

## Importancia de fomentar la mentalidad emprendedora en alumnos de la Licenciatura en Administración

### Importance of promoting the entrepreneurial mentality in students of the Bachelor of Administration

Alma Brenda Leyva Carreras<sup>1</sup>, Patricia Aguilar Talamante<sup>2</sup> y José Alfredo Heredia Bustamante<sup>3</sup>

<sup>1</sup>alma.leyva@unison.mx. <https://orcid.org/0000-0002-1527-3322>

<sup>2</sup>patricia.aguilar@unison.mx. <https://orcid.org/0000-0002-7270-0220>

<sup>3</sup>alfredo.heredia@unison.mx. <https://orcid.org/0000-0001-5691-1645>

DOI: <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi40.581>

**Recibido** 8 de mayo de 2023.

**Aceptado** 28 de octubre de 2023

**Publicado** 13 de diciembre de 2023

### Resumen

Esta investigación tiene un enfoque descriptivo-correlacional y tiene como objetivo analizar cómo los docentes y las metodologías educativas utilizadas en el plan de estudios de la Licenciatura en Administración pueden fomentar la mentalidad emprendedora en los alumnos, con el fin de promover una formación integral que los prepare para un entorno laboral en constante evolución. Los resultados obtenidos revelan que, en el contexto universitario, la Licenciatura en Administración no cuenta con alumnos con mentalidad emprendedora, ni con docentes líderes que tengan un efecto positivo, que inspiren y fomenten la creatividad, la disposición a asumir riesgos y la capacidad de resiliencia en los alumnos. En resumen, es crucial que las instituciones universitarias se comprometan con métodos de enseñanza innovadores que fomenten el liderazgo docente, estimulen el pensamiento crítico, fomenten la colaboración y promuevan la resolución de problemas que ayuden a crear un entorno propicio para el desarrollo de habilidades emprendedoras.

**Palabras Clave:** Mentalidad Emprendedora, Emprendedor, Formación.

## Abstract

This research has a descriptive-correlational approach and its objective is to analyze how teachers and educational methodologies used in the curriculum of the Bachelor of Administration can foster the entrepreneurial mentality in students, in order to promote a comprehensive training that prepares them for a work environment in constant evolution. The results obtained reveal that, in the university context, the Bachelor of Administration does not have students with an entrepreneurial mentality, nor with leading professors who have a positive effect, who inspire and encourage creativity, willingness to take risks and resilience in students. In summary, it is crucial that academic institutions commit to innovative teaching methods that foster teacher leadership, stimulate critical thinking, foster collaboration, and promote problem-solving that helps create an environment conducive to the development of entrepreneurial skills.

**Palabras Key:** Entrepreneurial mentality, Entrepreneur, Training.

## Introducción

Según la Encuesta Global de Emprendimiento 2022 de *GoDaddy*, en México, el 47% de los emprendedores comienza su negocio por necesidad o con el objetivo de obtener ingresos adicionales, a diferencia de países como Estados Unidos, Canadá o Australia, donde inician sus empresas por pasión y no por necesidad. Según los datos más recientes del Estudio sobre la Demografía de los Negocios del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), a finales de 2022, México cuenta con aproximadamente 4.4 millones de micro, pequeñas y medianas empresas.

Las prácticas de emprendimiento son proyectos que se han convertido en el punto de partida que determina el desarrollo sustentable de los países, y a medida que surgen empresas, se disminuyen los índices de desempleo a nivel local, regional y nacional (Gutiérrez, et al. 2017). Estos proyectos pueden tener objetivos sociales, económicos o políticos, y se caracterizan por su capacidad de innovación y su capacidad para generar beneficios económicos a cambio de satisfacer las necesidades de la sociedad (Duarte y Ruiz, 2009; Abd y Samad 2016).

El emprendimiento consiste en identificar, aprovechar y transformar oportunidades que no han sido reconocidas previamente, con el fin de convertir una idea innovadora en un producto de valor agregado. Este proceso puede llevar a la creación de una nueva empresa y se considera fundamental para el crecimiento y desarrollo de cualquier economía en la actualidad (Vargas, 2020; Ávila, 2021). La mentalidad emprendedora se refiere a la actitud del emprendedor, la cual se caracteriza por tener una mentalidad empresarial innovadora y centrada en la creación de valor, donde el emprendedor es un individuo que tiene la capacidad de adquirir los recursos financieros, humanos y materiales necesarios para llevar a cabo su visión de negocio (García, Valle y Canales, 2021; Caballero, 2021; Maya, Pila y Ramos, 2022).

Por lo tanto, la cultura emprendedora puede fomentarse dentro de las universidades, en especial dentro de la Licenciatura en Administración, porque a través de ella se pueden desarrollar individuos con nuevas habilidades para mejorar en el ámbito profesional, para que de ese modo puedan solucionar, tomar decisiones y distinguirse de los demás. Hoy en día, nos encontramos inmersos en un entorno en constante evolución tecnológica, donde los mercados experimentan cambios constantes y la globalización es una realidad palpable. En este contexto, las Instituciones de Educación Superior (IES) reconocen la importancia de fomentar una mentalidad emprendedora que ha convertido en un recurso invaluable en este entorno dinámico, especialmente entre los alumnos de administración (Hernández, Muñoz, Díaz y Carmona, 2023).

Partiendo de lo anterior, el objetivo de este estudio consiste en analizar cómo los docentes y las metodologías educativas utilizadas en el plan de estudios de la Licenciatura en Administración pueden fomentar la mentalidad emprendedora en los alumnos, con el fin de promover una formación integral que los prepare para un entorno laboral en constante evolución.

## Materiales y Método

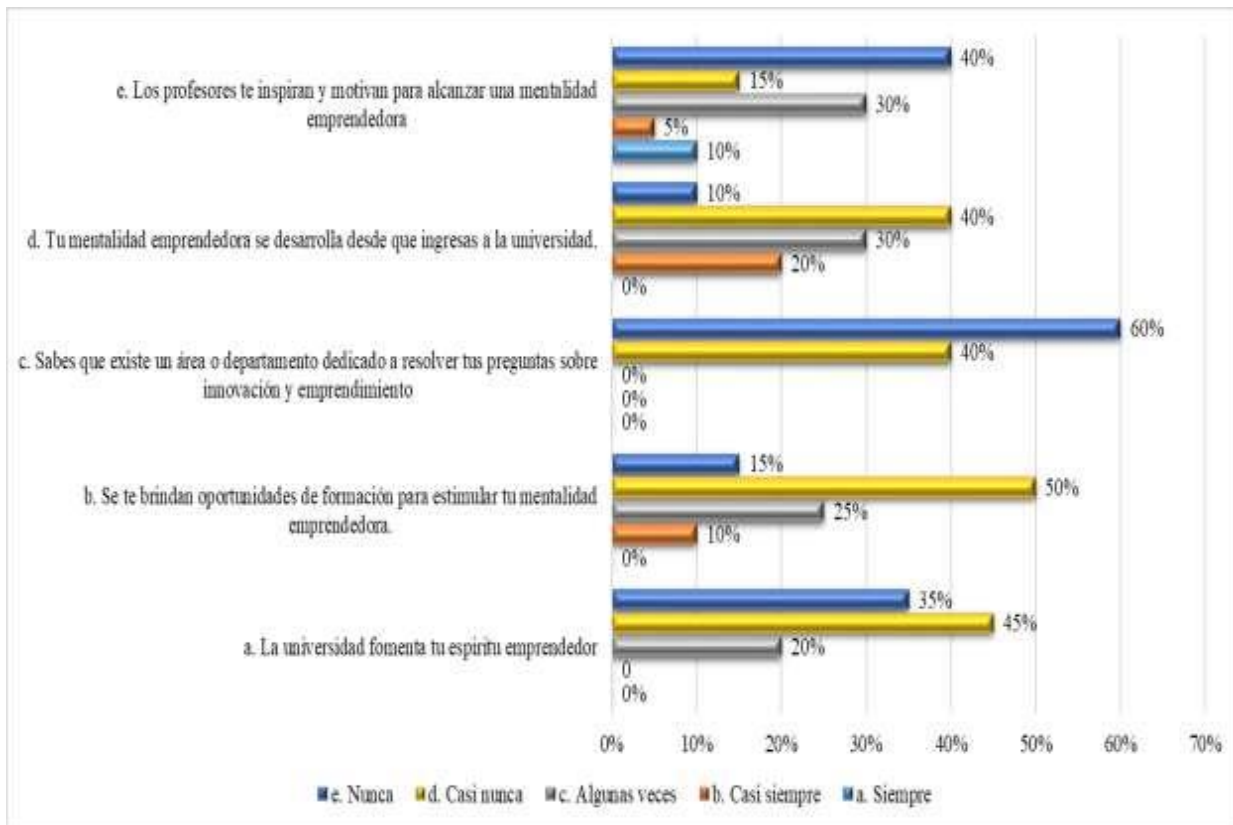
En este documento se presentan los resultados de una investigación de campo que utiliza un enfoque metodológico descriptivo – correlacional. El objetivo de la investigación es analizar, con base en las apreciaciones de los alumnos de la Licenciatura en Administración de la Universidad de Sonora, Unidad Centro, cómo los docentes y las metodologías educativas utilizadas en el plan de estudios de la Licenciatura en Administración pueden fomentar la mentalidad emprendedora en los alumnos, con el fin de promover una formación integral que los prepare para un entorno laboral en constante evolución. El universo a encuestar será considerando de la información proporcionada por la Coordinación de la Licenciatura en Administración, Unidad Centro (2022), de la Universidad de Sonora, donde se muestra una población total de 1,477 alumnos, de los cuales 290 son del séptimo, octavo y noveno semestre inscritos durante el semestre 2022-2, los cuales representan el total de la población que marca los requisitos para esta investigación. El tipo de la muestra es probabilística y bajo la técnica de muestreo aleatorio simple, se obtuvo una muestra de 92 alumnos.

En este estudio, se utilizó un cuestionario estandarizado dividido en seis variables para recopilar datos de la muestra seleccionada: La Variable 1, se centró en el apoyo al impulso emprendedor y constaba de 5 ítems. La Variable 2, se enfocó en el trabajo en equipo y constaba de 6 ítems. La Variable 3, se relacionaba con el fomento del espíritu emprendedor por parte de los docentes y constaba de 5 ítems. La Variable 4, se refería al liderazgo docente y constaba de 5 ítems. La Variable 5, se centraba en los alumnos innovadores y constaba de 5 ítems. Por último, la Variable 6, se relacionaba con los cursos que los alumnos universitarios están buscando y constaba de 3 ítems. El cuestionario se administró utilizando un *Google form* (González-Díaz et al., 2016) y se validó mediante la opinión de expertos, obteniendo un coeficiente de confiabilidad Alpha de Cronbach de 0,93, lo cual indica una alta confiabilidad (González-Díaz y Perez, 2015).

## Resultados

Tras analizar los datos obtenidos por medio de los estudios exploratorios, a continuación, se presentan los resultados más relevantes del trabajo de investigación basado en la fase exploratoria de la investigación para conocer los principales desafíos de cada una de las variables analizadas.

**Imagen 1;** Apoyo al impulso emprendedor

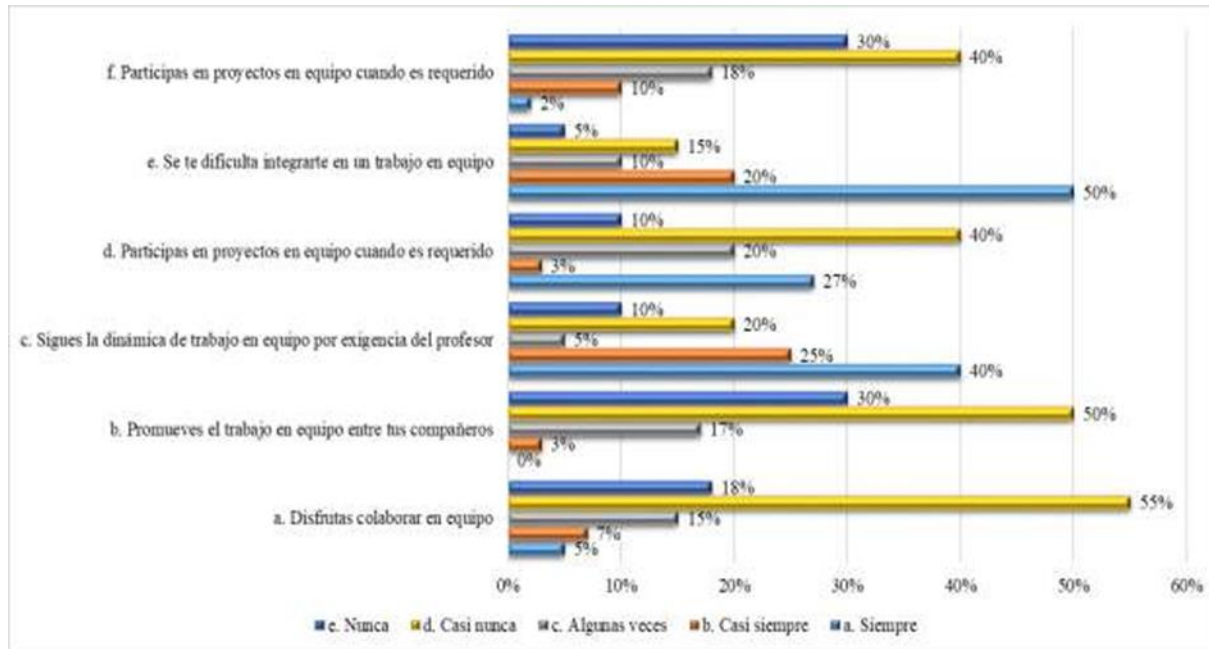


**Fuente:** Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

En la Imagen 1, se puede observar los resultados relacionados con el apoyo al emprendimiento que reciben los alumnos universitarios. Según el análisis de la muestra, el 45% de los alumnos considera que la universidad rara vez fomenta su espíritu emprendedor, mientras que el 35% cree que nunca lo hace, y el 20% piensa que en algunas ocasiones. Por otro lado, el 50% opina que la universidad casi nunca les proporciona oportunidades de formación para estimular su mentalidad emprendedora, el 25% señala que esto ocurre en algunas ocasiones, el 15% piensa que nunca sucede, y el 10% cree que siempre se les brinda dichas oportunidades.

Según el estudio, el 60% de los encuestados afirma no haber conocido la existencia de un departamento dedicado a la resolución de dudas sobre innovación y emprendimiento, mientras que el 40% sostiene que rara vez lo ha sabido. En cuanto al desarrollo de la mentalidad emprendedora desde el ingreso a la universidad, el 40% considera que casi nunca se fomenta, el 30% opina que en ocasiones, el 20% de los alumnos cree que casi siempre se desarrolla y el 10% piensa que nunca ocurre. En relación a la inspiración y motivación por parte de los docentes para fomentar una mentalidad emprendedora, el 40% considera que nunca sucede, el 30% opina que en algunas ocasiones, el 15% cree que casi nunca, el 10% siempre y el 5% casi siempre.

## Imagen 2; Trabajo en equipo



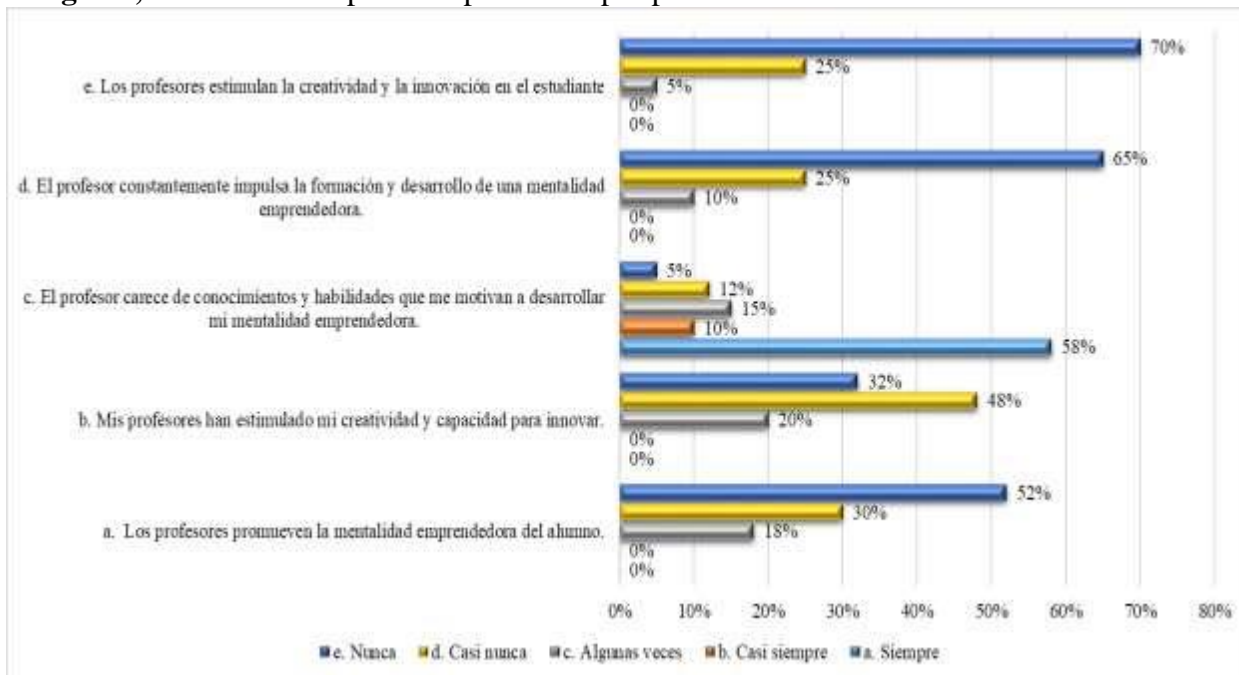
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

En la Imagen 2, se presentan los resultados relacionados con la colaboración en equipo. Según el 55% de los alumnos analizados, rara vez disfrutan colaborando en equipo, mientras que el 18% nunca lo disfruta. Un 15% opina que en algunas ocasiones disfruta, el 7% casi siempre y el 5% siempre. En cuanto a promover el trabajo en equipo entre sus compañeros, el 50% opina que casi nunca lo hace, el 30% nunca lo promueve, el 17% lo hace algunas veces y solo el 3% lo hace casi siempre. Respecto a seguir la dinámica de trabajo en equipo por exigencia del docente, el 40% de los alumnos piensa que siempre la sigue, el 25% casi siempre, el 20% casi nunca, el 10% nunca lo hace y el 5% lo hace algunas veces.



Según la encuesta, un 40% de los alumnos afirma que rara vez participa en proyectos en equipo cuando es necesario, mientras que el 27% siempre lo hace. Un 20% dice que lo hace algunas veces, un 10% nunca lo hace y un 3% casi siempre participa. Además, el 50% de los alumnos indica que siempre les resulta difícil integrarse en un trabajo en equipo, mientras que el 20% casi siempre encuentra dificultades. Por otro lado, el 15% casi nunca se enfrenta a esta dificultad, un 10% lo experimenta algunas veces y un 5% nunca encuentra dificultades. En relación a la participación en proyectos en equipo, el 40% de los alumnos casi nunca participa cuando es requerido, seguido por el 30% que nunca participa. Sin embargo, un 18% opina que lo hace algunas veces, un 10% casi siempre participa y un 2% siempre lo hace.

**Imagen 3;** Fomento del espíritu emprendedor por parte de los docentes



**Fuente:** Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

ISSN 2007-8870 RIASF Universidad de Sonora  
 Facultad Interdisciplinaria de Ciencias Económicas Administrativas  
 Departamento de Ciencias Económico Administrativas-Campus Navojoa.

Los contenidos de este artículo están bajo una licencia de Creative Commons Atribución No Comercial - Sin Obra Derivada 4.0 Internacional

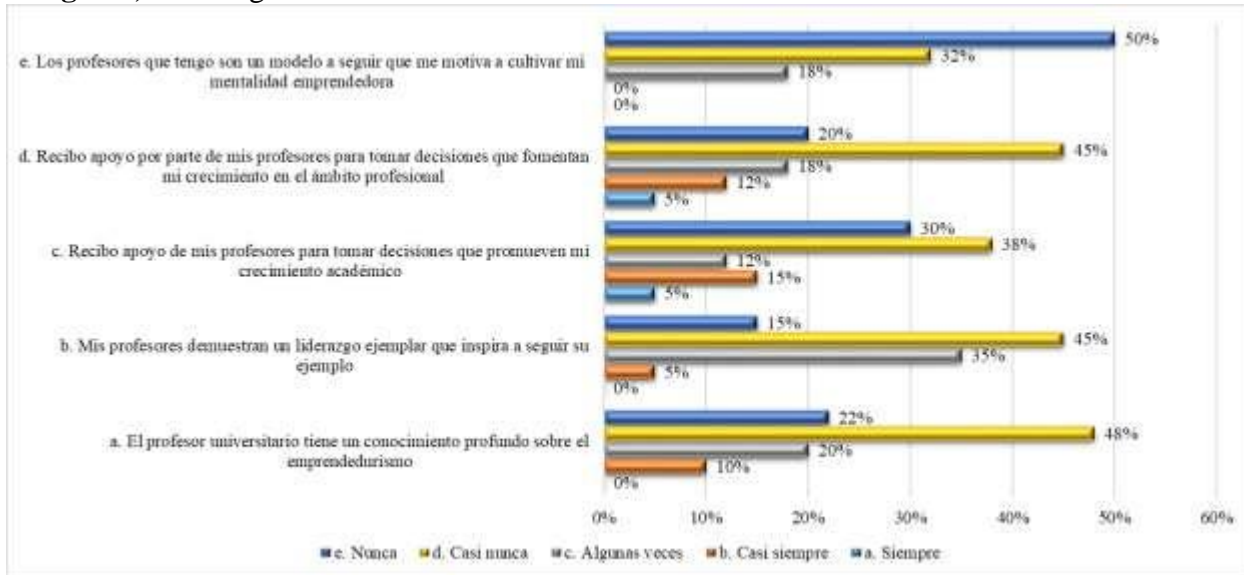




En la Imagen 3 se presentan los resultados relacionados con el apoyo que los docentes brindan al espíritu emprendedor de los alumnos universitarios. Según el análisis de la muestra, el 52% de los alumnos considera que los docentes nunca fomentan la mentalidad emprendedora del alumno, mientras que el 30% opina que lo hacen casi nunca y el 18% afirma que lo hacen algunas veces. En cuanto a la estimulación de la creatividad y la capacidad de innovar, el 48% de los alumnos piensa que sus docentes casi nunca han promovido estas habilidades, mientras que el 32% opina que nunca lo han hecho y el 20% considera que lo hacen algunas veces.

Además, el 58% de los alumnos de la muestra cree que los docentes siempre carecen de los conocimientos y habilidades necesarios para motivar el desarrollo de su mentalidad emprendedora, el 15% piensa que lo hacen algunas veces, el 12% afirma que casi nunca lo hacen, el 10% opina que casi siempre carecen de esos conocimientos y habilidades, y el 5% considera que nunca lo hacen. Según el estudio, la mayoría de los alumnos (65%) considera que el docente no fomenta de manera constante la formación y desarrollo de una mentalidad emprendedora. Un número menor de alumnos (25%) opina que esto ocurre casi nunca, mientras que un pequeño porcentaje (5%) cree que sucede algunas veces. Por otro lado, respecto a la estimulación de la creatividad y la innovación, el 70% de los alumnos piensa que los docentes nunca lo promueven. Un 25% opina que esto nunca ocurre y un 5% considera que sucede algunas veces.

**Imagen 4; Liderazgo docente**



**Fuente:** Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

La Imagen 4 presenta los resultados de la percepción de los alumnos universitarios sobre el liderazgo de los docentes. Según el análisis de la muestra, el 48% de los alumnos considera que los docentes universitarios rara vez poseen un conocimiento profundo sobre el emprendedurismo. Un 22% opina que esto nunca ocurre, mientras que un 20% dice que algunas veces sucede y un 10% afirma que casi siempre sucede. En cuanto al liderazgo ejemplar que inspira a seguir su ejemplo, el 45% de los alumnos opina que sus docentes casi nunca lo demuestran, un 35% dice que algunas veces lo demuestran, un 15% afirma que nunca lo demuestran y un 5% sostiene que casi siempre lo demuestran.

ISSN 2007-8870 RIASF Universidad de Sonora  
 Facultad Interdisciplinaria de Ciencias Económicas Administrativas  
 Departamento de Ciencias Económico Administrativas-Campus Navojoa.

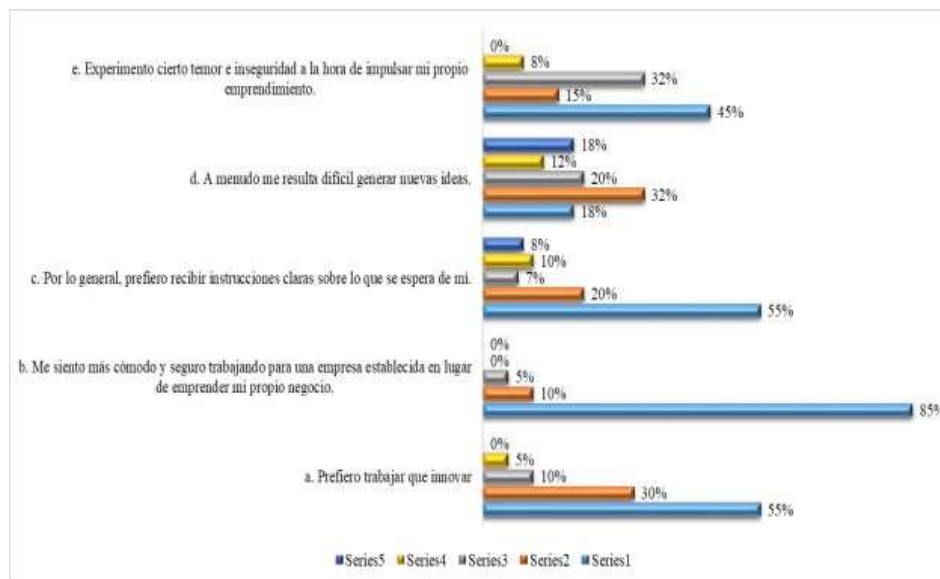
Los contenidos de este artículo están bajo una licencia de Creative Commons Atribución No Comercial - Sin Obra Derivada 4.0 Internacional



Según los resultados obtenidos, el 38% de los encuestados siente que rara vez recibe apoyo de sus docentes para tomar decisiones que impulsen su crecimiento académico, un porcentaje del 30% opina que nunca recibe este tipo de apoyo, mientras que el 15% afirma que siempre lo recibe. Por otro lado, el 12% considera que casi siempre recibe apoyo de sus docentes y solo el 5% siente que siempre lo recibe.

En cuanto al apoyo para tomar decisiones que fomenten el crecimiento profesional, el 45% de los participantes cree que casi nunca recibe apoyo de sus docentes. El 20% afirma que nunca lo recibe, mientras que el 18% dice recibirlo en ocasiones. Solo el 12% considera que casi siempre recibe este tipo de apoyo y el 5% siente que siempre lo recibe. En cuanto a la influencia de los docentes como modelos a seguir para promover una mentalidad emprendedora, el 50% de los encuestados opina que nunca son un modelo a seguir. El 32% considera que casi nunca lo son y el 18% afirma que en algunas ocasiones lo son.

**Imagen 5;** Alumnos innovadores



**Fuente:** Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

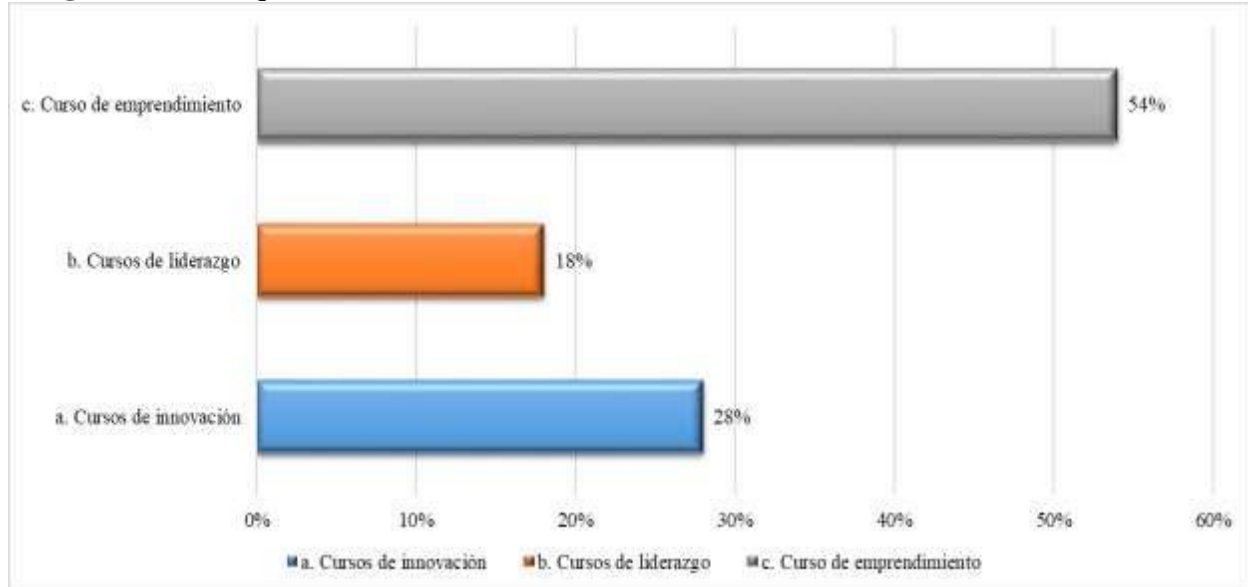


En la Imagen 5, se presentan los resultados relacionados con la evaluación de la innovación en los alumnos. De acuerdo con el análisis de la muestra, el 55% de los alumnos afirma que su preferencia siempre es trabajar en lugar de innovar, mientras que el 30% sostiene que casi siempre tiene esa preferencia. Por otro lado, el 10% de los alumnos menciona que algunas veces prefiere trabajar en lugar de innovar, y solo el 5% afirma que casi nunca prefiere trabajar antes que innovar o emprender.

En cuanto a la comodidad y seguridad, el 85% de los alumnos siempre se siente más cómodo y seguro trabajando para una empresa establecida en lugar de emprender su propio negocio. El 10% de los alumnos casi siempre tiene esta preferencia, mientras que el 10% menciona que algunas veces se siente más cómodo y seguro trabajando para una empresa establecida. Solo el 5% de los alumnos afirma que casi nunca se siente más cómodo y seguro trabajando para una empresa establecida.

Según la encuesta realizada, el 55% de los alumnos prefieren recibir instrucciones claras sobre lo que se espera de ellas. El 20% casi siempre tiene esta preferencia, mientras que el 10% casi nunca la tiene. Solo el 8% nunca prefiere recibir instrucciones claras, y el 7% lo prefiere solo algunas veces. En cuanto a la generación de nuevas ideas, el 32% de las personas encuentran esta tarea difícil, casi siempre. El 20% lo encuentra difícil solo algunas veces. El 18% tiene respuestas igualmente distribuidas entre nunca y siempre, mientras que el 8% casi nunca lo encuentra difícil. En relación al miedo e inseguridad al emprender, el 45% siempre experimenta cierto temor. El 32% lo experimenta algunas veces, mientras que el 15% casi siempre lo siente. Solo el 8% casi nunca siente temor al impulsar su propio emprendimiento.

**Imagen 6;** Cursos que los alumnos universitarios están buscando



**Fuente:** Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

En la Imagen 6, se presentan los resultados referentes a los tipos de cursos que los alumnos están interesados en encontrar. Un 54% de los alumnos busca cursos de emprendimiento, mientras que un 28% está buscando cursos de innovación y un 18% busca cursos de liderazgo.

### Discusión de resultados

Los resultados obtenidos revelan que la mayoría de los alumnos universitarios de la muestra analizada carecen de motivación emprendedora. Aunque una pequeña parte afirma tener esta motivación, no se encontraron resultados que lo respalden. Más de la mitad de los alumnos universitarios expresaron su desagrado por trabajar en equipo y prefieren únicamente colaborar con personas conocidas. Una gran parte de la muestra considera que los docentes universitarios no son líderes ni ejemplos a seguir, y tampoco fomentan en los alumnos una mentalidad emprendedora. Como se puede observar en los resultados obtenidos, más del 70% de los alumnos no son innovadores, lo cual representa un problema, ya que la mayoría de ellos se centran en ser empleados

en lugar de emprendedores. Además, más del 50% de los alumnos universitarios desean tomar cursos de emprendimiento y están interesados en innovar, con el objetivo de desarrollar sus habilidades y adquirir una mentalidad emprendedora.

Los resultados obtenidos hacen ver que, la mayor parte de los alumnos universitarios de la muestra analizada no tienen un impulso emprendedor y, a pesar de que una parte mínima afirma que, si cuenta con un impulso emprendedor, no se identificaron resultados. Más de la mitad de los alumnos universitarios contestaron que no les gusta trabajar en equipo, ya que solo quieren trabajar con sus conocidos. Buena parte de la muestra analizada opina que los docentes universitarios no son líderes ni ejemplo para los alumnos y tampoco impulsan a los alumnos a generar una mentalidad emprendedora. Como se aprecia en los resultados obtenidos, más del 70% de los alumnos no son innovadores, representando un problema ya que la mayoría de los alumnos se enfocan en ser trabajadores y no emprendedores. Más del 50% de los alumnos universitarios anhelan tomar cursos para emprendimiento y otra está interesada en innovar; con la finalidad de potencializar sus habilidades para generar una mentalidad emprendedora.

### Conclusiones

La implementación de métodos educativos innovadores ha comprobado ser una estrategia efectiva para fomentar una mentalidad emprendedora en entornos académicos, que trasciende la creación de negocios, extendiéndose a la resolución de problemas, la adaptación y la búsqueda de oportunidades en diferentes contextos. Los resultados de la presente investigación muestran, algunas estrategias de innovación y criterios de ventajas competitivas utilizadas desde la perspectiva del emprendedor y, permitió constatar que para ellos está claro que la innovación es el corazón del espíritu empresarial, pero se debe entender que cuando una empresa innova, puede mejorar sus productos, procesos o metodologías existentes, o puede crear otros nuevos desde cero de forma adecuada, siempre y cuando se utilicen estrategias innovadoras basadas en las necesidades de la empresa.

A modo de conclusión final y tomando en cuenta los planteamientos anteriores, es fundamental destacar la relevancia del liderazgo docente que promuevan la creatividad, la toma

de riesgos y la resiliencia en alumnos debido a que su ejemplo influye de manera significativa en su actitud y sus acciones. Además, la universidad debe trabajar en la implementación de enfoques pedagógicos innovadores, que fomentan el pensamiento crítico, la colaboración y la solución de problemas, los cuales crean un entorno propicio para el crecimiento de habilidades emprendedoras.

En resumen, se destaca que la mentalidad emprendedora no se limita únicamente al ámbito empresarial, sino que es fundamental para enfrentar los desafíos actuales en todas las áreas de la vida. En el caso de los alumnos universitarios, es crucial contar con habilidades como la capacidad de adaptación, la creatividad y la disposición para asumir riesgos, ya que son cualidades esenciales para prosperar en una sociedad que está en constante cambio. A medida que la educación y el liderazgo sigan evolucionando, será de suma importancia que los docentes incentiven una mentalidad emprendedora en sus alumnos, con el objetivo de prepararlos para un futuro incierto y dinámico.

Este estudio presenta varias limitaciones que sugieren vías de investigación futuras. La percepción de generar en el emprendedurismo, estrategias de innovación en los procesos de gestión de empresas de mediano y mayor tamaño, es un resultado que debe analizarse para descartar la relatividad al tamaño y giro de la empresa. Posteriormente, sería interesante profundizar en los efectos de la correlación entre otras variables que ayude en las estrategias de innovación de gestión empresarial para la eficiencia de los sistemas de control de gestión.

### Referencias

Abd, N., y Sarminash, S. (2016). Innovation and Competitive Advantage: Moderating Effects of Firm Age in Foods Manufacturing SMES in Malaysia. *Procedia Economics and Finance* 35 (1): 256 - 266. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00032-0](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00032-0).

Ávila Angulo, Elizabeth. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 32-48. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>

Caballero-Morales, S. O. (2021). Innovation as recovery strategy for SMEs in emerging economies



during the COVID-19 pandemic. *Research in international business and finance*, 57,101396.

Duarte, T., y Ruiz, M. (2009). Emprendimiento una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica* 15 (43): 326-331. <https://bit.ly/37MFtJD>.

García Contreras, R., Valle Cruz, D., y Canales García, R. A. (2021). Selección organizacional: resiliencia y desempeño de las pymes en la era de COVID-19. *Estudios Gerenciales*, 37(158), 73-84.

González-Díaz, R. R., y Pérez, L. A. B. (2015). Análisis financiero empresarial del sector comercio como factor de competitividad través de la lógica difusa. *Estrategia*, 1(1), 1-10.

González-Díaz, R. R., Lara, R. J. V., López, R. O., y Hernández Royett, J. (2016). Tax on advertising and commercial advertising: An analysis from Municipal Tax. Management. *Globalciencia*, 2(1), 20-34.

Gutiérrez, J.; Romero, J.; Díaz, M. y Sulbarán, N. (2017). Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. Algunas reflexiones sobre Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*. 23(4), 98-107.

Hernández, H. M. D. L. L., Muñoz, L. J. H., Díaz, J. R., y Carmona, L. R. R. (2023). Cultivando una Mentalidad Emprendedora en Equipos: Rol del Liderazgo y la Innovación en la Comunidad Universitaria. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 7804- 7819.

Maya Carrillo, M., Pila Jaramillo, B., y Ramos Ramos, V. (2022). Relación entre innovación y competitividad de los emprendimientos del sector no financiero de la economía popular y solidaria. *Estudios De La Gestión: Revista Internacional De Administración*, (11), 89–117. <https://doi.org/10.32719/25506641.2022.11.2>

Vargas, V. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 25, núm. 90, pp. 709-720, 2020 Universidad del

#### CÓMO CITAR

Leyva Carreras, A. B., Aguilar Talamante, P. ., & Heredia Bustamante, J. . (2023). Importancia de fomentar la mentalidad emprendedora en alumnos de la Licenciatura en Administración : Mentalidad emprendedora en alumnos universitarios . *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: Facultad Interdisciplinaria de Ciencias Económicas Administrativas- Departamento de Ciencias Económico Administrativas-Campus Navojoa*, (40). <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi40.581>

 **CRIS - UNISON**  
Sistema de Gestión de la Investigación



[Neliti - Indonesia's Research Repository](#)

