

## Contenido

Página legal .....	I
Responsables editoriales .....	II
Contenido .....	VI
Relación de la lealtad y confianza en los usuarios de servicios móviles en tiempos de pandemia.....	1
Intención emprendedora en estudiantes universitarios. Un modelo a partir de la Teoría del Comportamiento Planificado.....	17
El impacto del marketing de Influencia en la decisión de compra en los jóvenes de la U.A.N.L.....	34
Mapa de empatía, grupo focal y método de persona para perfilar al turista rural millennial.....	51
Determinantes que influyen en el valor de la vivienda vertical de San Andrés Cholula, Puebla.....	69
Un Análisis de valuación hedónica sobre departamentos en el área metropolitana de Monterrey ...	84
Percepción estudiantil de Educación Superior sobre la Competitividad en el Emprendimiento Social en el Valle de Toluca.....	101
Aspectos destacados del emprendimiento en los jóvenes estudiantes universitarios desde la revisión teórica.....	117
Factores del Comportamiento del Consumidor que determinan la Decisión de Compra de los Jóvenes de la U.A.N.L. ....	132
Estrategias de imitación en productos de limpieza .....	147
Factores exógenos que influyen en el valor del mercado inmobiliario: un caso de estudio para Apodaca y Guadalupe, Nuevo León .....	158
¿Existió Responsabilidad Social Empresarial durante la pandemia? una visión de estudiantes de licenciatura .....	169
Análisis de la percepción del impacto del envejecimiento poblacional en el futuro del mercado inmobiliario residencial del área metropolitana de Monterrey.....	180
Problemas de los nanoempresarios en pandemia. Un Análisis Factorial Exploratorio .....	193
Florescimiento de Emprendimientos en pandemia COVID19 .....	203