarcar la variedad de disposiciones de los estudiantes sobre las actitudes de sostenibilidad, basado en una encuesta entre 458 estudiantes en administración de empresas/marketing.

Se descubren cuatro segmentos diferentes de estudiantes, de acuerdo con sus actitudes hacia los temas de sustentabilidad: solucionadores moderados de problemas; no creyentes pesimistas; realistas optimistas; e individualistas convencidos. Los resultados del estudio de segmentación revelan que un enfoque único para todos en la adquisición de competencias de sostenibilidad no es factible. Esto requiere una diversidad de enfoques para preparar a los estudiantes para enfrentar la complejidad e incertidumbre de los problemas de sostenibilidad, orientados hacia un aprendizaje más autorregulado y el desarrollo de competencias críticas e interpretativas.

Villafuerte y Benites (2018) presentaron una investigación cuyo objetivo fue identificar aquellas competencias que requieren los profesionales en los campos de Administración y Finanzas para América Latina y el Caribe. Para su desarrollo plantearon una metodología mixta. En el estudio cuantitativo se incluyeron 74 participantes de Ecuador. El cuestionario estuvo basado en escala de Likert para la autovaloración del perfil profesional y el cuadro de competencias de desarrollo profesional. Los resultados del estudio permiten concluir que se requiere fortalecer competencias relacionadas a la coordinación para la gestión del conocimiento, compromiso con el mejoramiento continuo de la empresa, comunicación, creatividad e innovación, gestión de carga laboral, uso de tecnologías de la información, gestión

ambiental y sostenible, y disponibilidad para obtención de certificaciones internacionales.

Akhmetshin y otros (2019) indican que para desarrollar los programas educativos que se ajusten a los requisitos económicos reales, se debe obtener la retroalimentación que incluya la autoevaluación de los estudiantes de su nivel de pensamiento empresarial basándose en los resultados de la educación superior. Considerando aquello, plantearon una investigación que incluyó 513 estudiantes de cuarto año en las especialidades de “Economía” y “Gestión” de 5 universidades. A través del cuestionario preliminar, los grupos focales se dividieron en dos categorías principales: los estudiantes que ya tienen experiencia práctica y aquellos que no tienen experiencia de actividad profesional.

El objetivo principal del cuestionario fue comparar el nivel de formación de las cualidades necesarias para el pensamiento emprendedor entre los estudiantes con / sin experiencia práctica. Los estudiantes trabajadores son críticos en relación con el programa educativo y el entorno de su universidad como factor formativo del pensamiento emprendedor. En opinión de los participantes, los programas educativos que se utilizan en las universidades donde se realizó la investigación no satisfacen las necesidades de los estudiantes en la formación del pensamiento emprendedor.

Szafrański, Goliński, Graczyk-Kucharska y Spychała (2019) señalan que las empresas logran el éxito en el mercado laboral gracias a la implementación y uso de estrategias adecuadas, pero también gracias a una adecuada gestión de los recursos y relación con el entorno. Destacan al talento humano como el recurso más importante para los empleadores. En su investigación, los autores analizan las formas de apoyo a la academia por parte de las empresas, para obtener empleados con las competencias más adecuadas. Analizan también las formas de cooperación academia-empresa para mejorar la calidad de la educación y aumentar la probabilidad de que los estudiantes se ajusten a las necesidades del mercado laboral actual. Los resultados de la investigación destacan la importancia de las prácticas pre-profesionales para el desarrollo de las competencias adecuadas.

Molina-Sánchez y Hernández (2020) describen el papel que juegan las universidades en las actitudes y valores sociales de los estudiantes de posgrado. Consideran que todo profesional es capaz de poner en marcha una startup o convertirse en un innovador social, siempre que haya crecido en un entorno adecuado, con un paradigma social. Su estudio presenta la primera recolección de datos desde una perspectiva teórica, para considerar cómo el contexto universitario ejerce una gran influencia en el espíritu emprendedor de los estudiantes. Asimismo, señalan que el objetivo de iniciar una empresa o practicar la innovación social se puede medir a partir de las actitudes, normas y percepciones de los estudiantes. Por lo tanto, el control conductual percibido es una variable explicativa esencial para las intenciones emprendedoras e innovadoras de los estudiantes.

Acorde a Butum, Nicolescu, Stan y Gaitanaru (2020); la internacionalización de la educación superior (ES) tiene implicaciones directas en la adaptación de los planes de estudio y en el desarrollo de competencias para los graduados en el mercado laboral. Señalan que, en los últimos años, universidades e investigadores han realizado estudios con el fin de identificar las competencias que necesitan sus egresados para ser competitivos en el mercado. La literatura reconoce un conjunto de competencias generales y necesarias para los graduados. Así mismo, los estudios han demostrado que los graduados con mayores competencias pueden trabajar en una variedad de contextos culturales. Por esta razón, para las universidades es de interés identificar cuáles son las competencias que necesitan sus estudiantes.

En la investigación propuesta por Butum y otros (2020) se presenta un análisis de la demanda de los estudiantes de competencias en los campos de la economía y las ciencias sociales. Para ello, se seleccionaron 140 estudiantes de la Facultad de Economía y Negocios Internacionales de la Universidad de Estudios Económicos de Bucarest y 170 estudiantes de Comunicación y Relaciones Públicas, y se administró una encuesta en línea sobre las competencias que los estudiantes creen que son valiosas para su futuro, lugar de trabajo y en el proceso de contratación.

Barragan, Gonzalez y Ortiz (2020) mencionan que el dinamismo del mercado laboral exige el desarrollo de competencias profesionales que impulsen el desarrollo empresarial, lo que implica una constante revisión de dichas competencias. Para esto, desarrollaron una investigación en los estudiantes de ingeniería comercial de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Procedieron a la integración de competencias gerenciales, técnicas, humanas y conceptuales. Plantearon una investigación descriptiva y aplicaron un cuestionario estructurado con escala de Likert. Los resultados permiten concluir que se requiere profundizar en el desarrollo de competencias relacionadas a la visión estratégica, perspectiva sistémica, emprendimiento, liderazgo, sistemas, trabajo en equipo, innovación y toma decisiones.

Corrales, Lombana-Coy y Rey-Paba (2021) presentaron una investigación que analiza el desarrollo de competencias genéricas, a través de la integración de una serie de actividades en el aula en un curso de negocios internacionales. Se aplicó y analizó una encuesta previa y posterior mediante una prueba de Wilcoxon no paramétrica para identificar cambios en las percepciones de los estudiantes sobre el desarrollo de sus competencias genéricas. Los resultados mostraron el desarrollo de todas las competencias incluidas en la encuesta. La efectividad intercultural fue el factor que mostró la mejora estadísticamente más significativa; mientras que, la voluntad de aprender y adaptarse a otras culturas, la apertura a otras culturas y la conciencia de la diversidad se desarrollaron en menor medida.

Además, las dimensiones de actitud y conocimiento mostraron una mejora, mientras que las habilidades mostraron sólo un ligero cambio. Por lo tanto, el aprendizaje en negocios internacionales se puede mejorar mediante la inclusión de actividades

internacionales e interculturales bien planificadas, para promover no solo el conocimiento relacionado con la disciplina, sino también el desarrollo de competencias globales sin depender de la movilidad de los estudiantes.

Procedimientos y hallazgos

Esta investigación constituye un estudio cuantitativo descriptivo/transversal con diseño no experimental. La población de estudio está constituida por las empresas o empleadores de profesionales en administración, negocios internacionales y/o marketing en las ciudades de Guayaquil, Quito y Loja, Ecuador.

La muestra está constituida por 54 empleadores distribuidos en tres grupos: empleadores de profesionales en administración, empleadores de profesionales en negocios internacionales y empleadores de profesionales en marketing. La técnica de muestreo seleccionada es no probabilística y corresponde al muestreo por conveniencia. Los empleadores seleccionados corresponden a aquellos que mantienen convenios con la Universidad Internacional del Ecuador y aquellos que en la actualidad emplean a exalumnos de la mencionada institución. La información se recolectó a través de la plataforma SurveyMonkey.

Como instrumento de medición se utilizó un cuestionario con 35 competencias basadas en el Proyecto Tuning, las cuales se presentaron como afirmaciones de habilidades que un graduado debería poseer. Cada competencia se evaluaba en relación a una escala de Likert de 5 dimensiones. Los tres grupos de empleadores recibieron un cuestionario que contenía las mismas competencias, pero se les pidió evaluar esas competencias para un profesional en administración, negocios internacionales o marketing, según el grupo al que correspondían.

Para el tratamiento de los datos se obtuvieron los puntajes promedio de las evaluaciones por competencias, a través de un promedio simple y se ordenaron para observar semejanzas y diferencias entre la demanda de competencias para cada una de las profesiones analizadas en la investigación.

Una vez obtenidas las respuestas de los empleadores en las diferentes carreras administrativas se realizó un promedio para conocer aquellas más demandadas. Los resultados se presentan por carrera y posteriormente se realiza un análisis general de los mismos.



Figura 1: 5 competencias más y menos demandadas en profesionales de Administración.

La figura 1 presenta las cinco competencias más demandas para los profesionales de Administración en color azul, obteniendo los mayores promedios sobre 5. Éstas corresponden a: 1) ser ético y tener conciencia social; 2) Comunicarse efectivamente de manera oral y escrita; 3) Trabajar de manera autónoma e integrarse en equipos diversos; 4) Consolidar su liderazgo a través del trabajo colaborativo y en equipo; y, 5) Reconocer, plantear, y resolver problemas. Como se puede observar en la figura, todas estas competencias obtuvieron un promedio superior a 4,5 en escala a 5.

Dentro de las cinco competencias expuestas en el párrafo anterior, dos hacen referencia a la importancia del trabajo en equipo y la capacidad de integrarse a ellos; permitiendo concluir en la importancia que ven los empleadores en la habilidad que tengan los profesionales en administración para liderar o trabajar en equipos.

Por otra parte, es pertinente analizar cuáles son las competencias que los empleadores catalogaron como menos importantes en las respuestas entregadas, las cuales se evidencian en la figura 1 en color rojo. Las cinco competencias menos demandadas en los profesionales de administración son: 1) Ser creativo(a) e innovador(a) para el diseño de campañas comunicacionales y publicitarias; 2) Diseñar, supervisar y evaluar planes de marketing; 3) Diseñar productos y servicios acorde a las necesidades de los consumidores; 4) Conocer y aplicar conceptos de e-business y marketing digital; y, 5) Gestionar aspectos estratégicos de operaciones de comercio exterior.

Resulta interesante resaltar que la competencia con un promedio más bajo fue la relacionada a la creatividad e innovación en el diseño de campañas comunicacionales y publicitarias con 3.76 de 5. Este puntaje, a pesar de ser el más bajo de las competencias evaluadas, sigue siendo alto; esto podría deberse a que se espera que los profesionales en la rama de la administración desarrollen una gran cantidad de competencias que les permitan tener un espectro de acción mucho más extenso dentro de su profesión.



Figura 2: 5 Competencias más y menos demandadas en profesionales de Negocios Internacionales

Por otra parte, la figura 2 presenta las competencias que los empleadores han señalado como más requeridas en los profesionales de Negocios Internacionales en color azul. Éstas son: 1) Ser ético y tener conciencia social; 2) Consolidar su liderazgo a través del trabajo colaborativo y en equipo; 3) Diseñar y gestionar procesos productivos, comerciales y de servicios; 4) Reconocer, plantear y resolver problemas; y, 5) Comunicarse eficientemente de manera oral y escrita.

Acorde a la información presentada en la figura 2 en color rojo, las competencias menos demandadas para profesionales en las áreas de negocios internacionales son: 1) Tomar decisiones bajo esquemas de incertidumbre; 2) Diseñar, supervisar y evaluar planes de Marketing; 3) Comunicarse de forma persuasiva y funcional a través de campañas publicitarias dirigidas al mercado objetivo; 4) Comprender los conceptos de información financiera y contable de una empresa; y, 5) Analizar y comprender las teorías de comercio internacional, globalización, sistemas de comercio; sus instituciones mecanismos y prácticas. Siendo esta última, uno de los resultados que más interrogantes planteó.

Finalmente, el estudio presenta los hallazgos al respecto de los profesionales de marketing. La figura 3 presenta las cinco competencias mayormente demandadas para la mencionada carrera en color azul.



Figura 3: 5 Competencias más y menos demandadas en los profesionales de Marketing

Como se presenta en la figura 3: Las competencias mayormente demandadas para profesionales en marketing son: 1) Diseñar y gestionar procesos productivos, comerciales y de servicios; 2) Ser ético y tener conciencia social; 3) Utilizar aplicaciones informáticas para estudiar tendencias del mercado; 4) Reconocer, plantear y resolver problemas; y, 5) Conocer y aplicar conceptos del e-business y marketing digital. Resulta interesante mencionar que el porcentaje obtenido en estas cinco competencias es de 4,22 sobre 5.

En las competencias más demandadas, tres hacen referencia a competencias específicas de la carrera de Marketing y dos a competencias generales. Es pertinente también, mencionar que, de las tres competencias específicas, dos se relacionan a conocimientos en los que se implementan tecnologías al servicio del marketing, lo que implica que existe un mayor interés al respecto de los conocimientos que responden a los cambios acelerados de la tecnología que supone una herramienta indispensable en el área del Marketing.

En contraste, en la parte inferior, en color rojo se muestran las 5 competencias menos demandadas por los empleadores encuestados en el ámbito de Marketing. Éstas son: 1) Analizar y comprender las teorías de comercio internacional, globalización, sistemas de comercio; sus instituciones, mecanismos y prácticas; 2) Gestionar aspectos estratégicos de operaciones de comercio exterior; 3) Identificar fuentes de información que permitan la toma de decisiones en negociación internacional; 4) Identificar oportunidades de comercio global; 5) Utilizar métodos cuantitativos para evaluar mercados potenciales de exportación. Tal como se evidencia en los datos expuestos, las competencias menos demandadas para marketing están orientadas a conocimientos relacionados a comercio exterior o negocios internacionales.

Como resumen de la información presentada, se debe destacar que, entre las cinco competencias más demandadas por los empleadores, independientemente de la carrera o especialización del profesional evaluado, se encuentran la ética y conciencia social, la capacidad de reconocer, plantear y resolver problemas. Así mismo, competencias relacionadas a la capacidad de trabajo en equipo, la habilidad para comunicarse, y el diseño de productos y servicios; obtuvieron puntajes elevados y estuvieron en el top 5 de competencias, en al menos dos carreras o especializaciones.

Asimismo, al respecto de las competencias menos demandadas, no se encontraron competencias que sean comunes para las tres carreras analizadas. Sin embargo, se puede mencionar que la gestión de aspectos estratégicos de operaciones de comercio exterior tiene una baja demanda en profesionales de Administración y Marketing. De igual manera, diseñar, supervisar y evaluar planes de marketing; tiene una baja demanda en profesionales de Administración y Negocios Internacionales. Finalmente, analizar y comprender las teorías de comercio internacional, globalización, sistemas de comercio; sus instituciones, mecanismos y prácticas; tiene baja demanda tanto para profesionales de Marketing, como para profesionales de Negocios Internacionales.

Consideraciones finales

Con base en los resultados obtenidos y presentados en la sección anterior, se procede a la exposición de las conclusiones del estudio. El objetivo planteado en la investigación buscaba identificar las competencias en los profesionales de las carreras de administración, negocios internacionales y marketing; que son mayormente demandadas por parte del sector empresarial ecuatoriano. Así mismo, el estudio permitió identificar aquellas competencias que tienen menor valoración para los empleadores.

Las competencias analizadas incluyeron habilidades blandas y habilidades duras, siendo estas últimas las que corresponden a algún conocimiento específico sobre la carrera de estudio. En este sentido, se observó que los empleadores otorgan una mayor valoración a las competencias blandas, dejando a las competencias específicas en un segundo plano.

Los resultados mostraron que competencias relacionadas a la ética, el trabajo en equipo y el pensamiento crítico; estuvieron presentes entre las cinco competencias mayormente valoradas en las tres carreras evaluadas. Esto sugiere que los empleadores prefieren que la formación académica se encargue del desarrollo de valores, formación humana y habilidades sociales; porque, probablemente, el conocimiento específico puede adquirirse a través de capacitaciones en los mismos puestos de trabajo.

Ciertamente, las instituciones de educación superior no pueden dedicarse únicamente a la formación de habilidades blandas, puesto que deben cumplir con la oferta académica que se propuso a los estudiantes inicialmente; no obstante, las conclusiones sugieren

que la metodología de enseñanza para alcanzar los resultados de aprendizaje de cada asignatura en una carrera, incluyan componentes para fomentar el desarrollo de la ética, trabajo en equipo y pensamiento crítico, según lo demanda el mercado laboral.

Referencias

- Akhmetshin, E., Mueller, J., Yumashev, A., Kozachek, A., Prikhodko, A. y Safanova, E. (2019). Acquisition of entrepreneurial skills and competences: Curriculum development and evaluation for higher education. *Journal of Entrepreneurship Education* 22(1). Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/331730517_Acquisition_of_entrepreneurial_skills_and_competences_Curriculum_development_and_evaluation_for_higher_education
- Butum, L., Nicolescu, L., Stan, S. y Gaitanaru, A. (2020). Global competences for higher education graduates. priorities and opportunities for the labour market. *Conference: ICERI 2020 - 13th annual International Conference of Education, Research and Innovation*. Sevilla. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/346036436_Global_competences_for_higher_education_graduates_priorities_and_opportunities_for_the_labour_market
- Caraballo, C., Meléndez, R. e Iglesias, L. (2019). Reflexiones acerca del concepto competencias y aprendizaje por competencias en las instituciones de educación superior y su incidencia en el aprendizaje de las matemáticas. *Opuntia Brava*, 11(1). Recuperado de <http://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/723>
- Corrales, K., Lombana-Coy, J. y Rey-Paba, L. (2021). Fostering Global Competence in International Business Students on a Latin American Campus. *Journal of Teaching in International Business*. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/08975930.2021.1906381>
- Lambrechts, W., Ghijssen, P., Jacques, A., Walravens, H., Van-Liedekerke, L. y Van-Petergem, P. (2018). *Journal of Cleaner Production*, 561 - 570. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652618322923?via%3Dihub>
- Martínez, S., Medina, F. y Salazar, L. (2018). Desarrollo de competencias investigativas en los estudiantes. *Opuntia Brava*, 10(1). Recuperado de <http://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/80>
- Molina-Sánchez, R. y Hernández, P. (2020). Study of Competences Required for Entrepreneurship and Social Innovation: Comparative Case of Different Mexican Universities. En R. Perez-Uribe, D. Ocampo-Guzman, C. Salcedo-Perez, L. Piñeiro-Cortes y M. Ramirez-Salazar, *Handbook of Research on Increasing the Competitiveness of SMEs*, p. 712. Colombia: EAN University.

- Ronquillo, L., Cabrera, C. y Barberán, J. (2019). Competencias profesionales: desafíos en el proceso de formación profesional. *Opuntia Brava*, 11(1). Recuperado de <http://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/653>
- Szafrański, M., Goliński, M., Graczyk-Kucharska, M. y Spychała, M. (2019). Cooperation of Education and Enterprises in Improving Professional Competences - Analysis of Needs. En A. Hamrol, M. Grabowska, D. Maletic, & R. Woll, *Advances in Manufacturing II* (pp. 155-168). Springer, Cham.
- Villafuerte, J. y Benites, R. (2018). Competencias del profesional de la administración y finanzas para una economía basada en el conocimiento. *Revista Educación*, 42(2). Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/27559>