

Opción, Año 32, Especial No.13 (2016): 864-878
ISSN 1012-1587

Emprendedurismo ético en jóvenes universitarias: Caso México

Martha Silvia Torres Hidalgo

FCC, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

marthatohi@yahoo.com.mx

Resumen

Emprendedor, es uno de los temas, al hablar de indicadores de bienestar social en las mujeres universitarias en México. Uno de los caminos es el impulso de competencias que capaciten para convertirse en empleadoras más que en empleadas, que por las condiciones de desigualdad no les permiten alcanzar las mismas oportunidades que los hombres en el país. De aquí, que el presente estudio expone un diagnóstico del nivel de emprendimiento ético que integra la variable de actitud emprendedora y la variable ética (fortalezas) comparando tres diferentes disciplinas universitarias (comunicación, administración e ingeniería).

Palabras Clave: Emprendimiento; emprendimiento ético femenino; mujer emprendedora.

Ethical entrepreneurship in young college women: Case Mexico

Abstract

Entrepreneur, is one of the issues, speaking of indicators of social wellness in young college women in Mexico. One of the ways is the impulse of skills that enable them to become employers rather than employees, which by unequal conditions preclude them from achieving the same opportunities as men has in the country. Therefore, the present study provides a diagnosis of the level of ethical enterprise that integrates variable entrepreneurial attitude and ethics variable (strengths) comparing three different university disciplines (communication, management and engineering).

Keywords: Entrepreneurship; female entrepreneurship ethics; entrepreneur woman.

1. INTRODUCCIÓN

Los indicadores sociales del mercado nacional, al que se enfrentan las universidades privadas en México es a la saturación del mercado de profesionistas, en este punto se imponen soluciones ante el desempleo juvenil que es el grupo más vulnerable, un autoempleo entendiéndolo en términos prácticos como la nueva labor de las instituciones de educación superior promovida desde las políticas nacionales como parte de los retos para mejorar el desarrollo económico, esta nueva vocación es la que algunos autores llaman la universidad emprendedora. Sin embargo, esta interesante propuesta para aliviar el desempleo y la frustración de los jóvenes egresados que no encuentran un lugar para su desarrollo profesional presenta nuevas problemáticas. (Jiménez y Arroyo, 2009).

Al mismo tiempo, en la práctica la universidad privada por la presiones de alcanzar indicadores y de responder a retos de corto plazo, olvida en esta inmediatez los fundamentos culturales

privilegiando los técnico sobre los ético y efectivamente en algunos casos se han logrado ciertos resultados esto lo demuestra el estudio de José Carlos Sánchez (2009), en donde México ocupa puestos importantes respecto a la actividad emprendedora total con tasas de 18.74% además de una tendencia a la alza de la participación de los jóvenes entre los 16 y 35 años de edad y que ocupan un 30% de total de emprendedores (Bosman y Harding, 2006; Bosma et al, 2007 citados por Sánchez, 2009). En el mismo estudio la posición de México en una muestra de 377 jóvenes de tres países (México, España y Portugal), el estudio comparativo sobre las intenciones y actitudes emprendedoras a partir de esfuerzos reforzantes basados en Teorías de Aprendizaje Social de Bandura (Bandura, 1979 citado por Sánchez, 2009), demuestra que tanto en la intención emprendedora como la actitud emprendedora México obtuvo los mayores porcentajesⁱ

2. UNIVERSIDADES PRIVADAS POR UNA VISIÓN DE CREACIÓN

El papel de las Universidades Privadas en la formación de emprendedores es muy representativo, según conclusiones de la 8va. REUNION ANUAL RED PYMES MERCOSUR (2003), exponen que las Universidades Privadas tiene un mayor desarrollo de la vocación emprendedora en estudiantes universitarios con un 47%, en comparación con las Públicas que solo participan con un 27%, esto se debe a la relación de las Universidades Privadas con el entorno familiar y con la exposición a modelos de empresarialidad, a la vez de contar con estudiantes de mayores ingresos y ocupados en el área laboral.

La situación actual de la universidad privada emprendedora debe definir el rumbo por medio de la conceptualización clara de que es el Emprendimiento, para el presente estudio se retoma la definición de la Universidad de Ohio:

“El proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas y cuyo resultado final es la

creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre”. (Definición del Centro de Emprendimiento de la Universidad de Ohio, citado por Jiménez y Arroyo, 2005:3)

Retomando los conceptos de riesgo e incertidumbre al emprender, es una de las cuestiones más sensibles de esta nueva misión de la universidad privada, al ser el Emprendimiento una actividad que ha vuelto a surgir como tendencia para desarrollo regional, las instituciones formadoras han olvidado por la inmediatez de alcanzar los indicadores económicos, su vocación primera de la ética sobre la técnica.

Dos ejemplos de lo anterior, el primero se da en una encuesta realizada a empresarios latinoamericanos de Price Water House, donde se reportó que la región existe una gran necesidad de un comportamiento ético indispensable para la sustentabilidad de los negocios, siendo el olvido a la atención de la pobreza por parte de los emprendedores, el obstáculo de mayor impacto (84%). Otro ejemplo es el que expone Etzoni profesor emérito de la George Washington University, el cual afirma que los estudiantes de las escuelas de negocios en Harvard dan mayor valor a los modelos cuantificables que a las materias de ética, donde se aplican juicios y debates sobre valores, por tener estas una baja participación en el currículo, de aquí como enfatiza el autor cuando se trata de ética en las escuelas de negocios los estudiantes reprueban. (Etzoni, 2002 citado por Kliksberg, 2009).

Considerando los puntos débiles del emprendimiento así como integrar actitudes psicológicas que recomienda McClelland, sumando la innovación de Schumper y la orientación estratégica de Hisrich, Peters y Sheapherd se definirá en palabras de Cabello Díaz al emprendor universitario como:

“El ser humano con estudios superiores que tiene el suficiente conocimiento y autoconocimiento y que está motivado para iniciar y desarrollar sus sueños , de una manera innovadora, asertiva y proactiva , en los diferentes escenarios o sectores económico o sociales, donde le toque gestionar , con las apropiadas competencias que lo hacen un individuo especial destinado por sus propias

características a ser eficiente y sobresalir de los demás ,llevándolo a producir impactos en la rama productiva que le seduzca gerenciar”.(Cabello Díaz,C.,2006:4)

3. EMPRENDIMIENTO ÉTICO

Visto el Emprendimiento como un riesgo y una oportunidad, la universidad debe retomar los valores y sus códigos de ética e incluirlos en la actividad del saber emprender, en busca de hacer realmente una aportación a la sociedad sin violar valores éticos universales fundamentales, es decir formar con *Emprendimiento Ético*. Para la presente investigación se retoma un concepto presentado en un estudio anterior titulado “Modelo Estratégico de Emprendimiento Ético en Jóvenes universitarios”, en donde se plantean las bases teóricas de futuras investigaciones. De esta manera, el emprendedor ético será:

“El ser humano facultado en un espíritu visionario en competencias de autoconocimiento, innovación y liderazgo con autoridad moral, que ejercita constantemente una evaluación personal y profesional basada en principios éticomorales, en busca de la creación de ideas de valor y de su materialización en empresas u organizaciones, comprometido con el desarrollo económico y la responsabilidad social de su entorno”. (Propuesta del presente estudio)

4. LA MUJER EMPRENDEDORA Y DESARROLLO HUMANO

Formar a una joven estudiante para que dé respuestas asertivas y efectivas a sus comunidades debe facultarla como una líder visionaria que tiene autoconocimiento y autocontrol de sí misma, pero sobre todo tiene una autoestima con la que puede ser guía de su vida y de sus proyectos, recordar a estas nuevas generaciones que la búsqueda de sus propios intereses debe estar siempre limitada por el bienestar de la mayoría, siendo responsable de su contexto y comprometido con su sociedad.

¿Por qué apostar por las mujeres emprendedoras?, Hay muchos argumentos entre ellos:

- Las mujeres destinan más del 70% de sus ganancias a la comunidad y a su familia, en tanto que los hombres sólo inyectan entre 30 y 40% de sus recursos para dichos fines. (Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias Ammje,2013)
- En la actualidad en México (2013) de cada cinco pequeñas y medianas empresas que se abren tres están lideradas por mujeres. (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2013)
- 37% aportan las mujeres empresarias de México al Producto Interno Bruto, destacan los reportes del INEGI. (INEGI,2012)
- De acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, de cada 100 mujeres que solicitan un préstamo para invertir en su empresa, el 99% salda sus deudas de manera íntegra. (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2013)
- Las mujeres en México sólo representan el 16% del sector empresarial de acuerdo con el INEGI (INEGI,2012)
- A pesar de importantes avances en educación, las brechas de género en términos de trabajo remunerado y no remunerado en México están entre las mayores de la OCDE. (OCDE,2011)

La teoría que podría explicar el fenómeno de la empresariedad en las mujeres es la teoría de desarrollo humano, debido que en todo momento las mujeres con estas competencias movilizan eficazmente sus recursos hacia el desarrollo social y personal. Hablando de datos duros las jóvenes universitarias se deciden especialmente hacia disciplinas cuya ocupación profesional está más dirigido a la relación con personas que a la transformación o construcción de materiales. También, en este sentido, la distribución por áreas de conocimiento es elocuente: en Ciencias Sanitarias un 73,17% de alumnas, en Humanidades un 63,27%, en Ciencias Sociales y Jurídicas un 62,84%, y en Ingenierías un 26,95%, es decir, en aquellas actividades que vigilan la cercanía a actividades que tienen que ver más directamente con capacidades,

actitudes y valores destinados a hacer crecer lo humano en cada persona, presenta un porcentaje mayor de mujeres. (Flecha, C. 2004).

5. EMPRENDIMIENTO ÉTICO FEMENINO

A pesar de los obstáculos conocidos como el entorno económico y sociocultural, de aspectos como condición, estereotipos, exclusión; las mujeres han podido posicionarse especialmente en el sector de servicios. Las consecuencias de estos logros en su mayoría favorables producen transformaciones sustanciales en su modo de vida. El bienestar se ve reflejado en sí misma y en su entorno a medida que desarrollo su proyecto independientemente de la escala, las mujeres van adquiriendo diversas competencias vinculadas no sólo con el aspecto comercial, técnico y gerencial, sino también ganando autonomía, autoridad y ampliando su capacidad de negociación, tanto en plano social como al interior de su familia.

Como parte de la creación de un marco de definición que explique el fenómeno de estudio, se expone una propuesta de definición de *Emprendimiento Ético Femenino* justificado en la reflexión teórica de la investigación, que se expone a continuación:

“Mujer visionaria que rompe con modelos limitantes sociales es capaz de vincular y transmitir saberes para desarrollar ideas con valor, cuenta con la intuición, autoestima, control, innovación y riesgo para tomar las mejores oportunidades, en donde, logra humanizar siempre el mundo laboral con conocimiento, humildad, coraje, generosidad y espiritualidad”. (Definición propia a partir de la revisión teórica del presente estudio)

6. METODOLOGÍA

El estudio se llevó a cabo en primavera del 2016 en universidades privadas de la ciudad de Puebla, estas universidades se eligieron a partir del criterio de posición del ranking de universidades, se seleccionaron 3 distintas disciplinas una del área

de humanidades otra del área económico administrativas y otra de las ingenierías.

La justificación de porque estas disciplinas profesionales según Ruiz la población escolar presenta un incremento constante con excepción de los periodos de crisis económicas, siendo las profesiones más altas en porcentajes absolutos las siguientes: Ciencias Sociales y Administrativa presenta un aumento 11.1% y en Ingeniería y Tecnología un 7.4%. Es a partir de este análisis que se eligen tres disciplinas una perteneciente al área económica administrativa que es la licenciatura en Administración, otra es en las áreas de ciencias sociales y humanidades por su sensibilidad curricular a la promoción de valores y finalmente como es la licenciatura en Comunicación y finalmente una disciplina de las áreas de ingeniería como es Ingeniería Industrial. (**Cuadro No. 1**)

Cuadro No. 1. Anuario estadístico de ANUIES.

Area de estudio	1980	%	1990	%	1995	%	2003	%
Ciencias Agropecuarias	66,571	9.1	55,814	5.2	31,523	2.6	42,090	2.3
Ciencias de la Salud	157,342	22	111,136	10	116,570	9.6	164,453	8.8
Ciencias Naturales y Exactas	22,905	3.2	28,134	2.6	21,070	1.7	35,751	1.9
Ciencias Sociales y Administrativas	272,249	37	507,937	47	618,705	51	901,213	48
Educación y Humanidades	19,991	2.7	33,635	3.1	35,363	2.9	93,780	5
Ingeniería y Tecnología	192,233	26	341,535	32	394,200	32	628,188	34
Total Nacional	731,191	100	1,078,191	100	1,217,431	100	1,865,475	100

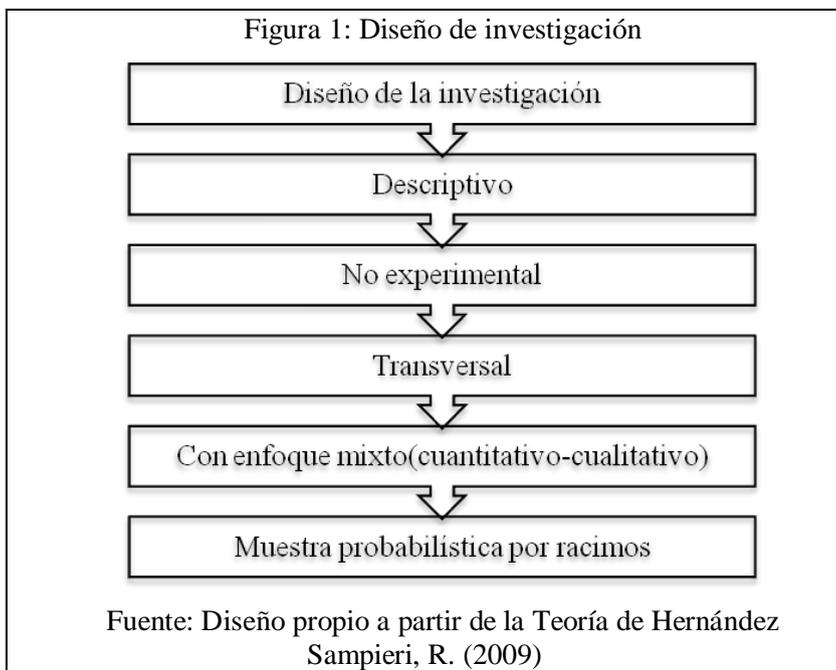
Fuente: ANUIES. Anuario estadístico 2003

Una vez seleccionadas las áreas de conocimiento la pregunta de investigación fue: ¿Qué nivel de actitud emprendedora y qué nivel de ética (valores como fortalezas) forman las universidades privadas a las estudiantes de las licenciaturas en Administración,

Comunicación e Ingeniería Industrial de la ciudad de Puebla?. Y las hipótesis fueron:

H1. Existe, una relación positiva entre las jóvenes universitarias en las disciplinas de Administración, Comunicación, Ingeniería Industrial de la ciudad de Puebla y el nivel de formación de la Actitud.

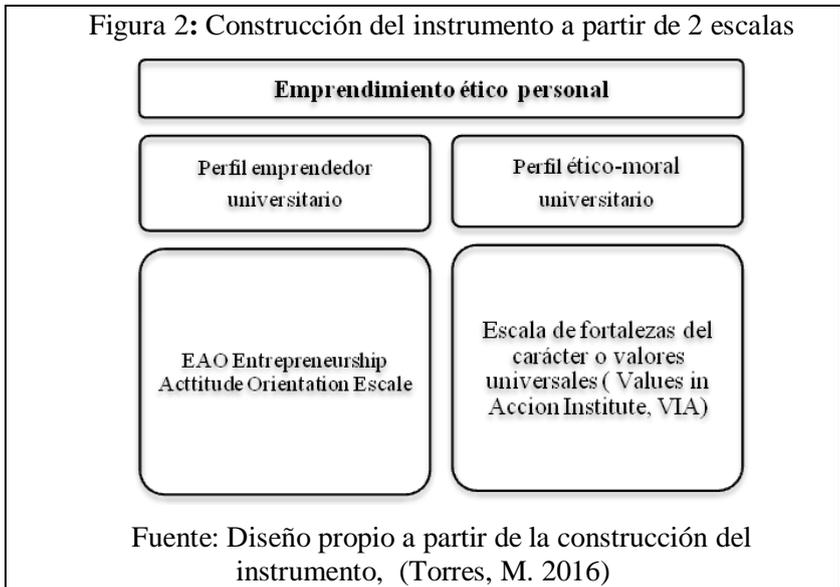
H2. Existe, una relación positiva entre las jóvenes universitarias en las disciplinas de Administración, Comunicación, Ingeniería Industrial de la ciudad de Puebla y la formación en valores ético-morales tratados como fortalezas. El diseño de investigación se describe en la siguiente (Figura 1):



El método utilizado para determinar la muestra fue estratificado por racimos dando un total de 870 jóvenes universitarias con un promedio de edad de 22.5 años que se encuentran cursando el

último cuatrimestre en tres universidades privadas seleccionadas de la ciudad de Puebla para el estudio.

Para el diseño del cuestionario se integraron las dos escalas antes mencionadas dando un total 40 ítems divididos en dos apartados de EAO Entrepreneurship Attitude Orientation Escala, diseñada por Robinson (1987) y traducida al español por Ibáñez (2001) se eliminaron algunas preguntas ajustándola a estudiantes universitarios y las escala de Fortalezas del Carácter o Valores Universales (Values in Accion Institute, VIA). Lo anterior se puede observar en la (Figura 2)



7. RESULTADOS

Respecto a los resultados de la variable actitud emprendedora, las medias de la universidad en las 3 disciplinas con respecto a la media de las carreras emprendedoras reportan que los niveles más altos o de alta exigencia, se encuentran concentrados en la dimensión de *logro*, siendo el más alto promedio la disciplina de

ingeniería con 4.9 puntos, seguida de la disciplina en administración con 4.8 puntos y por último la disciplina de comunicación con 4.3, es decir que los estudiantes al final de sus estudios profesionales se perciben como individuos con un nivel de logros importantes. La dimensión que sigue a la dimensión de *logro* es la dimensión de *control*, en esta dimensión la disciplina con más alto promedio es Ingeniería Industrial con 4.3 puntos, le sigue disciplina en Administración con un promedio de 4.0 puntos y por último, con un nivel medio de exigencia la disciplina en Comunicación 3.6, este dato nos indica que las universitarias en último cuatrimestre han alcanzado un nivel satisfactorio sobre pensamiento positivo en sí mismo reconoce debilidades y fortalezas para la creación de ideas.

Por otro lado, las dimensiones de *riesgo* e *innovación* son las que presenta un nivel de formación de baja exigencia (*no se parece a mí*) siendo la dimensión de Riesgo la dimensión más baja con un promedio de 3.2 y 2.9 promedio total para la dimensión Innovación muy por debajo del estudio original que es de 3.9 para ambas. (Tabla 1)

Tabla 1: Cuadro comparativo de medias de las carreras emprendedoras.

	Administración	Comunicación	Ingeniería industrial	Media-carreras emprendedoras
Autoestima	4.2	3.7	4.6	4.4
Logro	4.8	4.3	4.9	5.0
Innovación	3.1	2.8	3.7	3.2
Control	4.0	3.6	4.3	4.8
Riesgo	3.0	2.5	3.2	2.9
Total	4.02	3.54	4.36	4.40

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos.

Por otro lado, las dimensiones de *riesgo* e *innovación* son las que presenta un nivel de formación de baja exigencia siendo la dimensión de *riesgo* la dimensión más baja con un promedio de 2.5 puntos para la disciplina de Comunicación, 3.4 puntos para la disciplina de Administración y 3.9 puntos el más alto para la disciplina de Ingeniería Mecatrónica. Respecto a la dimensión *innovación*, la disciplina con un promedio de baja exigencia es igualmente Comunicación, con mediana exigencia 3.6 puntos la disciplina de Administración e Ingeniería Industrial con 3.7 puntos.

Los resultados por disciplinas en el caso del análisis de los valores como fortalezas, reportan un nivel destacado en la disciplina de Administración y Comunicación destacando particularmente en las dimensiones de Trascendencia con un promedio de 4.5 y 4.6 respectivamente, la dimensión de Fortalezas Interpersonales destaca en Administración con promedio de 4.2 y le sigue Ingeniería Industrial con un promedio de 3.8. La dimensión menos desarrollada es la de Templanza con promedios de 3.3 para Comunicación e Ingeniería en Mecatrónica y 3.1 para Administración. Al igual que por universidades los promedios generales para la Variable Valores como Fortalezas no alcanzan los promedio propuestos por el estudio original de Seligman. (Tabla 2):

Tabla 2: Promedios totales por dimensión fortaleza como valor de las universidades A, B, C comparados con el promedio máximo del estudio de original de VIA.

	A	B	C	Estudio original
Sabiduría	3.7	3.3	3.7	4.85
Coraje	3.41	3.61	3.57	4.72
Interpersonales	4.0	3.7	4.0	4.72
Justicia	3.13	3.23	3.56	4.77
Moderación/templanza	3.29	3.11	3.35	5
Trascendencia	4.66	4.39	4.67	5
	3.7	3.6	3.8	4.8

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos

8. CONCLUSIONES

Las medias respecto a la Actitud Emprendedora en todas las subdimensiones presentan un nivel de desarrollo menor al promedio del estudio original (Krauss, C. 2003:19) excepto la Control Comportamental con 0.03 puntos superior al estudio original, las subdimensiones que presentan un mayor rezago son en promedio las de Riesgo en todas sus dimensiones cognitiva, comportamental y afectiva.

Por otro lado, hablando de la variable valores como fortalezas, las dimensiones que presentan un mayor desarrollo después de recibir el estímulo de la universidad son: Juicio la cual llega 2.03 puntos además supera el nivel del estudio original, Creatividad obtiene 1.68 puntos (Fortalezas de Sabiduría) y Equidad que avanza 1.89 puntos y también supera al estudio original.

En la dimensión de Fortalezas de Coraje, aunque se encuentra en un nivel de exigencia alta y es superior el promedio comparado con el estudio original de Park y Peterson (2006), la subdimensión de Vitalidad baja 0.11 puntos de 4.38 a 4.28. Otro de los grupos que pierde puntos es el de Fortalezas Trascendentales a pesar de que se encuentran en un nivel de alta exigencia la tendencia es a perder puntos en las siguientes subdimensiones: Aprecio por la belleza pierde .04 puntos de 4.53 a 4.49 puntos, la subdimensión Gratitud baja también .03 puntos de 4.30 a 4.27 puntos, la Espiritualidad baja de .18 puntos de 4.67 a 4.50 puntos. (Park y Peterson, 2006 citado por Jiménez, M. 2011:127)

Respecto a la comparación de medias totales con el estudio original mejoran el nivel de formación de las Valores como Fortalezas en veinte de ellas, las cuales se sitúan entre un nivel medio a alto de exigencia, además de superar en trece dimensiones al estudio original. Sin embargo, existen once subdimensiones que se encuentran por debajo de las medias del estudio original, además cuatro subdimensiones, pierden puntos después de recibir el estímulo de la formación universitaria.

Finalmente hablar de grandes emprendimientos está altamente asociado a la Innovación, sin embargo, respecto a los resultados de

la dimensión Innovación fue una de las más bajas junto a Riesgo, dentro de la categoría de Actitud Emprendedora en los estudiantes en el tiempo 2 o estudiantes pertenecientes al noveno cuatrimestre este resultado se refuerza con las investigaciones de MERCOSUR donde resaltan que solo el 11% de los emprendimientos son altamente innovadores, un 32% incorporan algún tipo de innovación y el 57% el mayor porcentaje simplemente reproducen actividades de firmas ya existentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENAVIDES ESPINOSA, M; SÁNCHEZ GARCÍA, M; LUNA AROCAS. 2004. El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario. Departamento de dirección de empresas. **Revista DY0**. Universidad de Valencia (España)
- FLECHA, C. 2004. **El Papel Humanizador desempeñado por las mujeres**. Redalyc. Universidad de León España (España). p.p 23-46 ISSN 1696 7623
- ILO, **Global Employment Trends for Women 2012** Disponible: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/--dcomm/documents/publication/wcms_195447.pdf
- NARANJO Elvira, 2011. **Monitor global de la actividad emprendedora**. México 2011. Disponible: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2625>
- JIMÉNEZ SÁEZ, F; ARROYO VÁZQUEZ, M, 2009. **El Fomento del Emprendimiento Universitario a través de un Modelo Integrador**. Recuperado el 9 de diciembre de 2015. . Disponible; <http://64.65.44.107/docs/185.pdf>
- KLIKSBERG, Bernardo. 2006. Más Ética más Desarrollo. **Temas Grupo editorial SRL**. IBN 847351-254-5. Argentina, (Buenos Aires). Disponible: http://books.google.com.mx/books?id=hOkfGpTLIuEC&pg=PA84&dq=%22perfil+%C3%A9tico+Aspen+Insitute%22&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false

KLIKSBERG, Bernardo. 2009. Newsletter. **Construyendo Inclusión y Gobernabilidad**.-Número 9 – Marzo 2009. Educar en ética empresarial en Iberoamérica: un desafío impostergable. Disponible: http://www.paho.org/Spanish/D/Educar_%C3%A9ticaempresarial_Iberoam%C3%A9rica.pdf

KRAUSS, C. 2003. **Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay** (Uruguay). Disponible:

http://www.boliviaempresadora.org.bo/public/lst_biblioteca_rbe/lst_biblioteca_rbe_11347_archivo.pdf

OCDE, Gender Dynamics: **How Can Countries Close the Economic Gender Gap?** Disponible:

<http://www.oecd.org/about/secretarygeneral/genderdynamicshowcancountriesclosetheeconomicgendergap.htm>

INEGI, 2009. **Los hombres y las mujeres en las actividades económicas**. (México)

Disponible: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce>

2009/pdf/Mon_o_Hombres_mujeres.pdf

SÁNCHEZ, J. 2009. Aprendizaje social e intenciones emprendedoras un estudio comparativo entre México, España y Portugal. **Revista Latinoamericana de Psicología**. Vol. 41, págs. 109-119. ISSN 0120-0534

TORRES, Martha. 2011. Modelo Estratégico de Emprendimiento Ético Personal en Jóvenes Universitarios. **Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas. ACACIA**. Veracruz mayo 2011(México). ISBN 978 607 95043 6 6.pp 95-106

¹ Según la Teoría del Aprendizaje Social de Bandura(1977), afirma que la mayor parte de comportamientos son aprendidos mediante la exposición a modelos que ejecutan el comportamiento, para el caso de estudio es la intención emprendedora (Sánchez, 2009)



**UNIVERSIDAD
DEL ZULIA**

opción

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

Año 32, Especial N° 13, 2016

Esta revista fue editada en formato digital por el personal de la Oficina de Publicaciones Científicas de la Facultad Experimental de Ciencias, Universidad del Zulia.
Maracaibo - Venezuela

www.luz.edu.ve

www.serbi.luz.edu.ve

produccioncientifica.luz.edu.ve