

Especificación de un modelo de emprendimiento ciberpolítico

*Cruz García Lirios*¹

*Javier Carreón Guillén*²

*Francisco Javier Rosas Ferrusca*³

*José Alfonso Aguilar Fuentes*⁴

*Bertha Leticia Rivera Varela*⁵

Resumen

La formación cívico política supone la participación sociopolítica de emprendedores digitales como agentes de cambio. En la era de la información, la sociedad está conformada por esferas civiles que no solo buscan una mayor desregulación del Estado en los asuntos sociopolíticos; sino, buscar una mayor participación a medida que la burocracia se transforma. En este sentido, el emprendimiento digital es el primer proceso mediante el cual se establecerá una agenda pública que permitirá el debate, la construcción de acuerdos y la vigilancia de los consensos por parte de las esferas civiles. De este modo, el objetivo del presente trabajo es especificar un modelo de emprendimiento digital con el fin de poder delinear los ejes de discusión en torno a la formación cívico política. Para tal propósito, se realizó una investigación documental en las bases de datos de REDALYC, LATINDEX y DIALNET durante el periodo del 2010 al 2014.

30

Palabras clave

Transformación del Estado, desregulación burocrática, formación cívica, participación sociopolítica, emprendimiento digital

Abstract

The formation civic politics supposes the participation sociopolitical of digital entrepreneurs as agents of change. In the age of the information, the company is shaped by civil spheres that not only look for a major deregulation of the State in the matters sociopolitical; but, to look for a major participation as the bureaucracy transforms. In this respect, the digital entrepreneurship is the first process by means of which there will be established a public agenda that will allow the debate, the construction of agreements and the vigilance of the consensuses on the part of the civil spheres. Thus, the aim of the present work is to specify a model of entrepreneurship foxglove in order the axes of discussion to be able to delineate concerning the formation civic politics. For such an intention, a documentary investigation fulfilled in the databases of REDALYC, LATINDEX and DIALNET during the period from 2010 to 2014.

Keywords

Transformation of the state, bureaucratic deregulation, civic, social and political participation, digital entrepreneurship

1. Introducción

La participación sociopolítica entendida como efecto de la privación social y causa de identidad, movilización, elección, opinión, sufragio, innovación y emprendimiento supone relaciones asimétricas entre gobernantes y gobernados. Empero, la era digital asumida como el acceso a información diseminada en agendas públicas y temas de discusión parece reducir a su mínima expresión a la participación sociopolítica ya que esta requiere de espacios públicos que las redes sociales minimizan a opiniones.

El binomio internet y opinión es producto de la transformación del Estado, en tanto que las políticas públicas, programas sociales o accionar gubernamental son evaluadas por internautas en función de tendencias diseminadas por los medios de comunicación. Es así como la participación sociopolítica, en la era digital no solo remite al impacto de los medios en la construcción de una democracia participativa y deliberativa, sino además implica el establecimiento de una agenda a partir de los temas diseminados en televisión, radio o prensa.

La agenda ciudadana, resultado de la difusión de los medios, está implicada con la acción colectiva y la movilización ciudadana, en la que ambas son producto de las creencias informativas que las audiencias procesan de dos modos: central o racional y periférico o emocional. En el primer caso, se asume que la ciudadanía, en tanto audiencias, tiene grados de necesidades de buscar información que se ajuste a sus razonamientos. En el segundo caso, las audiencias buscan información que se ajuste a sus emociones.

En la era digital de las Tecnologías de Información y Comunicación, internet y redes sociodigitales, los razonamientos y emociones son sustituidos por percepciones de utilidad, facilidad, eficacia y control; es decir, ayer, la ciudadanía se hacinaba en las plazas públicas; hoy, satura los servidores digitales o páginas electrónicas siguiendo dos lógicas: verosimilitud y verificabilidad.

La percepción de utilidad derivada de la lógica de verosimilitud identifica información consistente con discursos mediáticos que atribuyen al Estado la pérdida de su rectoría y legitiman la privatización de los servicios públicos. Por un lado la televisión que supone su financiamiento a partir del nivel de expectación y la cotización subsecuente de anuncios. A medida que la inversión pública se reduce al patrocinio de contenidos educativos o culturales, la inversión en contenidos de entretenimiento aumenta siempre que los niveles de audiencia o expec-

tación signifiquen el pago de espacios por parte de los anunciantes. Por otro lado, la verosimilitud tiene un lado sociopolítico, ya que son los medios de comunicación los que exhiben los desaciertos de la clase política y generan percepciones de inseguridad, incertidumbre, riesgo, miedo o indignación.

En contraste, la percepción de utilidad derivada de la lógica de verificabilidad supone la producción de contenidos o disseminación de información hacia audiencias con altos niveles de instrucción habituados a contrastar los acontecimientos con reportajes, columnas, noticias, o entrevistas con expertos. Ambas lógicas, verosimilitud y verificabilidad, dan lugar a dos encuadres: uno sociopolítico y otro socioeconómico. En el primero, la lógica de verosimilitud propicia el encuadre sociopolítico al evidenciar sistemáticamente la corrupción, negligencia, opacidad, nepotismo o cooptación del Estado ante las problemáticas económicas, políticas o sociales. En el segundo, la lógica de verificabilidad genera encuadres socioeconómicos en los que el contraste de la realidad con los hechos presentados en los medios incide en demandas de desregulación del Estado con el fin de poder tener mayores opciones de elección.

Los dos encuadres, sociopolítico y socioeconómicos, se intensifican a medida que la necesidad de información aumenta; pero, una reducción en la expectativa o audiencia propicia emociones más que razonamientos, en virtud de que las emociones están relacionadas con decisiones imprevistas, la ciudadanía no desarrolla percepciones de utilidad, sino más bien de incertidumbre, inseguridad o riesgo. Sin embargo, estas percepciones no son exclusivas de razonamientos dado que por sí solos son insuficientes ante tecnologías o dispositivos electrónicos que se perciben como inaccesibles, dificultosas o complejas.

En el presente artículo se expondrán los factores que facilitan la construcción de una identidad sociopolítica en las redes sociodigitales que eventualmente podrán avanzar hacia una movilización de internautas, ya que ¿Cuáles son las dimensiones de la participación sociopolítica en Internet en el contexto de la transformación del Estado y la democratización de la burocracia? La respuesta deriva de la Teoría de la Participación Sociopolítica, la cual advierte que la relación entre sociedad y Estado se disemina en todas las relaciones de poder entre instituciones y ciudadanos, funcionarios y usuarios, autoridades y civiles. En este sentido, el internet es un anexo de las relaciones asimétricas entre gobernantes y gobernados; es en la red donde las fuerzas de seguridad vigilan a internautas para garantizar la seguridad digital, pública y nacional.

Del mismo modo que en los espacios públicos, la policía se encarga del control de riesgos, la ciberpolicía en internet tiene la función de procurar justicia y anticipar movilizaciones que afecten la estabilidad social y la paz pública; es por ello que la agenda cibernética se construye con los mismos actores con los que se construye la agenda pública. Los medios de comunicación, en el caso de internet y las redes sociales, diseminan temas de discusión hasta llegar a acuerdos que en el caso de la red son condenas públicas.

Si la agenda pública forma opiniones ciudadanas, la agenda cibernética forma opiniones “twiteras o faceboleras” desde las que es posible inferir acciones o movilizaciones digitales; sin embargo, a diferencia de la agenda digital, la agenda pública es el resultado de la confrontación de ideas y el contraste de opiniones que en un sector académico sirven de contrapeso a las iniciativas políticas u opiniones civiles.

Es cierto que la ciencia y la tecnología tienen una mayor penetración en internet con respecto a la televisión, radio o prensa, pero sus contenidos son inaccesibles para la ciudadanía y, por ello, tiende a concentrarse en las redes de opinión, aunque sus impresiones puedan ser interpretadas desde un enfoque científico, la religión, el sentido común o las tradiciones culturales son repertorios con los que se interpretan los contenidos.

A partir de esta reflexión, las dimensiones sociopolíticas que se gestan en las redes sociales en internet, es posible anticipar escenarios, como; 1) el control de la ciberred por parte del Estado bajo el argumento de la seguridad nacional y el combate al terrorismo cuyos efectos podrán ser observados en la reducción de suscriptores y usuarios de las redes sociales, así como la movilización para restaurar los derechos de información, privacidad y expresión; 2) la desregulación de Internet como resultado de los avances tecnológicos y el advenimiento de innovaciones que determinarán costos significativos en las instituciones más que ganancias o utilidades relativas al control.

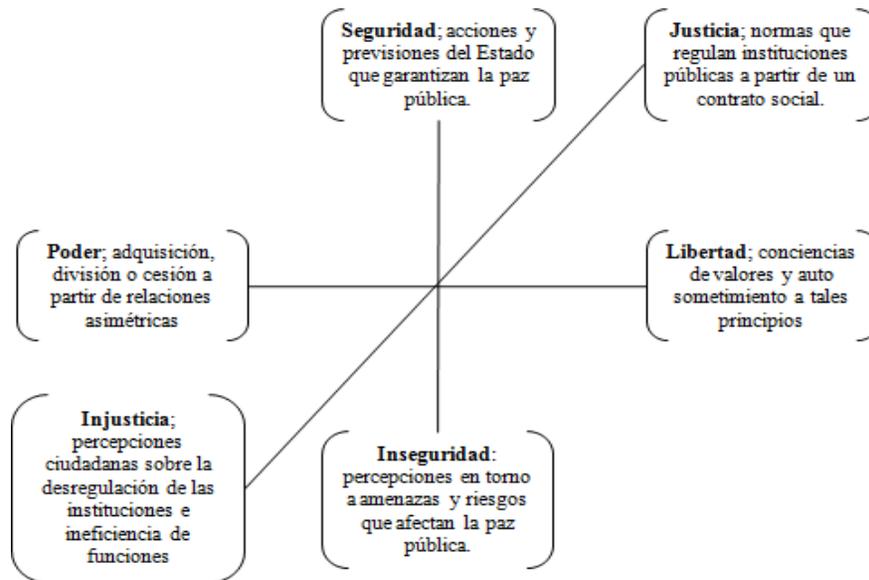
2. Teoría de la participación sociopolítica

La Teoría de la Participación Sociopolítica explica diez procesos de construcción de una agenda pública, emprendimiento social e innovaciones ciudadanas (Figuras 1-12). En este

sentido, la teoría plantea que son cuatro los fundamentos de las políticas públicas que brindan los lineamientos a la participación ciudadana.

En virtud de que la dimensión sociopolítica ha sido planteada como un equilibrio entre seguridad, identidad, equidad y justicia devela relaciones asimétricas entre gobernantes y gobernados desde los que el poder es un patrimonio de quienes dialogan, debaten y acuerdan establecer como temas centrales de debate a la regulación o desregulación de los medios de comunicación y el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). De este modo, la construcción de una agenda supone el análisis de la participación que en el caso de las redes sociales en internet conllevan una identidad opuesta a la que se gesta en los espacios públicos, dado que la ciudadanía adopta diferentes estilos de participación según el escenario, contexto y situación en el que se le ubique (Buelvas, y Amaris, 2010).

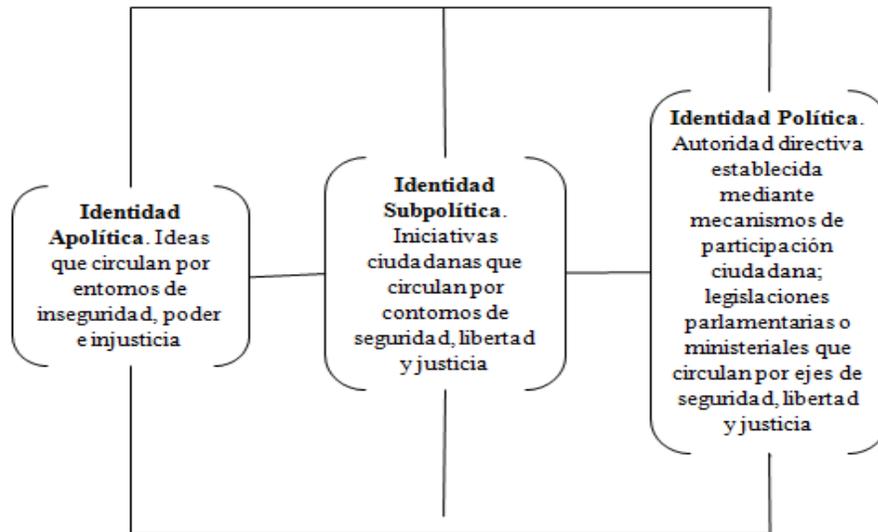
Figura 1. Ejes sociopolíticos



Fuente: Elaboración propia

Es así como la seguridad pública supuso la emergencia de una identidad fortalecida por el Estado en referencia a invasores, o bien, la libertad de elección permitió el desarrollo de capacidades una vez que el Estado brindara las oportunidades de desarrollo (Viera, 2013).

Figura 2. Construcción de la identidad sociopolítica

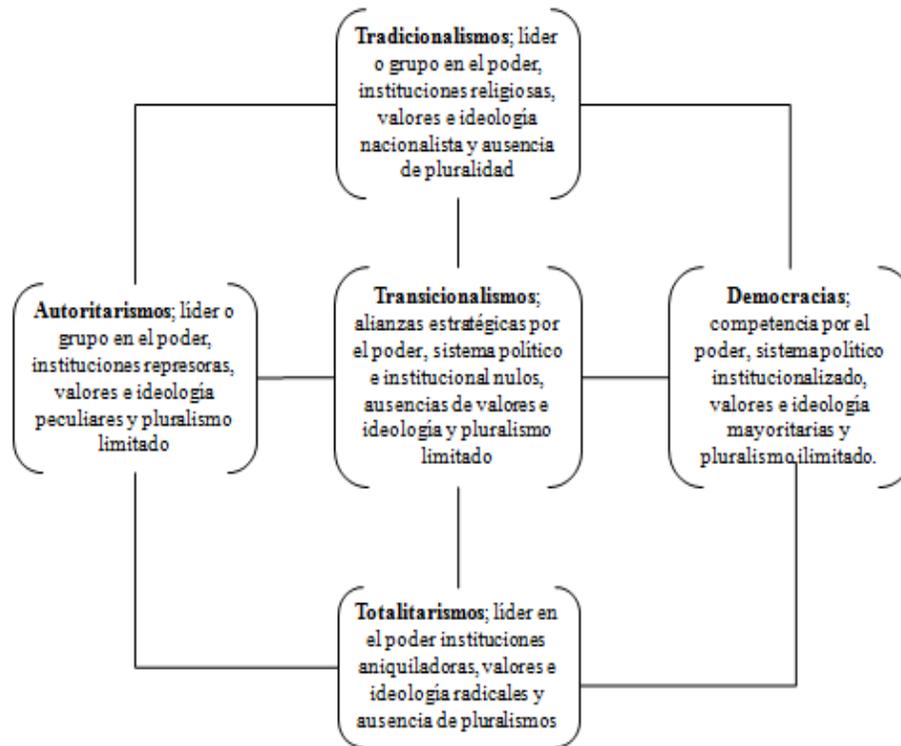


Fuente: Elaboración propia

La libertad, seguridad y justicia suponen oportunidades y capacidades desde el Estado hacia la ciudadanía; pero el resultado de su interrelación supone cuando menos tres identidades: apolítica, subpolítica y política (Figura 2).

La identidad apolítica es producto de la pérdida de rectoría del Estado y, por consiguiente, la ausencia de garantías de seguridad pública que culminarán con percepciones de injusticia, incertidumbre, riesgo o inseguridad (García, 2011), con respecto a la identidad subpolítica, la emergencia de grupos disidentes explica no solo la ingobernabilidad, sino también el advenimiento de conflictos entre gobernantes y gobernados ante el autoritarismo del Estado (Carreón, 2013). Por último, la identidad sociopolítica explica la convergencia de acuerdos y responsabilidades entre gobernantes y gobernados. Sin embargo, en cada uno de estos tres escenarios la identidad se diversificó en formas de Estado y regímenes de gobierno que van de sistemas totalitarios hasta sistemas democráticos en los que los medios de comunicación serán determinantes de su estabilidad con respecto a la ciudadanía (Figura 3).

Figura 3. Formas de Estado y regímenes de gobierno

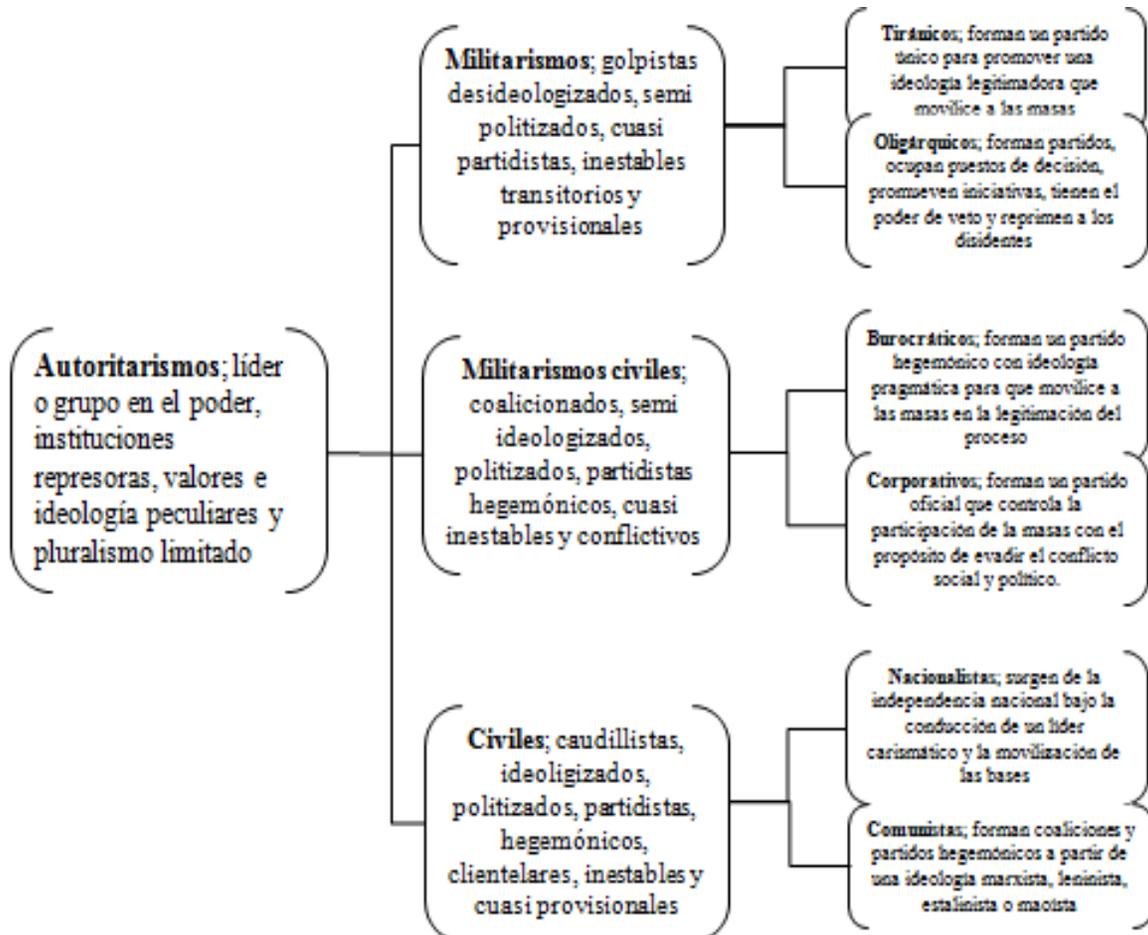


Fuente: Elaboración propia

A diferencia de los sistemas totalitarios en los que los regímenes contaban con fuerzas coercitivas, las democracias cuentan con fuerzas persuasivas tales como medios de comunicación (García 2013).

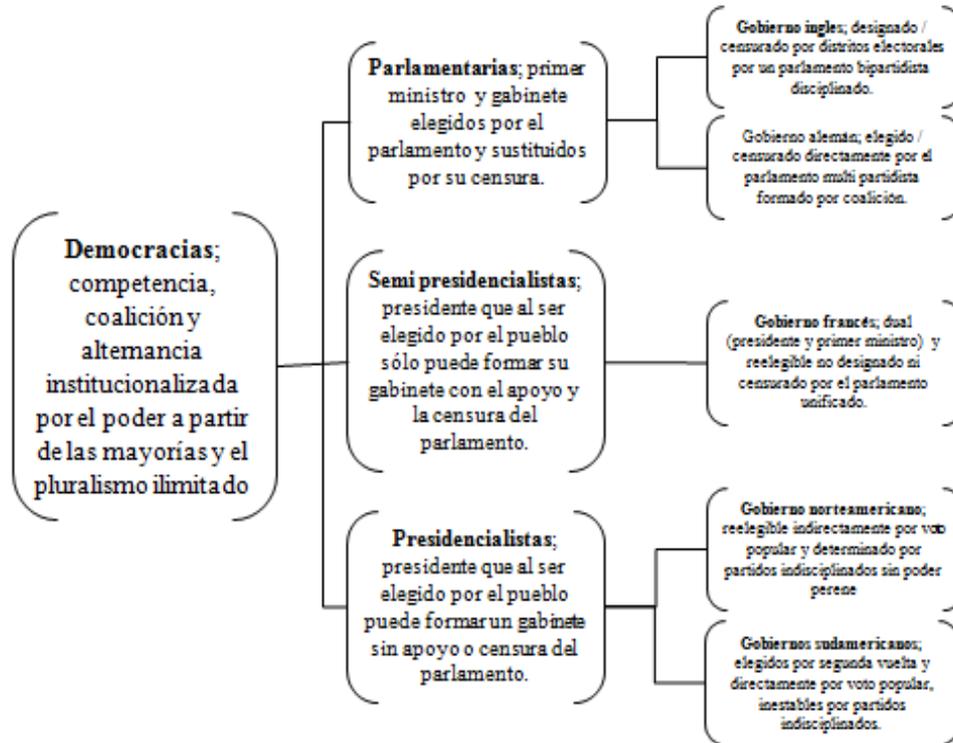
Los temas se establecían desde el Estado para el control de la ciudadanía y esto último desarrolló redes de participación, pero la falta de una agenda pública exacerbó los autoritarismos y totalitarismos (Figura 4).

Figura 4. Regímenes autoritarios



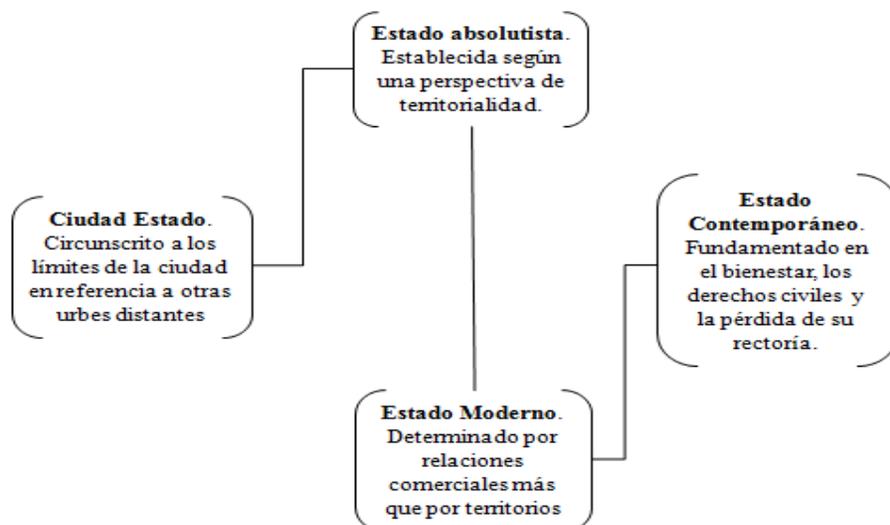
Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Democracias



Fuente: Elaboración propia

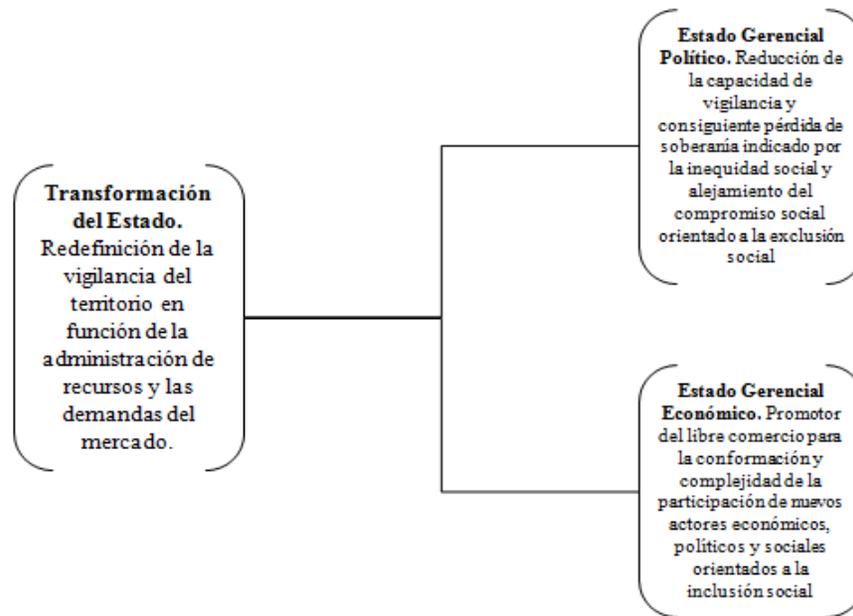
Figura 6. Formas de Estado



Fuente: Elaboración propia

Los seis indicadores de autoritarismos suponen no solo la intensificación de la seguridad territorial, sino la exacerbación del poder del régimen ante las demandas de libertad, oportunidad y justicia (García, 2014).

Figura 7. Transformación del Estado

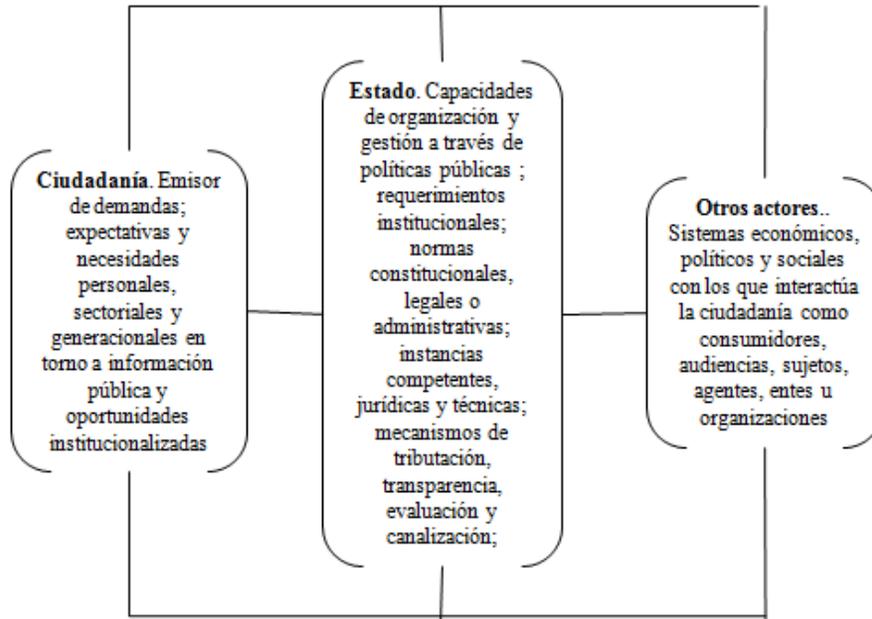


Fuente: Elaboración propia

Los regímenes autoritarios son producto de la restricción de libertades, pero no necesariamente se manifiestan en la coerción de la disidencia; ya que, el uso de propaganda nacionalista supone la unión de identidades ante una amenaza común, que en su mayoría la junta militar o el gobierno civil auto-impuesto inhiben el debate y la contienda política que restaure o cuando menos oriente la elección de un nuevo sistema político (Carreón, 2014).

La elección a partir del contraste de ideas se gesta en los medios de comunicación una vez que los temas de discusión sobrepasaron a los grupos debatientes y se expanden a los sectores marginados, pero la propaganda difundida en la prensa por parte de los regímenes autoritarios resultó ser un ensayo preliminar con respecto al impacto de la televisión o Internet en la opinión ciudadana (García, 2013).

Figura 8. Actores civiles y políticos



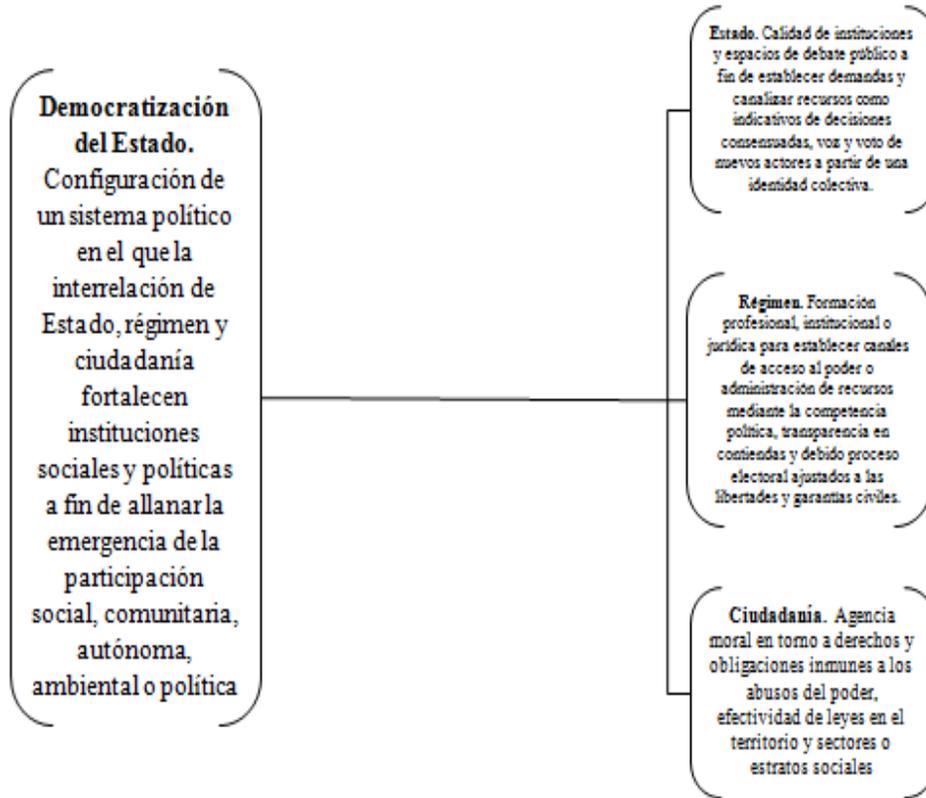
Fuente: Elaboración propia

En contraste, la estructura de las democracias, parlamentarias, semi-presidenciales y presidenciales supone el debate y la contienda necesarios para la elección de un ministro, presidente o grupo que a partir de estrategias persuasivas incidirá en simpatizantes adherentes o incluso disidentes una vez que el anterior gobierno ha sido desvinculado de la identidad que los electores quieren asumir (Figura 5). No obstante, la censura en el sistema parlamentario y el veto en el sistema presidencialista son instrumentos de gestión del voto que no sólo garantizan el equilibrio de poderes por contrapesos, sino además, abren la agenda a temas provenientes de la ciudadanía misma que a su vez es influenciada por los medios de comunicación (García, 2011).

Entonces, la identidad apolítica, subpolítica y sociopolítica se construye ante los regímenes autoritarios y con los regímenes democráticos. La diferencia es sustancial porque son los medios coercitivos y persuasivos los que incentivan estas tres identidades. En este sentido, el Estado transita de una forma territorial hasta una forma contemporánea pasando por sus formas absolutista y moderna (Figura 6).

La agenda territorial, a diferencia de la contemporánea, es determinada por invasiones y la consiguiente defensa del territorio; pero con la llegada del absolutismo, la identidad sociopolítica es transformada en subpolítica una vez que la disidencia emergió como respuesta a los regímenes despóticos (Carreón, 2014).

Figura 9. Democratización del Estado



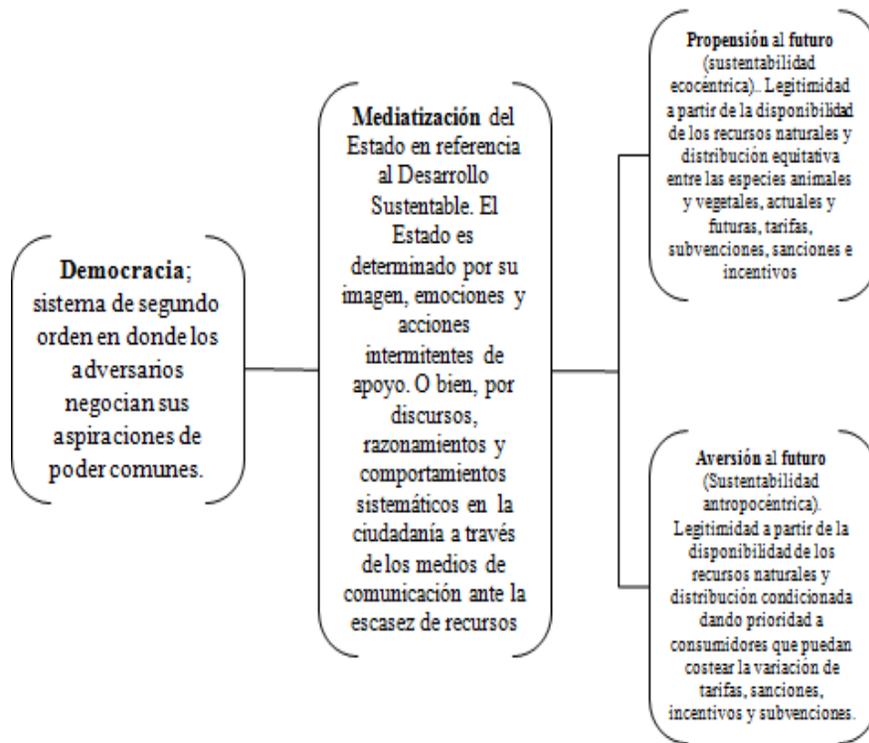
Fuente: Elaboración propia

La transformación del Estado ciudad al Estado absolutista significó una nueva identidad y agenda que se orientó al intercambio comercial y generó otra forma de Estado vinculada con las democracias. Es posible reconocer una incipiente participación ciudadana que incidió en la agenda comercial y política, aunque la tecnología en ciernes avizoraba el posicionamiento del Estado contemporáneo (Figura 7). Este cambio del Estado en sus formas políticas y económicas no solo desvinculó a la ciudadanía con las instituciones, sino que propiciaron una identidad autogestora y con ello su diversificación en otros actores económicos, políticos, sociales o culturales (Figura 8).

El esquema de relaciones entre sociedad y Estado se fragmentó en función de la transformación de las formas y regímenes del gobierno, pero sus instrumentos coercitivos dieron paso a instrumentos persuasivos desde los que se gestan creencias, valores y normas desvinculadas de la agenda política, aunque son los medios de comunicación quienes se encargarán de difundir los temas que la opinión ciudadana transformará en evaluaciones y demandas para que la clase política proponga iniciativas, políticas públicas y programas sociales (Figura 9).

Es el caso de las problemáticas ambientales y el Desarrollo Sustentable como ejes de discusión en la agenda global (Leff, 2010; 2011). Los medios de comunicación difunden información relativa a la responsabilidad del Estado frente al calentamiento global, el efecto invernadero, los desastres naturales o las catástrofes ambientales sea por corrupción u opacidad (Markowitz, 2012).

Figura 10. Mediatización de la democracia

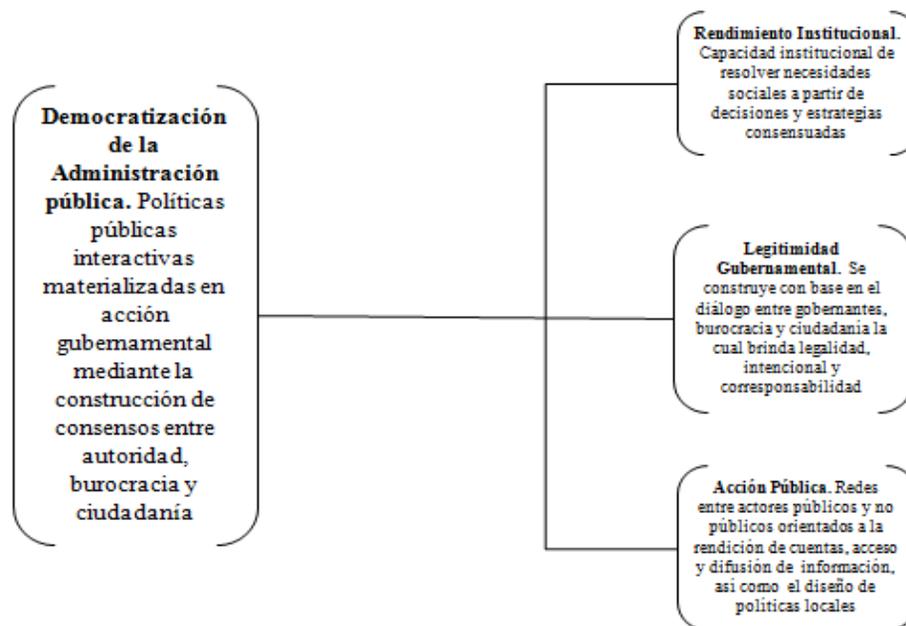


Fuente: Elaboración propia

Es por ello que la ciudadanía no ubica en sus estilos de vida el problema del cambio climático, sino que las relaciona con las empresas o instituciones encargadas de regular las emisiones de carbono. En consecuencia, la identidad que se desarrolla es de aversión al presente o de propensión al futuro (Figura 10). El nivel de Ecocentrismo o antropocentrismo indican la transformación y democratización del Estado frente a las problemáticas ambientales. Se trata de dos identidades sociopolíticas que se difunden en los medios de comunicación y que la ciudadanía poco a poco adopta como instrumentos de debate, consenso, responsabilidad, emprendimiento o innovación (Figura 11). La participación ciudadana, en materia de conservación de los recursos naturales, vigilancia de las instituciones o demandas de servicios públicos devela la acción gubernamental y su grado de democratización (Figura 12).

En síntesis, la Teoría de la Participación Sociopolítica explica el contexto en el que la ciudadanía adopta diversas identidades en función de los regímenes de Estado y las formas de gobierno, aunque son los contextos económicos y ambientales los que han determinado la construcción de la identidad sociopolítica (García, 2014).

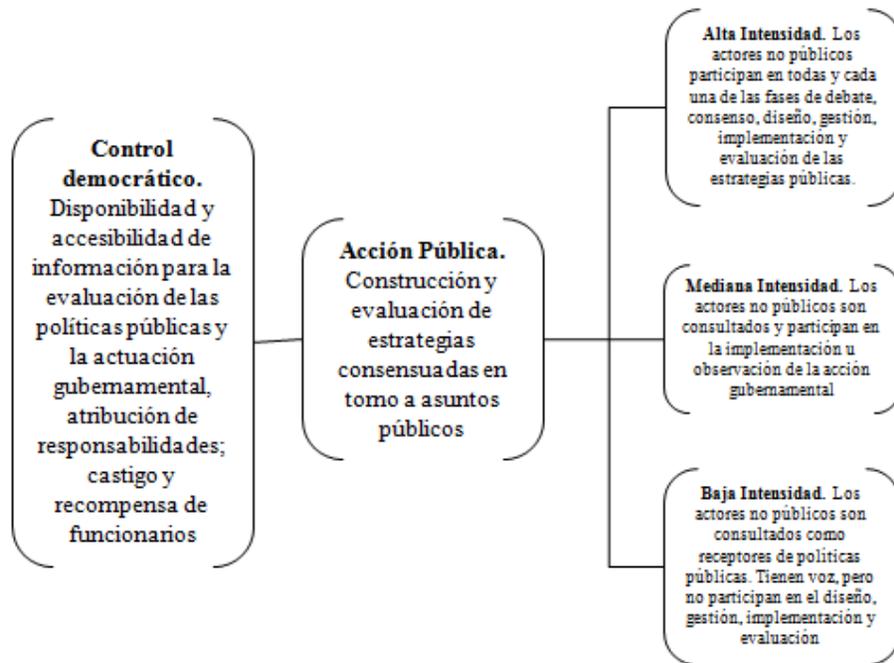
Figura 11. Democratización de la burocracia



Fuente: Elaboración propia

Los medios de comunicación, en tanto mediadores de los fenómenos económicos y ambientales, establecen temas de discusión ciudadana que se transformarán en evaluaciones, iniciativas y leyes relativas al abatimiento del cambio climático, la prevención de desastres naturales, la promoción de la salud y la participación ciudadana (McCright, 2010). Precisamente, las audiencias de la televisión, radio, prensa y cine al orientarse a las redes sociales como Facebook o Twitter abren la discusión en torno al establecimiento de temas a partir de la información disponible en estas tecnologías; incluso, son los medios de comunicación tradicionales quienes retoman las opiniones de los usuarios de redes sociales para establecer los temas en la agenda ciudadana y la agenda política.

Figura 12. Acción gubernamental

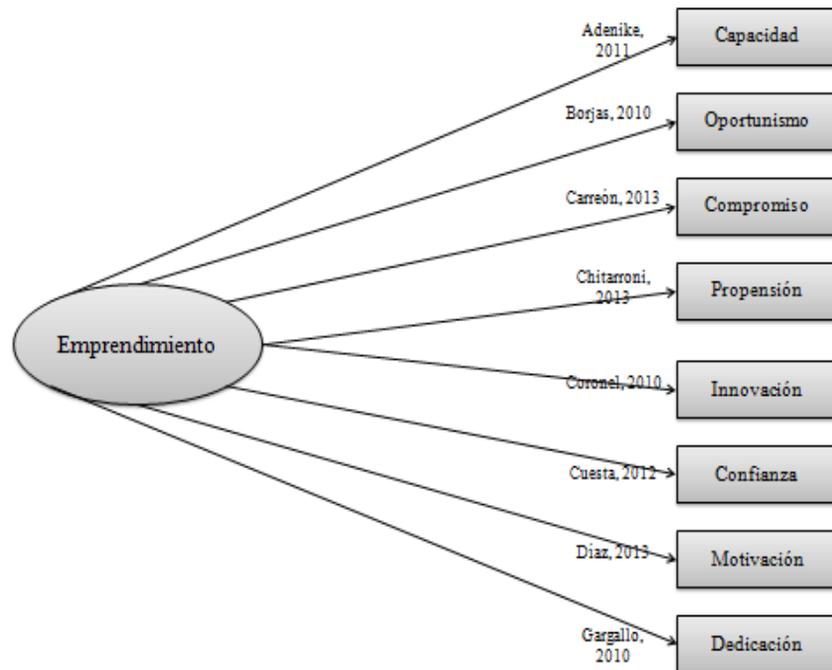


Fuente: Elaboración propia

3. Estado del conocimiento en torno al emprendimiento digital

Los estudios psicológicos del emprendimiento advierten que la percepción de oportunidad, derivada de los servicios digitales que el Estado gestiona o, más bien, la ciudadanía se autogestiona por la capacidad, oportunismo, compromiso, propensión, innovación, confianza, motivación y dedicación (Figura 13).

Figura 13. Estado del conocimiento en torno al emprendimiento digital



Fuente: Elaboración propia

Las TIC, al influir en los sistemas educativos y organizacionales, propician el desarrollo de percepciones de utilidad que se relacionan directamente con decisiones de producción, gestión y reproducción de conocimiento (Zamiri, Mahamed y Baqutayan, 2012). El aprendizaje de un software supone no solo expectativas de beneficios y ganancias, sino que está acompañado por la generación de un clima de confianza y compromiso al interior del grupo de aprendizaje. Sin embargo, el uso intensivo de las TIC requiere de un apoyo técnico, ya que en

su mayoría se trata de dispositivos que requieren mantenimiento constante, es por ello la percepción de utilidad se incrementa cuando el dispositivo o software tecnológico está sustentado por un apoyo técnico expedito y eficiente (Zaidel y Zhu, 2010). Cuando el soporte técnico es ineficiente, la percepción de utilidad de la tecnología se asocia con la percepción de que las tecnologías y los procesos de enseñanza y aprendizaje son independientes y que el uso intensivo de un dispositivo o software no incrementa significativamente la instrucción en el aula. En contraste, aquellos usuarios que consideran fundamental el apoyo técnico para el uso de las tecnologías asumen que el servicio debe ser expedito, pues implica pérdidas y costos que pueden suprimirse si el mantenimiento de los dispositivos se hiciera constantemente.

En los sistemas educativos los instructores determinan el uso de los dispositivos y software en función de su relación con estudiantes más que con el soporte técnico, lo que implica que el uso intensivo de las tecnologías a menudo se vea interrumpido por falta de mantenimiento (Bakabulindi, 2012). Ante tal situación, los instructores desarrollan percepciones de riesgo que paulatinamente sustituyen las percepciones de utilidad.

La incertidumbre, riesgo e inseguridad son factores que inciden sobre la satisfacción en el uso del dispositivo o software electrónico (Sharma y Abrol, 2011). En ese sentido, la rentabilidad de un sistema tecnológico o electrónico se entiende como aquel que reduce costos y maximiza beneficios en cuanto a inversión, tiempo y mantenimiento del sistema.

Las organizaciones están expuestas a contingencias, quienes tomar decisiones ven en el caos oportunidades de desarrollo a partir de la implementación de tecnologías de información. Las decisiones que afectarán el clima laboral están supeditadas por percepciones de utilidad en los mandos directivos (Wang y Huynh, 2013). Precisamente, son estas expectativas de oportunidades las que incentivan la aceptación, adopción, compra e implementación de dispositivos o software en las transnacionales.

Al asociarse las percepciones de utilidad con la privacidad y la seguridad, determinan la adopción de la tecnología, el mantenimiento correspondiente y la actualización que implica (Jalal, Marzooj y Nabi, 2011). En los casos en los que el manejo de datos personales implica la percepción de riesgo por el mal manejo que pudiera presentarse de la información personal, la credibilidad y la privacidad son factores determinantes en la captura electrónica de datos personales.

En referencia a la percepción de control, la capacidad percibida y la facilidad de uso percibidas al momento del adiestramiento, capacitación, entrenamiento o inducción para familiarizarse con la tecnología, la percepción de utilidad determina a través de las tres habilidades percibidas el uso del dispositivo electrónico (Kotaman, 2010). Esto es así porque los usuarios están motivados para usar las tecnologías a partir de que desarrollan percepciones y habilidades en su uso intensivo. A medida que los usuarios orientan estas habilidades según sus objetivos, cumplen sus metas y diseminan sus logros en su equipo de trabajo, la confianza, compromiso y satisfacción determinarán la eficiencia, eficacia y efectividad formando un círculo virtuoso e innovador (García, Carreón, Hernández, Bustos, Morales y Limón, 2013).

Sin embargo, cuando de la adopción, compra y consumo de una tecnología se trata, la accesibilidad al dispositivo, más que su facilidad de uso, control o manipulación determina la implementación de la tecnología (Ramayah y Ignatius, 2010). En virtud de que la tecnología está en constante cambio, la inclusión de múltiples funciones genera indefensión o ambivalente en aquellos usuarios que perciben estos cambios vertiginosos como barreras en su intento de actualizarse y especializarse en la tecnología. En el caso de la indefensión, los usuarios que no se adaptan a los cambios tecnológicos al ritmo que estos les dictan, terminan por desestimar su uso. En el caso de la ambivalencia, esta se observa en aquellos usuarios que tienen actitudes positivas hacia los dispositivos electrónicos, pero su uso les significa un mayor costo que beneficio, ya que, sin ellas los resultados varían en menor grado que con su implementación.

Ambos casos, indefensión y ambivalencia, se explican por la relación que las percepciones tienen con las creencias, actitudes, decisiones y comportamientos (Tekeher, 2013). Se trata de una relación automática o lineal, improvisada o deliberada, espontánea o planificada, asistemática o sistemática en la que las percepciones de riesgo determinan creencias generales, actitudes desfavorables, decisiones heurísticas y acciones imprevistas; o bien, las percepciones de utilidad inciden en creencias específicas, actitudes favorables, decisiones planificadas y acciones sistemáticas (Tekeher, 2013).

No obstante, los dos procesos explican la aceptación o rechazo de una tecnología, cuando la percepción de utilidad se asocia con factores sociodemográficos tales como sexo, edad, ocupación e ingreso que predicen la resistencia al cambio o actualización de la tecnología (Mutengezanwa y Fungai, 2013). Los microempresarios con mayor edad se resisten al uso

de dinero electrónico mientras que las profesionistas con ingresos superiores a 10 mil dólares son más proclives al uso intensivo de tecnologías que se actualizan contantemente.

En el caso de los protocolos digitales financieros, indicador de desarrollo económico y sustentable, la actualización de software a fin de garantizar la seguridad de los inversionistas, genera incertidumbre, riesgo, insatisfacción e inseguridad que inhibe las alianzas entre transnacionales y pymes en los mercados locales, o bien, la internacionalización de las pymes a través de las multinacionales en el mercado global.

Además, la compatibilidad parece tener una mayor influencia sobre la aceptación de la tecnología (Di Russo y Douglas, 2013). Los usuarios que han aceptado otras tecnologías asociadas a la que pretenden adoptar están más cercanos a su consumo en comparación a quienes no han sido usuarios de alguna tecnología vinculada con la que pretenden adquirir.

En efecto, los servicios y productos tecnológicos no solo son dispositivos o software que se actualizan en función de las exigencias del mercado, sino que además son parte de redes de tecnologías que innovan y transforman los estilos de vida de los usuarios. En este sentido, las tecnologías que han sido adoptadas generaron la confianza suficiente en los usuarios para adquirir algún dispositivo o software relacionado.

En las organizaciones, la confianza en la tecnología como en los grupos de trabajo es fundamental para la consecución de metas (Hsuan, Hsu, Shan y Ming, 2013), se trata de un proceso en el que los usuarios pueden seleccionar una tecnología que potenciará su desempeño. Si los usuarios perciben un alto grado de utilidad en la tecnología, entonces se aproximan a un clima de confianza que se diseminará en los grupos de trabajo, proveedores de la tecnología y clientes. En contraste, aquellos usuarios que han tenido experiencias desfavorables con alguna tecnología, inhiben la selección de otras tecnologías relacionadas.

Es así como la accesibilidad, compatibilidad, utilidad, confianza, compromiso, desempeño, satisfacción son parte de un proceso organizacional y tecnológico en el que los dispositivos electrónicos o software son considerados como instrumentos para el logro de metas, la planificación, control de calidad, gestión del conocimiento e innovación, pues trata de ecosistemas digitales en los que usuarios, directivos, proveedores, clientes y tecnologías están inmersos en entornos perceptuales, emocionales, actitudinales, motivacionales e intencionales (Wiedmann, Hennings, Varelmann y Reeh, 2010). En estos ecosistemas digitales subyace, como una disyuntiva organizacional, la confianza en los usuarios y en los dispositivos tecno-

lógicos; ambos, son fundamentales para el desarrollo del ecosistema digital, pero solo la confianza en los usuarios genera compromiso. En contraste, la confianza en la tecnología incide en el desempeño y satisfacción.

Tratándose de dispositivos electrónicos, el uso intensivo está vinculado con la satisfacción del usuarios (Sago, 2013). Un incremento en la frecuencia y horas de uso propicia un aumento en los niveles de satisfacción con la tecnología debido a que se trata de una compatibilidad entre la tecnología y el estilo de vida del usuario ya que en sus actividades cotidianas la tecnología le permite un mayor confort, entretenimiento, desempeño o satisfacción.

En efecto, el uso intensivo de una tecnología está relacionado con el estilo de vida de los usuarios pues a mayor número de horas en el empleo de una tecnología, las necesidades y expectativas se ajustan a los cambios que experimentan el dispositivo electrónico o software computacional (Ruíz, Sanz y Tavera, 2010). Sin embargo, esta relación entre la compatibilidad percibida y el uso de la tecnología al estar mediada por las actitudes hacia la tecnología reduce su poder predictivo, ya que, la categorización de los dispositivos supone la aceptación razonada, planificada y sistemática de la tecnología. Ello implica conocimientos previos acerca de las posibilidades en la tecnología, la cual no siempre corresponde con los estilos de vida.

Precisamente, la formación de actitudes hacia la tecnología implica el surgimiento de percepciones relativas a la calidad de los dispositivos electrónicos (Almahamid, McAdmas, Kalaldehy y Alsa, 2012). Cuando los usuarios perciben la utilidad de la tecnología en el mejoramiento de su desempeño, a menudo surge la calidad percibida como un factor mediador que regula las expectativas laborales y orienta las habilidades hacia un determinado producto o servicio; porque la calidad percibida selecciona la utilidad de la tecnología; es decir, es la percepción de eficacia la que determina la utilidad de dicha tecnología (Ramírez, Rondán y Arenas, 2010). En este sentido, los usuarios desarrollan expectativas no solo en el mejoramiento de sus funciones, sino de los resultados posibles que podrán obtener al aceptar una tecnología determinada.

La eficacia refiere de la diferencia entre los objetivos esperados y los resultados obtenidos en grupos de trabajo, pues subyace la influencia social como determinante de la adopción de la tecnología (Kabeer y Muhammad, 2013). Un decremento en los valores de las expectativas de los integrantes de un grupo de trabajo incide sobre la percepción de utilidad de la

tecnología. Del mismo modo, en el caso de la percepción de riesgo al derivar de las expectativas del grupo, también regula la relación entre la utilidad y la decisión de usar una tecnología.

La eficacia percibida, la utilidad esperada, las expectativas de facilidad de uso y control de la tecnología, así como las actitudes, intenciones y usos están encaminadas a la satisfacción del usuario (Thiruchelvi y Koteeswari, 2013), se trata de un círculo virtuoso en el que las percepciones se incrementan a medida que la tecnología produce satisfacción en el usuario o genera confianza, compromiso e innovación en los grupos de trabajo. Es decir, el uso intensivo de la tecnología no solo la hace compatible con un estilo de vida individual o grupal, sino que también modifica su apropiación social.

La relación entre individuo y tecnología conlleva dos percepciones de utilidad y facilidad de uso que incidirán sobre las actitudes, intenciones y comportamientos. A nivel individual, los efectos del uso intensivo de la tecnología, los cuales pueden extenderse a los grupos. En el caso de comunidades o sociedades, la utilidad percibida al asociarse con variables socio-demográficas, socioeconómicas y socioculturales ofrece la posibilidad de explicar el conflicto y cambio social que supone la aceptación de la tecnología (Torres, Robles y Molina, 2011). En el primer caso, el conflicto social es observable en la resistencia al cambio tecnológico, ya que, las sociedades estuvieron orientadas por un paradigma social dominante en el que las tecnologías no eran necesarias para las actividades cotidianas o productivas. El advenimiento de las TIC propició un conflicto social que derivó en la aceptación de la tecnología y, con ello, en un Nuevo Paradigma Tecnológico, principal indicador de cambio social.

La aceptación de las tecnologías de información y comunicación pudo deberse a la compatibilidad o la utilidad; pero, fue la escalabilidad entendida como la inclusión de otras tecnologías en una sola la que determinó el incremento de ventas de dispositivos electrónicos (San Martín y López, 2010). A medida que las tecnologías se fusionaron e incluyeron otros servicios, la portabilidad emergió como otro valor agregado de las TIC. La inclusión de varias tecnologías en un solo dispositivo no fue suficiente, fue indispensable que las compañías encargadas de ofrecer los servicios digitales pudiesen competir abiertamente sin restricciones (Pepper, Aiken y Garner, 2011), entonces la portabilidad entendida como la capacidad de una tecnología de ser administrada por más de una compañía, potenció la aceptación de los dispositivos móviles y electrónicos así como las redes sociales virtuales.

Se trata de la adecuación de la tecnología al estilo de vida de los usuarios, o bien, a otras tecnologías de información. Cuando existe una adecuación informacional, las decisiones de inversión en tecnología se intensifican (Shaheen, 2010). Por el contrario, la desconfianza es el factor que inhibe las inversiones, ya que, supone una inadecuación de la información. La información disponible resulta insuficiente para la toma de decisiones, o bien, es información sesgada que supone inversión en dispositivos de mayor costo y beneficios inciertos, que implica que la tecnología no es flexible para el entorno en el que se utiliza.

Las organizaciones que se caracterizan por estilos de dirección flexibles y redes colaborativas innovadoras a menudo adoptan tecnologías flexibles que les permiten llevar a cabo múltiples funciones y esa cualidad determina la inversión en el capital humano (Mehra y Omidian, 2010). La tecnología que permitirá potenciar sus habilidades, conocimientos y valores es aquella que previene del tráfico o la pérdida de información.

En síntesis, los estudios psicológicos de la aceptación de la tecnología se han enfocado en las percepciones de utilidad, eficacia, control y calidad, así como en las actitudes e intenciones al ser consideradas determinantes del uso intensivo de dispositivos electrónicos.

Los usuarios desarrollan habilidades tecnológicas que les permiten incrementar su desempeño siempre que exista un proceso deliberado, planificado y sistemático, conlleva a la formación de grupos colaborativos con climas de confianza, compromiso, innovación y satisfacción. En este sentido, la relación entre usuario y tecnología está determinada por procesos de compatibilidad, flexibilidad, escalabilidad, portabilidad, credibilidad y privacidad que hacen más factible la adopción de una tecnología y su eventual uso. Sin embargo, cuando la relación entre usuario y tecnología es ambigua e incierta, subyace la percepción de riesgo, actitudes desfavorables hacia la tecnología e intenciones de resistencia al cambio que promueven la indefensión o la ambivalencia.

Al asociarse las variables psicológicas con factores sociológicos como edad, sexo, ocupación o ingreso explican las situaciones individuales y grupales que pueden extenderse al diagnóstico de una organización, comunidad o sociedad. Un modelo de relaciones de dependencia sería pertinente para el diagnóstico de un grupo social que utiliza intensivamente las TIC con énfasis en las redes sociales electrónicas y virtuales.

En resumen, los estudios relativos al emprendimiento digital muestran que las percepciones de compatibilidad, utilidad y facilidad de uso son esenciales para explicar el proceso de

adopción, aceptación y uso intensivo de tecnologías. En referencia a la Teoría del Emprendimiento Digital, el estado del conocimiento advierte que el oportunismo podría explicar las asimetrías entre internautas y cibergrupos al momento de establecer relaciones de poder e influencia en donde la dominación y el control social estarían asociados a una percepción de riesgo que incidiría en la conformidad, o bien, percepciones de utilidad que determinarían la innovación de minorías.

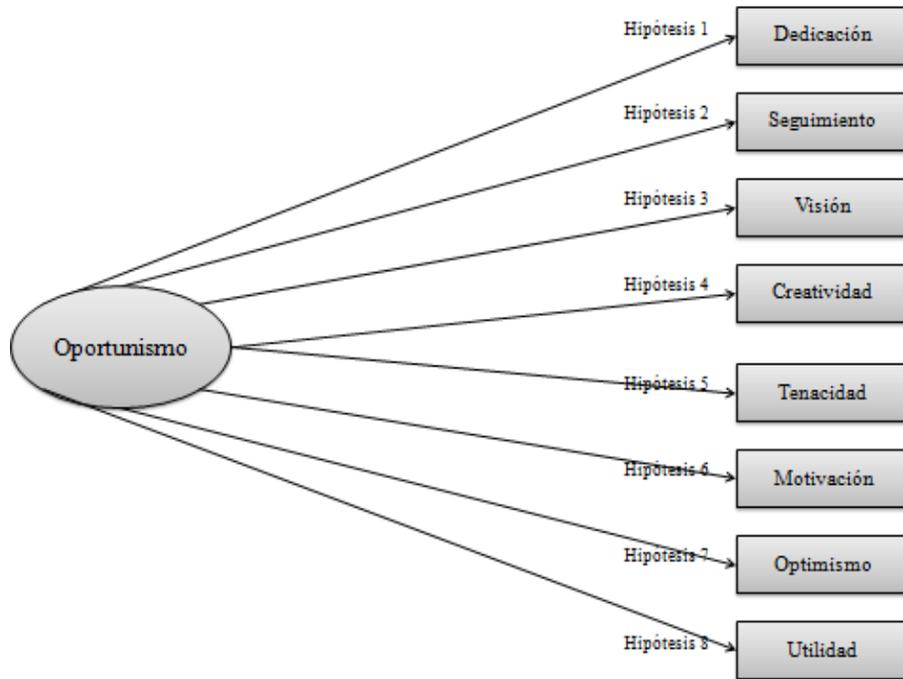
Mientras que los estudios relativos al emprendimiento digital advierten que los protocolos y dispositivos electrónicos, así como las competencias, son esenciales para el establecimiento de temas en una agenda pública virtual, los marcos teóricos y conceptuales han desarrollado modelos para explicar el establecimiento de una agenda pública virtual. Las teorías han avanzado hacia la relación entre competencias e innovaciones obviando al emprendimiento social y reduciéndolo a la mera administración de una página electrónica.

En el marco de la transformación del Estado, la desregulación de los riesgos derivados de las tecnologías de información y comunicación, así como el derecho a la información y la privacidad, el emprendimiento digital estaría conformado por dimensiones de afectividad más que de racionalidad, ya que, una vez sustraído el sesgo economicista, el emprendimiento sería el ejercicio de las libertades, capacidades y responsabilidades que transforman al internauta en un agente de cambio social y digital.

4. Especificación de relaciones entre los determinantes del emprendimiento digital

La especificación de un modelo supone la explicación de relaciones entre variables que al interactuar pueden correlacionarse con una tercera variable. O bien, la especificación puede aludir a las dimensiones que conforman un constructo o variable latente desde la que se pretende explicar la emergencia de un proceso inédito como es el caso del emprendimiento digital. De este modo, un modelo de dimensiones reflejantes supone que cada uno de los indicadores está vinculado entre sí por la influencia de un proceso o factor en común que además es también emergente (Figura 14).

Figura 14. Especificación de relaciones entre determinantes del emprendimiento digital



Fuente: Elaboración propia

El modelo incluiría aquellas variables más citadas, aunque también las especificaciones de otros modelos tendrían cabida en la lógica explicativa del uso de las redes sociales electrónicas. En efecto, las percepciones de control, eficiencia, utilidad y riesgo interrelacionarían con actitudes, intenciones y uso de la tecnología para explicar la satisfacción.

En esta red de relaciones las variables socioculturales relativas a normas, creencias y valores, las variables socio económicas y demográficas tales como sexo, edad, ocupación, ingreso y estado civil, así como las variables organizacionales referentes a compatibilidad, flexibilidad, escalabilidad, portabilidad, credibilidad y privacidad quedarían excluidas, debido a que el modelo explica los procesos racionales, deliberados, planificados y sistemáticos que subyacen entre usuarios y tecnologías.

Sin embargo, al ser la satisfacción con la tecnología y las percepciones de control y riesgo constructos que los estudios psicológicos no han establecido empíricamente, el modelo de relaciones de dependencia especificadas solo incluyó las percepciones de eficiencia y utili-

dad como constructos exógenos que inciden directamente en el uso de la tecnología así como indirectamente a través de variables mediadoras tales como la actitud hacia la tecnología y la intención de uso. El modelo incluye nueve hipótesis que consideran las relaciones directas e indirectas entre las percepciones y el uso de la tecnología.

De este modo, la interrelación entre la percepción de eficiencia y la percepción de utilidad determinarían directa e indirectamente el uso intensivo de la tecnología (hipótesis 1). En consecuencia, las expectativas de un funcionamiento eficiente a partir de la adopción de la tecnología incidirían directamente sobre su uso intensivo (hipótesis 2). O bien, la percepción de eficiencia al influir en las decisiones de adopción de dispositivos electrónicos incrementa su poder predictivo sobre el uso de la tecnología (hipótesis 4). Del mismo modo, las expectativas de mejoramiento al impactar las decisiones de consumo electrónico determinaría el uso de la tecnología (hipótesis 5). Ahora bien, cuando las expectativas de eficiencia se incrementan por la adopción de una tecnología, producen categorías que influirán en las decisiones de consumo y estas en el uso de la tecnología (hipótesis 6). De igual forma, los beneficios esperados por el uso de una tecnología generan actitudes favorables a sus decisiones de aceptación y estas mejorarán el uso de la tecnología (hipótesis 7).

No obstante, el uso de la tecnología puede deberse a que los consumidores simplemente categorizaron un dispositivo como favorable para la obtención de sus objetivos, o bien, el uso de una tecnología pudo deberse a que las decisiones de aceptación tuvieron un origen emocional (hipótesis 8). Es decir, la tecnología en tanto producto o servicio es susceptible de ser promovida como un objeto de deseo y es a partir de este fenómeno que los consumidores aceptan, compra, adoptan y usan la tecnología.

5. Discusión

El emprendimiento digital, para los propósitos del presente trabajo, consiste en cuatro ejes dimensionales que al interrelacionarse configuran un sistema de empatía, compromiso, innovación y satisfacción.

En el primer eje, la agenda digital incluye el impacto de la banda ancha, el mercado y el comercio electrónicos, los dispositivos inteligentes, la gobernanza digital y la ciberseguridad (Borjas, 2010). En este eje cada uno de los temas es establecido por internautas que,

sin estar del todo conscientes, emprenden sistemas de autoenseñanza y auto-aprendizaje (Chittarroni, 2013). Precisamente, el eje 2 relativo a la formación digital, los protocolos electrónicos y los escenarios virtuales son fundamentos de la aprehensión de habilidades y conocimientos que culminan en el adiestramiento y la certificación (Coronel, 2010).

Es en el adiestramiento en donde el eje 2 interactúa con el eje 3 alusivo a las habilidades computacionales (Cuesta, 2012). En esta línea de aprehensión, las capacidades derivan de percepciones de riesgo, oportunidad, utilidad, eficacia, eficiencia y efectividad (Díaz, 2013). El emprendimiento digital se materializa en elecciones deliberadas, planificadas y sistemáticas (Lanier, 2012).

Las habilidades se consolidan en escenarios laborales virtuales, en las que a partir de las demandas y recursos del mercado laboral y las habilidades se transforman en productividad y calidad para generar nuevas iniciativas de emprendimiento (Long, 2013).

En efecto, el emprendimiento digital es resultado de la interrelación de los cuatro ejes en los que es posible observar los roles que van de la planificación a la consolidación mediante el posicionamiento y la estrategia de inserción en el mercado digital. Entonces, el emprendimiento digital supone cuatro fases que iniciarían con la visión de una oportunidad y culminarían con la consolidación de un sistema que no solo es productivo, eficiente, eficaz o efectivo, sino además influyente en un entorno de libertades, capacidades y responsabilidades encaminadas al desarrollo endógeno de un grupo, organización o comunidad (Mañas, 2012).

Los roles del emprendimiento digital están confinados a las demandas del mercado y los recursos disponibles de las organizaciones (Medina, 2010). Por consiguiente, resulta fundamental en el desarrollo de redes de gestión, tanto de conocimiento como de innovación, que generen producción científica y tecnológica para la formación de nuevos cuadros de emprendedores (Prada, 2013).

Las redes de formación emprendedora son aquellas que reducen los riesgos del mercado a partir de un soporte psicosocial de aprendizaje vicario (Vargas, 2011). Se trata de la disseminación de experiencias que previenen a los futuros emprendedores de los errores más comunes al momento de establecer una idea, producto o servicio; estas redes emprendedoras, a diferencia de los roles de emprendimiento digital, consisten en una diversificación de funciones, iniciativas y capacidades que revolucionan constantemente al mercado digital, el comercio electrónico, el consumo virtual y el aprendizaje internauta (Vargas, 2013).

Si las percepciones de riesgo inhiben el comercio electrónico y las percepciones de utilidad incentivan el aprendizaje virtual o el consumo digital, entonces las percepciones de oportunidad influyen sobre las redes de emprendimiento y los protocolos de innovación orientados a transformar el establecimiento de la agenda, la información, el procesamiento y la difusión de iniciativas (Yuangion, 2011). No obstante, la clave la innovación estaría en el emprendimiento indicado por las decisiones y acciones de riesgo, así como por los recursos y capitales de conocimiento.

En el contexto educativo y el aula virtual, los protocolos de transferencia de conocimiento estarían determinados por el emprendimiento digital, las oportunidades percibidas y la eficacia computacional (Carreón, 2013). A partir de los factores psicosociales de percepciones, habilidades, intenciones y acciones es posible anticipar iniciativas emprendedoras que posicionarán y consolidarán sistemas de gestión, producción y difusión de conocimientos.

6. Conclusión

El aporte del presente trabajo a los marcos teóricos y conceptuales, así como a los hallazgos reportados por el estado del conocimiento, estriba en la propuesta de un modelo para el estudio de la exclusión y brecha digital, o bien, la construcción de una aldea digital global en el que el emprendimiento y la innovación serían sus indicadores preponderantes. Sin embargo, el modelo no incluye variables de orden tecnológica y organizacional que permitan anticipar diferencias entre usuarios ya no desde sus habilidades y conocimientos, sino desde los recursos con que cuentan y los grupos a los que pertenecen.

El presente trabajo ha expuesto los ejes teóricos, conceptuales y empíricos del “cyberbullying” en torno a los cuales el desarrollo humano ha sido considerado como un escenario de oportunidades, percepciones y capacidades. Este tridente explica, en buena medida, la relación entre usuarios y tecnología al momento de entablar relaciones asimétricas.

Los marcos teóricos revisados plantean al “cyberbullying” como una consecuencia de la compatibilidad entre estilos de vida agresivos y tecnologías de información que potencializan el acoso entre pares. Las relaciones asimétricas que se gestan en las redes sociales suponen la emergencia de tecnologías de información que facilitan el anonimato e incentivan la diversificación de agresiones.

Internet es un escenario en el que convergen oportunidades y capacidades, factores que permiten entender al cyberbullying como un fenómeno particular de las redes sociales cuyo impacto en las percepciones centra la atención en el individuo y los dispositivos que es capaz de usar para fines agresivos.

En relación al estudio de Carreón y García (2013) en el que la violencia es entendida como un factor preponderante en la transformación de seguridad pública en percepciones de inseguridad, el presente trabajo ha expresado que los dispositivos electrónicos aceleran la transformación en cuestión. Esto es así porque la violencia, según el estudio citado, deriva de la relación asimétrica entre autoridades y ciudadanía; ya que, en efecto, la violencia al ser el resultado de percepciones relativas a la exclusión social supone una diseminación de creencias, actitudes, decisiones y comportamientos en ámbitos tecnológicos como Internet y las redes sociales.

No obstante, las teorías, conceptos y hallazgos aún están enfocados en plantear al “cyberbullying” como un estado psicológico entre víctima y agresor. Es así como la revisión de variables alusivas al impacto de las TIC en los estilos de vida subraya a las percepciones como las determinantes de la adopción de un dispositivo electrónico, principal instrumento de agresión a usuarios de Internet y redes sociales.

De este modo, el Desarrollo Humano no solo es un escenario de relaciones asimétricas que derivan en violencia y agresión; es además, un ámbito de percepción de utilidad en el que las tecnologías y los dispositivos se convierten en instrumentos de acoso.

El “cyberbullying” en referencia al desarrollo humano implica: oportunidades, tecnologías y capacidades para reproducir las relaciones asimétricas que se gestan en la vida cotidiana. En este sentido, el acoso, agresión y violencia en Internet y las redes sociales indican la convergencia de dispositivos electrónicos y habilidades computacionales empleadas para exacerbar las diferencias entre agresores y víctimas.

Teorías, conceptos y hallazgos que explican las relaciones asimétricas existentes entre usuarios de Internet. De este modo, el perfil del agresor en las redes sociales parece tener una percepción de utilidad que activa percepciones de facilidad, actitudes, intenciones y comportamientos de acoso a usuarios que no perciben la utilidad de las redes para su defensa, o bien, no han aprendido las estrategias que les permitan inhibir el acoso, denunciar agresiones o prevenir la violencia.

Tanto internet como las redes sociales son escenarios potenciales para el acoso, agresión y violencia, ya que estas tecnologías inhiben la soledad con la interacción continua y permanente en los usuarios.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decisions Processes*, 50, 179-2011
- Ajzen, I. y Fishbein, M. (1974). Factors influencing intentions and intention behavior relation. *Human Relations*, 27, 1-15
- Almahamid, S., McAdmas, A., Kalaldehy, T. y Alsa, T. (2012). The relationships between perceived usefulness, perceived ease of use, perceived information quality, and intention the use e-government. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 1, 30-44
- Bakabulindi, F. (2012). Does use of ICT relate with the way it is perceived? Evidence from mekerere university. *International Journal of Computing and ICT Research*, 6, 75-94
- Ballester, R., Gil, M., Gómez, S. y Gil, B. (2010). Propiedades psicométricas de un instrumento de evaluación de la adicción al cibersexo. *Psicothema*. 22, 1048-1063
- Bizer, G., Larsen, J. y Petty, R. (2010). Exploring the valence framing effect: negative framing enhances attitude strength. *Political psychology*. 32, 59-80
- Buelga, S. y Pons, J. (2012). Agresiones entre adolescentes a través del teléfono móvil e Internet. *Psychological Intervention*. 21, 91-101
- Campbell, E. y Smalling, S. (2013). American Indians and Bullying in school. *Journal of Indigenous Social Development*. 2, 1-15
- Campillo, C. (2012). La gestión estratégica de la información municipal. Análisis de temas, su tratamiento e irrupción en el ayuntamiento del Elche (1995-2007). *Revista de Estrategia, tendencia e Innovación de la Comunicación*. 3, 149170
- Cardon, M., Gregoire, D., Stevens, C. y Patel, P. (2013). Measuring entrepreneurial passion: conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*. 28, 373-396
- Chuo, Y-H., Tsai, C-H., Lan, Y-L. y Tsai, C-S. (2011). The effect of organizational support, self efficacy and computer anxiety on the usage intention of e-learning system in hospital. *African Journal of Business Management*. 5, 5518-5523
- Danes, S. y Juyoung, J. (2013). Copreneural identity development during new venture creation. *Journal of Family Business Management*. 3, 45-61
- Davis, F. (1993). User acceptance of information technology: systems characteristics, user perception and behavioral impacts. *International Journal of Man Machine Studies*. 8, 475-487

- Di Russo, D. y Douglas, M. (2013). The validity of the technology acceptance model in collaboration system software. *Business and Management Reviews*. 3, 1-5
- Díaz, C., Hernández, R. y Roldán, J. (2012). A structural model of the antecedents to entrepreneurial capacity. *International Small Business Journal*. 30, 850-872
- Elizalde, A. (2010). Estudio descriptivo de las estrategias de afrontamiento del Bullying, en profesorado mexicano. *Journal of researcg in Educational Psychology*. 8, 353-372
- Fenoll, V. (2011). Usuarios activos y pasivos. La interactividad de la audiencia en los medios digitales. *Revista de Ciencias Sociales*. 51, 1-26
- Flores, L. y Mendieta, A. (2012). La percepción de la nota roja periodística en primera plana, un estudio de caso. *Revista de Comunicación*. 14, 1-13
- Fuente, A., Herrero, J. y Gracia, E. (2010). Internet y apoyo social: sociabilidad online y ajuste psicosocial en la sociedad de la información. *Acción Psicológica*. 7, 9-15
- García, C. (2011). Estructura de las actitudes hacia el comercio electrónico. *Contribuciones a la Economía*. 14, 1-10
- García, C. (2012). Estructura híbrida de los determinantes sociodemográficos del consumo electrónico. *Gepu*, 3, 43-53
- García, C. (2013). Confiabilidad y validez de un instrumento de medición de búsqueda en Internet. *Antioquia*, 5, (1) 27-34
- García, L., Orellana, O., Pomalaya, R., Yanac, E., Orellana, D., Sotelo, L., Herrera, E., Sotelo, N., Chavez, H. y Fernandi, P. (2011). Intimidación entre iguales (Bullying): empatía e inadaptación social en participantes de Bullying. *Revista de Investigación en Psicología*. 14, 271-276
- Garis, A. (2010). Lógica temporal en verificación de modelos de software. Origen y evolución hasta tiempos actuales. *Fundamentos en Humanidades*. 11 (21),151-162
- Gómez, A. (2013). Bullying el poder de la violencia. Una perspectiva cualitativa sobre acosadores y víctimas en escuelas primarias de Colima. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*. 18, 839-870
- Groshek, J. (2011). Media, instability, a democracy: examining the granger causal relationships of the 122 countries from 1943-2003. *Journal of Communication*. 61, 1161-1182
- Gu, M. & Goldfarb, B. (2010). Affect and the framing effect witting individuals over time: risk taking in a dynamic investment simulation. *Academic of Management Journal*. 53, 411-431
- Hallak, R., Brown, G. y Lindsay, N. (2012). The place identity performance relationships among tourism entrepreneurs: a structural equation modeling analysis. *Tourism Management*. 33, 143-154
- Hazlina, N., Mohd, A. y Rohaida, S. (2012). Nurturing intrapreneurship to enhance job performance: the role of pro-intrapreneurship organizational architecture. *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprises*. 9, 1-9

- Hee, D. y Mc Daniel, S. (2011). Using an extended Technology Acceptance Model in exploring antecedents to adopting fantasy sports league websites. *International Journal of Sport Marketing & Sponsorships*. 17, 240-253
- Hsuan, Y., Hsu, C., Shan, R. y Ming, C. (2013). The effects of website trust, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer on line booking intention: Evidence from Taiwan B2B sector. *Life Science Journal*. 10, 1516-1523
- Humanes, M. y Moreno, M. (2012). El efecto agenda sobre los temas de campaña en las elecciones generales de 2008. *Revista de Estrategia, Tendencia e Innovación de la Comunicación*. 3, 191-207
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2010). *XIII Censo Nacional de Población y Vivienda*. México: INEGI
- Izquierdo, L. (2012). La uniformidad temática en las secciones de internacional de los diarios madrileños frente a las secciones locales. *Communication Papers, media Literacy & Gender Studies*. 1, 97-104
- Jalal, A., Marzooj, J. y Nabi, H. (2011). Evaluating the impacts of online banking factors of motivating the process of e-banking. *Journal of Management of a Sustainability*. 1, 32-42
- Jyoti, J. y Jyoti S. (2011). Factors affecting orientation and satisfaction of women entrepreneurs in rural India. *Annals of Innovation Entrepreneurships*. 2, 1-8
- Kabeer, A. y Muhammad, A. (2013). Factors affecting adopting in mobile banking in Paquistan: Empirical evidence. *International Journal and Research in Business and Social Science*. 3, 54-61
- Kotaman, H. (2010). Turkish early childhood educators sense of teacher efficacy. *Education & Psychology*. 8, 603-516
- Kupczynski, L., Mundi, M. y Green, M. (2013). The prevalence of cyberbullying among ethnic groups of high school students. *International Journal Educational Research*, 1, 48-53
- León, B., Castaño, E., Fajardo, F. y Gómez, T. (2012). Cyberbullying en una muestra de estudiantes de educación secundaria: variables moduladoras y redes sociales. *Journal of Research in Educational Psychology*. 10, 771-778
- Long, H. (2013). The relationships among learning orientation, market orientation, entrepreneurial orientation, and firm performance. *Management Review*. 20, 37-46
- López, L. y López, J. (2011). Los modelos de adopción de tecnologías de información desde el paradigma actitudinal. *Cuadernos Ebape*. 9, 176-196
- Mao, Y., Richter, M., Burns, K. & Chaw, J. (2012). Homelessness coverage, social reality, and media ownerships: comparing a national newspapers with to regional newspapers in Canada. *Mass Communication & Journalism*. 2, 1-7
- Mehra, V. y Omidian, F. (2010). Predicting factors affecting university student's attitudes to adopt e-learning in using Technology Acceptance Model. *International Journal of New Trends in Education of Their Implications*. 1, 33-43

- Mendoza, B. (2011). Bullying entre pares y el escalamiento de agresión en la relación profesor alumno. *Psicología Iberoamericana*. 19, 58-71
- Mutengezanwa, M. y Fungai, M. (2013). Socio-demographic factors influencing adoption of Internet banking in Zimbabwe. *Journal of Sustainable Development in Africa*. 15, 132-141
- Nisbet, E., Stoycheff, E. & Pearce, K. (2012). Internet use and democratic demand: a multinational, multinivel model of Internet use and citizen attitudes about democracy. *Journal of Communication*. 62, 249-265
- Orantes, S. (2011). Viabilidad del Modelo de la Aceptación de la Tecnología en las empresas mexicanas. Una aproximación a las actitudes y percepciones de los usuarios de las tecnologías de la información. *Revista Digital Universitaria*. 12, 1-15
- Pepper, W., Aiken, M. y Garner, B. (2011). Usefulness and usability of a multilingual meeting system. *Globar Journal of Computer Science and Technology*. 11, 34-39
- Ramayah, T. y Ignatius, J. (2010). Intention to shop on line: The mediating role of perceived ease of use. *Middle East Journal of Scientific Research*. 5, 152-156
- Ramírez, P., Rondán, F. y Arenas, J. (2010). Influencia del género en la percepción y adopción de e-learning: Estudio exploratorio en una universidad chilena. *Journal of Technology, Management of Innovation*. 5, 129-141
- Rante, Y. y Warokka, A. (2013). The interrelative nexus of indigenous economic growth and small business development: do local culture, government role, and entrepreneurial behavior play the role? *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprises*. 19, 1-19
- Reed, E. y Wolniak, G. (2005). Diagnosis or determination: assessment explained through Human Capital Theory and the concept of aptitudes. *Journal of Sociology*. 1, 1-15
- Rojas, R., García, V. y García, E. (2011). The influence on corporate entrepreneurship of technological variables. *Industrial management & Data System*. 111, 984-1005
- Rojas, R., García, V., Ramírez, Antonio (2011). How can we increase spanish technology firm. *Journal of Knowledge Management*. 15, 759-778
- Ruíz, C., Sanz, S. y Tavera, J. (2010). Análisis de los factores determinantes del uso de mensajes SMS para participar en programas de televisión. *Cuadernos de Gestión*. 10, 117-132
- Sago, B. (2013). Factors influencing social media adoption and frequency of use: And examination of Facebook, Twitter, Pirenterest and Google+. *International Journal of Business and Commerce*. 3, 1-14
- San Martin, S. y López, B. (2010). Posibilidades de la compra venta B2C por teléfono móvil en comparación con Internet. *Cuadernos de Gestión*. 10, 17-34
- Sandoval, R. y Saucedo, N. (2010). Grupos de interés en las redes sociales: el caso de Hi5 y Facebook en México. *Educación y Humanidades*. 4, 132-142
- Shaheen, Y. (2010). The perceived usefulness of information for investment desicions: Evidence from Palestine securities exchange. *Hebron University Research Journal*. 5, 283-307

- Sharma, R. y Abrol, S. (2011). Concentration of on line Banking. *International Research & Education Consortium. 1*, 22-35
- Shroff, R., Denenn, C. y Ng, E. (2011). Analysis of the Technology Acceptance Model in examining student's behavioral intention to use an e-portfolio system. *Australasian Journal of Educational Technology. 27*, 600-618
- Simsek, A. (2011). The relationships between computer anxiety and computer self efficacy. *Contemporary Educational Technology. 2*, 177-187
- Summer, L. (2011). The Theory of Planned Behavior and the impact of past behavior. *International Business & Economics Research Journal. 10*, 91-110
- Teh, P., Chong, C., Yong, C. y Yew, S. (2010). Internet self-efficacy, computer self-efficacy, and cultural factor on knowledge sharing behavior. *African Journal of Business Management. 4*, 4086-4095
- Tekeher, S. (2013). Mathematics teacher educator's and pre service teacher's beliefs about the use of technology in teaching in African university. *International Journal of Innovative Interdisciplinary Research. 12*, 9-20
- Thiruchelvi, A. y Koteeswari, S. (2013). A conceptual framework of employees' continuance intention to use of e-learning system. *Asian Journal of Research in Business Economic and Management. 1*, 3-6
- Torres, C., Robles, J. y Molina, O. (2011). ¿Por qué usamos las tecnologías de la información y comunicaciones? Un estudio sobre las bases sociales de la utilidad individual de Internet. *Revista Internacional de Sociología. 69*, 371-392
- Wang, D. y Huynh, Q. (2013). An assessment of the role of the perceived usefulness in the adoption of management accounting practices. *African Journal of Social Sciences. 3*, 85-96
- Wiedmann, K., Hennings, N., Varelmann, D. y Reeh, M. (2010). Determinants of consumers perceived trust in IT-ecosystems. *Journal of Theoretical Applied Electronic Commerce Research. 5*, 137-154
- Wirth, W., Matthes, J., Schemer, C., Wettstein, M., Friemel, T., Hânggli, R. & Siegert, G. (2010). Agenda building and setting in referendum campaign: investigating the flow of arguments among campaigners, the media, and the public. *Journalism & Mass Media Communication. 87*, 328-345
- Yuangion, Y. (2011). The impact of strong ties on entrepreneurial intention. An empirical study based on the mediating role of self-efficacy. *Journal Entrepreneurship. 3*, 147-158
- Zaidel, M. y Zhu, D. (2010). Utilization of technical support by instructorp in comuter supporter learning. *International Journal of Arts and Sciences. 14*, 12-19
- Zamiri, M., Mahamed, S. y Baqutayan, S. (2012). Explorin factor that influence knowledge shaing behavior via computer. *Journal of Emerging Trends inc Computing and Information Science. 3*, 799-805
- Zampetakis, L. y Moustakis, V. (2013). Entrepreneurial behavior in the Grekk public sector. *Emerald. 13*, 1-7

Sobre los Autores

¹ Estudios de Doctorado en Psicología Social y Ambiental, Universidad Nacional Autónoma de México. Profesor de asignatura, Universidad Autónoma del Estado de México, Unidad Académica Profesional Huehuetoca. Correo electrónico: garcialirios@uaemex.mx

² Doctor en Administración, profesor titular “C” de tiempo completo, ENTS, UNAM. Correo electrónico javierg@unam.mx

³ Dr. En Administración Pública, INAP, Profesor de Tiempo Completo UAEM-UAPH. Correo electrónico fjrosasf@unam.mx

⁴ Dr. en Ciencias de la Comunicación, Profesor de Tiempo Completo, UAEM-UAP Huehuetoca. Correo electrónico: alfonsoaf@hotmail.com

⁵ Dra. En Geografía, UAEM-UAP Chimalhuacan. Correo electrónico: briveravarela@yahoo.com.mx

ANEXO

Tabla 1. Estado del conocimiento del emprendedurismo social

Año	Autor	Hallazgos	Especificación
2010	Borjas	El espíritu empresarial fue una temática de opinión pública social más que empresarial u organizativa y estuvo relacionada con la situación económica nacional así como con la creatividad individual. Respecto a los símbolos de representación social el apoyo a microproyectos tuvo como rasgos positivos la independencia del Estado, empero los rasgos negativos fueron considerados como iniciativas intermitentes y efímeras.	El emprendimiento es un tema de opinión pública dado el grado de representación social. En este sentido, su dimensión innovadora estaría vinculada con los temas establecidos en la agenda de producción del conocimiento.
2010	Chiang, Mendez y Sánchez	Establecieron una asociación negativa y significativa entre la antigüedad laboral y la satisfacción con la remuneración ($r = -.83$; $p = .01$). Asimismo, encontraron una relación negativa y significativa entre la satisfacción con las oportunidades de desarrollo y la orientación al logro ($r = -.087$; $p = .05$). Finalmente, encontraron que la satisfacción con la forma de reconocimiento esta vinculada negativa y significativamente con la orientación al cliente ($r = -.094$; $p = .05$)	El emprendedurismo está determinado por las oportunidades al interrelacionarse con la antigüedad laboral, pero sus dimensiones conformista e innovadora parecen estructurarse en torno a las capacidades.
2010	Fuentes y Sánchez	No se encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto a la expectativa e iniciativa de emprender un proyecto, pero en cuanto a los perfiles correspondientes al espíritu emprendedor las mujeres consideran que se requiere iniciativa, creatividad e inventiva mientras que los hombres se inclinan por los retos y las oportunidades de las cuales se deriva su entusiasmo a los desconocido.	La creatividad que supone el emprendimiento está relacionada con la identidad femenina. En este sentido, el emprendimiento innovador adquiere un matiz femenino y el emprendimiento conformista un matiz masculino.
2010	López, Vazquez y Montes	La satisfacción laboral se relacionó negativamente con todas y cada una de las dimensiones del mobbing. Sólo el rol, liderazgo y apoyo correlacionaron positivamente con los tres factores de la satisfacción laboral. El Número Total de Estrategias de Acoso influyó directa, negativa y significativamente sobre la supervisión y las prestaciones ($\beta = -.56$; $R^2_{ajustada} = .31$; $p = .010$; $\beta = .63$, $R^2_{ajustada} = .40$, $p = .010$). El índice Global de Acoso Psicológico determinó negativa y significativamente al ambiente físico ($\beta = .64$, $R^2_{ajustada} = .41$; $p = .010$).	La satisfacción que supone el emprendimiento innovador está relacionada negativamente con el Mobbing, es decir, el emprendedurismo conformista estaría determinado por la violencia organizacional.
2010	Molero, Recio y Cuadrado	Encontraron cuatro dimensiones del MLQ; Liderazgo Transformacional, Desarrollador, Correctivo y Evitador. Todos correlacionan positivamente (r respectivas de .90, .99 y .87) entre sí excepto por el factor evitativo (r respectivas de -.87, -.83 y -.78)	El liderazgo evitativo estaría vinculado con el emprendimiento conformista mientras que los estilos transformacional, desarrollador y correctivo estarían vinculados con la dimensión innovadora del emprendimiento.
2010	Moreno, Ríos, Canto, García y Perles	Establecieron diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto al nivel de ruido en el trabajo ($F = 9.329$; nivel de significancia de .003). La satisfacción de ocio, falta de estabilidad, eficacia profesional y cinismo fueron determinantes de la satisfacción laboral ($\beta = .508$; $R^2 = .248$; $F = 27.416$; $\beta = -.335$; $R^2 = .351$; $F = 22.688$; $\beta = .286$; $R^2 = .422$; $F = 20.472$; $\beta = -.192$; $R^2 = .445$; $F = 17.042$ en hombre respectivamente). Agotamiento, falta de estabilidad, tiempo de ocio y control estricto ($\beta = -.550$; $R^2 = .293$; $F = 33.809$; $\beta = -.248$; $R^2 = .335$; $F = 20.871$; $\beta = .211$; $R^2 = .364$; $F = 16.080$; $\beta = -.187$; $R^2 = .391$; $F = 13.694$ en mujeres respectivamente)	Las emociones negativas serían determinantes del emprendimiento conformista, mientras que las emociones positivas influirían sobre la dimensión innovadora del emprendimiento.
2010	Omar	Asociaciones significativas entre liderazgo, confianza y satisfacción laboral. El género, la antigüedad y el liderazgo afectaron a la satisfacción a través de la confianza ($\beta = -.136$; $\beta = .197$; $\beta = .421$ respectivamente y $\beta = .510$ para confianza; $R^2_{ajustada} = .447$; $F = 7146$; 7 grados de libertad y significancia menor a .01)	Liderazgo, confianza y satisfacción serían determinantes del emprendimiento tanto en sus dimensiones conformista como innovadora.
2010	Yáñez, Arenas y Ripoll	Las relaciones interpersonales con los jefes de área inciden en la satisfacción laboral de los trabajadores. En este sentido, la planeación estratégica incidió sobre el clima de tareas y con ello generó relaciones humanas de confianza y cooperación.	El clima de relaciones estaría relacionado tanto negativa como positivamente con ambas dimensiones conformista e innovadora del emprendimiento.
2011	Adenike	La satisfacción laboral se relacionó con el clima organizacional ($r = .66$; $p = .010$). Un incremento en los valores de las relaciones de tareas significó un aumento en los valores de satisfacción de vida indicados por niveles altos de compromiso, confianza, creatividad e innovación, así como niveles bajos de conformidad, obediencia, cansancio, agotamiento, frustración y despersonalización .	La satisfacción organizacional sería determinada por emprendimiento en su dimensión innovadora, mientras que la insatisfacción estaría influida por el emprendimiento conformista.
2011	Celik, Turunc y	La confianza organizacional y el síndrome del exceso de trabajo afectaron indirectamente al desempeño organiza-	La confianza determinaría a la innovación y el Burnout afectaría

	Begenirbas	cional a través del desvío interpersonal. ($\beta = -.25$ y $\beta = .29$; $p = .010$)	al conformismo.
2011	Galindo y Echavarría	Creatividad, innovación y valor de conocimiento fueron similares en las tres muestras, aunque los estudiantes tienen una mayor propensión al riesgo en comparación a los profesores, la proactividad es el elemento menos importante mientras que la búsqueda de información se manifiesta como la habilidad más importante.	La producción del conocimiento está relacionada con la creatividad y la innovación que suponen los proyectos emprendedores.
2011	Jyoti y Jyoti	Los factores psicológicos determinaron orientación empresarial ($\beta = .25$) ya que los demás factores se aproximaron a cero. A su vez, el espíritu empresarial influyó sobre la satisfacción laboral ($\beta = .57$). En el caso de los factores psicológicos en referencia a la satisfacción laboral su relación fue espuria porque se aproximó a cero ($\beta = .056$).	Las diferencias psicológicas anticiparían asimetrías emprendedoras en ambas dimensiones de conformidad e innovación.
2011	Rodríguez, Retamal, Lizana y Cortejo	La satisfacción laboral influyó en el desempeño organizacional ($\beta = .46$; $p = .000$) y en el rendimiento y la productividad ($\beta = .68$; $p = .000$)	La productividad y el rendimiento afectarían al emprendimiento, pero la satisfacción anticiparía su dimensión innovadora.
2011	Rojas, García y García	La alta dirección influye en ejecutivos intermedios a través de la formación profesional de competencias tecnológicas las cuales son consideradas como antecedentes del espíritu emprendedor así como el desempeño organizacional. Los instrumentos establecieron ocho factores. En el primero, la flexibilidad organizacional incluyó tres factores (pesos factoriales de .96, .91 y .89). El factor de habilidades tecnológicas incluyó cuatro factores (.78, .82, .81, .80), la infraestructura tecnológica (.83, .70, .86, .78, .65, .65). El factor de manejo de soporte se conformó por cuatro indicadores (.81, .88, .90, .87), el aprendizaje organizacional obtuvo cuatro reactivos (.85, .86, .85, .82). Por su parte las competencias tecnológicas se estructuraron en cuatro (.74, .86, .85, .75 y .82). La corporación del espíritu empresarial también incluyó cuatro (.72, .65, .89 y .71). Por último, la ejecución organizacional incluyó cinco (.66, .81, .69, .88 y .69). El espíritu emprendedor corporativo fue influido por las competencias tecnológicas ($\beta = .37$), a su vez ésta variable afectó a la ejecución organizacional ($\beta = .67$).	La formación profesional influiría sobre el emprendimiento, la violencia formativa determinaría la conformidad, la flexibilidad correlacionaría con la innovación y las competencias tecnológicas estarían vinculadas con ambas dimensiones del emprendimiento.
2011	Yuangion	La intención emprendedora empresarial fue influida por el arraigo y los fuertes con la comunidad a través de la autoeficacia empresarial ($\beta = .76$, $\beta = .22$ y $\beta = .17$). A medida que la identificación con el sistema empresarial local se incrementa, produce un efecto positivo en el aumento del espíritu empresarial a través de tres factores de capacidades percibidas ($\beta = .25$, $\beta = .17$, $\beta = .13$).	La identidad determina el emprendimiento y al covariar con las percepciones de autoeficacia predice a la dimensión innovadora
2012	Anwar y Norulkamar	El compromiso laboral se relacionó positivamente con el liderazgo, el desempeño y la satisfacción (r respectiva de .105, .433, .431 y .281; $p = .05$). El compromiso determinó el desempeño laboral ($\beta = .105$; $p = .05$) y la satisfacción ($\beta = .43$; $p = .05$). El liderazgo transformacional y transaccional con el desempeño laboral ($\beta = .152$ y $\beta = .107$; $p = .05$), la satisfacción ($\beta = .603$ y $\beta = .305$; $p = .001$) y al compromiso ($\beta = .431$ y $\beta = .281$; $p = .001$).	El liderazgo incide sobre la satisfacción a través del emprendimiento en su dimensión innovadora.
2012	Díaz, Hernández y Roldán	La educación, formación, investigación, desarrollo y transferencia de normas culturales y sociales. En los casos de la educación y la formación fueron transmisores de los efectos de las normas sobre el espíritu empresarial. Por último, la transferencia y el desarrollo de investigación influyeron en la capacidad empresarial.	La formación emprendedora está supeditada a la gestión, currículum, producción y transferencia del conocimiento.
2012	Hallak, Brown y Lindsay	Se especificaron cuatro factores. El primero correspondió al factor de identidad de la plaza (pesos factoriales (.88, .58 y .88 pesos factoriales para reactivos 1 al 3). El segundo factor, correspondió a la autoeficacia del espíritu empresarial (incluyó cinco reactivos con pesos de .69, .73, .74, .79 y .68). El tercer factor se refiere al soporte comunitario (pesos factoriales de .89, .73, .74, .79, y .78 para los ítems 4 al 9). Finalmente, el factor de espíritu empresarial (sólo incluyó .60 y .50 para negocios subjetivos). La identificación con el lugar influyó sobre la eficiencia emprendedora. En los casos en los que los negocios tenían una tradición en referencia al lugar turístico, el espíritu empresarial se había visto afectado por dicho arraigo.	La identidad influyó sobre el emprendimiento a medida que el arraigo se intensificaría, la conformidad se exacerbaría.
2012	Hazlina, Mohd y Rohaida	El soporte administrativo y de gestión fue el determinante del espíritu empresarial ($\beta = .33$). a su vez el emprendimiento incidió sobre el desempeño laboral ($\beta = .65$). Es decir, a medida que la empresa facilitaba los recursos incentivaba la productividad personal a través del espíritu empresarial.	La gestión influye sobre el desempeño a través del emprendimiento en ambas dimensiones.
2012	Partida, Carrera y Villareal	En México, a diferencia de Turquía y Estados Unidos, los factores motivacionales son considerados como elementos claves del espíritu emprendedor. Asimismo, las barreras son mayormente percibidas en México que en los demás países. Es decir en México se considera que la fuerza laboral no es fiable, las estructuras económicas son asimétricas, la competencia es excesiva, falta capacitación y comercialización, burocracia en la regulación comercial, capital financiero disponible a largo plazo, problemas de suministro eléctrico e inseguridad pública.	La motivación determina al emprendimiento, la dimensión extrínseca influiría sobre la dimensión conformista y la dimensión intrínseca sobre la dimensión innovadora.

2012	Tayo y Adeyemi	Correlacionaron al compromiso organizacional con el desempeño laboral ($r = .075$; $p = .05$). En situaciones de emprendimiento colaborativo entre transnacionales y pymes, se observaron niveles de compromiso mayores que en situaciones de implementación de modelos de negocios financiados por organizaciones financieras locales.	El compromiso como determinante del desempeño incide sobre el emprendimiento innovador o conformista según el grado de productividad.
2012	Vargas y Arenas	86% considera que la calidad educativa es fundamental para las habilidades empresariales, 77% están dispuestas a reorientar sus proyectos ante un inminente fracaso, 90% tiene una idea clara de su futuro personal, 72% tiene un interés por lo nuevo, 90% se consideran asertivos y 60% están dispuestos a trabajar en equipo.	La calidad educativa al incidir sobre la formación profesional determinaría al emprendimiento
2013	Cardon, Gregoire, Stevens y Patel	Encontraron tres dimensiones del espíritu emprendedor; invención, fundamentación y desarrollo. A su vez estas dimensiones tuvieron como indicadores a las intenciones y percepciones de control.	El emprendimiento es multidimensional porque está conformado por factores perceptuales e intencionales
2013	Danes & Jo-Young	La evaluación del compromiso empresarial fue determinada por la autoevaluación de compromiso ($\beta = .62$). A su vez se estableció una correlación con la autoevaluación del compromiso empresarial ($\beta = .17$). Es decir, a medida que el grado de responsabilidad se incrementa, el espíritu emprendedor también tiene un aumento en sus valores relativos al compromiso y la autoevaluación.	El compromiso estaría vinculado con la responsabilidad a través del emprendimiento
2013	Escamilla y Caldera	La percepción de oportunidad fue determinada por la identidad de género masculina mientras ($\beta = 0,688$; $p = 0,05$), mientras que fue influida por la identidad de género femenina ($\beta = 0,495$; $p = 0,05$). Respecto al capital social emprendedor, la identidad masculina incidió en mayor medida que la identidad de género femenina ($0,661$; $p = 0,05$). Y el miedo al fracaso influyó más en la identidad femenina ($0,448$; $p = 0,05$).	El capital social, indicado por la identidad determinaría la percepción de oportunidad, principal indicador del emprendimiento
2013	Rante y Warokka	La cultura local y el rol de gobierno determinaron el espíritu empresarial ($\beta = .77$ y $\beta = .72$ respectivamente). Por su parte el emprendimiento incidió sobre el manejo empresarial ($\beta = .53$).	La cultura laboral al influir sobre la administración a través del emprendimiento supone roles y estilos de dirección que incrementan la innovación o exacerban la conformidad
2013	Zampetakis y Mostakis	La visión estratégica empresarial fue afectada por el espíritu emprendedor y este también correlacionó con las características de los trabajadores. Tanto en trabajo energético como el campo de orientación fueron factores que explicaron el espíritu empresarial, en interrelación con la visión estratégica. A mayor perspectiva de negocios en el sector, la estrategia se intensifica sobre las expectativas empresariales.	La visión estratégica sería un indicador del emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia