

Artículo de Investigación

Perfil cultural de las medianas empresa de la ciudad de loja

Cultural profile of medium-sized companies in the city of loja

Autor:

Carlos Roberto Carpio Ayala
Universidad Nacional de Loja
Loja-Ecuador

carlos.carpio@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6893-4470>

Rogelio Israel Gaona Roa
Universidad Publica de Navarra
Pamplona-España

gaona.167544@e.unavarra.es

<https://orcid.org/0009-0007-5788-6235>

Zoila Mónica Ortega Pesantez
Universidad Nacional de Loja
Loja-Ecuador

zoila.ortega@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-3411-5386>

Rosa Paola Flores Loaiza
Universidad Nacional de Loja
Loja-Ecuador

rosa.flores@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2754-8191>

Autor de Correspondencia: Carlos Roberto Carpio Ayala, carlos.carpio@unl.edu.ec

Reception: 19-November-2024 **Acceptance:** 02-December-2024 **Published:** 20-December-2024

Como citar este artículo:

Carpio Ayala, C. R., Gaona Roa, R. I., Ortega Pesantez, Z. M., & Flores Loaiza, R. P. (2024). Perfil cultural de las medianas empresa de la ciudad de loja. Sapiens International Multidisciplinary Journal, 1(3), 231-243.

<https://doi.org/10.71068/72g59v86>

Resumen

Se llevó a cabo un análisis del perfil cultural de las medianas empresas en la ciudad de Loja, utilizando un método de recolección de datos basado en los criterios de efectividad y eficacia propuestos por (Cameron y Quinn, 2006). Este enfoque permitió identificar cuatro tipos de culturas organizacionales: clan, adhocrática, jerárquica y de mercado. Cada tipo se caracteriza por seis elementos clave: características dominantes, liderazgo organizacional, gestión de empleados, cohesión organizacional, énfasis estratégico y criterios de éxito. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, exploratorio, descriptivo y explicativo, recolectando datos de una muestra de 48 medianas empresas mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple. Los datos fueron procesados utilizando el software Excel, y los resultados se presentaron gráficamente con el programa GeoGebra. Los hallazgos revelaron que el 30,01% de las empresas poseían una cultura de tipo clan, el 23,24% una cultura adhocrática, el 23,07% una cultura de mercado y el 23,69% una cultura jerárquica. Estos resultados indican que no existía una cultura organizacional dominante en las empresas analizadas, aunque se observó una inclinación hacia la cultura clan. La investigación sugiere que, debido a la presencia de los cuatro tipos de culturas en diferentes proporciones, resulta imposible definir el perfil cultural de las organizaciones basándose en un único tipo.

Palabras clave: clan, adhocracia, jerarquía, mercado

Abstract

An analysis was conducted on the cultural profile of medium-sized enterprises in the city of Loja, using a data collection method based on the effectiveness and efficiency criteria proposed by Cameron and Quinn (2006). This approach allowed for the identification of four types of organizational cultures: clan, adhocratic, hierarchical, and market. Each type is characterized by six key elements: dominant characteristics, organizational leadership, employee management, organizational cohesion, strategic emphasis, and criteria for success. The research adopted a quantitative, exploratory, descriptive, and explanatory approach, collecting data from a sample of 48 medium-sized enterprises using simple random sampling. The data were processed using Excel software, and the results were graphically presented with GeoGebra. The findings revealed that 29.92% of the companies had a clan culture, 23.27% an adhocratic culture, 23.07% a market culture, and 23.65% a hierarchical culture. These results indicate that there was no dominant organizational culture among the analyzed companies, although a tendency towards clan culture was observed. The research suggests that due to the presence of all four types of cultures in varying proportions, it is impossible to define the cultural profile of the organizations based on a single type.

Keywords: Clan, Adhocracy, Hierarchy, Market

1. INTRODUCCIÓN

Las medianas empresas juegan un papel crucial en el desarrollo económico y social de muchas ciudades, como es el caso de Loja. Sin embargo, a menudo enfrentan desafíos relacionados con su cultura organizacional, que pueden impactar directamente su efectividad y competitividad en el mercado. La diversidad de tipos de cultura dentro de estas organizaciones, como la cultura clan, adhocrática, jerárquica y de mercado, puede generar confusiones sobre la dirección estratégica a seguir y los procesos internos necesarios para el crecimiento.

La problemática radica en que no hay un predominio claro de un tipo de cultura sobre otros en las medianas empresas de Loja, lo que sugiere que muchas de ellas operan en un contexto de mezcla cultural. Esta complejidad puede dificultar la toma de decisiones acertadas y la implementación de estrategias que fomenten un ambiente de trabajo cohesionado y orientado a resultados. Adicionalmente, la falta de información precisa acerca del perfil cultural de estas organizaciones limita las oportunidades de mejora y adaptación a las dinámicas del mercado, lo que puede poner en riesgo su sostenibilidad a largo plazo.

En este contexto, resulta fundamental analizar las características culturales predominantes y los componentes que las definen, para poder ofrecer recomendaciones dirigidas a potenciar la efectividad organizacional y la capacidad de respuesta frente a los retos contemporáneos. Este análisis no solo beneficiaría a las propias empresas, sino que también contribuiría al desarrollo económico de la región al mejorar su competitividad en un entorno globalizado.

Estos cuatro tipos de culturas organizacionales reflejan distintos enfoques y valores que afectan la forma en que se desarrollan las actividades en una empresa. La cultura de Clan se asemeja a una organización familiar, priorizando el trabajo en equipo y el crecimiento de los empleados. En contraste, la cultura de Adhocracia se centra en la adaptabilidad, flexibilidad y creatividad, fomentando un ambiente dinámico y emprendedor. La cultura de Jerarquía, por su parte, se distingue por su estructura formalizada, con un enfoque en el control y la estabilidad. Finalmente, la cultura de Mercado se orienta hacia la obtención de resultados y la competitividad externa.

El modelo de Cameron y Quinn, (2006) proporciona una herramienta para analizar y comprender la cultura organizacional al asignar valores a cada uno de los elementos que definen cada tipo de cultura. Al combinar y promediar estos valores, se genera una representación gráfica de la cultura organizacional, lo que facilita su análisis e interpretación.

2. DESARROLLO

El proceso de investigación se llevó a cabo en varias etapas secuenciales, en primer lugar, se utilizó la técnica de investigación documental accediendo a diversas bases de datos digitales, como Google Académico, repositorios de universidades y sitios web especializados, así como a libros, artículos científicos, diccionarios e informes técnicos. Esta revisión exhaustiva permitió seleccionar y recopilar los fundamentos teóricos y técnicos necesarios para entender la teoría subyacente y la encuesta propuesta por Cameron y Quinn (2006), que sirvió como

base para desarrollar el instrumento de recolección de información. Este instrumento se complementó con preguntas de introducción y clasificación de tipo dicotómico y en escala de Likert.

En segundo lugar, se aplicó la encuesta al personal de mayor jerarquía de las empresas durante las visitas de campo. Esta técnica facilitó la obtención de datos directamente de los informantes clave. Posteriormente, se procedió a tabular e interpretar los resultados utilizando Excel, lo que permitió procesar los datos relacionados con los seis elementos culturales, y se utilizó GeoGebra para la elaboración de gráficos.

Finalmente, que consistía en describir el perfil cultural de las medianas empresas en la ciudad de Loja, se realizaron análisis gráficos a partir de los valores y porcentajes obtenidos en Excel. GeoGebra se utilizó nuevamente para graficar el perfil cultural, proporcionando una representación visual clara. Esta metodología integral garantizó una comprensión profunda y clara del perfil cultural de las medianas empresas estudiadas, fundamentando los hallazgos en datos rigurosos.

Elementos dentro de la cultura, cada uno de los cuatro tipos de cultura organizacional está compuesto por seis elementos, los cuales tienen características únicas según la cultura a la que pertenecen.

Figura 1:

Características de los elementos según su cultura.

Cualidades de los elementos culturales				
Elemento	Cultura clan	Cultura adhocrática	Cultura jerárquica	Cultura de mercado
Características dominantes	Lugar personal y familiar.	Dinámica y emprendedora.	Jerarquizada controlada y estructurada.	Orientada hacia los resultados.
Liderazgo organizacional	Tutor, consejero y padre de todos en la familia.	Emprendedor nato, innovador y tomador de riesgos.	Coordinador, organizador, defensor de la eficiencia.	Ejecutivo agresivo, competitivo, clara orientación hacia los resultados.
Gestión de empleados	Lealtad, compromiso organizacional, confianza mutua	Compromiso con la innovación y cambio continuo	Respeto por la normas y políticas formales cumpliendo con la jerarquía.	Agresividad, espíritu ganador, consecución de objetivos
Unión de la organización	Promueve el trabajo en equipo, conceso y participación	Promueve la iniciativa del individuo, la adopción de riesgos, la innovación	Promueve la seguridad del empleo, la estabilidad y predicción	Competitividad agresiva, logro de objetivos ambicioso
Énfasis estratégico	Desarrollo humano de los miembros, confianza	Dinamismo y predisposición a aceptar nuevos retos	Permanencia y estabilidad en sus miembros, eficiencia y control	Acciones competitivas, vencer a la competencia.
Criterio de éxito	Desarrollo humano, trabajo en equipo, interés por los trabajadores.	Desarrollo de productos únicos y novedosos.	Respeto por normas políticas formales, cumplimiento con jerarquía.	Agresividad, espíritu ganador consecución de objetivos.

Nota: Información extraída de los referentes bibliográficos.

3. METODOLOGÍA

El presente estudio se llevó a cabo en el sur del Ecuador en la ciudad de Loja ubicada en Longitud: O79°12'15.19"; Latitud: S3°59'35.27"

El enfoque de la investigación fue cuantitativo, lo que proporcionó una base sólida para medir los fenómenos de interés a través de la recopilación y análisis de datos numéricos, permitiendo una evaluación precisa y objetiva de las variables estudiadas. Se empleó un método deductivo, fundamentado en teorías preestablecidas, que facilitó una secuencia sistemática para organizar y analizar los datos. La investigación se clasificó como exploratoria-descriptiva, ya que permitió la recolección de información en su estado natural mediante encuestas en las empresas, lo que proporcionó datos de primera mano. Además, ofreció una descripción detallada del fenómeno estudiado, brindando una comprensión más profunda de los aspectos involucrados. El diseño de la investigación fue no experimental, lo que implicó observar y recopilar datos sin intervención directa en las variables, garantizando una aproximación imparcial y científica que aumentó la confiabilidad de los resultados obtenidos.

La población objeto de estudio estuvo conformada por medianas empresas en Loja, de las cuales se obtuvo una muestra de 48 empresas mediante un método de muestreo probabilístico aleatorio simple. Este tipo de muestreo permite garantizar que cada empresa de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionada para participar en el estudio, lo cual es fundamental para la validez de los resultados.

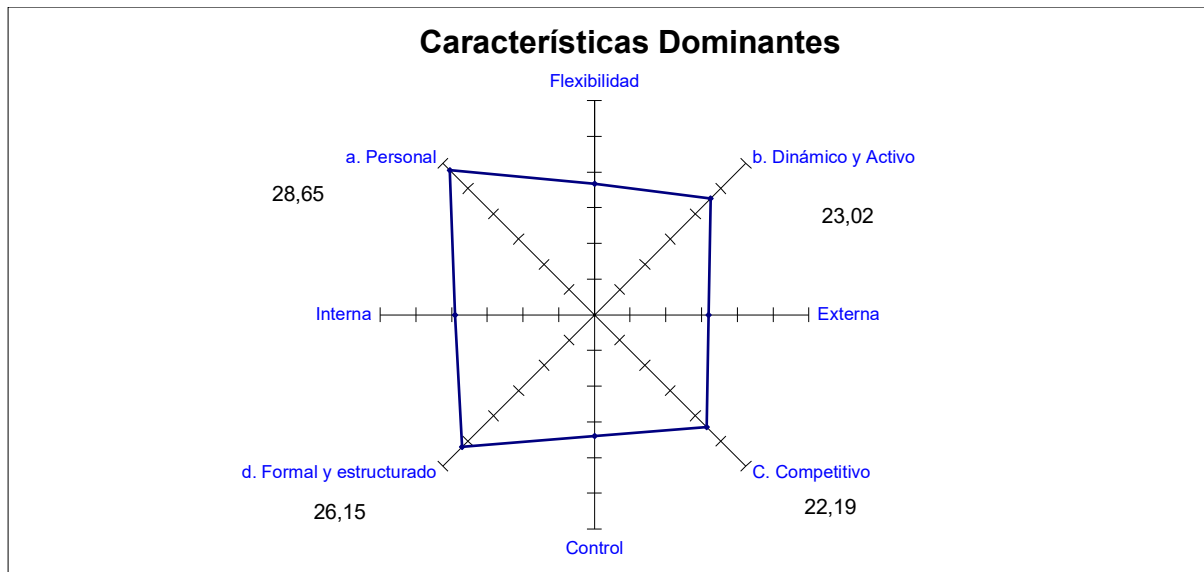
4. RESULTADOS

La metodología utilizada para el proceso de tabulación, análisis e interpretación del instrumento propuesto por Quinn & Cameron (2006) es la siguiente.

1. Se promedió los resultados por cultura, de cada uno de los 6 elementos de las 48 encuestas.
2. Este resultado se plasmó en un plano cartesiano que permitió observar gráficamente la dimensión y la orientación del elemento, se obtendrá 6 gráficas en total una por cada elemento.

Figura 2:

Características dominantes



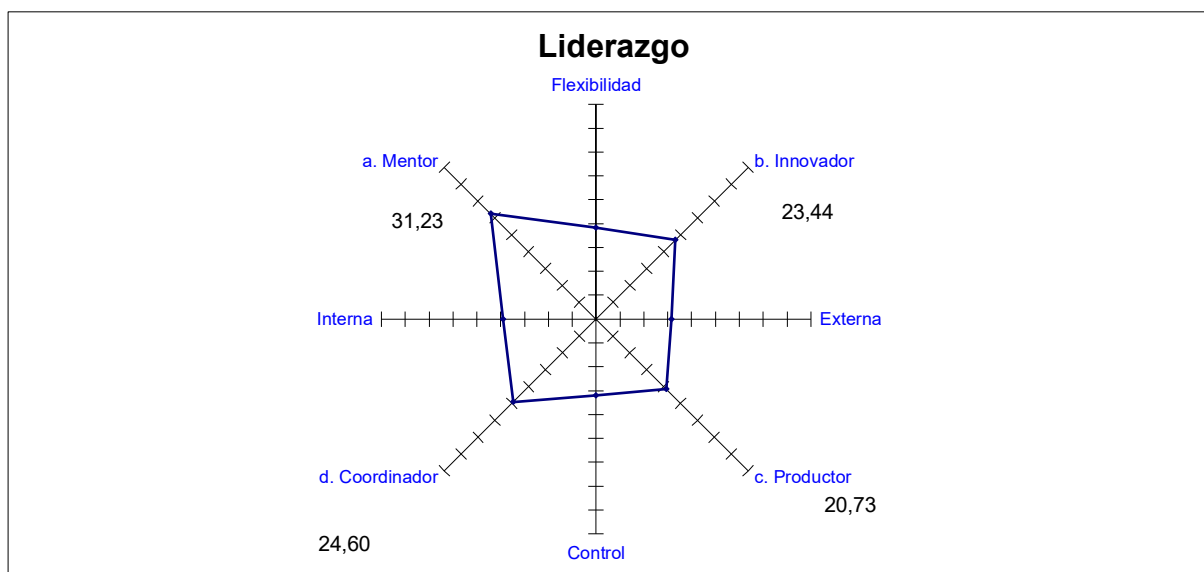
Nota: Resultados graficados

Análisis

Muestra una notable inclinación hacia la cultura Clan, enfatizando el desarrollo personal, el trabajo en equipo y las relaciones interpersonales. También se evidencia una tendencia hacia la cultura Jerárquica, que resalta la importancia de la estabilidad, el orden y el control en los procesos. Además, hay una presencia equilibrada de las culturas Adhocrática y de Mercado, lo que indica una valoración de la adaptabilidad, la creatividad, la orientación a resultados y la competencia externa. En resumen, la organización combina elementos de estas culturas para fomentar el crecimiento y bienestar de los empleados, mantener la eficiencia en los procesos, enfrentar desafíos innovadores y buscar ventajas competitivas en el mercado.

Figura 3:

Líderes de la organización.



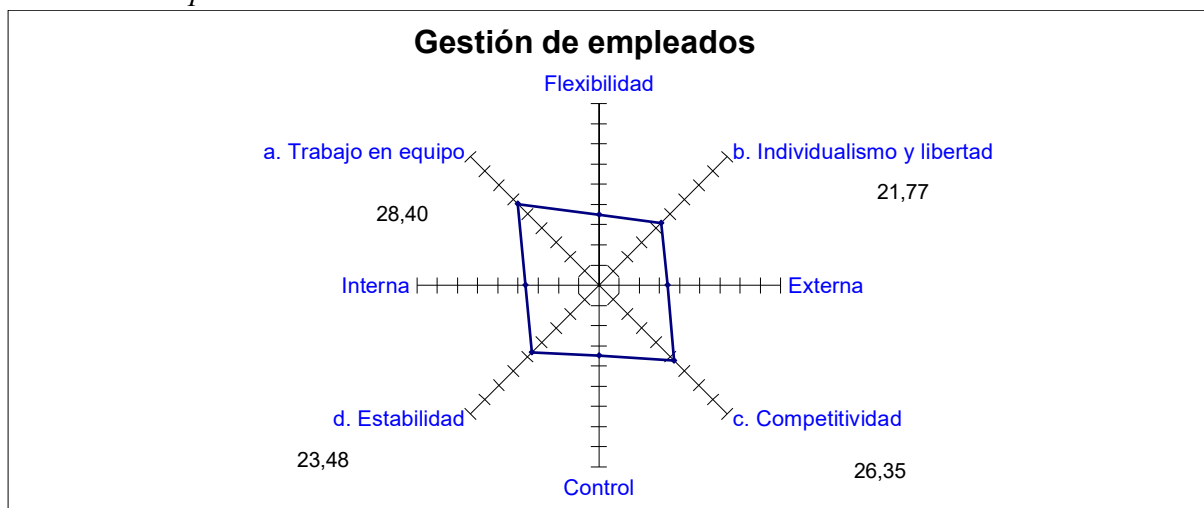
Nota: Resultados graficados

Análisis

La observación de una fuerte inclinación hacia la cultura Clan en el liderazgo de la organización resalta la importancia de desarrollar líderes que cuidan y apoyan a su equipo. Estos líderes promueven el crecimiento personal y profesional, creando un ambiente de confianza y colaboración. También se nota una tendencia hacia la cultura Jerárquica, que valora roles claros y una cadena de mando definida, con líderes que se enfocan en el control y la supervisión. Por otro lado, la cultura Adhocrática juega un papel importante al fomentar líderes creativos y emprendedores que gestionan proyectos innovadores, promoviendo la adaptabilidad y la toma de riesgos. Aunque en menor medida, la cultura de Mercado también influye en el liderazgo, enfatizando la orientación a resultados y la búsqueda de ventajas competitivas. En resumen, el liderazgo de la organización combina elementos de las culturas Clan, Jerárquica, Adhocrática y de Mercado, lo que genera un enfoque multifacético en la gestión del equipo.

Figura 4:

Gestión de empleados.



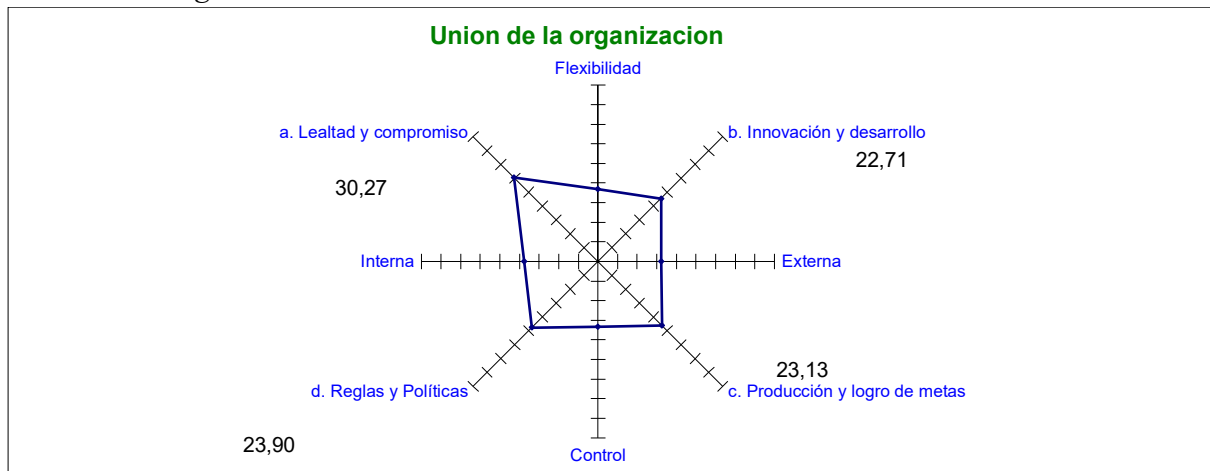
Nota: Resultados graficados

Análisis.

La observación indica una inclinación equilibrada entre la cultura Clan y la cultura de Mercado en la gestión de empleados indica que la organización valora tanto el apoyo a sus empleados como la orientación hacia resultados y la competencia externa. La cultura Clan enfatiza las relaciones interpersonales y el trabajo en equipo, creando un ambiente de confianza y colaboración. En contraste, la cultura de Mercado se centra en satisfacer las necesidades del mercado y en buscar ventajas competitivas. Además, la presencia de la cultura Jerárquica resalta la importancia de tener roles claros y una cadena de mando definida. Por último, aunque en menor medida, la cultura Adhocrática promueve la flexibilidad y la innovación en la gestión de empleados. En conjunto, estos enfoques culturales fomentan un ambiente de trabajo equilibrado, donde se busca el crecimiento personal y profesional, la eficiencia, el cumplimiento de objetivos y la adaptación a desafíos complejos.

Figura 5:

Unión de la organización



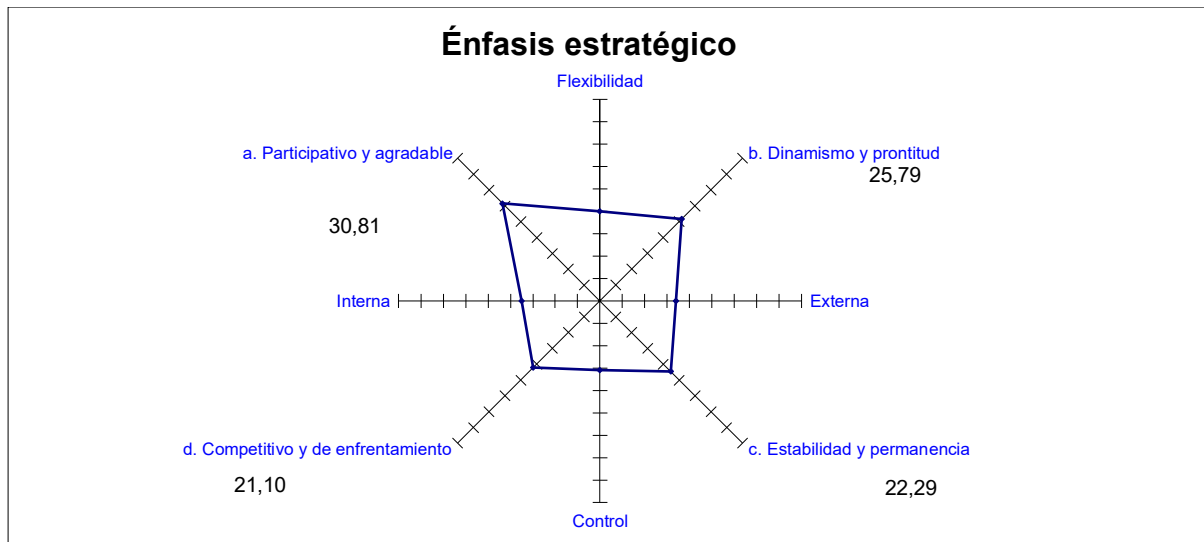
Nota: Resultados graficados

Análisis.

La observación de una mayor inclinación en el primer cuadrante (Cultura Clan) en el elemento de unión de la organización indica la importancia de la cohesión y el sentido de comunidad. La cultura Clan se enfoca en las relaciones interpersonales y el trabajo en equipo, promoviendo un ambiente de colaboración y apoyo mutuo. Valora el bienestar y la participación de los empleados, fomentando la lealtad y la identificación con la organización. La cultura Jerárquica muestra una presencia significativa en el elemento de unión, lo que refleja la valoración de la estabilidad y el orden. Se establecen roles claros y una cadena de mando definida para lograr coherencia y alineación. Aunque es más formal y vertical, busca la coordinación y la unidad en la organización. La cultura de Mercado muestra una inclinación equilibrada en el elemento de unión. Se enfoca en la competencia externa y la satisfacción del mercado. Aunque puede parecer enfocada en la individualidad y la competencia, también reconoce la importancia de la unión y el trabajo en equipo para alcanzar resultados exitosos. La cultura Adhocrática influye en el elemento de unión, aunque en menor medida. Fomenta la flexibilidad y la innovación, lo que implica adaptabilidad y apertura a la colaboración. A pesar de su enfoque en la creatividad y la autonomía individual, valora la formación de equipos y la construcción de relaciones sólidas para abordar desafíos complejos y fomentar la unión en la organización.

Figura 6:

Énfasis Estratégico



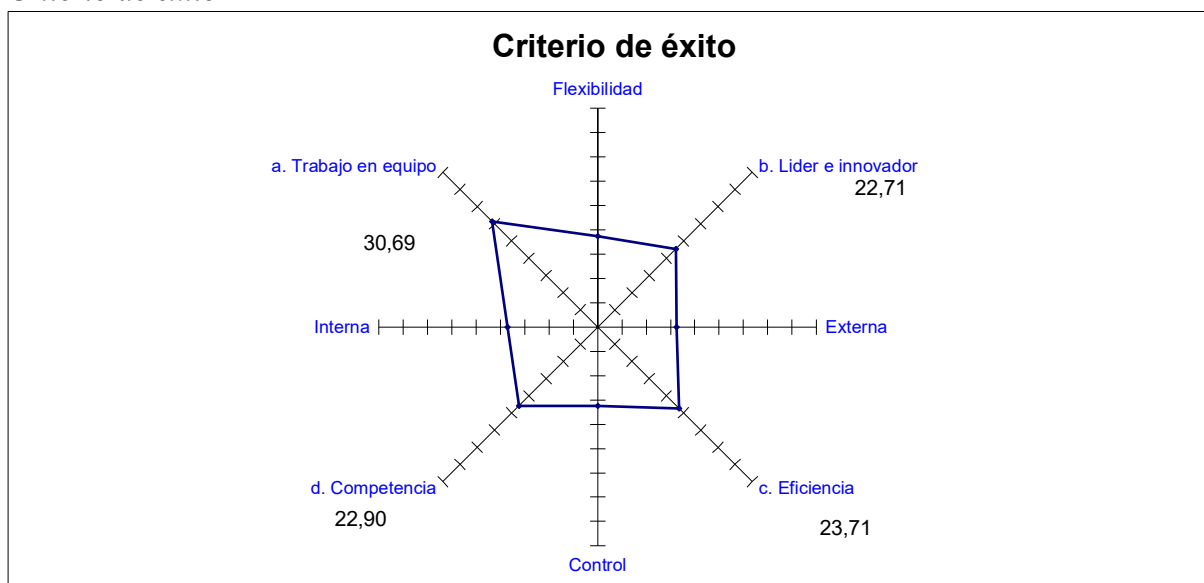
Nota: Resultados graficados

Análisis.

La mayor inclinación en el primer cuadrante Cultura Clan, en el elemento de énfasis estratégico indica la importancia de la colaboración y la participación de los empleados en la formulación y ejecución de la estrategia organizacional. La cultura Adhocrática, representada en el segundo cuadrante, también valora la capacidad de adaptación y la innovación en la estrategia. La cultura de Mercado muestra una menor inclinación, pero aún se valora la alineación con las necesidades del mercado. La cultura Jerárquica presenta una presencia equitativa, centrándose en la implementación de la estrategia establecida. En resumen, se enfatiza la colaboración, la adaptabilidad y la alineación en la estrategia.

Figura 7:

Criterio de éxito



Nota: Resultados graficados

Análisis.

La mayor inclinación en el primer cuadrante, representando la cultura Clan, en el criterio de éxito indica la importancia del bienestar y la satisfacción de los empleados como indicadores clave de éxito organizacional. La cultura Clan promueve la colaboración, el apoyo mutuo y el cuidado hacia los empleados, valorando su desarrollo personal y profesional. La inclinación hacia el cuarto cuadrante, correspondiente a la cultura de Mercado, muestra que también se valora el logro de resultados tangibles y la satisfacción de las necesidades del mercado como criterios de éxito. En esta cultura, se enfatiza la orientación hacia los resultados y la competitividad externa, buscando alcanzar el éxito a través de la eficiencia y la obtención de resultados medibles. Tanto la cultura Jerárquica como la cultura Adhocrática tienen una presencia equitativa en el criterio de éxito. La cultura Jerárquica valora el cumplimiento de objetivos y la eficiencia en la ejecución de tareas, estableciendo roles claros y una cadena de mando definida. Por otro lado, la cultura Adhocrática valora la adaptación, la innovación y la creatividad como factores clave para el éxito, fomentando la exploración de nuevas ideas y la capacidad de respuesta ágil a los desafíos del entorno.

5. DISCUSIÓN

Figura 8:

Perfil cultural de las medianas empresas de la ciudad de Loja.

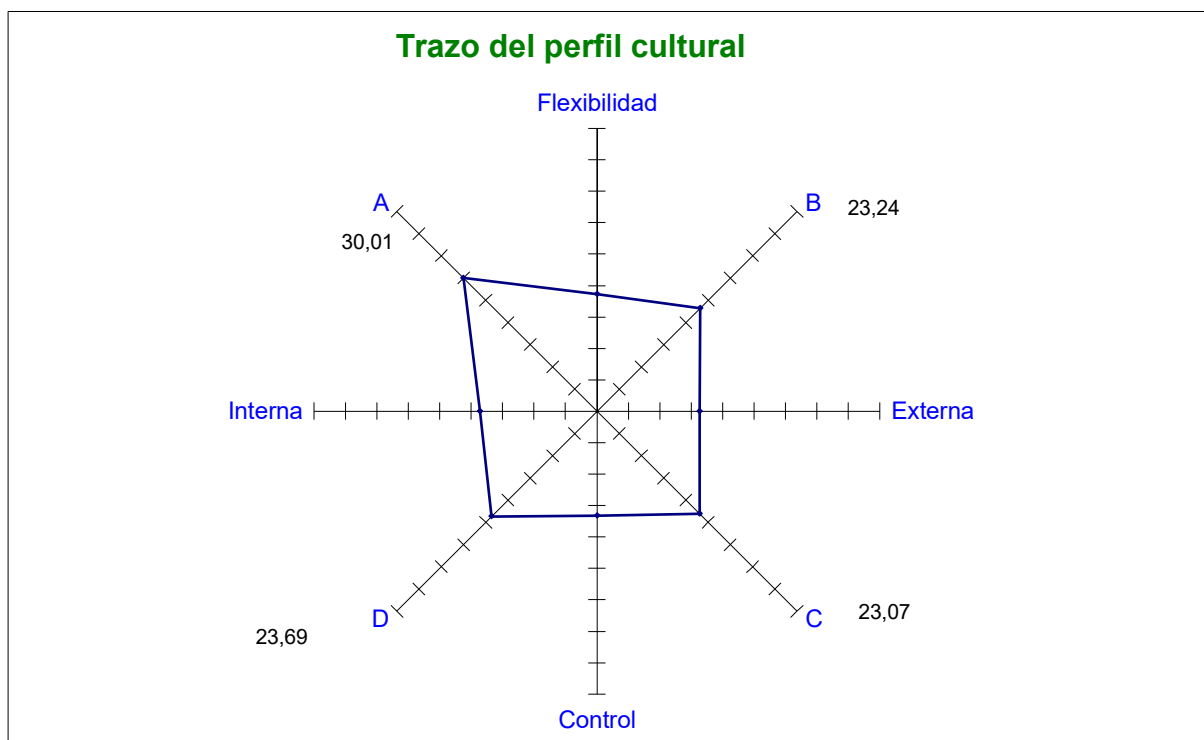


Figura 2: Trazo del perfil cultural de las medianas empresas de la ciudad de Loja.

En el análisis de la cultura organizacional de las medianas empresas de la ciudad de Loja, se observa un comportamiento equilibrado, pero con cierta tendencia hacia el primer cuadrante de la cultura clan, representando el 30,01% de la cultura organizacional. Esto indica que estas

empresas poseen cualidades presentes en todas las culturas, pero muestran una inclinación hacia la cultura clan.

La cultura clan se caracteriza por fomentar el crecimiento personal, el desarrollo de los empleados y un ambiente de trabajo humano. En este sentido, las medianas empresas en Loja muestran una orientación interna y flexible, promoviendo la colaboración, el trabajo en equipo y el bienestar de sus empleados. Estos aspectos reflejan una tendencia hacia la cultura clan.

Por otro lado, se observa que la cultura jerárquica también tiene una presencia relevante en estas medianas empresas, representando el 23,69% de la cultura organizacional. Esto indica que estas empresas valoran la estabilidad, el control y la estructura en sus procesos. Existe una clara descripción de funciones, líneas de toma de decisiones y procedimientos estandarizados.

Además, se evidencia que las medianas empresas también presentan porcentajes significativos de las culturas adhocracia (23,24%) y mercado (23,07%). Esto sugiere que estas empresas también valoran la creatividad, la adaptabilidad y la orientación hacia los resultados. Muestran una tendencia hacia la competencia externa, la innovación y la búsqueda de ventajas competitivas en el mercado.

En resumen, las medianas empresas de la ciudad de Loja muestran un comportamiento organizacional con cualidades de todas las culturas, pero con una tendencia hacia la cultura clan y la cultura jerárquica. Por un lado, fomentan la estabilidad, el control y la estructura en sus procesos, como lo indica la cultura jerárquica. Por otro lado, apoyan y promueven el compromiso, la colaboración y el bienestar de su personal, en línea con la cultura clan. Además, también muestran una orientación hacia la creatividad, la adaptabilidad y los resultados, como se ve en las culturas adhocracia y mercado. Esta combinación de cualidades culturales refleja la complejidad y la diversidad de las prácticas organizacionales en estas medianas empresas.

6. CONCLUSIÓN

Revisado los resultados encontrados en las medianas empresas de la ciudad de Loja donde se llevó a cabo el estudio, es posible concluir lo siguiente:

Perfil cultural de las medianas empresas de la ciudad de Loja:

- Ninguno de los cuatro tipos de culturas es fomentado de forma única dentro de la organización, por lo cual intentar explicar el perfil cultural basados en uno de los cuatro tipos culturales no es posible.
- Si bien no existe una sola orientación hacia una cultura en específico tanto las empresas según su ubicación, según su tipo y de manera general tienen una mayor tendencia hacia la cultura Clan por lo cual se puede concluir que las medianas empresas de la ciudad de Loja tienen una estructura más familiar muy probablemente porque empezaron como una empresa familiar y aun en la actualidad conservan esos valores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cameron, & Quinn. (2006). *Diagnosing and changing organizational culture*. San Francisco: Jossey-Bass.
- TROMPENAARS. (2004). *Managing people across cultures*. (Reino Unido: Capstone Publishing. recuperado de <http://surl.li/ibntd>)
- Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (2004). *Managing people across cultures*. Reino Unido: Capstone Publishing. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1293933>
- Mintzberg, H. (2003). *Diseño organizacional*. Barcelona, España: Ariel. Recuperado de <https://andrader0.tripod.com/docs/paradigmas/estructuradelasorgs.pdf>
- Vásquez, P. V. C. (2014). *Medición de la cultura organizacional como indicador de satisfacción del ambiente laboral del personal del área técnica y comercial de la empresa Aguas de Samborondón Amagua C.E.M.* Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil. Recuperado de <https://repositorio.ug.edu.ec/items/37f35a3b-bf61-438c-bf99-4c1481d0c58a>
- Quintal, P. (2022). *Cómo crear empresas de servicios*. Quito, Ecuador: Ediciones Empresariales. Recuperado de <https://www.tiendanube.com/blog/empresas-de-servicios-ejemplos/>
- Rodríguez, A. (2005). *Diagnóstico organizacional*. Ciudad de México, México: Alfaomega. Recuperado de https://tecnoadministracionpub.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/08/libro_diagnostico_organizacional_dario_r.pdf
- Romero, R. (1997). *Marketing*. Lima, Perú: Palmir E.I.R.L.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de marketing*. Ciudad de México, México: McGraw-Hill. Recuperado de <https://mercadeo1marthasandino.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Waterman, R. H. (1993). *Adhocracia*. Barcelona, España: Ariel. ISBN: 84-344-1407-4. <https://biblioteca.ufm.edu/library/index.php?title=48221&lang=en&query=@title=Special:GSMSearchPage@process=@field1=encabezamiento@value1=ADMINISTRACION%20%20%20%20@mode=advanced&recnum=26&mode=advanced>
- Yirda, A. (2021). *Empresas comercializadoras*. Addis Abeba, Etiopía: Editorial Universitaria de Addis Abeba.
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento organizacional*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill. ISBN-13: 978-970-10-6876-2. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional._La_dina_mica_en_las_organizaciones..pdf
- Cisneros, F., Ramírez, L., & Hernández, R. (2011). *Control en la empresa familiar*. San José, Costa Rica: Editorial Ad Minister. https://www.researchgate.net/profile/Argentina-Soto-Maciell/publication/318112938_La_Empresa_Familiar_en_Mexico_Emprendimiento_Gestion_y_Sucesion/links/595a59710f7e9b897eab38c5/La-Empresa-Familiar-en-Mexico-Emprendimiento-Gestion-y-Sucesion.pdf
- Echevarría, G. (1990). *Etnografía y comparación*. Madrid, España: Editorial Alianza. ISBN: 84-7488-934-0. https://www.troa.es/libro/etnografia-y-comparacion_904749

- García, J., Casanueva, C., Ganaza, J., & Rodríguez, M. A. (2000). *Prácticas de la gestión empresarial*. Madrid, España: McGraw-Hill. ISBN: 8448128524
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (2006). *Organizaciones: Comportamiento, estructura, procesos*. Ciudad de México, México: McGraw-Hill. ISBN: 978-0-07-338130-5
- Golden, K. (1992). *The individual and organizational culture: Strategies for action*. Nueva York, NY: Harper Business.
https://www.researchgate.net/publication/229897022_The_Individual_and_Organizational_Culture_Strategies_for_Action_in_Highly-Ordered_Contexts

Conflicto de Intereses: Los autores afirman que no existen conflictos de intereses en este estudio y que se han seguido éticamente los procesos establecidos por esta revista. Además, aseguran que este trabajo no ha sido publicado parcial ni totalmente en ninguna otra revista.

© 2024 por los Autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución 4.0. (CC BY 4.0)
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>