

NECESIDAD Y EXIGENCIAS PARA LA FORMACIÓN EN MARKETING DEL ECONOMISTA

AUTOR: Carlos Augusto Moya Joniaux¹

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: E-mail: carlos.moya@uleam.edu.ec

Fecha de recepción: 2015-02-08

Fecha de aprobación: 2015-03-16

RESUMEN

La economía es una profesión que le exige a la universidad la formación de un profesional capaz de insertarse, adaptarse y promover los cambios necesarios en los contextos económicos y financieros que necesita la sociedad para lograr la sostenibilidad, en torno a las exigencias que determina el Plan Nacional del Buen Vivir en el contexto ecuatoriano. El profesional de economía debe trabajar de forma polivalente en una diversidad de procesos, tales como la generación de proyectos sociales y de inversión, el diseño de políticas económicas, análisis económicos y de mercados, donde un eje articulador es el marketing, el cual integra factores que ayudaran al profesional a tener una visión más integradora de los diversos escenarios, donde este se desempeñe. Relacionado con estos argumentos, en el presente trabajo se persigue como objetivo, valorar la necesidad de formación en marketing en el profesional de Economía, como aspecto que distingue su pertinencia en el contexto laboral a escala local, regional, nacional e internacional.

PALABRAS CLAVE: Formación; competencias; marketing; economista; contextos laborales.

NEED AND REQUIREMENTS FOR TRAINING THE ECONOMIST IN MARKETING

ABSTRACT

Economics is a profession that requires college training professionals capable of inserting, adapt and promote the necessary changes in the economic and financial contexts that society needs for achieving sustainability, about the demands that determine the radius plan the good life in national economic context. Professional economy so versatile to work with a variety of processes such as the generation of social investment projects and the design of economic policy, economic and market analysis, where the

¹ Docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador. Cursa estudios de doctorado en Ciencias Pedagógicas en el Centro de Estudios sobre Ciencias de la Educación Superior de la Universidad de Holguín, Oscar Lucero Moya, Cuba.

articulating arm is marketing, which integrates factors to help the practitioner to have a more comprehensive view of the various scenarios where this is play. Related to these arguments, this paper pursues the objective, to assess the need for training in marketing in the professional economics as an aspect that distinguishes its relevance to labor, local, regional, national and international context.

KEYWORDS: Training; skills; marketing; economist; work contexts.

INTRODUCCIÓN

La economía es una ciencia compleja, donde las personas compran, venden, negocian, invierten y convencen, para esto es necesario contar con herramientas y estrategias que sean insertadas por profesionales con amplia visión profesional, de sólidos conocimientos económicos y mercadológicos, exigidos en cualquier profesional para poder competir e innovar, con la capacidad de vencer las barreras para la entrada en ámbitos económicos, financieros, bursátiles y comerciales.

En relación se considera que desde el proceso de Bolonia (1999) se ha supuesto un cambio en el pensamiento universitario global, mismo que repercute de forma directa con la formación del economista, el que debe lograr fomentar el desarrollo de competencias profesionales en los estudiantes. La formación de estas, expresan habilidades, conocimientos y cualidades que le permitirá profundizar en el análisis, diseño, control y evaluación de las decisiones laborales, en entornos empresariales, relacionado con procesos de dirección de operaciones, comercialización, de tipo financieros y mercadológicos.

En esta realidad se enmarca la necesidad de asociar el marketing en la formación del economista, como un eje, que garantiza el acercamiento de los estudiantes al estudio de mercados, donde pueden adquirir habilidades y destrezas, encaminadas a lograr una inserción, reinserción y actualización laboral, cuyo objetivo principal será aumentar y adecuar los saberes que deben aprender, a las actuales y futuras exigencias en la formación a lo largo de la vida.

DESARROLLO

La economía y sus exigencias en la formación del profesional.

La ciencia económica es una compleja actividad, en la que las personas que la realizan deben tener un enfoque amplio y holístico, esto implica observar fenómenos económicos, mercadológicos, recabar información estadísticas, asociada a los recursos humanos y los procesos productivos, para proponer soluciones que mejoren el buen vivir de las personas que se desempeñan en las diversas organizaciones.

A la luz de la dinámica de este contexto, las razones mercantiles son fundamentales en las sociedades contemporáneas, sus ciudadanos toman decisiones económicas, ya sea como consumidores, empleadores, empleados, contribuyentes, usuarios, beneficiarios de prestaciones sociales, o como demandantes de servicios bancarios y financieros, exigencia que demanda una formación económica.

Cuanto mayor sea la formación económica, en particular, los ofertantes estarán en mayores condiciones de afrontar situaciones de cambio e incertidumbre en un contexto de creciente globalización, por ello se debería reconocer a la formación del economista como uno de los factores institucionales universitarios con mayor capacidad para promover la competitividad y el avance económico.

En Latinoamérica y en Ecuador particularmente, la formación del profesional de economía existe un predominio a la teoría de una sociedad armoniosa como la del enfoque neoclásico, apoyada mayormente por la utilización de textos asociados a esta escuela, y a los entornos de países desarrollados, como por ejemplo los Estados Unidos.

Costa, Langer, & Rodriguez (2003) expresan que varios autores, epígonos de la escuela clásica, tales como Jean Baptiste Say (1767-1832) Robert Malthus (1766 -1834) y James Mill (1766 -1834), sostienen que las relaciones económicas entre los hombres se originan en el proceso de cambio y no en la producción. La elaboración más acabada de esta ciencia llamada "economía" estará a cargo de a Karl Menger, William Stanley Jevons y León Walras, en Samuelson P. (2011). El problema central, paso a ser el de satisfacer las necesidades humanas en la mayor medida posible con el mínimo de esfuerzo, procurando el máximo de lo deseable con el mínimo de lo indeseable.

En la época actual la carrera de Economía debe garantizar una formación competente de sus estudiantes, donde el aprendizaje de conocimientos, habilidades, capacidades, valores y cualidades, deben ser integrados y expresados a través de su desempeño profesional, con evidencias en las actividades, funciones y procesos.

Relacionado con los criterios anteriormente descritos, la Pontificia Universidad del Ecuador (PUCE) ha identificado que la formación del Economista, debe asociarse con el desarrollo económico, social, político y cultural a nivel local, nacional e internacional, entre los cuales los conocimientos de este profesional deberán abordar:

1. La atención de las necesidades vitales de la sociedad:
 - a) Alimentación y nutrición.
 - b) Salud y saneamiento ambiental.

- c) Educación y desarrollo cultural.
 - d) Vivienda y Vestuario.
 - e) Servicios básicos.
2. El desarrollo macroeconómico y sectorial de la producción.
 3. El estudio de las condiciones para el normal desarrollo de la empresa privada
 4. La gestión y desarrollo del sector financiero.
 5. Los procesos sociales de distribución del ingreso y la riqueza.
 6. Los procesos de circulación de los bienes y servicios en los mercados locales, nacionales e internacionales.
 7. Los procesos de circulación financiera local, nacional e internacional.
 8. Los procesos de consumo como medio de satisfacción de las necesidades humanas.
 9. Los procesos de inversión y acumulación como medio de ampliar la producción social.
 10. El servicio público dentro de las funciones económicas y sociales del Estado, de las empresas del Estado y en general de las empresas sin fines de lucro.
 11. El manejo de las políticas públicas:
 - a) Políticas de planificación local, regional, sectorial y nacional.
 - b) Políticas económicas: macroeconómicas, sectoriales y de la empresa pública.
 - c) Políticas sociales
 - d) Políticas asistenciales
 - e) Políticas de control económico y social: contraloría, superintendencias y otros organismos macroeconómicos del Estado.
 12. El ámbito de la consultoría dentro de las problemáticas del desarrollo.
 13. El ámbito académico.

Un análisis integral de estos criterios integradores, debelan que este profesional debe atender en su actividad cotidiana, la satisfacción de necesidades, los procesos de circulación de los bienes y servicios en los mercados locales, nacionales e internacionales, y los procesos de consumo como medio de satisfacción de las necesidades humanas. En este entorno

de valoración, los contenidos básicos de marketing deben estar ubicados en las mallas curriculares, como un eje curricular que direcciona la formación en economía, al reforzar con su contenido el desarrollo de competencias mercadológicas.

En este contexto de análisis, Samuelson P. (2011) sostiene que la satisfacción de necesidades materiales (alimento, vestido o vivienda) y no materiales (educación, ocio, etc.) de una sociedad, obliga a sus miembros a llevar a cabo algunas actividades productivas, mediante actividades propias de sus habilidades y destrezas adquiridas en su formación, obligando a los entes económicos a preocuparse por la forma en la que se administran los recursos escasos, y como distribuirlos para su consumo entre los miembros de la sociedad.

Los actores económicos deberán tener dominio de los principios de capacidad cognoscitiva, de destrezas y habilidades, con amplios conocimientos en manejo de recursos, con aptitudes que den respuestas a la exigencias de los mercados, para analizar sus fortalezas y debilidades, en virtud de responder a una educación basada en competencias y de pertinencia social, respondiendo así, a las expectativas y necesidades de los pueblos. Se constituye así, este elemento en una exigencia y reto para para cada una de las universidades.

En Ecuador, la propia Constitución de la República (2008), establece que el sistema de educación superior estará articulado al Plan Nacional de Desarrollo o Plan Nacional del Buen Vivir donde se sostiene que ciertos sectores deberán cumplir con características generales para consolidar la soberanía económica, con factores secundarios y terciarios de producción, para generar valor en productos y servicios, en desarrollar infraestructura y capacidades estratégicas para los diversos sectores (tales como conocimientos y destrezas), con el empleo de mano de obra calificada.

Dominar entonces, el marco jurídico, con normas que regulan el mercado del país, es una arista que debe ser trabajada en la carrera de Economía, de forma tal que se garantice que este profesional, este apto para influir sobre nuevos clientes, desde la confianza que se otorga a la empresa y a los consumidores. Se necesita que propicie una articulación de planes de mercados que vaya acorde con los nuevos desafíos locales y globales, Es por eso que es preponderante que el perfil de Economista posibilite tratar conocimiento relacionados a los mercados, y de la función de este en la sociedad. De igual manera debe buscar adecuaciones a todo el sistema económico, social y cultural que le exige su uso apropiadamente, y que a través del conocimiento del marketing, se logrará un Economista apto y competente para enfrentar los desafíos económicos y mercadológicos, dentro de las dinámicas de la sociedad.

El profesional de economía en Ecuador, no siempre ha tenido un reconocimiento social, que lo coloque en una de las profesiones de referencia en el mercado laboral. De esta forma la demanda laboral en puestos públicos específicos no siempre satisface la oferta de economistas, y en la empresa privada, en muchos de los casos el economista es el gran ausente, posiblemente porque la formación del mismo, estuvo basada en paradigmas arraigados que fomentaban una mentalidad conservadora y poco creativa.

Para Melgar J. (1998) el profesional que se forma en las aulas universitarias fue a la usanza del siglo pasado con mentalidad conservadora y poco creativa, era más importante la filosofía aplicada de sus conceptos ideológicos, que ser portado de nuevas formas teóricas y prácticas y conceptos económicos aplicados a la realidad, el aporte de los economistas se limitó al rechazo, a la crítica, al señalamientos de diferentes políticas, sin aporte a nuevas soluciones.

Así mismo Melgar J. (1999) aseveró, que el plan de formación del economista debía someterse a los cambios del contexto, en la que los entornos de globalización, modernidad, mercadeo y liberación comercial, entre otros aspectos, son básicos en las personas que estudian economía.

Ante estas concepciones y apreciaciones, las afectaciones que el entorno global de desempeño del economista, acarrea, más las nuevas exigencias laborales y de continuo cambio que se suceden en la modernidad, se exige que este profesional, deba profundizar su rol protagónico en la economía de una manera más participativa, (ideática) y comunicacional. Esto debe reflejarse a través del desempeño armonioso y generativo en los contextos donde el economista se desenvuelve, requiriendo el cambio de la formación, para mejorar su desempeño.

Esto hace necesario que se asuma un proceso de formación integrador, teniendo como base el enfoque de competencia profesional, desde una perspectiva de desarrollo humano con significación profesional.

Lo integrador se basa en considerar el proceso de formación profesional, como sistema total, donde se asume la relación entre las diversas asignaturas del currículo de la carrera de economía, para integrar los conocimientos y saberes que debe aprender el futuro profesional, los que deben articularse considerando su nivel jerárquico a través de la sistematicidad y profundidad en su tratamiento.

Es por eso que atendiendo a las necesidades del país, se deberá hacer constar la asignatura de marketing que en su afán integrador con las ciencias Económicas, desarrollará habilidades y destrezas en el manejo de mercados nacionales e internacionales y de los diversos factores que los integran, tales como: planeación, precio, promoción, publicidad, distribución, ventas, *merchandising*, fidelización de clientes, *ecommerce*, y manejo de las nuevas

tecnologías mundiales de comunicación a través de redes sociales. Se logra así aumentar la productividad real, la diversificación productiva y la transformación de bienes y servicios con un componente generador de valor, que dará amplios conocimientos para mejorar el comportamiento del futuro economista.

Es por eso que en el Ecuador, el Plan Nacional para el Buen Vivir (2013-2017) está concebido para fortalecer la cohesión social, los valores comunitarios y la participación activa de los individuos y colectividades. Se fundamenta en la equidad con respeto a la diversidad. No se trata de volver a un pasado idealizado, sino de encarar los problemas de las sociedades contemporáneas y hace constar ciertas políticas y lineamientos para mejorar la matriz productiva de la economía, es decir, pasar del sector primario al terciario, a través de la transformación y generación de valor para bienes, productos y servicios.

Estas políticas públicas merecen un tratamiento especial, por parte de la universidad ecuatoriana, refrendado en el artículo 350 de la Constitución de la República, el cual expresa "que el sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional; la innovación, promoción y desarrollo; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo".

Acorde con estas políticas públicas, las universidades y la carrera de economía deberán fijar estrategias académicas, para obtener un nivel óptimo de profesionalización y asumir con eficacia los retos del nuevo siglo, por lo que las propuestas estarán enfocadas en la formación de un economista competente, capas de:

- Expresar una formación integral, con actuación científica, información actualizada, preparado para el uso de recursos tecnológicos, incorporando lo ético y lo práctico en su personalidad, cómo rasgos esenciales de su profesionalidad.
- Alcanzar un desarrollo profesional, para asumir las dinámicas de la competitividad.
- Una formación crítica, que le permita la utilización de instrumentos teóricos y metodológicos, con una visión holística y científica.
- Actuar con pensamiento propositivo, capaz de visualizar los problemas, las consecuencias, los obstáculos, con una visión y sentido investigativo, buscando superar las barreras encontradas en los contextos de trabajo.
- Ser portador de un sistema de valores que contribuyan a oponerse a lo inhumano, privilegiando lo humano sobre el capital, a ser integro, operativizar sus gestiones, sin codificar a las personas, por sus creencias o estatus social.

- Impulsar el desarrollo sostenible por medio de aportaciones, análisis coherentes, sistemáticos y oportunos, con responsabilidad profesional.
- Utilizar los recursos técnicos, científicos y tecnológicos, como instrumentos indispensables para responder a las exigencias de los escenarios laborales y sociales.
- Manifestar una ética basada en su integridad, con códigos conductuales equilibrados y un amplio sentido de la honradez y responsabilidad.

Al hacer un análisis integral de los criterios antes expuestos, se considera que la formación del estudiante de economía, deberá orientarse a la integración de potencialidades educativas, que sean desarrolladoras del pensamiento crítico e innovador. Esto posibilita garantizar que el mismo se pueda desempeñar en el ámbito económico de forma competente, para lo cual se necesita un entendimiento en torno a la economía como ciencia. En tal sentido Samuelson A. y Nordhaus W. (2010) definen a la economía como el estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los distintos individuos. Una sociedad de escasos es aquella en que los bienes son limitados en relación con los deseos de los consumidores.

Estudiar y formarse para esta profesión, implica entender que las necesidades son ilimitadas y los recursos escasos, la economía se preocupa básicamente en administrar los recursos escasos con la finalidad de producir los bienes necesarios, así como también para distribuirlos para su consumo y proporcionar así el bienestar material de la sociedad.

Es por ello que al profesional en economía, necesita entendimiento de que para llevar a cabo un proceso de producción, distribución – cambio – consumo, la economía se debate concretamente en tres preguntas básicas que deben tener una respuesta inmediata: el qué, el cómo y para quién producir. Lo que pretende la economía de acuerdo a Mochón F. (2004) es ofrecer un método para ordenar y establecer las prioridades al momento de tomar decisiones sobre las necesidades individuales o colectivas que se desean satisfacer.

Ante esta realidad, es importante que un economista entienda que una economía debe hacer el mejor uso de los recursos limitados. Esto lleva al concepto fundamental de eficiencia, entendiéndolo como el uso eficaz de los recursos, donde la sociedad satisface sus necesidades y deseos lo cual exige que produzca la combinación más elevada de cantidad y calidad de productos y servicios, dada su tecnología y los escasos recursos.

De esta manera el objeto de trabajo del profesional de economía, revela que este, se desenvuelve en el contexto económico – financiero y su ambiente político y sociocultural, de manera que con su trabajo contribuya al desarrollo

equilibrado y sostenido de la sociedad en su conjunto, en un marco de aprovechamiento racional y sustentable de los recursos disponibles, en una interacción local, regional, nacional e internacional.

Dentro del campo de acción del profesional de economía, este deberá estar en capacidad para contribuir con su desempeño al desarrollo económico y social del país, mediante:

- El análisis de la situación económica nacional e internacional y recomendar la aplicación de políticas económicas.
- Formular planes de desarrollo.
- Dirigir y/o asesorar empresas tanto del sector público como del privado.
- Generar proyectos de inversión de índole privado y social.
- Realizar investigaciones económicas
- Asumir el liderazgo en la toma de decisiones económico – financieras en los distintos sectores de la economía local, regional y nacional.
- Organizar, dirigir y evaluar su propia empresa.

El Economista deberá ser un profesional preparado para desempeñarse en una diversidad de funciones, en las esferas de actuación siguientes:

- El sector público, privado, organismos no gubernamentales y/o multilaterales de desarrollo.
- Empresas e Instituciones Financieras y Bursátiles.
- Empresas e instituciones de los sectores primarios, secundarios y de servicios de la economía.
- Organizaciones no Gubernamentales de Desarrollo.
- Empresas e instituciones de servicios académicos, de investigación y de consultoría.
- Empresas o instituciones propias.

De igual manera, la diversidad de funciones y actividades se relacionan con procesos básicos que caracterizan su desempeño en la profesión. Estos son aquellos que caracterizan la esencia de la economía, los que a través de su lógica expresan las etapas, fases y acciones que realizan los profesionales al cumplir actividades inherentes a funciones claves en los contextos laborales de desempeño.

Los procesos básicos de la profesión se caracterizan por:

- Son inherentes a cada profesión.

- Tienen una significación especial a partir de los problemas y situaciones más frecuentes en la profesión.
- Se constituyen en vías que hacen posible el desempeño exitoso de los profesionales.
- Son una premisa formativa en el contexto universitario para favorecer los niveles de desempeño e idoneidad en los egresados universitarios.
- Se perfeccionan en la misma medida que los profesionales en ejercicio e investigadores, se desempeñan e innovan.
- Se constituyen en una guía para cada carrera desde la perspectiva de que exista congruencia entre lo que se enseña en el contexto universitario y lo que se hace en el mundo laboral-profesional.
- Tienen carácter mutable, porque se pueden fusionar, a partir de su contextualización en escenarios de la profesión y a los avances en el campo científico, técnico o tecnológico.

Los procesos básicos que deben distinguir el desempeño del profesional de economía, y que a la vez direccionan la formación del profesional, son:

- Generar proyectos sociales y de inversión en el sector público y privado
- Diseñar, aplica y evalúa políticas económicas
- Realizar análisis en el área económica y financiera
- Gerenciar el área económica - financiera en el sector público y privado
- Desarrollar consultoría y asesoría económica y financiera en el sector público y privado
- Investigar la realidad y dinámica económica nacional e internacional.

De aquí la propuesta de asociar al marketing en la formación del economista al contribuir el estudio de mercados, generadora de habilidades y destrezas, la cual debe estar presente en el profesional de economía, ya que integra los procesos de consumo como medios de satisfacción de necesidades y que encamina al profesional a la inserción, reinserción y actualización laboral, de esta forma el objetivo principal será aumentar y adecuar el conocimiento y habilidades de los actuales y futuros trabajadores a lo largo de la vida, y cuya finalidad será; la comprensión del entorno y la construcción de conocimientos propicios para la integración a la disciplina profesional.

El marketing se relaciona, visto desde la perspectiva de satisfacción de necesidades, que tributa a la planeación estratégica que tiene el individuo o

la organización, con planes de satisfacción, en el momento oportuno y al precio justo, entre otras características y atributos. En una revisión de las definiciones nos permite reunir los conceptos elementales de esta disciplina.

Kotler P. (2006) indica que el marketing consiste en identificar las necesidades de la personas y de las sociedad, también sostiene que es aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades, carencias y deseos a través de procesos de intercambio

Según Drucker P. (s/f) el Marketing es, designar los esfuerzos sistemáticos realizados por la empresa en forma ordenada y de acuerdo a un plan, a fin de buscar, promover y servir mercados para sus productos.

Stanton W. (2001) lo define como, sistema integral de actividades de negocios diseñados para planear, fijar precios, promover y distribuir algo de valor: bienes y servicios que satisfagan necesidades para el beneficio del mercado y de los consumidores domésticos o usuarios industriales actuales o potenciales.

Según Kotler P. (2006) quien cita a Pride-Ferrec (2004) sostiene que consiste en actividades, tanto de individuos como de organizaciones, encaminadas a facilitar y estimular intercambios dentro de un grupo de fuerzas dinámicas.

De acuerdo a estas definiciones es posible identificar algunas características comunes:

- El marketing envuelve a un conjunto de actividades entre ellas el mix comercial y la administración de marketing, en apego a ópticas micro y macro económicas.
- El marketing y la economía la desarrollan tanto personas como organizaciones.
- El marketing y la economía facilita y desarrolla el intercambio de bienes y servicios con un reparto equitativo.
- El medio ambiente en que se desenvuelve el marketing y la economía es dinámico, es decir, se encuentra bajo presión y cambio continuo.

Luego de valorar el criterio de estos autores, se infiere que el marketing es un conjunto de actividades destinadas a determinar y satisfacer las necesidades del consumidor, con el fin de contribuir al logro de los objetivos establecidos por las organizaciones. El conjunto de actividades está referido a las diversas estrategias, técnicas y políticas aplicadas y desarrolladas por el Marketing, en su proceso integrado con las Ciencias Económicas.

Se precisa entonces, lograr que el profesional de economía se le debe formar para desarrollar competencias profesionales que se transfieran a los contextos laborales, donde estos puedan dar un valor agregado con su

trabajo a la organización, capaz de lograr un efecto competitivo, al vincular la teoría económica con la práctica financiera y de los mercados.

De esta forma el profesional estará formado para actuar en un mundo complejo y dinámico, donde los que demuestren idoneidad se inserten con mayor facilidad a un puesto laboral, para lo cual se precisa que se desarrolle la competencia para identificar y analizar necesidades de mercados para la toma de decisiones en el sector público y privado, utilizando herramientas de marketing, que posibiliten la inserción y posicionamiento en diversos contextos económicos y sociales.

CONCLUSIONES

La formación en marketing, es una necesidad que la carrera de Economía debe atender de forma sistemática para lograr que los profesionales al insertarse en los contextos sociales y laborales, estén preparados para identificar oportunidades de mercado que tengan potencialidades para ser producidos o mejorados a escala local o nacional.

De esta forma se valora como esencial trabajar la competencia mercadológica en el estudiante de Economía, como un proceso necesario para lograr un desempeño eficiente en el campo laboral, en posicionamiento o mejoramiento de productos.

El conocimiento sobre Marketing en el Economista que se forma, es y será una exigencia que permitirá el desarrollo de actitudes creativas y de innovación, que se pueden aplicar a los mercados, lo que repercute en la correcta inserción de los entornos laborales, sociales y profesionales con una conducta ética y una visión proactiva.

BIBLIOGRAFÍA

- Constitución Política de la República del Ecuador (2008)
- Costa A. / Langer A. Rodríguez J. (2003). Fundamentos de economía. Buenos Aires. Argentina.
- Drucker, P. (s/f). Dirección de marketing. Editorial Cubana.
- Ética y economía(s/f). Pontificia Universidad Javeriana. Pág. 81.
- Mochón F. (2004). Economía, Editorial Mc Graw Hill.
- Philip, K. (2006). Dirección de Marketing. Editorial Pearson
- Plan Nacional del Buen Vivir 2007. Senplades, Ecuador.
- Proceso Bolonia (1999). Declaración conjunta de los Ministros Europeos de Educación.
- Samuelson, P. (2011). Economía 19 ed con aplicaciones a Latinoamérica. Editorial Mc Graw Hill
- Sanz de Santamaría (1998), Alejandro. "Enseñanza de la economía: Aspectos metodológicos y pedagógicos". En: Hacia dónde va la ciencia económica en Colombia. Por Jesús Antonio Bejarano. TM editores, Bogotá. Pág., 103.
- Unesco (1989). Convención sobre la Enseñanza Técnica y Profesional, Paris
- Varela, R. (2009). El proceso de formación del profesional en la educación superior basado en competencias: el desafío de su calidad, en busca de una mayor integralidad de los egresados.
- Vecino, F. (2001). La educación universitaria en Cuba: retos y perspectivas. La Habana: Editorial Félix Varela.
- William, S. (2001). Fundamentos de Marketing. Editorial Mc. Graw Hill.