

# Creación de una unidad de negocio de los graduados de pregrado

## Creating a business unit for undergraduate graduates

DIEZ FARHAT, Said [1](#); FERNANDEZ DUQUE, Priscila [2](#) y VARGAS VALDIVIEZO, Ma. Auxiliadora [3](#)

Recibido: 29/04/2019 • Aprobado: 12/07/2019 • Publicado 05/08/2019

### Contenido

- [1. Introducción](#)
  - [2. Marco Teórico](#)
  - [3. Metodología](#)
  - [4. Análisis y discusión](#)
  - [5. Conclusiones](#)
- [Referencias bibliográficas](#)

#### RESUMEN:

El emprendimiento aún se encuentra en una etapa de crecimiento debido a las barreras que han impedido su desarrollo más rápido, como las constantes confusiones en la terminología o la falta de acceso a resultados concluyentes. Es por eso que diversos autores explican que no es adecuado intentar generalizar el término emprendedor ya que puede resultar en confusiones o teorías equivocadas y excluyentes. Para el efecto se realizó una revisión de literatura de los conceptos, hallazgos y aportes de diversos autores que fueron compilados de manera organizada y luego descritos en el documento. El artículo concluyó que para abrir una unidad de negocio se depende de las características de nivel individual y la influencia que debería mantenerse en el tiempo por los distintos factores en los que se ve involucrado el futuro emprendedor.

**Palabras clave:** Emprendimiento, normas culturales, educación empresarial

#### ABSTRACT:

Entrepreneurship is still in a growth stage due to the barriers that have impeded its faster development, such as the constant confusions in terminology or the lack of access to conclusive results. That is why several authors explain that it is not appropriate to try to generalize the term entrepreneur since it can result in confusions or equivocal and exclusionary theories. For this purpose, a literature review of the concepts, findings and contributions of various authors that were compiled in an organized manner and then described in the document was carried out. The article concluded that to open a business unit depends on the characteristics of individual level and its influence that should be maintained over time by the various factors in which the future entrepreneur is involved.

**Keywords:** Entrepreneurship, cultural norms, business education

## 1. Introducción

Se ha indagado sobre los emprendedores y sus características, planteándose la duda de si el emprendedor se hace o es una condición con la que se nace (Henry, Hill, & Leitch, 2005). La palabra 'emprendedor' se utilizaba para determinar a un individuo que tomaba ventaja de las oportunidades del mercado y lograba dar una solución a los principales problemas del mismo. (Viveros & Héctor, 2010). Sin embargo, la definición moderna del término 'emprendedor', difundida por el economista francés Richard Cantillón, afirmaba que el

emprendedor era aquel que estaba listo para tomar decisiones en el momento que surjan. (Rodríguez, 2009).

Cantillón como primera aproximación sostiene que son los emprendedores quienes asumen los mayores riesgos, ya que un asalariado trabaja por una suma fija mientras que un emprendedor proyecta las ganancias esperadas, pero no puede estar seguro de obtenerlas (Rodríguez, 2009). Knight, economista estadounidense, le da gran relevancia al riesgo y centra sus estudios en cómo el riesgo y la incertidumbre pueden afectar el emprendimiento y los ingresos (Knight, 1964). Schumpeter, economista austriaco, apoya la definición de Cantillón y menciona que el emprendedor será un individuo que sepa manejar los riesgos con un alto compromiso con la innovación (Schumpeter, 1934).

El emprendimiento aún se encuentra en una etapa de crecimiento debido a las barreras que han impedido su desarrollo más rápido, como las constantes confusiones en la terminología o la falta de acceso a resultados concluyentes (Brazeal & Herbert, 1999). Es por eso que estos autores explican que no es adecuado intentar generalizar el término emprendedor ya que puede resultar en confusiones o teorías equívocas y excluyentes.

---

## 2. Marco Teórico

Emprender en un nuevo negocio es un proceso de creación, expansión y consolidación de empresas fundamental para el desarrollo económico porque genera fuentes de trabajo (Schumpeter, 1934). Comprender este fenómeno es de interés para los gobiernos (que necesitan aumentar tasas de empleo), los individuos que tienen la motivación de crear su propio negocio (en búsqueda de beneficios económicos) e instituciones dedicadas a la enseñanza y capacitación sobre este tema (en pro de formar profesionales capaces de crear nuevas empresas competitivas).

### Educación y Entrenamiento Empresarial (EET)

Para Drucker (1985) el emprendimiento es un proceso enseñable que por lo tanto puede ser aprendido. No obstante, más allá de que el emprendimiento puede ser aprendido por individuos interesados en este tipo de negocio, una serie de problemas surgen alrededor de las técnicas de enseñanza (Henry, Hill, & Leitch, 2004). Estos autores reconocen que los problemas más comunes están ligados a la calidad y efectividad de los cursos que tienen como propósito enseñar a emprender.

La educación y la capacitación en emprendimiento han sido los medios más utilizados para apalancar la actividad empresarial (Levie & Autio, 2008; Saraiva & Gabriel, 2016). Las actividades de educación y entrenamiento específicamente diseñadas para el emprendimiento suelen estar direccionadas a fomentarlo a través de diferentes mecanismos, que normalmente implican la transmisión de habilidades instrumentales necesarias para iniciar, desarrollar y gestionar una nueva y creciente empresa (Honig, 2004).

Henry et al. (2005) manifestaron que los cursos que se imparten por instituciones educativas, para ser relevantes para el emprendedor, deben ser producto de un exhaustivo análisis de las características que influyen en el contexto en el que se desenvuelve el emprendedor. Estos cursos tienen gran relevancia para el emprendedor ya que la adecuada educación empresarial es una estrategia para apoyar a la comunidad de empresarios a tener una visión más clara de las ventajas de emprender (McMullan & Long, 1987).

McMullan y Long (1987) aseguraron que el éxito empresarial está relacionado con la educación empresarial. Por ende potenciar la función del conocimiento puede asegurar un adecuado desarrollo económico. No obstante, estos autores también reconocen que la educación empresarial es además uno de los mecanismos más difíciles de implementar por la extensión de su alcance. Otros autores, Valerio, Parton y Robb (2014) afirmaron que la educación empresarial y el entrenamiento son de interés no solo para los emprendedores sino también para el gobierno, que puede percibir beneficios económicos de este tipo de empresas.

Valerio et al. (2014) sostienen que *entrepreneurial education and training* (EET) contiene no solo la educación académica sino que también la educación empresarial para una percepción más concreta de la realidad. Además, se debe considerar la intervención de la capacitación

del individuo en actitudes emprendedoras y empresariales como una forma de descubrir las habilidades empresariales inherentes a cada individuo.

Henry et al. (2005), plantearon una base teórica de tres categorías que involucran las variables de educación y emprendimiento. Se analiza la educación sobre el emprendimiento, la educación para el emprendimiento y la educación en el emprendimiento. En la primera categoría de la educación sobre el emprendimiento se trata de preparar al estudiante en todos los aspectos que involucra la constitución de una empresa desde una perspectiva teórica hasta los detalles más técnicos, incitando a los estudiantes a emprender. En la segunda categoría, educación para la empresa, se trata más de la preparación de aquellos estudiantes que aspiran a ser emprendedores como opción de carrera. Esta categoría está orientada a fomentar las habilidades requeridas en los pequeños negocios. En la tercera categoría, educación en la empresa, se maneja principalmente el seguimiento a emprendedores y el aprendizaje continuo de los mismos, siendo el objetivo de esta categoría fortalecer el crecimiento de negocios que ya están en marcha (Henry et al., 2005).

Para Johnson (1988) a partir del concepto dual de empresa se puede evidenciar la diferencia entre capacitación emprendedora y educación emprendedora. El entrenamiento está orientado hacia la potencialización de habilidades para emprendedores ya establecidos, generalmente con pequeñas empresas o para emprendedores que quieren iniciar una empresa. La educación está más orientada a estudiantes de colegio, estudiantes universitarios, comunidad de graduados, emprendedores potenciales por oportunidad y por necesidad y emprendedores que han establecido pequeñas o grandes empresas, siendo el principal objetivo que se puedan desarrollar competencias generales (Johnson, 1988; Valerio et al., 2014).

En resumen, la educación y la capacitación en emprendimiento han sido los medios más utilizados para apalancar la actividad empresarial (Levie & Autio, 2008; Saraiva & Gabriel, 2016). Las actividades de educación y entrenamiento específicamente diseñadas para el emprendimiento suelen estar direccionadas a fomentarlo a través de diferentes mecanismos, que normalmente implican la transmisión de habilidades instrumentales necesarias para iniciar, desarrollar y gestionar una nueva y creciente empresa (Honig, 2004).

### **Transferencia de Investigación y Desarrollo (RDT)**

La transferencia de la investigación y desarrollo (RDT) tiene un enfoque schumpeteriano, quien enfatizó la importancia del desarrollo tecnológico como generador de oportunidades empresariales (1934). El desarrollo tecnológico crea desbordamientos o *spillovers* de conocimiento que pueden ser aprovechados para comercializar innovaciones (Nelson & Winter, 1982). En consecuencia, el emprendimiento desempeña un papel importante para facilitar la explotación de los *spillovers* del conocimiento.

Según Díaz-Casero, Hernández-Mogollón y Roldán (2012), la RDT es una variable que estima "en qué medida la investigación y el desarrollo de los países o regiones conducen a nuevas oportunidades comerciales; y distingue si estos están al alcance de los empresarios o no" (p. 852). En este aspecto la RDT indica qué tan accesibles son los nuevos conocimientos y tecnologías para las nuevas empresas y las empresas en desarrollo (Reynolds et al., 2005). Desde esta perspectiva, la innovación (cambio tecnológico) contribuye a la aparición de nuevas empresas sea porque combinan los recursos de una manera distinta o porque crean nuevas funciones de producción (Cooper & Park, 2008).

Por lo tanto, la RDT es una de las condiciones más significativas para un ambiente emprendedor (facilita el emprendimiento) en especial para los países con altos niveles de competitividad y orientados a la innovación. Sin embargo, para los países cuyas economías se basan en el sector primario, la RDT más bien tiene poca significancia. Esto se debe a que estas economías dependen de factores de producción, en especial el capital humano, para fomentar la productividad y competitividad (George, & Zahra, 2002).

En conclusión, la literatura en emprendimiento sugiere que la iniciativa de crear nuevas empresas involucran tanto las oportunidades de negocio que existen en la economía y la acción de emprendedores que exploten dichas oportunidades (Audretsch, 1995). En una economía, los inventos y el conocimiento técnico son fuentes de oportunidades. Pero cabe

mencionar que al existir spillovers de conocimiento, estos fomentan el emprendimiento (Acs, Audretsch, & Lehmann, 2013). Por lo tanto, la RDT afecta las iniciativas emprendedoras ya que los emprendedores perciben y reaccionan ante una oportunidad de explotar spillovers de conocimiento.

### **Normas Culturales y Sociales (CSN)**

Las sociedades poseen por naturaleza diferentes entornos físicos, los miembros de una sociedad deben adoptar patrones de comportamiento ambientalmente dominantes para lograr el éxito. Estos patrones de conducta ambientalmente dominantes implican la formación de distintos valores culturales en sociedades diferentes; algunos de los cuales inciden en la decisión de crear nuevas empresas (Thornton, Ribeiro-Soriano, & Urbano, 2011). Consecuentemente, la cultura (a diferencia de los contextos políticos, sociales, tecnológicos o económicos) es determinante para el comportamiento económico y el emprendimiento (Shane, 2000).

Las CSN estiman "hasta qué punto el conjunto de valores y actitudes sociales alienta o desalienta las acciones de un individuo" (Díaz-Casero et al., 2012, p. 852). Desde esta perspectiva, estas normas y cultura pueden conducir a iniciativas de emprendimiento y a nuevas maneras de actividades comerciales. Por lo tanto, las CSN se miden a través de: fomento del éxito personal, autosuficiencia, aversión al riesgo, creatividad e innovación y sentido de responsabilidad (Díaz-Casero et al., 2012).

Según Crnogaj y Bradač (2016), los factores anteriores que están latentes dentro de las CSN se basan en lo estipulado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM): (a) Creencias sobre el nivel de vida que el individuo piensa que se merece, (b) Creencias sobre la libertad financiera y la profesión, (c) Creencias sobre el status social y el respeto que puede infundir un emprendedor y (d) Creencias sobre los casos de éxito de otros emprendedores.

### **Capacidad Emprendedora (EC)**

Para la capacidad emprendedora también se debe considerar el riesgo. Para Knight (1964) el riesgo consiste en asumir las incertidumbres del mercado, de manera que generen ganancias y se optimice el uso de recursos. Es parte de la capacidad porque es el emprendedor quien deberá analizar qué estrategias son más efectivas para reducir el impacto del riesgo. La capacidad emprendedora refleja la destreza de emprender un nuevo negocio, por lo que incumbe las habilidades y la motivación del emprendedor.

Uno de los primeros conceptos estipuló que la EC es la "habilidad de evaluar las oportunidades (en términos de brechas y obstáculos) en los mercados" (Leibenstein, 1968, p. 80). Lo que interesa del concepto de Leibenstein es que él observó la percepción de oportunidades de mercado como un elemento de la capacidad de emprender un nuevo negocio. Esto deriva en dos factores que componen la EC: (a) capacidades de los individuos para cubrir brechas de mercado (habilidades) y (b) el grado en el que un potencial emprendedor responde a diferentes estados motivacionales (motivación).

La literatura mantiene un consenso sobre lo que significa la EC. La EC se ha presentado en la literatura empresarial como una característica individual necesaria para convertirse en emprendedor (Nicolaou, Shane, Cherkas, & Spector, 2009). Uno de los conceptos mencionó que la EC es "la habilidad que los individuos tienen para detectar, reconocer y absorber oportunidades de negocio" (Clarysse, Tartari, & Salter, 2011, p. 1086). Esto quiere decir que las personas con orientación emprendedora identifican las oportunidades que conducen a nuevas ideas de emprendimiento que pueden comercializarse y muestran un interés general en la búsqueda de estas oportunidades o ideas. Es interesante notar que el estudio de Nicolaou et al. (2009) demostró que más de la mitad de la variación en la EC se debe a las diferencias genéticas entre individuos. A su vez la EC no está relacionada con el entorno en el que crecieron estas personas ni con el entorno en el que operan actualmente (Clarysse et al., 2011; Nicolaou et al., 2009).

La motivación, según el GEM, tiene que ver con la manera en que los individuos consideran al emprendimiento como una vía para la riqueza. Otro factor que se toma en cuenta es si el emprendimiento es considerado una opción deseable como carrera profesional. La motivación también mide si los individuos consideran a los emprendedores como personas

con un alto status y siestas infunden respeto hacia la sociedad. Según el GEM, cuando en una sociedad circulan en medios de comunicación historias de éxito empresarial, esto es un indicador de que los individuos se motiven a emprender. Otro indicador es si las personas creen que los emprendedores son individuos competentes y recursivos (Díaz-Casero et al., 2012).

Cabe mencionar que la EC posee ciertos obstáculos, que más bien son exógenos al individuo. El problema de la capacidad empresarial se enfoca en los factores de producción y las limitaciones que enfrenta el empresario. Los factores de producción incluyen: mano de obra, capital, tierra, materias primas y el tiempo del empresario. El empresario generalmente asigna tiempo a una variedad de actividades que incluyen el entretenimiento y las funciones empresariales típicas. Una variable de decisión clave para los empresarios es cuánto tiempo dedicar a la supervisión del emprendimiento (Norton, 1988).

---

### **3. Metodología**

Para comprender cómo se puede generar la creación de una unidad de negocio de los graduados de pregrado, se realizó una compilación de las explicaciones, hallazgos y aportes conceptuales de diversos autores. Los materiales utilizados fueron artículos científicos publicados en los mejores *journals* de administración de empresas y negocios, así como libros que tratan sobre la temática. A fin de obtener dichos artículos científicos se consultó la base de datos de revistas científicas que consten en SCOPUS mediante la búsqueda de las palabras claves que nos proporcionen la robustez conceptual. Luego de la revisión de literatura expuesta en la presente investigación, la discusión se basa en identificar los factores que puedan incidir en la creación de un negocio de los graduados de pregrado.

---

### **4. Análisis y discusión**

Los seres humanos construyen “modelos mentales” para intentar explicar e interpretar la realidad que los rodea, y el ámbito empresarial no es la excepción, de acuerdo con lo expuesto en el enfoque teórico sociocultural que estudia los factores que inciden en la actividad emprendedora (Díaz-Casero, Urbano, & Hernández-Mogollón, 2005). La cultura es un componente concluyente en la forma en que los individuos enfrentan las limitaciones para generar soluciones a corto plazo y la forma de afrontar las limitaciones formales que las normas sociales pueden llegar a establecer en la eficacia de los empleados en el desarrollo empresarial a largo plazo. Uno de los aspectos que no se puede quedar aislado en el estudio del emprendimiento es la forma de reaccionar del individuo condicionado por el entorno ya que las normas sociales y la cultural se ponen de manifiesto cuando se trata de analizar el crecimiento económico, la innovación de las empresas y la creación de empleo (Díaz-Casero, Hernández, Sánchez, & Postigo, 2010).

La capacidad emprendedora, conocida en inglés como entrepreneurial capacity (EC), es una herramienta que ayuda al individuo a descubrir las oportunidades del mercado antes de comprometer sus recursos y exponerse al riesgo de crear una empresa (Clarysse et al., 2011). Estos autores citando a Baron y Ensley (2006) explicaron que identificar las oportunidades es una de las características que mejor definen al emprendedor y le permiten desarrollar sus habilidades para tener éxito en su emprendimiento. El reconocimiento de oportunidades está conectado con la capacidad emprendedora ya que el emprendedor que quiere resultados deberá analizar bien su entorno (Clarysse et al., 2011). No obstante, para estos autores la habilidad de reconocer las oportunidades presentes en el mercado no es una destreza exclusiva de ciertos emprendedores sino que más bien debería ser una habilidad requerida como condición inicial para aquellos que aspiran a emprender.

---

### **5. Conclusiones**

En las últimas aportaciones teóricas sobre este tópico se concluyó que el contexto nacional y regional impactan de manera significativa en la decisión de abrir un negocio por parte de los graduados de pregrado y que las características de nivel individual ejercen influencia general, pero dicha influencia no se mantiene en el tiempo por los distintos factores en los

que se ve involucrado el futuro emprendedor, como el nivel de codicia que este tenga. En Latinoamérica existen carreras y centros de capacitación universitarios dedicados a la enseñanza de cómo ser emprendedor. Entre los principales objetivos de este tipo de educación están fomentar el espíritu emprendedor y formar generadores de empleo a través de la creación de nuevos negocios.

---

## Referencias bibliográficas

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., & Lehmann, E. E. (2013). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 41(4), 757-774.
- Audretsch, D. (1995). *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Baron, R., & Ensley, M. (2006). Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: Evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs. *Management science*, 52(9), 1331-1344.
- Brazeal, D., & Herbert, T. (1999). The Genesis of Entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 23(3), 29-46.
- Clarysse, B., Tartari, V., & Salter, A. (2011). The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship. *Research Policy*, 1084-1093.
- Cooper, S., & Park, J. (2008). The Impact of 'Incubator' Organizations on Opportunity Recognition and Technology Innovation in New, Entrepreneurial High-technology Ventures. *International Small Business Journal*, 26(1), 27-56.  
<https://doi.org/10.1177/0266242607084658>
- Crnogaj, K., & Bradač Hojnik, B. (2016). Institutional determinants and entrepreneurial action. *Institucionalne Determinante I Poduzetnička Aktivnost.*, 21, 131-150.
- Díaz-Casero, J., Hernández-Mogollón, R., & Roldán, J. (2012). A Structural Model of the Antecedents to Entrepreneurial Capacity. *International Small Business Journal*, 30(8), 850-872. <https://doi.org/10.1177/0266242610385263>
- Díaz-Casero, J., Hernández, R., Sánchez, M., & Postigo, M. (2010). Actividad emprendedora y género: Un estudio comparativo. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2), 83-98.
- Díaz Casero, J., Urbano, D., & Hernández-Mogollón, R. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 209-230.
- Drucker, P. (1985). The discipline of innovation. *Harvard Business Review*, 63(3), 67-72.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education+Training*, 47(2), 98-111.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2004). The effectiveness of Training for New Business Creation. *International Small Business Journal*, 22(3), 249-271.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning & Education*, 3(3), 258-273.  
<https://doi.org/10.5465/AMLE.2004.14242112>
- Johnson, C. (1988). Enterprise Education and Training. *British Journal of Education & Work*, 2(1), 61-65.
- Knight, F. (1964). *Risk, uncertainty and profit*. Nueva York, Estados Unidos: Sentry Press.
- Levie, J., & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9136-8>.
- Leibenstein, H. (1968). Entrepreneurship and development. *The American Economic Review*, (2), 72.
- McMullan, W., & Long, W. (1987). Entrepreneurship education in the nineties. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 261-275.

Nelson, R., & Winter, S. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, Mass.: The Belknap Press of Harvard Univ. Press.

Nicolaou, N., Shane, S., Cherkas, L., & Spector, T. (2009). Opportunity recognition and the tendency to be an entrepreneur: A bivariate genetics perspective. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(2), 108-117.

<https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2009.08.005>

Norton, S. (1988). Franchising, brand name capital, and the entrepreneurial capacity problem. *Strategic Management Journal*, 9, 105-114.

Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., ... Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998 - 2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1980-1>

Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & gestión*, 94-119.

Saraiva, H., & Gabriel, V. (2016). Entrepreneurship and education in the European Union - Students' Perception on the Subject. *International Journal of Management Science & Technology Information*, (22), 40-58.

Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.

Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, (4), 448.

Thornton, P., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 29(2), 105-118. <https://doi.org/10.1177/0266242610391930>

Valerio, A., Parton, B., & Robb, A. (2014). Entrepreneurship Education and Training Programs around the world. *The World Bank*.

Viveros, C., & Héctor, C. (2010). Los emprendedores evolucionan el concepto. *Unicatólica: Fundación Universitaria Católica. Lumen Gentium*

---

1. Ingeniero Comercial. Magíster en Administración de Empresas con mención en Negocios Internacionales, Doctor en Administración Estratégica de Empresas. Experiencia como funcionario público en la Corporación Financiera Nacional (CFN). Cuenta con 14 años de experiencia docente universitaria. Email: [said.diez@cu.ucsg.edu.ec](mailto:said.diez@cu.ucsg.edu.ec), [sdiez89@hotmail.com](mailto:sdiez89@hotmail.com)

2. Ingeniera en Gestión Empresarial. Magíster en Administración de Empresas con mención en Negocios Internacionales, actualmente cursando un programa Doctoral de Administración Estratégica de Empresas. Experiencia como directora en planificación y marketing, asesoramiento en organización y métodos. Cuenta con 11 años de experiencia docente universitaria. Email: [Priscila.fernandez@cu.ucsg.edu.ec](mailto:Priscila.fernandez@cu.ucsg.edu.ec), [pfndz@hotmail.com](mailto:pfndz@hotmail.com)

3. Ingeniera Comercial. Diplomado de especialidad en Recursos Humanos. Magíster en Educación Abierta y a Distancia. Doctorando en Administración Estratégica de Empresas. Experiencia laboral en el sector bancario. Más de 20 años de experiencia en docencia universitaria. E-Mail: [maría.vargas06@cu.ucsg.edu.ec](mailto:maría.vargas06@cu.ucsg.edu.ec), [mariuxi.vargasv@gmail.com](mailto:mariuxi.vargasv@gmail.com)

---

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015  
Vol. 40 (Nº 27) Año 2019

[\[Índice\]](#)

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](#)]