



REVISTA SABERES APUDEP  
ISSN L 2644-3805

Acceso Abierto. Disponible en:  
[https://revistas.up.ac.pa/index.php/saberres\\_apudep](https://revistas.up.ac.pa/index.php/saberres_apudep)

Volumen 5 Número 1  
Enero-Junio 2022

Recibido: 05/03/21;  
Aceptado: 7/05/21  
pp. 226-242



## LA PRÁCTICA SUPERVISADA EN LA FORMACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE MERCADERO DEL CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE COCLÉ Y LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA DE AGUADULCE, 2019

SUPERVISED PRACTICE IN THE TRAINING OF MARKETING STUDENTS OF THE  
REGIONAL UNIVERSITY CENTER OF COCLÉ AND THE UNIVERSITY EXTENSION  
OF AGUADULCE, 2019

**Ricardo Jesús Pedreschi Caballero**

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Coclé, Facultad de  
Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá.

[ricardo.pedreschi-c@up.ac.pa](mailto:ricardo.pedreschi-c@up.ac.pa) <https://orcid.org/0000-0002-9705-6152>

**Oris Mercedes Nieto Lara**

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Coclé, Facultad de  
Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá.

[oris.nieto@up.ac.pa](mailto:oris.nieto@up.ac.pa) <https://orcid.org/0000-0002-9444-3376>

### RESUMEN

La Práctica Supervisada es un curso dictado en la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas de la Universidad de Panamá que involucra conocimientos teóricos y actividades formativas, que son prácticas externas, realizada por los/as estudiantes de la carrera y supervisadas por profesores del Departamento de Mercadeo de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad. Para esta investigación se realizará un estudio descriptivo para determinar cómo influye la práctica supervisada en la formación de los estudiantes de Mercadeo del Centro Regional

Universitario de Coclé y la Extensión Universitaria de Aguadulce para el periodo 2019. Se incluye a los estudiantes de segundo año del Centro Regional Universitario de Coclé y los de tercer año de la Extensión Universitaria de Aguadulce, con un total de 50 discentes.

**Palabras claves:** *Práctica supervisada, formación, estudiantes, conocimientos, habilidades.*

### **ABSTRACT**

The Supervised Practice is a course given in the Bachelor of Marketing, Promotion and Sales Administration of the University of Panama that involves theoretical knowledge and training activities, which are external practices, carried out by the students of the career and supervised by professors of the Marketing Department of the Faculty of Business Administration and Accounting. For this research, a descriptive study will be carried out to determine how supervised practice influences the training of Marketing students of the Regional University Center of Coclé and the University Extension of Aguadulce for the period 2019. The second-year students of the Center are included Regional University of Coclé and those of third year of the University Extension of Aguadulce, with a total of 50 students.

**Key words:** *Supervised practice, training, students, knowledge, skills.*

## INTRODUCCIÓN

La investigación se desarrolla en la provincia de Coclé con el propósito de conocer cómo influye la práctica supervisada en la formación de los estudiantes de mercadeo del Centro Regional Universitario de Coclé y la Extensión Universitaria de Aguadulce. Se incluye a los estudiantes de segundo año del Centro Regional Universitario de Coclé y los discentes de tercer año de la Extensión Universitaria de Aguadulce, para el periodo 2019, con un total de 50 alumnos. La población por ser la misma muy reducida en número, se requiere aplicar un muestreo probabilístico que, según Hernández, Fernández, & Baptista (2010) la definen como un subgrupo de la población en el que todos los elementos de ésta tienen la misma posibilidad de ser elegidos (pág.176).

Para la realización de este estudio se utilizó la investigación descriptiva el cual es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de una persona sin afectarlo de ninguna manera. Se elaborará un cuestionario con ocho (8) preguntas para conocer cómo influye la práctica supervisada en la formación de los estudiantes de mercadeo del Centro Regional Universitario de Coclé y la Extensión Universitaria de Aguadulce para el periodo 2019.

Para los jóvenes, la competencia en el lugar de trabajo es tan feroz que la experiencia laboral se vuelve crucial. La práctica supervisada es importante para que los estudiantes puedan desarrollar sus habilidades y actitudes hacia un trabajo en particular, mostrar todo lo que llevan aprendido en un salón de clases. Las prácticas te permiten establecer contactos y relaciones con profesionales con las diferentes personas que laboran dentro de esa empresa.

La Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas perteneciente a la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad obtuvo su Acreditación Institucional según la Resolución No. 13 del 8 de octubre de 2012, Consejo Nacional de

Evaluación y Acreditación Universitaria de Panamá, por lo cual esta carrera se abrió por primera vez en el 2015 en el Centro Regional Universitario de Coclé y en la Extensión Universitaria de Aguadulce.

La Práctica Supervisada es un curso dictado en la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas de la Universidad de Panamá que involucra conocimientos teóricos y actividades formativas, que son prácticas externas, realizada por los/as estudiantes de la carrera y supervisadas por profesores del Departamento de Mercadeo de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad.

Este curso ha sido concebida bajo los siguientes objetivos fundamentales en los cuales se dota al estudiante de los conocimientos teóricos/prácticos sobre promoción y ventas, de manera que se le facilite su incorporación a una plaza de empleo en este campo, capacitar al estudiante en las actividades empresariales, con experiencias profesionales prácticas en los ámbitos de promoción y ventas y capacitar al estudiante en los principios éticos y morales, de manera que no incurran en acciones que rayen con estos principios, y se constituyan en un pilar del desarrollo de la organización en la cual laboren (Universidad de Panamá, 2014).

El propósito de la Práctica Supervisada es el de profundizar en los conocimientos, habilidades y destrezas del estudiante en lo relacionado a las promociones y ventas que le permita aplicar los conocimientos en el área donde se desenvolverán al realizar su práctica, así como; orientarlos para que adopten principios y valores de ética y solidaridad como el apego a las leyes de trabajo, lo que hará posible que puedan enfrentar los desafíos de vivir en un mundo cambiante y desarrollar exitosamente su profesión. Lo anterior hace énfasis que la práctica supervisada está integrada por dos componentes principales: la realización de las clases teorías y prácticas dentro del aula de clases y la propiamente práctica de campo en empresas públicas y privadas para desarrollar competencias referidas al conocimiento del área de Mercadeo.

En el entorno laboral en el que vivimos actualmente, debe haber un buen desempeño laboral, porque la empresa necesita profesionales, y estos deben desarrollar de manera efectiva los diferentes procesos necesarios para alcanzar los objetivos de la empresa. Para obtener un buen desempeño laboral, primero debemos considerar varios factores, en primer lugar, la formación académica, porque los conocimientos adquiridos en la universidad son cruciales, otro factor determinante es el desarrollo de habilidades técnicas y habilidades transversales, y estas no son solo aprendidas en la universidad, sino que también existe otro mundo donde son adquiridas, este mundo es el de las prácticas (Ferreyra, 2007).

La Práctica Supervisada poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridas por el estudiante durante un periodo de dos años en el turno diurno y tres años en el turno nocturno. Por lo tanto, consiste en un primer acercamiento al mundo profesional por parte de ellos, en consecuencia, éstas tienen un gran valor de aprendizajes para sus futuras carreras. El objetivo de la práctica es proporcionar al estudiante experiencias que fomenten el desarrollo y la aplicación de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten la competencia en su práctica.

La Práctica Supervisada en la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas, perteneciente a la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad de la Universidad de Panamá, corresponde a una asignatura fundamental del plan de estudio de dicha carrera, en donde el estudiante deberá realizar una práctica en una empresa para optar por el título de Técnico en Promoción y Ventas. La Práctica Supervisada es una actividad académica que pretende fortalecer la formación de los estudiantes como futuros profesionales en una instancia práctica, que implica la articulación y apropiación de conceptos, procedimientos, investigación, sentido crítico, expresión oral y escrita, capacidad de síntesis, trabajo en equipo, compromiso, generando valor agregado a su formación y experiencia de vinculación con el sector comercial.

La Práctica Supervisada, es toda labor creadora y sistemática que el estudiante realice dentro de una empresa (pública o privada), en jornada laboral durante el término

determinado, debidamente supervisada y de acuerdo con una serie de requisitos. En la práctica el estudiante debe realizar todas las actividades que se le han encargado en el área dentro de la empresa donde realiza la práctica. Dichas funciones deberán relacionarse directamente con su área de especialidad. Esta práctica es una actividad de carácter formativo que el estudiante realiza fuera de la Universidad con el propósito de perfeccionar, consolidar las competencias logradas en el aula y obtener experiencia, visualizando una posibilidad de empleo futuro.

Un aspecto importante para considerar es que el estudiante debe tener algunas competencias personales básicas, tales como: entender el ambiente empresarial, responsable por sus acciones, buscar siempre un aprendizaje y mejorar, colaborar con los compañeros de trabajo, contar con iniciativa, pero, sobre todo, es necesario tener una actitud comprometida con la responsabilidad, la honestidad y ética. Durante el periodo de práctica supervisada, el profesor supervisor, efectúa visitas a las empresas, en donde observa el desempeño del estudiante, al igual que las posibles funciones que realizan y registran las diferentes observaciones mencionadas por el encargado de supervisar la práctica en la institución. La información recopilada, al igual que las firmas, tanto del estudiante como del supervisor de la empresa, quedan reflejadas en un formulario diseñado para tal fin y que sirve como evidencia en la realización del proceso.

El objetivo del curso de Práctica Supervisada durante el segundo semestre de segundo año para los estudiantes del turno diurno y primer semestre de tercer año para los del turno nocturno es hacer énfasis en la aplicación del conocimiento básico, destrezas, valores y ética. Dentro de los principales objetivos se encuentran el de proporcionar al estudiante la facilidad de adquirir experiencia profesional, promover la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la carrera en un ambiente real, no hipotético, promover el desarrollo de las empresas con el trabajo de estudiantes practicantes, que generen nuevas ideas, al tiempo que complementan sus estudios mediante la práctica activa de las actividades inherentes a su área de conocimiento y acompañar al estudiante a trasladar sus conocimientos teóricos a un espacio profesional en el que pueda insertarse laboralmente.

El curso es eminentemente Teórico/Práctico, tiene como propósito dotar al egresado de la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas de los conocimientos y herramientas prácticas, como base integral y fundamental de su formación en este campo. El mismo ha sido estructurado para impartirse en cuatro (4) semanas teóricas y ocho (8) semanas prácticas. Los temas teóricos que se presentan en esta asignatura son los contenidos relacionados a la entrevista de ventas, el Merchandising y sus funciones y la aplicación de la mezcla de la promoción.

Los estudiantes podrán realizar la práctica supervisada en una entidad pública o privada, siempre que puedan cumplir con los objetivos de esta opción y perfeccionar las competencias del perfil de su carrera, el estudiante que trabaje podrá realizar la práctica supervisada en la empresa donde labore, siempre y cuando las funciones que realice sean acordes al área de especialidad. El tiempo de la práctica supervisada, tendrá una duración mínima de ocho (8) semanas a tiempo completo o el equivalente a trescientas veinte (320) horas. Para la realización de la Práctica Supervisada el estudiante debe haber cursado y aprobado las siguientes asignaturas del plan de estudio: Marketing II, Administración de Ventas y Técnicas de Negociación de Ventas.

La Práctica Supervisada reúne ciertas similitudes a la Práctica Profesional como opción a Trabajo de Graduación en el cual el reglamento general de práctica profesional, en el Artículo 63, define a esta opción de trabajo de grado como el “conjunto de actividades que realiza el estudiante, en una entidad pública o privada, que le permitan complementar y perfeccionar las capacidades propias del perfil de su carrera”, (Universidad de Panamá, 2015, p.13). El Artículo 64 del mismo documento, plantea que “la práctica profesional, como opción al trabajo de grado, tiene los siguientes objetivos: vincular al estudiante con el entorno en el que desarrollada su actividad profesional; aplicar el conocimiento teórico y práctico a situaciones reales, planteando soluciones a los problemas encontrados e introducir el estudiante al trabajo en equipo con personal que conforma la empresa” (Universidad de Panamá, 2015, p. 13).

Al realizar la práctica supervisada, tanto los estudiantes como las empresas son beneficiadas y se apoyan durante el proceso; ya que ésta se convierte en una herramienta de selección, entrenamiento y conservación de talento a bajo costo para la empresa. Al final de la Práctica Supervisada el estudiante deberá presentar un informe escrito de la bitácora utilizada en su trabajo. Este documento tendrá un formato de presentación similar al de la tesis, pero no requiere ser empastado. Su extensión no excede un máximo de 50 páginas y se entregará en espiral. El informe de la Práctica Supervisada tendrá la siguiente estructuración: portada, índice, introducción, objetivos de la práctica, actividades desarrolladas, resultados, conclusiones, recomendaciones y anexos.

La práctica supervisada suele ser el primer paso para que los estudiantes ingresen al mercado laboral. Se trata de una etapa que combina los problemas típicos del trabajo (la necesidad de alcanzar un cierto nivel de productividad, la obligación de obedecer órdenes de los superiores, etc.) con elementos más relevantes para la formación y el aprendizaje. La práctica supervisada es fundamental para que los estudiantes desarrollen habilidades en el trabajo. Esto le permite aplicar sus conocimientos y aprender más sobre las áreas que decide desarrollar en este caso el área de mercadeo, promoción y ventas.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

El diseño de estudio fue no experimental, cuyas características principales según Sampieri (2014) la definió como el estudio que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. La metodología para utilizar durante el estudio de investigación será de un enfoque mixto, ya que este nos proporciona las herramientas necesarias para la correcta obtención de un banco de datos que posteriormente se pretenderá utilizar para el trabajo estadístico y la obtención de resultados. Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta,

para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (pág. 152).

De acuerdo con lo expuesto, la investigación que utilizaremos es la descriptiva, porque nos permitirá describir la forma como se desarrollará cada una de las actividades inmersas en el proceso que se llevará a cabo en cuanto a la formación de los estudiantes de mercadeo en lo concerniente a la práctica supervisada. Como se indicó, es un estudio descriptivo donde se busca identificar la manera de cómo influye la práctica supervisada en la formación de los estudiantes de mercadeo del Centro Regional Universitario de Coclé y la Extensión Universitaria de Aguadulce para el periodo 2019.

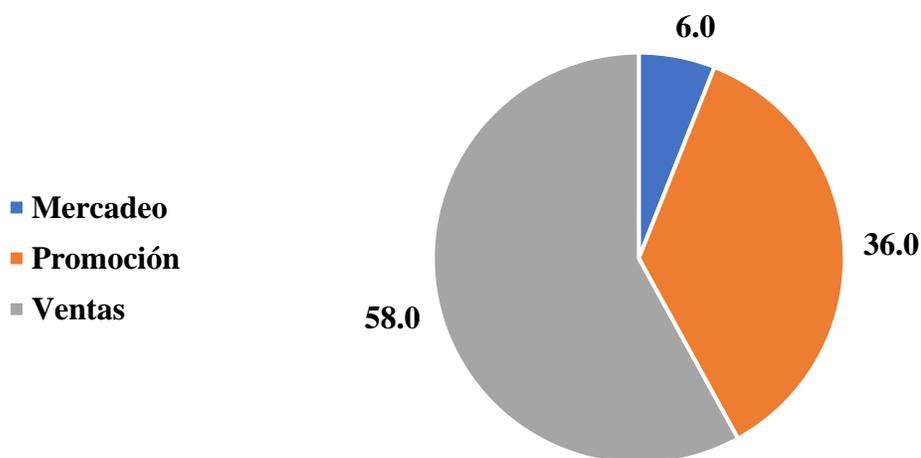
La cobertura del estudio involucra a 50 estudiantes; de los cuales, 27 corresponden a segundo año del Centro Regional Universitario de Coclé y 23 corresponden a tercer año de la Extensión Universitaria de Aguadulce, localizados en la provincia de Coclé. La muestra utilizada fue la totalidad de la población ya que es una cantidad mínima el cual corresponde a 50 discentes. Para la recolección de datos fue utilizada la técnica del cuestionario. Según Arias (2012) la define como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular (pág. 72).

En esta investigación se hará uso del cuestionario el cual se proporcionará preguntas tanto abiertas como cerradas, se aplicará este instrumento a fin de reunir los datos necesarios que permita conocer cómo influye la práctica supervisada en la formación de los estudiantes de mercadeo del Centro Regional Universitario de Coclé y la Extensión Universitaria de Aguadulce para el periodo 2019, esta herramienta se aplicará en un tiempo estipulado de una semana el cual corresponde del 21 al 26 de abril del presente año. El cuestionario se realizará a los estratos mencionados en la población.

## RESULTADOS

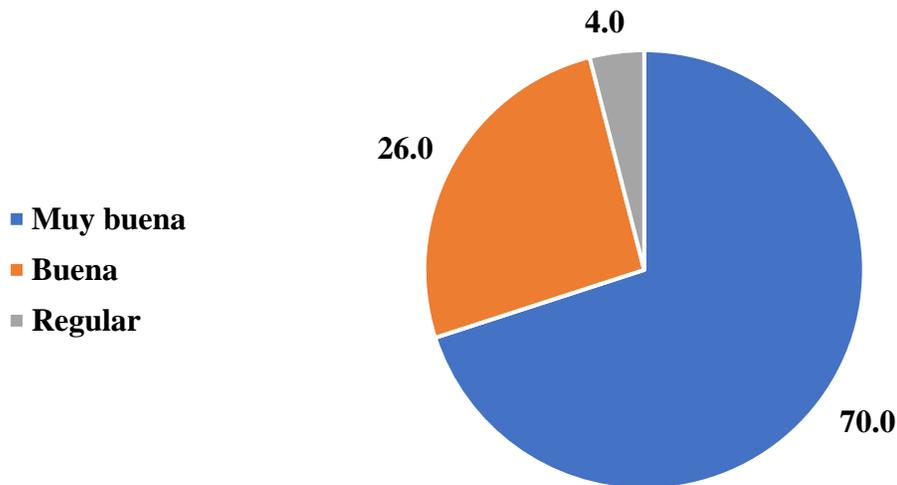
El instrumento de recolección de datos fue probado en un grupo de seis (6) estudiantes, escogidos tres (3) de segundo año del Centro Regional Universitario de Coclé y tres (3) de tercer año de la Extensión Universitaria de Aguadulce, utilizando el método de confiabilidad el cual se aplicó dos veces a la misma persona en un corto periodo de tiempo; además, fue revisado por tres (3) expertos con título de maestría. Posterior a la aplicación del cuestionario, se realizaron los ajustes necesarios. El cuestionario fue aplicado a los estudiantes de Mercadeo de forma virtual. Para la aplicación del cuestionario, se les proporcionó el instrumento de recolección de datos, el mismo mostro los siguientes resultados:

Con relación al cuestionario aplicado a 50 estudiantes de mercadeo del Centro Regional Universitario de Coclé y de la Extensión Universitaria de Aguadulce, se les pregunto cuál fue el departamento o área dentro la empresa en la que realizaron su práctica por lo que el 58% respondió que el departamento de ventas, el 36% opino que en el departamento de promoción y un 6% manifestó que realizaron su práctica en el departamento de mercadeo. En la siguiente grafica se muestra el porcentaje que indica las áreas o departamentos donde los estudiantes realizaron su práctica supervisada.



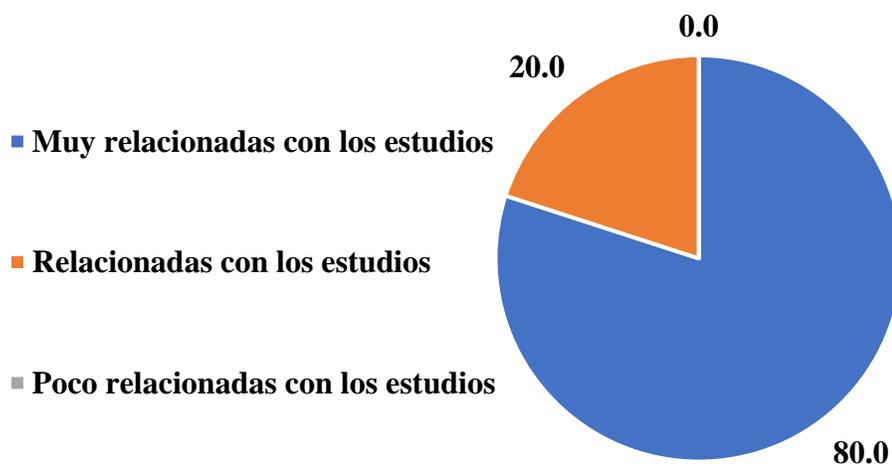
**Figura No. 1:** ¿Cuál ha sido el departamento o área dentro de la empresa en el que has realizado su práctica?

Con relación a la pregunta concerniente de cómo fue la relación laboral que tuvieron dentro de la empresa los estudiantes encuestados respondieron que el 70% tuvieron una relación muy buena dentro de la institución, el 26% contestó que la relación fue buena y un 4% manifestó que la relación con los demás colaboradores fue regular.



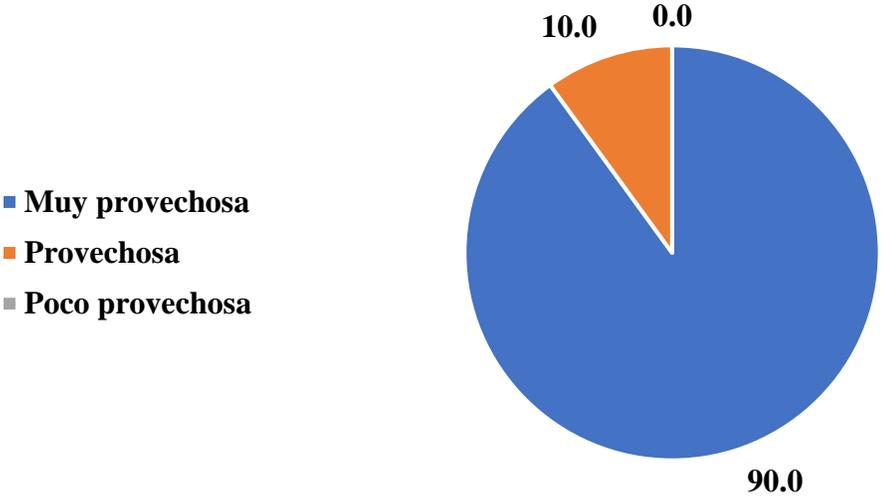
**Figura No. 2:** ¿Cómo ha sido la relación laboral dentro de la empresa?

Referente a la pregunta sobre las actividades realizadas por los estudiantes en la práctica supervisada el 80% respondió que estuvo muy relacionada con los estudios, un 20% considera que la práctica estuvo relacionada con los estudios.



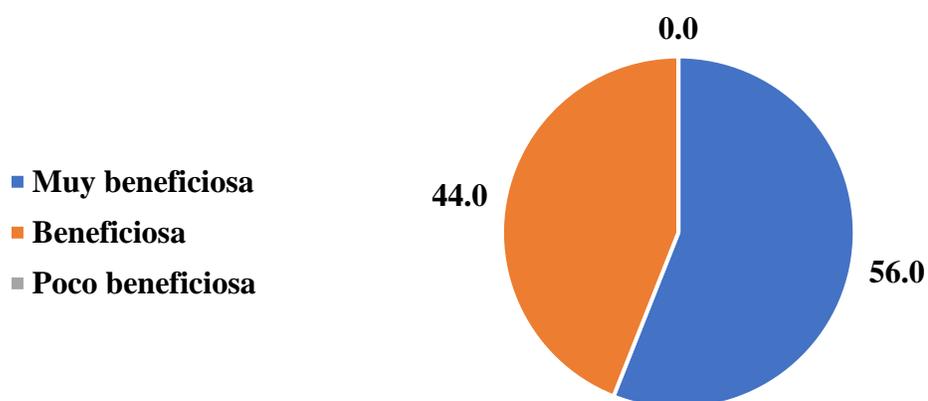
**Figura No. 3:** ¿Cómo han sido las actividades realizadas en la práctica supervisada?

Para los estudiantes de mercadeo que participaron en esta investigación, el 90% considera que fue muy provechosa la experiencia de la práctica con relación a su formación profesional y un 10% que fue provechosa la relación de su práctica.



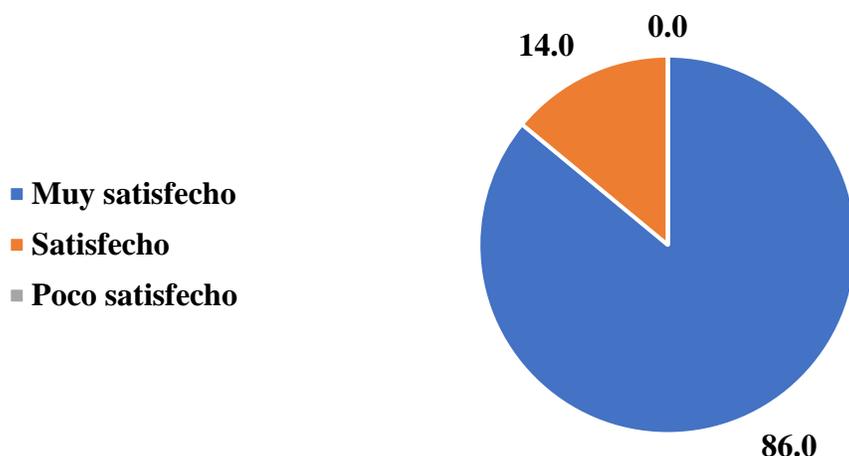
**Figura No. 4:** ¿Cómo fue la experiencia de la práctica con relación a su formación profesional?

Se aplicaron 50 estudiantes a los estudiantes de la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas del Centro Regional Universitario de Coclé y de la Extensión Universitaria de Aguadulce por lo que se observa que un 56% considera que las relaciones interpersonales dentro de la empresa donde realizó su práctica fueron muy beneficiosas y un 44% manifestó que su relación interpersonal con los demás colaboradores fue beneficiosa.



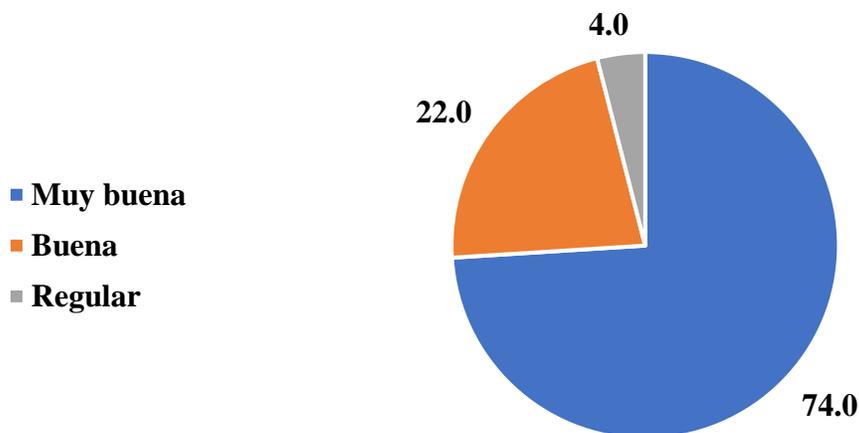
**Figura No. 5:** ¿Cómo fueron las relaciones interpersonales dentro de la empresa?

De los resultados obtenidos en la encuesta, el 86% considera que el grado de satisfacción personal durante la práctica fue muy satisfactorio y un 14% dice que fue satisfactorio el grado de satisfacción personal dentro de la empresa.



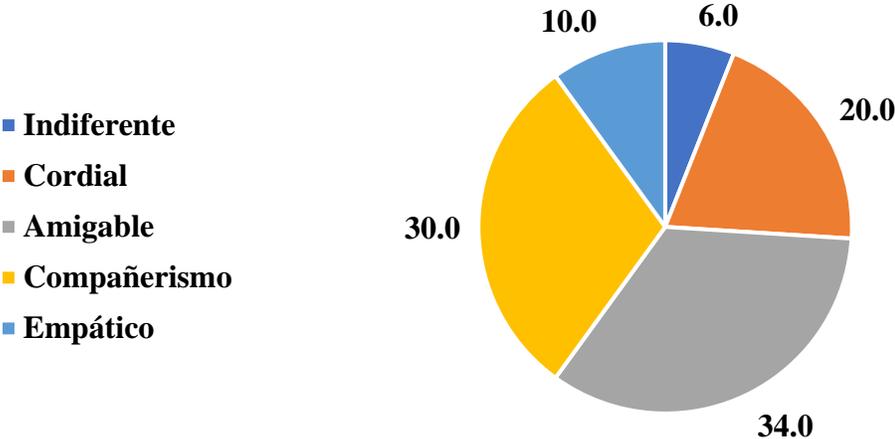
**Figura No. 6:** ¿De forma global expresa tu grado de satisfacción personal con la práctica realizada?

Para los estudiantes encuestados de la Licenciatura en Administración de Mercadeo, Promoción y Ventas, el 74% considera que fue muy buena el grado de satisfacción con la empresa como lugar de trabajo, el 22% manifestó que el grado de satisfacción fue bueno y un 4% respondió que fue regular el grado de satisfacción.



**Figura No. 7:** ¿Cuál es tu grado de satisfacción con la empresa como lugar de trabajo?

Referente a la pregunta sobre el clima laboral que presento en el lugar de trabajo durante la práctica supervisada el 34% respondió que el clima fue amigable, el 30% manifestó que hubo compañerismo, el 20% dijo que fueron cordiales, el 10% considero que se presentó empatía y un 6% expreso que hubo indiferencia.



**Figura No. 8:** ¿Cómo es el clima laboral que se presente en su lugar de trabajo durante la práctica?

## DISCUSIÓN

Durante la práctica supervisada de los estudiantes se evidencia que es una herramienta fundamental para el desarrollo de las capacidades que deben demostrar nuestros discentes que cursan la carrera de Mercadeo, Promoción y Ventas, es tanto así que los estudiantes deben participar del Reglamento Interno de cada empresa que sea escogida para dicha práctica participando además de las actividades externas que tengan inherencia con el pensum académico de la práctica supervisada. El interactuar con el personal tanto de los mandos altos, medios y subalternos, constituyen parte fundamental al desarrollo de su vida profesional.

La satisfacción demostrada en las entrevistas que se le hicieron a los estudiantes que participaban en esta práctica supervisada a sido considerada satisfactoria para la mayoría de ellos, ya que uno de los fundamentos principales es la ética profesional donde se manifestó que tuvieron la oportunidad de hacer aportes significativos moralmente correctos de lo que es el marketing dentro de las funciones asignadas en las diferentes empresas seleccionadas para este fin.

Una de las actividades de relevancia dentro de la empresa, para un funcionamiento óptimo es el clima laboral donde diariamente convive el talento humano, esta convivencia fortalece la manera de interactuar y desarrollarse ya que se tiene la confianza del trabajo mutuo, demostrando así que las empresas escogidas valoran el buen ambiente físico para las buenas relaciones personales, buena organización y salud emocional. Un ambiente interno positivo entre colaboradores en el trabajo hace que sean felices y esto redunde en el esmero por desarrollar las diferentes actividades dentro de las mismas.

## CONCLUSIÓN

La práctica supervisada ha demostrado que los conocimientos adquiridos y puestos en práctica han sido concluyentes en el desarrollo de las actividades relacionadas con el mercadeo. En donde se ha visto evidenciado que además de los conocimientos de mercadeo, la ética y el desarrollo de las relaciones interpersonales se consideran de la mano para el desempeño de estos estudiantes, el trabajo en equipo es una de las herramientas que se han utilizado para el desarrollo de su práctica supervisada.

Estas prácticas le dan la oportunidad al estudiante para la adquisición de experiencias inherentes a su disciplina profesional ya que esta lograr la inserción laboral del alumno a lo que es la realidad en una empresa, destacando así los conocimientos adquiridos durante su carrera, fortaleciendo la parte académica y vinculándolo con la práctica de campo.

Uno de los factores que se persigue en la práctica supervisada además de la aplicación de los conocimientos es que el estudiante logre un aprendizaje vinculando las teorías con la vida real. Estas prácticas corresponden a estudiantes de segundo año diurno y tercer año nocturno del Centro Regional Universitario de Coclé y de la Extensión Universitaria de Aguadulce, que constituyen una aproximación progresiva al campo ocupacional hacia al cual se orienta la formación de estos técnicos en promoción y ventas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica*. Caracas: Episteme.
- Ferreya, M. (6 de Agosto de 2007). *Determinantes del desempeño universitario: efectos heterogéneos en un modelo censurado*. Recuperado de: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/3337/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/3337/Documento_completo.pdf?sequence=1)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Juárez, P. (22 de Mayo de 2019). *Consejos para que elijas el lugar en el que harás tus prácticas supervisadas*. Recuperado de: <https://aula2pl.com/lifestyle/consejos-para-que-elijas-el-lugar-en-el-que-haras-tus-practicas-supervisadas/>
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- studylib.es. (s.f.). *Práctica Profesional Supervisada*. Recuperado de: <https://studylib.es/doc/4669120/pr%C3%A1ctica-profesional-supervisada>
- Universia México. (s.f.). *¿Qué son las prácticas profesionales y por qué*. Recuperado de: <https://www.uv.mx/bolsadetrabajo/files/2012/12/Que-son-las-practicas-profesionales.pdf>
- Universidad de Panamá. (2014). *Programa Analítico de Asignatura: Práctica Supervisada*. Recuperado de: Archivo. pdf
- Universidad de Panamá. (2015). *Reglamento general de trabajo de graduación*. Recuperado de: Archivo.pdf
- Universidad de Puerto Rico. (2018). *Manual para la Práctica Profesional Supervisada*. Recuperado de: <https://sociales.uprrp.edu/egts/wp-content/uploads/sites/9/2019/02/Manual-para-la-Pr%C3%A1ctica-Profesional-Supervisada.pdf>