



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
CONTABLES Y COMERCIO
CARRERA MERCADOTECNIA**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Modalidad Artículo Científico

Tema

**NETWORKING PROFESIONAL: IMPACTO EN EL CAMPO LABORAL DE LOS GRADUADOS DE
MERCADOTECNIA ULEAM-MANTA**

Autora:

LILIBETH ANAIS DELGADO NAPA

Tutor:

Eco. WALTER VILLAMARIN VILLOTA

Periodo 2025-1



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Ciencias Administrativas,
Contables y Comercio
Carrera de Mercadotecnia

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que la investigación titulada: "NETWORKING PROFESIONAL: IMPACTO EN EL CAMPO LABORAL DE LOS GRADUADOS DE MERCADOTECNIA ULEAM-MANTA", es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Manta, 22 de agosto del 2025

DELGADO NAPA LILIBETH ANAIS
Egresado
CC. 1351631286

ECO. VILLAMARIN VILLOTA WALTER
Tutor

**NETWORKING PROFESIONAL: IMPACTO EN EL CAMPO LABORAL DE LOS
GRADUADOS DE MERCADOTECNIA ULEAM-MANTA**

**PROFESSIONAL NETWORKING: IMPACT ON THE LABOR FIELD OF
MARKETING GRADUATES ULEAM-MANTA**

Delgado Napa Lilibeth Anais e1351631286@live.uleam.edu.ec

Villamarín Villota Walter Humberto walter.villamarin@uleam.edu.ec

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Delgado Napa Lilibeth Anais <https://orcid.org/0009-0004-8745-7085>

Villamarín Villota Walter Humberto <https://orcid.org/0000-0002-8401-2679>

Código clasificación JEL: J24; J64; M12; L14

RESUMEN

La presente investigación analiza el impacto del networking profesional en el campo laboral de los graduados de Mercadotecnia de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, sede Manta. El estudio se enfocó en tres dimensiones clave: red de contactos, identificación de oportunidades de negocio y relaciones estratégicas. A través de un enfoque mixto y la aplicación de encuestas a 94 egresados, se evidenció una correlación positiva y significativa entre el networking y las variables de inserción, desarrollo y desempeño laboral. Los resultados de las correlaciones del SPSS demuestran que hay una relación significativa del 0,812 al 0,924 esto indica que los graduados que construyen y mantienen conexiones profesionales tienen mayores oportunidades de empleo, crecimiento y rendimiento en el entorno laboral. Se concluye que el networking profesional es una herramienta esencial para fortalecer la empleabilidad y la trayectoria profesional de los egresados, por lo que se recomienda fomentar su práctica desde la formación universitaria.

PALABRAS CLAVES: Networking profesional, Inserción laboral, Desarrollo profesional, Desempeño laboral.

ABSTRACT

This research analyzes the impact of professional networking on the labor market performance of Marketing graduates from Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta campus. The study focused on three key dimensions: contact networks, identification of business opportunities, and strategic relationships. Through a mixed-methods approach and surveys applied to 94 graduates, a strong and significant positive correlation was found between networking and the variables of job insertion, professional development, and job performance. The results of the SPSS correlations show that there is a significant relationship from 0.812 to 0.924, this indicates that. It is concluded that professional networking is an essential tool for strengthening employability and the career paths of graduates. Therefore, it is recommended to encourage networking practices from the university training stage.

KEYWORDS: Professional networking; Job placement; Professional development; Job performance.

INTRODUCCIÓN

En un entorno laboral cada vez más competitivo y globalizado, el networking profesional se ha consolidado como una herramienta clave para la inserción y el desarrollo profesional, especialmente en regiones con alta presión de empleabilidad como Manta. En esta ciudad, los egresados de carreras como Mercadotecnia enfrentan desafíos para incorporarse a un mercado saturado, por lo que las redes de contacto se convierten en un puente estratégico hacia oportunidades reales de empleo. Este concepto se define como el proceso de construir y mantener relaciones estratégicas que permiten el intercambio de información, conocimientos y oportunidades entre profesionales (Castells, 2000). En el caso de los graduados de mercadotecnia, las redes profesionales no solo facilitan el acceso a oportunidades laborales,

sino que también contribuyen al posicionamiento en un mercado saturado y en constante evolución (Burt R. S., 2000).

El networking profesional, además de fortalecer las conexiones interpersonales, actúa como un catalizador del capital social, considerado un recurso esencial para el éxito laboral. Granovetter (1973) describe los “lazos débiles” como relaciones clave para acceder a información y oportunidades que difícilmente serían alcanzables mediante vínculos estrechos. Lin (1999) sostiene que el capital social incrementa las posibilidades de acceder a empleos de calidad, especialmente en sectores como la mercadotecnia. Esta situación adquiere mayor relevancia en la ciudad de Manta, donde, según datos del INEC (2022), persisten niveles elevados de subempleo juvenil, lo que obliga a los profesionales a generar redes sólidas para posicionarse en un mercado laboral saturado.

En el ámbito de la mercadotecnia, las redes profesionales contribuyen al desarrollo de competencias críticas, tales como la comunicación efectiva, la negociación y la colaboración (Coleman, 1988). Estas habilidades son cada vez más demandadas por los empleadores, quienes buscan profesionales capaces de integrarse a equipos dinámicos y afrontar los desafíos del mercado laboral actual (Hunter, 2007). En el caso específico de ciudades como Manta, el networking profesional adquiere una relevancia adicional debido a las limitadas oportunidades laborales para los graduados de mercadotecnia. Según datos del INEC (2022), en la provincia de Manabí, la tasa de subempleo juvenil alcanza el 34,2%, mientras que el desempleo en áreas vinculadas al ámbito comercial y de servicios profesionales supera el 9%. Esta situación se agrava en el caso de carreras como Mercadotecnia, donde la inserción laboral se ve obstaculizada por la alta competencia, la escasez de plazas especializadas y la falta de redes consolidadas de contacto profesional.

Por otro lado, el campo laboral, entendido como el conjunto de oportunidades de empleo y desarrollo profesional, se encuentra influenciado por diversos factores que pueden facilitar o

limitar el acceso al mercado de trabajo. Según la Organización Internacional del Trabajo (2019), una de las principales barreras para los jóvenes profesionales es la falta de redes consolidadas, las cuales son esenciales para acceder a empleos formales y bien remunerados. En Ecuador, las estadísticas laborales reflejan una alta competencia en sectores como la mercadotecnia, lo que coloca en desventaja a quienes carecen de conexiones estratégicas (INEC, 2022).

El impacto del networking profesional en el campo laboral no solo se manifiesta en el acceso inicial al empleo, sino también en el desarrollo de una trayectoria profesional sostenible. Según Burt (2000) ,las redes sólidas no solo facilitan la empleabilidad, sino que también promueven el aprendizaje continuo y la movilidad laboral. Granovetter (1995) añade que el respaldo de contactos estratégicos y el acceso a información privilegiada son factores que influyen directamente en la calidad de las oportunidades laborales y en la progresión de carrera.

A pesar de la relevancia de estas variables, el impacto del networking profesional en el campo laboral de los graduados de Mercadotecnia de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) no ha sido ampliamente investigado. Una revisión de literatura académica nacional evidencia la escasez de estudios enfocados en networking en universidades públicas ecuatorianas, particularmente en contextos costeros como Manta. Esto revela una brecha investigativa significativa, que el presente estudio busca cubrir con datos empíricos actualizados y un enfoque contextualizado, aportando a la comprensión de los factores que influyen en la empleabilidad de jóvenes profesionales en el sector de mercadotecnia.

Este análisis no solo pretende abordar una problemática concreta, sino también llenar una brecha investigativa evidente: la ausencia de estudios empíricos que analicen el impacto del networking profesional en la empleabilidad de graduados de universidades públicas en Ecuador. Al centrarse específicamente en la ULEAM-Manta, esta investigación aporta una perspectiva local inédita, útil para diseñar estrategias institucionales orientadas a fortalecer la inserción laboral de sus egresados.

MARCO REFERENCIAL Y TEÓRICO

El networking es una práctica esencial para la creación y mantenimiento de relaciones profesionales que impacta directamente en la inserción, el desarrollo y el desempeño laboral. Según Burt (2019) afirma que las redes permiten a los individuos acceder a información y recursos estratégicos, lo cual mejora sus oportunidades de crecimiento profesional.

Borghini & Lazzarotti (2020) destacan que en la era digital las interacciones en plataformas sociales amplían la visibilidad y el alcance profesional, lo que refuerza el papel del networking como motor de empleabilidad y trayectoria profesional sostenible. En este sentido, los aportes de Burt y Borghini confluyen en mostrar que, tanto en escenarios presenciales como digitales, las redes constituyen un recurso clave para acceder a oportunidades laborales *de calidad*.

La red de contactos constituye la base del capital social profesional, y su relevancia se ha reafirmado en estudios recientes. Tomalá Reyes (2020) plantea que los contactos amplios y diversos incrementan la posibilidad de acceder a empleos de calidad a través de la validación social, mientras que Pérez Cruz & M, (2021) señalan que las redes activas agilizan los procesos de inserción laboral, al generar confianza en los empleadores. Asimismo, (Reina, 2018) resalta que la confianza en las relaciones profesionales potencia la colaboración y la productividad organizacional.

De esta manera, la red de contactos se vincula de manera directa con la inserción laboral al facilitar recomendaciones, pero también con el desarrollo y desempeño profesional, al brindar apoyo, retroalimentación y acceso a nuevas experiencias.

En un mercado laboral dinámico, la capacidad de detectar oportunidades de negocio es un factor determinante para la empleabilidad. Calle & Teneseca (2023) señalan que esta competencia depende de la observación del entorno y la disposición a innovar, mientras que

Rodriguez (2024) enfatizan el rol de las redes sociales en el acceso a conocimiento externo que posibilita reconocer nuevas iniciativas. Grijalva Medina C, Guamán Andino F (2019) complementan esta visión al resaltar que la proactividad y la lectura constante del mercado fortalecen la generación de valor. Así, la identificación de oportunidades de negocio se articula directamente con el desarrollo profesional, al estimular la innovación y la creatividad, y con el desempeño laboral, al impulsar la capacidad de adaptación en contextos cambiantes.

Las relaciones estratégicas constituyen un nivel avanzado del networking, donde los vínculos se orientan hacia alianzas colaborativas de largo plazo. Barreto, Osma, Estupiñán (2019) destacan que estas relaciones maximizan beneficios compartidos, mientras que Mendoza Aquino & Leguizamón Aquino (2019) subrayan su papel en la capacidad de adaptación organizacional. Más recientemente, (Kaufman, 2023) sostiene que un profesional bien conectado accede a proyectos desafiantes, recibe retroalimentación valiosa y está mejor posicionado para roles de liderazgo. En este sentido, las relaciones estratégicas influyen no solo en la sostenibilidad de la inserción laboral, sino también en el crecimiento profesional continuo y en un mejor desempeño en equipo, al fomentar confianza, cooperación y aprendizaje colectivo.

La literatura revisada demuestra que las tres dimensiones del networking profesional red de contactos, identificación de oportunidades de negocio y relaciones estratégicas no operan de manera aislada, sino que se complementan e influyen entre sí. La red de contactos ofrece el punto de entrada al mercado laboral; la identificación de oportunidades impulsa la innovación y el crecimiento profesional; y las relaciones estratégicas consolidan la trayectoria laboral a largo plazo. De esta forma, el networking profesional se posiciona como un factor determinante que incide en la inserción, el desarrollo y el desempeño laboral de los graduados de mercadotecnia, reforzando su empleabilidad en un entorno cada vez más competitivo.

METODOLOGÍA

La presente investigación se estructuró bajo el método inductivo, que implica ir de lo específico a lo general, en otras palabras, es el análisis de casos particulares que permiten llegar a razonamientos generales (Cabezas Mejía, Andrade Naranjo, & Torres Santamaria, 2018, pág. 16). El diseño es no experimental, puesto que, no se manipulan de ninguna forma las variables o fenómenos, sino que se observan y analizan en su entorno natural, para generar juicios y conclusiones sobre los mismos (Arispe Alburqueque, y otros, 2020, pág. 69). La investigación es transversal, ya que, la recolección de datos se realiza en un único momento de tiempo, así lo reafirma (Arispe Alburqueque, y otros, 2020, pág. 70).

ENFOQUE

Este estudio tiene un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo. Respecto al enfoque cualitativo, es aquel que recoge, analiza e interpreta cualidades y características de una población u objeto de estudio para obtener un mejor entendimiento sobre el mismo (Corona Lisboa, 2018, pág. 72). En tanto, el enfoque cuantitativo emplea la recopilación, evaluación y medición de datos numéricos que le permitan comprobar y/o rechazar hipótesis planteadas con anterioridad (Huaman Flores, Anicama Navarrete, González Zavaleta, Félix Pachas, & Chu Estrada, 2022, pág. 45). Por lo tanto, ambos enfoques se complementan obteniendo así la información necesaria para explicar y comprender el fenómeno de estudio.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo descriptiva, explicativa, correlacional, de campo y bibliográfica. Es descriptiva porque identifica, detalla e interpreta las características del fenómeno que se está estudiando, generando diagnósticos (Sánchez Carlessi & Reyes Romero, 2018). Es explicativa, debido a que busca las causas que han generado el problema, describiendo su grado de influencia (Ñaupas Paitán, Valdivia Dueñas, Palacios Vilela, &

Romero Delgado, 2018, pág. 367). Asimismo, es bibliográfica, puesto que, recoge, ordena, analiza y presenta información proveniente de libros, revistas, enciclopedias, documentos, entre otros, para comprender y fundamentar el tema de estudio (Sánchez Carlessi & Reyes Romero, 2018, pág. 80).

Es correlacional, ya que, mide la relación existente entre dos o más variables de un problema investigativo (Cabezas Mejía, Andrade Naranjo, & Torres Santamaria, 2018). Por último, es de campo porque, recoge datos que provienen directamente del lugar donde se presenta el problema (Sánchez Carlessi & Reyes Romero, 2018); para ello, se elaboró un cuestionario estructurado con 24 preguntas medidas a través de una escala de Likert, por su parte, el análisis de la recolección de datos y la fiabilidad del instrumento se comprueba en el programa estadístico IBM SPSS versión 25.

POBLACIÓN Y MUESTREO

La población de estudio está conformada por los 94 graduados del año 2024 de la carrera de Mercadotecnia en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, sede Manta. Debido a que se tuvo acceso total a este grupo, los 94 casos representan a la totalidad de la población, por lo que no se trata de una muestra, sino de un censo. Sin embargo, se aplicó un criterio de participación voluntaria, lo que introduce características similares al muestreo por conveniencia.

Para la presente investigación se empleará un enfoque cuantitativo, utilizando como técnica principal la encuesta. La recolección de datos se realizará a través de un muestreo probabilístico por conveniencia, debido a la facilidad de acceso a los participantes y la disponibilidad de los mismos para colaborar en el estudio. Este tipo de recolección presenta limitaciones como el posible sesgo de autoselección, ya que quienes deciden participar pueden tener características particulares como mayor interés en el networking o mejor inserción laboral

que no necesariamente representan a toda la población de egresados. Por ello, los resultados deben interpretarse considerando esta posible fuente de sesgo.

RESULTADOS

Análisis de Fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	94	100,0
	Excluido ^a	0	0
	Total	94	100,0

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

FIABILIDAD

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,834	24

Para comprobar la confiabilidad del cuestionario aplicado en esta investigación, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach. El resultado obtenido fue de 0,834, lo que indica un alto nivel de consistencia interna del instrumento.

ANÁLISIS DE LAS HIPÓTESIS

Correlaciones Hipótesis (prueba y validación)

Hipótesis	Correlaciones	Rho de Spearman	Sig (Bilateral)	Observaciones
H. general	Networking Profesional (X) Campo Laboral (Y)	,901	,000	Correlación positiva alta
H. Especifica 1	Red de contactos (X1) Inserción Laboral (Y1)	,862	,000	Correlación positiva alta
H. Especifica 2	Red de contactos (X1)	8,42	,000	Correlación positiva alta

	Desarrollo profesional (Y2)			
H. Especifica 3	Red de contactos (X1)	,812	,000	Correlación positiva alta
	Desempeño laboral (Y3)			
H. Especifica 4	Identificación en oportunidades de negocio (X2)	,907	,000	Correlación positiva alta
	Inserción Laboral (Y1)			
H. Especifica 5	Identificación en oportunidades de negocio (X2)	,921	,000	Correlación positiva alta
	Desarrollo profesional (Y2)			
H. Especifica 6	Identificación en oportunidades de negocio (X2)	,901	,000	Correlación positiva alta
	Desempeño laboral (Y3)			
H. Especifica 7	Relaciones estratégicas (X3)	,822	,000	Correlación positiva alta
	Inserción Laboral (Y1)			
H. Especifica 8	Relaciones estratégicas (X3)	,812	,000	Correlación positiva alta
	Desarrollo profesional (Y2)			
H. Especifica 9	Relaciones estratégicas (X3)	,819	,000	Correlación positiva alta
	Desempeño laboral (Y3)			

Elaborado por: Lilibeth Delgado

Análisis de Resultados: Una vez realizado las correlaciones en el Software SPSS versión 25 se determina que se aceptan todas las hipótesis alternativas y se rechazan las hipótesis nulas. Teniendo como efecto correlaciones positivas altas, esto nos quiere decir que los graduados de Mercadotecnia que aplican todas estas herramientas en su desarrollo personal y profesional tienen oportunidades para destacarse en el ámbito profesional y laboral.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos revelan una influencia directa, positiva y significativa del networking profesional sobre el campo laboral de los graduados de Mercadotecnia de la ULEAM-Manta.

En primer lugar, se observa que la red de contactos facilita tanto la inserción laboral como el desarrollo y desempeño de los egresados. Esto confirma los postulados de Granovetter (1973) y Lin (1999), quienes resaltan la importancia del capital social para acceder a oportunidades laborales de calidad.

La identificación de oportunidades de negocio presentó los coeficientes más altos ($r > 0,90$), lo que sugiere que los graduados con visión emprendedora y capacidad de identificar nichos de mercado, logran mejores resultados laborales. Esto coincide con Calle y Tenesaca (2023), quienes señalan que la observación del entorno y el acceso a redes sociales son claves para innovar y generar valor.

Por otro lado, las relaciones estratégicas también mostraron una fuerte influencia en las tres dimensiones del campo laboral, evidenciando que las alianzas planificadas y la colaboración impactan de forma positiva en la empleabilidad y el crecimiento profesional, como lo sostienen Mendoza Aquino y Leguizamón Aquino (2019).

Finalmente, el alto valor de fiabilidad ($\alpha = 0,834$) respalda la consistencia del instrumento aplicado, fortaleciendo la validez de los hallazgos obtenidos.

CONCLUSIÓN

El presente estudio confirma que el networking profesional es una herramienta estratégica fundamental para potenciar el campo laboral de los graduados de Mercadotecnia de la ULEAM-Manta. A través de la validación de las nueve hipótesis específicas, se evidencia que las tres dimensiones analizadas la red de contactos, la identificación en oportunidades de negocio y las relaciones estratégicas inciden significativamente en la inserción, desarrollo y desempeño laboral de los egresados.

Los resultados estadísticos demostraron una correlación positiva muy fuerte entre el networking profesional y el éxito en el mercado laboral, alcanzando un coeficiente de Rho de

Spearman de 0,901 con una significancia de $p < 0,001$. Este hallazgo ratifica que construir y mantener vínculos profesionales desde la etapa universitaria permite a los egresados acceder a mayores oportunidades, recibir retroalimentación continua y consolidar una trayectoria profesional sólida y sostenible.

Asimismo, se identificó que la capacidad de reconocer oportunidades de negocio en especial a través de la observación del entorno, la proactividad y el uso de redes sociales fortalece el desarrollo profesional y mejora el desempeño de los graduados, impulsándolos a liderar proyectos o emprender con mayor éxito. Las relaciones estratégicas también jugaron un papel clave, ya que permiten el acceso a recursos, capacitaciones, alianzas y entornos colaborativos que enriquecen el perfil profesional del egresado.

En este sentido, se recomienda a las instituciones de educación superior fomentar desde la formación académica el fortalecimiento de redes de contacto, la participación en eventos de networking, el uso efectivo de plataformas digitales como LinkedIn, y el desarrollo de una actitud emprendedora. Esto no solo incrementará la empleabilidad de los futuros profesionales, sino que también los posicionará como actores activos y competitivos dentro del cambiante mercado laboral.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arispe Alburquerque, C. M., Yangali Vicente, J. S., Guerrero Bejarano, M. A., Lozada de Bonilla, O., Acuña Gamboa, L. A., & Arellano Sacramento, C. (2020). La investigación científica. Una aproximación para los estudios de posgrado (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20CIENT%C3%8DFICA.pdf>*
- Barreto, D. A., Osmá, C. G., Estupiñán, C., & Pizon Arteaga, I. A. (2019). Estuaidnates Universitarios que trabajan. Subjetividad, construcción de sentido e insatisfacción. Revista Virtual Universidad del Norte, 96-115.*
- Borghini, S., & Lazzarotti, V. (2020). Networking and Collaboration in the digital Era: Implications for Knowledge Managment anda professional Develpment. Editorial Académica .*
- Burt, R. S. (2000). The Network Structure of Social Capital. Research in Organizational Behavior.*
- Burt, R. S. (2019). Network Advantage: How to Unlock Value from Your Connections. Oxford University Press. Editorial Académica.*

- Cabezas Mejía, E. D., Andrade Naranjo, D., & Torres Santamaria, J. (2018). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica (Primera ed.)*. Sangolquí, Ecuador: Comisión Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Obtenido de https://www.academia.edu/74069065/Introducci%C3%B3n_a_la_metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_cient%C3%ADfica_Edison_Cabezas
- Calle, C., & Teneseca, M. (2023). *Intenciones emprendedoras y oportunidades de negocio: Un enfoque universitario*. *Revista de Ciencias Sociales*, 29(3), 40-50.
- Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Cevallos A, C., Morales M, S., & Albán J, D. (2020). *El desarrollo profesional en los mercados emergentes: Un enfoque práctico*. Ediciones Universitarias.
- Coleman. (1988). *Social capital in the creation of human capital*. *American Journal of Sociology*.
- Corona Lisboa, J. L. (2018). *Investigación cualitativa: fundamentos epistemológicos, teóricos y metodológicos*. *Vivat Academia*(144), 69-76. Obtenido de <https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1087>
- Granovetter. (1973). *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. University of Chicago Press.
- Granovetter, M. (1995). *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. University of Chicago Press.
- Grijalva Medina C, Guamán Andino F, & Castro Analuiza M. (2019). *La proactividad y su relación con la identificación de oportunidades en mercados emergentes*. *Revista de Emprendimiento Latinoamericano*, 6(2), 70-80.
- Gutiérrez J, C. (2022). *Networking y su impacto en el desarrollo profesional*. Universidad Central del Ecuador.
- Huaman Flores, E. J., Anicama Navarrete, E. A., González Zavaleta, E. L., Félix Pachas, H. L., & Chu Estrada, W. E. (2022). *Metodología de la investigación científica. Guía práctica para la elección, diseño y desarrollo de la investigación (Primera ed.)*. Chíncha: Universidad Autónoma de Ica SAC. Obtenido de <https://repositorio.autonomaieca.edu.pe/bitstream/20.500.14441/2558/2/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION%20CIENTIFICA.pdf>
- Hunter, I. y. (2007). *How Leaders Create and Use Networks*. *Harvard Business Review*.
- INEC. (2022). *Indicadores del mercado laboral*. Instituto Nacional de Estadística y Censos, Ecuador.
- Jacondino, M. B., Martins, C. L., Thofehn, M. B., Garcia, B. L., Fernandes, H. N., & Rauber, L. (2014). *Vínculos profesionales en el trabajo de enfermería: elemento importante para el cuidado*. Obtenido de *Revista Enfermería Global*: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1695-61412014000200007
- Kaufman, J. (2023). *Autonomy and coordination: A field study*.
- Lin. (1999). *Building a Network Theory of Social Capital*. *Connections*.

- Mendoza Aquino, A., & Leguizamón Aquino, P. (2019). *Evaluación del desempeño laboral en entornos organizacionales*. Editorial Latinoamericana.
- Noordegraaf, M. (2020). *Protective or connective professionalism? How connected professionals can (still) act as autonomous and authoritative experts*. Obtenido de *Journal of Professions and Organization*: <https://academic.oup.com/jpo/article/7/2/205/5861710>
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis (Quinta ed.)*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf
- Pérez Cruz, J., & M, R. (2021). *La inserción laboral y sus desafíos en América Latina*. Ediciones del Sur.
- Rabanal Ayarse, L., Huamán Muñoz, J., Murga Valderrama, C., & Chauca Valqui, J. (2020). *Prácticas preprofesionales y su impacto en la empleabilidad juvenil*. Editorial Académica.
- Reina, D. D. (2018). *Por qué la confianza es clave para el éxito del equipo*. Obtenido de *Revista Center for creative leadership*: https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=DDtJG9AAAAAJ&citation_for_view=DDtJG9AAAAAJ:2osOgNQ5qMEC
- Rivera J, F., Tamayo R, M., & Amaguaya, M. (2021). *Oportunidades de negocio en mercados competitivos: Estrategias para emprendedores*. Editorial Andina.
- Rodríguez, A., Ramos, Medina, F., & Gómez, R. (2024). *El impacto del capital social en la identificación de oportunidades empresariales*. *Journal of Business Strategy*, 12(1), 110-125.
- Sánchez Carlessi, H., & Reyes Romero, C. M. (2018). *Manual de Términos en Investigación Científica, Tecnológica y Humanística*. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma. Obtenido de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Suárez-Monsalve, A. (2016). *Networking y uso de redes sociales por los comunicadores y relacionistas públicos colombianos, según su participación en el Latin American Communication Monitor*. Obtenido de *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 7(2), 61-75.: <https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/Suarez>
- Thusman, M. L., & O'Reilly, C. A. (2022). *Lead and Disrupt: How to Solve the Innovator's Dilemma*. Stanford Business Books. Editorial Académica.
- Tomalá Reyes, J. (2020). *Networking como estrategia de crecimiento y rentabilidad para PYMES*. Obtenido de *Repositorio UPSE*: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5530/1/UPSE-TCA-2020-0067.pdf>
- Trabajo, O. I. (2019). *Tendencias mundiales del empleo juvenil*. Ginebra: OIT.

