

ÍNDICES DE ENCUADRE DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN EL ENCIERRO PROVOCADO POR EL CORONAVIRUS SARS-COV-2 Y LA ENFERMEDAD COVID-19

Framing indexes of social entrepreneurship under during the confinement caused by SARS-Cov-2 virus and COVID-19 disease

Cruz García Lirios

bundestrans@icloud.com

Universidad Autónoma del Estado de México

Resumen:

El propósito del trabajo fue especificar un modelo para el estudio del emprendimiento social ante el confinamiento de personas como política sanitaria ante la pandemia SARS-CoV-2 y la enfermedad Covid-19. Se realizó un estudio documental, transversal y exploratorio con una selección no probabilística de fuentes indexadas a repositorios internacionales, considerando la indexación, año de publicación y factor de impacto. Se establecieron ejes de discusión para abordar el problema, aunque el diseño de la investigación limitó los hallazgos a la muestra analizada, sugiriendo la extensión de otros repositorios, años e indicadores de calidad.

Palabras clave: Jefas de familia, trabajo social, emprendimiento, especificación, modelo.

Abstract:

We propose a model for the study of social entrepreneurship during ASRS-Cov-2 / COVID-19 confinement stracted from a transversal and exploratory study al an international level. Some lines of discussion are proposed also.

Keywords: familily (females) bosses, social work, entrepreneurship, specifi-cation, model

Introducción

En el marco de las políticas de mitigación de la pandemia provocada por el coronavirus SARS-CoV-2 y la enfermedad Covid-19, el emprendimiento ha sido un tema central para la subsistencia y reactivación de la microeconomía (WHO, 2020). En este sentido, concretar un modelo para el estudio de este fenómeno en una situación contingente permitirá anticipar escenarios de emprendimiento en situaciones adversas.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) en sus informes y comunicados sobre la pandemia ha reconocido que el encierro como estrategia de mitigación favorece las enfermedades depresivas, compulsivas, ansiosas y violentas contra la economía personal y familiar, extendiéndose a las micro, pequeñas y medianas empresas, mayoritariamente familiar y con climas laborales centrados en las relaciones intersubjetivas, así como en la confianza, el compromiso, la solidaridad y la satisfacción (PAHO, 2020) .

Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos en su informe de 2020 ha destacado la caída del Producto Interno Bruto (PIB) de los países en desarrollo y emergentes que oscilará entre el -2% y el 10%. El impacto en la reactivación económica posterior al confinamiento será aún mayor a nivel microeconómico, anticipando la inflación.

En este contexto de contagio, enfermedad, muerte provocada por la crisis sanitaria y recesión, desempleo e inflación provocada por el encierro de las personas, el estudio del emprendimiento es un eje fundamental para explicar el proceso de reactivación económica, cooperación e innovación. entre actores políticos y sociales, sectores público y privado (Hernández, 2020).

Por tanto, el objetivo del presente trabajo fue establecer los índices de mediatización del emprendimiento con el fin de explicar la representación de la información en torno a las oportunidades e innovaciones observadas en la literatura. Para ello, se revisan los marcos teórico, conceptual, empírico, metodológico y técnico con miras a dar cuenta del fenómeno en su dimensión mediática, entendida como la influencia de la televisión, radio, prensa, Facebook, Twitter o YouTube en las audiencias e Internet. usuarios. Tal pregunta anticiparía escenarios de emprendimiento basados en la mediación de fuentes y el registro sistemático de otras.

¿Existen diferencias significativas entre el encuadre de literatura relativa al emprendimiento social ante la pandemia a la enfermedad Covid-19 en un escenario

de confinamiento prolongado con respecto a una revisión sistemática medida por sus efectos aleatorios homogéneos?

El supuesto que guía la presente investigación anticipa encuadres de verosimilitud alusivos a un emprendimiento social que son atribuibles a la selección aleatoria más que al azar de los hallazgos analizados en un escenario de confinamiento prolongado ante los riesgos de emprendimiento a la enfermedad Covid-19.

Teoría de Emprendimiento Social

En situaciones de incertidumbre como una pandemia, el encierro de personas exacerba la desesperación, al mismo tiempo que también intensifica el emprendimiento reactivo y, a partir de su sistematización, la innovación de procesos más que la optimización de recursos (Pérez, 2020).

Por tanto, los marcos teóricos explicativos de la elección racional y la decisión prospectiva nos permiten abordar este fenómeno considerándolo transitorio en cuanto a sus causas, pero permanente en cuanto a sus efectos (Carreón, 2015). Así, el corpus teórico anticipa pensamientos de minimizar costos y maximizar oportunidades, incluso si este ideal no se logra, al menos las partes involucradas elegirán riesgos altos sobre beneficios altos.

Los principios que orientan la elección racional radican en los gustos y preferencias cristalizando los objetivos de los actores (García, 2015). Por lo tanto, antes de tomar cualquier decisión estrategias de Preferencias de encuadernación, lograr recopilar información que va a determinar la elección. Si los individuos y no tienen un número indeterminado de gustos, objetivos y metas, a continuación, sus preferencias se ya no dependerán de su capacidad de elección y acción. Por lo tanto, actúan de una manera no - de manera racional.

La teoría de la elección racional también advierte que una decisión es el resultado de una estimación de los costos y beneficios de realizar un esfuerzo independientemente de su grado de significación (Hernández, 2018) . Esta es una dimensión utilitaria en la que el control de una situación de establecer un balance favorable de beneficios frente a los costos se determinarán la elección.

Más específicamente, los beneficios y costos se traducen en una proporción de riesgo, esfuerzo y recompensa. Esto significa que una elección sea racional cuando los riesgos y esfuerzos sean mínimos siempre que las recompensas sean mayores (Amrouni y Abdelwahed, 2014).

En cambio, cuando el reconocimiento de un esfuerzo y riesgo no está a la altura de las expectativas, entonces la elección no ha sido del todo racional y más bien se acerca a una dimensión irracional si los riesgos y esfuerzos son crecientes e intensos con respecto a la ausencia de recompensas (Anguiano, 2020).

Esto se debe a que el individuo que lo intenta está comprometido con los riesgos que se activarán por las expectativas de ganancias (Valdés, 2019). La integración de cada una de las variables representa una serie de caminos en los que las correlaciones explican cada elección.

En definitiva, la elección racional explica en términos generales el proceso por el cual las preferencias son determinantes por otros factores que generan información o perciben un clima de certeza a la hora de decidir y actuar en consecuencia (Bouls, 2020). En la medida en dicha información está disponible, accesible y accionable, entonces la elección racional va a surgir como una opción, sino que prolifera la ambigüedad, a continuación, un no - decisión racional se generará con consecuencias irracionales.

Sin embargo, cuando la información no está disponible o es muy abstracta, la elección racional es reemplazada por una opción más estricta a la cultura; valores y normas de las personas con respecto a una contingencia de la cual no se conocen precedentes algunos, pero las personas siempre reaccionan de la misma manera (Clark, 2020).

A diferencia de la teoría de la elección racional que se centra en la utilidad de la información disponible y la teoría de la actitud prospectiva que centra su interés en la certeza de la información, la teoría de la acción razonada asume que la información, cualquiera que sea, es un entorno general que Influirá en el comportamiento en la medida en que la información se transforme en reglas. Esto se debe a que la teoría de la acción razonada considera que toda la información es procesable cognitivamente (Ferreiro, 2013).

Por lo tanto, una visión general del entorno, sus demandas y oportunidades propias Categorías de la disponibilidad accesible y abundante de información que va a influir en un comportamiento derrochador, tales como creer que los empleos, salarios y créditos financieros aumentan significativamente (Quiroz, 2020). Por el contrario, si se considera que el contexto es más bien recesivo y de crisis económica, entonces se adoptarán estilos de vida austera, cooperativa e innovadora.

Sin embargo, la teoría de la acción razonada, como la teoría de la elección racional y la teoría de la actitud prospectiva, plantean un escenario general incidente sobre

un comportamiento específico sin considerar la situación actual y específica al tomador de decisiones (Villegas, 2018).

Dado que la información no está disponible o es actores procesables que requieren una planificación inmediata de sus acciones, los determinantes de la conducta planificada son aquellos en los que la información puede ser delimitado y que se especifica en función de una situación particular o para un evento que es el control subjetivo de la decisión -hacer y la información disponible y procesable (Fuentes y Sánchez, 2010).

La teoría del comportamiento planificado encuentra que el control percibido es un determinante significativo del comportamiento en modo directo e indirecto (Sánchez, 2019). Interactuar con las normas y actitudes subjetivas genera una intención que también se asume como determinante de la conducta.

Sin embargo, su control percibido, como norma y actitud, depende de un conjunto de creencias sobre la disponibilidad de información (Villegas, 2017). En este sentido, la especificación de un modelo podría incluir variables que anticipen el comportamiento, pero no de las creencias de la disponibilidad de la información, sino de disposiciones de cooperar por parte de actores que forman un proyecto empresarial a desarrollar sus habilidades, no sólo de la elección, la deliberación o planificación, pero innovación.

No siempre, la elección racional tiene los objetivos, tareas y metas que las decisiones prospectivas han construido en situaciones ambiguas, contingentes o inciertas para seleccionar los riesgos de los cuales se esperan altos rendimientos. Es decir, los individuos proyectan sus acciones siempre que la escasez de oportunidades converge con los beneficios sin precedentes. En una pandemia donde las soluciones giran en torno a muy pocas opciones derivadas del confinamiento, quienes toman decisiones prospectivas esperan esos remanentes de oportunidades no para optimizar sus posibilidades de éxito o fracaso sino para alcanzar niveles de riesgo acordes con ganancias inéditas ...

La teoría de la elección racional se basa en los datos, su sistematización y tendencia a realizar en consecuencia acciones de máximo esfuerzo, esperando altas recompensas. Por el contrario, la perspectiva decisiva potencia la escasez de información para activar una forma heurística, socialmente compartida y aceptada de realizar acciones en contra o en favor de una previsión generalizada o expectativas normalizadas. En el caso del emprendimiento, una forma de optimizar recursos, las decisiones pueden ser prospectivas si se desconoce el producto o servicio. O, en el modo de innovación de procesos, las elecciones racionales deben ser consistentes

con los avances tecnológicos, pero las decisiones prospectivas definen esas demandas basadas en proyecciones inmediatas de riesgos y beneficios.

Ambas tradiciones, elección racional y decisión prospectiva asumen que la información se transfiere directamente a las audiencias, pero otra perspectiva específica es que los datos están mediados e incluso sesgados por la televisión, la radio, la prensa o las redes eléctricas (Bustos, 2018).

Las teorías mediáticas sostienen que el Estado difunde información con el propósito de generar una agenda pública que sea replicada por las audiencias en las redes electrónicas (McCombs, 1972). El proceso de enmarcar los datos se basa en el sesgo de los medios; Comunicadores, Opinólogos, Columnistas, Reporteros o Anfitriones emergen como expertos en diversos temas, pero efímeros o permanentes

La construcción de la agenda sigue dos lógicas; uno de verosimilitud dirigido a públicos poco educados o intrusivos en la reputación de las personas, la imagen de las empresas o el prestigio de las fuentes. Otro de verificabilidad más vinculante para hactivistas con habilidades computacionales, altamente politizados y fieles al pensamiento unívoco.

Al centrar su atención en la influencia de los medios en las audiencias y la replicación de estos en otros sectores laicos, las teorías de los medios se distancian de las teorías racionales al demostrar que una decisión no es una cuestión de la información disponible y el procesamiento de estas, sino más bien de la representación de esta. Es un pensamiento racional versus representacional y, en este sentido, se acerca a la posición radical de las teorías prospectivas que niegan los repositorios de información y su imparcialidad, delegando la decisión final a las experiencias de los individuos, pero sin mediación alguna.

Estudios de Emprendimiento Social

Los experimentos clásicos de personas confinadas que toman decisiones racionales o prospectivas han construido la disciplina de la psicología económica, pero frente a una pandemia donde la norma política es elegir la opción menos riesgosa para lograr beneficios colectivos inciertos, incluso esas investigaciones aún no se han llevado a cabo. fuera.

Si la elección racional se está gestando a partir de preferencias basadas en información disponible para determinar gustos y objetivos, la actitud prospectiva su-

giere que la ausencia de información genera incertidumbre que determina la aversión al riesgo o la renuncia a ciertas ganancias y apetito por el riesgo cuando las pérdidas son inminentes (García, 2017). Así, la utilidad, el beneficio o la felicidad cristalizan en pérdidas o ganancias, eludiendo el proceso de elección racional y legitimando una elección irracional.

Por lo tanto, una prospectiva es más que una decisión, radica en la actitud y expectativa de riesgo o certeza de ganancias y pérdidas en el futuro inmediato. En ese sentido, una retrospectiva es una actitud que tiene las mismas relaciones, pero comparada con la anterior (Carr y Sequeira, 2007).

En resumen, la actitud prospectiva es una bisagra entre la elección racional y la acción razonada. Cada uno de estos marcos teóricos y conceptuales basa sus alcances y límites a partir de la disponibilidad de información, asumiendo que el individuo es capaz de asumir una actitud, tomar una decisión o emprender una acción que se corresponda con la información disponible y la representación que tiene (Carreón, 2020).

En situaciones experimentales, la formación, permanencia y cambio de actitudes depende de la información circundante, el procesamiento de datos y el manejo de las emociones para llevar a cabo acciones que reduzcan costos y aumenten las ganancias, aunque estas no sean del todo esperadas y prevalentes. cumplimiento normativo (García, 2020).

En cuanto a la influencia de los medios que transfieren los datos y los amplifican a audiencias participativas de decisiones colectivas con expectativas inciertas, se sabe que, al construir una agenda común, el confinamiento y por ende las tareas para lograr posibles metas son más factibles (Sandoval, 2020).

La combinación única de decisiones racionales y prospectivas supone un escenario único e inédito en cuanto a la excepcionalidad de los objetivos, tareas y metas, así como las relaciones entre actores políticos y sociales, sectores público y privado. Si la optimización de recursos es la opción más viable para enfrentar una contingencia, entonces se descartará la posibilidad de innovar los procesos que solo son factibles en quienes de manera prospectiva emprenden una estrategia.

Por lo tanto, los estudios de elección racional y prospectiva se han diversificado hacia la respetada creatividad y heurística de las personas confinadas, pero con la expectativa de un bien común como la salud pública y una ganancia compartida como la reactivación económica.

Siendo la creatividad una respuesta flexible, diversa y alternativa, pero opcional a las probables soluciones, es importante porque parece ser una alternativa muy común entre los individuos acostumbrados a la incertidumbre (Hernández, 2020). Es decir, quienes están dispuestos a creer en los datos sin verificarlos están más cerca de responder creativamente a una situación de incertidumbre sobre quién procesa cada dato y compara fuentes para realizar una acción considerada de menor costo.

En relación a los estudios de medios que, a diferencia de la investigación racional y prospectiva, la existencia de mediación de datos y la reconfiguración de su orientación según el tipo de audiencia perjuró, se han observado diferencias significativas entre internautas y usuarios profanos (Villegas, 2019). Los primeros más activistas comparan datos, los segundos más pasivos generan algoritmos de consumo basados en su comportamiento receptivo de información.

En medio del individuo emocional que depende de su intuición y la persona racional que presume tener la información esencial para sus decisiones, se encuentra el *homo media* que sustenta su acción en función del tipo de mensaje, el prestigio de la fuente o el avance de la tecnología.

Mientras los prospectos *homo media* encadenan una serie de intuiciones para sus decisiones y acciones, el individuo mediático asume que estas cadenas ya han sido debidamente procesadas y sistematizadas por los medios en los que confían ciegamente para difundir sus necesidades, demandas y expectativas, luego, el ciclo. Se complementa con la persona racional que pretende vivir en una realidad codificable por su estructura de categorías y la justificación de sus actos.

Así, la modelación de las variables sustraídas de los marcos teórico, conceptual y empírico es de gran relevancia ya que, hasta ahora, no se ha propuesto un modelo integral.

Modelos de emprendimiento social

El modelado de las variables que componen las teorías de elecciones racionales y decisiones prospectivas se puede realizar si se asume la equivalencia de los paradigmas, así como la complejidad de los actores involucrados en una situación contingente, incierta y de riesgo

La propuesta incluye la incidencia de políticas, estrategias y programas de confinamiento ante elecciones racionales y decisiones prospectivas resultantes de la difusión de información en medios tradicionales y redes electrónicas con impacto en el emprendimiento social. Este es un modelo de red si cada variable antecedente se considera como nodos en relación con cada variable consecuente, asumiendo la optimización de datos o el aprendizaje de nuevos conocimientos que determinarán una acción principal en una situación o evento de riesgo.

Ambos actores, políticos y sociales, tanto del sector público como del privado, experimentan cambios decisivos en la medida en que la información envuelve a los medios o redes. Quienes procesen los datos según criterios de elección racional, buscarán oponerse a ambas instancias con anterioridad al emprendimiento, creyendo seleccionar la mejor ruta o al menos aquella cuyos efectos no sean devastadores ni significativos para el bien común.

En otro sentido opuesto, quienes emprenden una diseminación infodemia o intensiva de datos, anticipan posibles escenarios de acción en base a experiencias, conocimientos, habilidades o conocimientos personales, aunque aplicables o reconocibles en su sector (Limón, 2020). Este fenómeno conocido como decisión prospectiva no busca consensos a priori ni convencionalismos a posteriori. Más bien, asume fallas de información que no pueden ser determinantes de una acción estratégica, sino concomitantes a un escenario pesimista. En este sentido, quienes esperan una contingencia no se mueven necesariamente por deseos irracionales sino por motivos aleatorios o razonamientos heurísticos previamente experimentados como riesgosos pero beneficiosos al mismo tiempo.

En la propuesta del modelo, el individuo racional negaría que la información solo esté disponible en los medios o las redes, los prospectos homo complementarían su intuición con datos mediáticos, pero es la audiencia de Internet la que distinguiría a cada fuente de sus seguidores críticos, , instigadores o espectadores. En este escenario de propagación de la pandemia, cada actor racional, prospectivo o mediático encuentra su rol basado en la información circundante, incluso cuando desconoce la importancia de la fuente.

Método

Muestra. Estudio no experimental, documental y retrospectivo con una selección no aleatoria de fuentes repositorios indexados América Latina -Academia, Copernicus, Dialnet, Ebsco, Frontiers, Latindex, OpenScience, Redalyc, Scielo, Scopus,

WoS, Zenodo, Zotero-, considerando las palabras clave y el período de publicación 2010-2020 (ver Tabla 1).

Tabla 1. Descriptivo de la muestra

	Academia		Copernicus		Dialnet		Ebsco		Frontiers		Latindex		Redalyc		Scielo		Scopus		WoS		Zenodo		Zotero	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
2010	3	4	5	6	3	4	5	6	3	4	5	6	6	7	6	5	2	3	2	3	6	7	6	5
2011	2	0	4	5	2	0	4	5	2	0	4	5	0	5	0	4	0	2	0	2	0	5	0	4
2012	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	0	4	1	3	0	1	1	3	0	4	1	3
2013	1	1	0	3	1	1	0	3	1	1	0	3	0	3	2	2	0	3	2	2	0	3	2	2
2014	1	1	0	2	1	1	0	2	1	1	0	2	0	2	4	2	0	2	3	2	0	2	4	2
2015	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
2016	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1
2017	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2018	3	0	0	1	3	0	0	1	3	0	0	1	0	2	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0
2019	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	3	0	0	0	3	0	0	0	3	0	0
2020	1	0	0	2	1	0	0	2	1	0	0	2	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0

Nota: Elaborado con estudio de datos; A = elección racional, B = decisión prospectiva

Instrumento. Se utilizó una matriz de análisis de contenido que incluye la definición de la variable, el extracto fuente, la calificación de los jueces (Krippendorff, 1980), la retroalimentación y la rectificación o evaluación evaluativa (Krippendorff, 1989). Se utilizó la técnica Delphi para evaluar los hallazgos consultados en la literatura revisada (Krippendorff, 2004). Se establecieron tres rondas de análisis; 1) evaluación, 2) retroalimentación y 3) síntesis con el fin de establecer los temas centrales, temas y categorías de la agenda de investigación (Krippendorff, 2005).

Instrumentos. El Índice de Encuadre Oportunista (IEO) fue ponderado considerando: 0 = para información relacionada con el emprendimiento planificado sin contexto de riesgo, 1 = para el emprendimiento simulado en una situación de certeza, 2 = para el emprendimiento proyectado en un escenario contingente.

El Índice de Encuadre Innovador (IEI) fue ponderado considerando: 0 = para información relacionada con el emprendimiento emergente sin contexto de riesgo, 1 =

para el emprendimiento imprevisto en una situación de certeza, 2 = para el emprendimiento subyacente en un escenario contingente.

Análisis. Los datos fueron procesados en el paquete de análisis cualitativo para ciencias sociales versión 3.0 considerando las categorías y sus relaciones contingentes para el establecimiento de trayectorias. Se estimaron los parámetros de enormidad, contingencia y odds ratio para contrastar la hipótesis nula sobre las diferencias significativas entre el emprendimiento oportunista e innovador.

Interpretación. La suma de las posibles respuestas máximas de emprendimiento oportunista e innovador se estableció multiplicando el número de extractos ($n = 25$) por el valor máximo de calificación (2) alcanzando un valor máximo de 50 e inferior a 0. Ambos índices se interpretaron en este intervalo, siendo los más cercanos a 0 un nivel bajo de encuadre, los cercanos a la media de 25 como regulares y los cercanos a 50 como altos. La suma de ambos índices permitió estimar el índice de encuadre empresarial (0 a 100), considerando valores cercanos a cero como bajos, cercanos a 50 como medios y 100 como altos.

Resultados

La Tabla 2 muestra los valores distributivos esenciales para análisis estadísticos como poblaciones de normalidad, contingencia y probabilidad.

Tabla 2. Descripciones de instrumentos

E	M	S	X ²	df	p	IEO	IEI
e1	1,452	0,134	12,13	14	<, 05	13 (12 a 45)	
e2	1,467	0,197					
e3	1,091	0,108	14,21	12	> 05		17 (12 a 34)
e4	1,678	0,173					
e5	1,241	0,173					
e6	1,082	0,721	15,46	12	<, 05	14 (de 9 a 27)	
e7	1,431	0,821	12,07	16	<, 05	16 (14 a 21)	
e8	1,407	0,731					

e9	1.421	0,435	13,21	10	<, 05		
e10	1.890	0,532	12,08	15	<, 05		
e11	1,657	0,134	11,32	16	<, 05	14 (12 a 34)	10 (de 9 a 25)
e12	1,721	0,236					
e13	1.430	0,209					
e14	1,463	0,341					
e15	1.211	0,421	15,43	13	<, 05	17 (13 a 29)	15 (13 a 21)
e16	1,342	0,297					
e17	1.081	0,146	15,21	12	<, 05		
e18	1,730	0,180					
e19	1,564	0,174	10,21	16	<, 05	11 (10 a 20)	
e20	1,289	0,254					
e21	1.431	0,251	14,35	10	<, 05		
e22	1365	0,170	12,47	14	<, 05	18 (14 a 22)	10 (8 a 22)
e23	1.207	0,156					
e24	1,567	0,183					
e25	1,342	0,126	12,15	17	<, 05	14 (11 a 24)	

Nota: Elaborado con estudio de datos; e = extracto, M = Media, SD = Desviación estándar, IEO = Índice de encuadre de oportunismo, IEI = Índice de encuadre de innovación

Si bien la distribución de las puntuaciones de los jueces a los extractos seleccionados se distribuye normalmente, las razones de contingencia solo se observaron en los extractos 1,3,6,7,9,10,11,15,17,19,21,22, 25. De En estas relaciones de dependencia se estimaron las proporciones de probabilidad para el caso del Índice de Encuadre Oportunista (IEO), los extractos considerados fueron 1,6,7,11,15,19,22 y 25, así como para el Índice de Marco Innovador (IEI) los extractos seleccionados fueron 3,11,15,22.

Para observar la estructura de estas relaciones de probabilidad proporcional y contingente, se estableció la modelización de los extractos, las puntuaciones y los índices correspondientes.

La estructura obtenida muestra un predominio de los extractos en relación con el marco oportunista con respecto al marco innovador. Esto significa que la revisión de la literatura crea una agenda sesgada para la reacción oportunista de la gente a la pandemia. Esta tendencia se refleja en el encuadre general del emprendimiento, que se asume que es bajo por ser cercano a cero y distante de la media. Significa, entonces, que la literatura consultada parece difundir con menor intensidad el oportunismo respecto a la innovación, que ni siquiera estaría en la agenda de estas fuentes consultadas.

Discusión

El objetivo de este trabajo fue establecer los índices de mediatización de la empresa para observar su estructura de relaciones entre las variables sustraídas de la literatura actualizada y especializada, aunque el diseño limita los resultados a la muestra de jueces calificadores, la extensión de la trabajar para la encuesta de audiencias y usuarios de Internet.

En relación con las teorías racionales que enfatizan el proceso deliberado y planificado de intenciones predictivas de conductas, el presente trabajo ha ponderado el marco innovador que resultaría de esta elección razonada. Las líneas de investigación que miden el emprendimiento a partir de la información circundante en los medios y su influencia en las decisiones permitirán observar las agendas sectoriales en cuanto a objetivos, tareas y metas.

En cuanto a los enfoques mediáticos que destacan las lógicas de verosimilitud y verificabilidad, el presente estudio ha demostrado la posibilidad de medir ambos fenómenos. El desarrollo de ecuaciones para medir los criterios de encuadre facilitará la comprensión de una dimensión de la información ligeramente sesgada, pero suficientemente incidente en las decisiones de las audiencias o internautas.

En referencia a las ópticas prospectivas que resultan en exposición a riesgos si conducen a beneficios óptimos, el presente trabajo ha expuesto un índice en el que el oportunismo se clasifica como parte de un continuo de racionalidad e improvisación. Futuras líneas de investigación encaminadas a diversificar este oportunismo según circunstancias o situaciones advertirán de la coexistencia de perspectivas con medios y racionalizaciones.

La inclusión de variables relacionadas con la calidad de vida y el bienestar subjetivo - siendo como un resultado de la determinación de la empresa advierte. Tal un modelo sería anticipar escenarios de desarrollo local.

De variables blandidas; creencias, regla, actitud, percepción, intención y comportamiento, se puede concretar un modelo para el estudio del emprendimiento social en jefes de hogar dedicados a la producción y comercialización de café. El modelo incluye ocho hipótesis:

Este es el caso del trabajo social que se desarrolla en las instituciones de salud y educativas. A menudo, el practicante de Trabajo Social promueve los derechos sexuales en un grupo abierto de personas sin considerar otros factores que la información concerniente a la salud sexual, con énfasis en el sexo o el coito (García, 2015).

En escenarios como estaciones de radiodifusión, sistema de transporte público o vestíbulos, el promotor expone los beneficios de usar condones para negociar sexo seguro. El objetivo de esta promoción es para influir en las relaciones sexuales consentidas por el uso casi siempre del condón masculino o femenino.

Control es un grupo de defensa más enfocado que está expuesto a enfermedades de transmisión sexual (ETS); trabajadoras sexuales o personas de la calle. El objetivo de esta promoción es para proporcionar una herramienta para evitar contraer una ETS de nuevo, centrándose en los estilos de vida de las víctimas potenciales.

En las escuelas y centros de salud, la promoción de los derechos sexuales busca contrarrestar el efecto de las normas y valores que proliferan en los beneficiarios o estudiantes sobre los mitos y realidades de la sexualidad. Se considera que la prevención debe centrarse en cambiar la sexualidad limitada exploratoria concertada y la sexualidad (García, Carreón Hernández Aguilar y Rosas, 2015).

Este es un camino innovador, ya que la literatura revisada no ha contemplado la posibilidad de integrar la promoción de los derechos sexuales como una actitud indirecta determinante hacia el emprendimiento. Esto se debe a que el impacto en las creencias del control sexual significa una planificación que podría extenderse e impactar en un proyecto empresarial de carácter social como es el caso de una cooperativa. Es decir, si los jefes de hogar conocen los conceptos básicos de la planificación, entonces puede implementar esta herramienta para crear una empresa socialmente responsable.

En esta vía, los casos exitosos de promoción de la salud reproductiva en el control de la natalidad y reducción de la explosión demográfica son una fuerte evidencia de que la información específicamente sobre una situación como una mejor calidad de vida en familias pequeñas que adoptan métodos generados y anticonceptivos y técnicas de planificación familiar.

Una vez en los centros de salud o escuelas públicas tiene información de difusión sobre los derechos sexuales, negociar consigo mismo y con los demás acerca de la exploración de los gustos, necesidades y preferencias sexuales, luego busca a observar este proceso en la toma de decisiones en la elección de la pareja, para negociar el uso del condón o acuerdo a solicitud de interrupción del embarazo mediante la mañana - después de la píldora o atención médica (Rodríguez, 2009).

Si se es posible para establecer un vínculo entre el procesamiento de información con respecto a la planificación de la sexualidad y es posible para observar sus efectos sobre las actitudes favorables a la iniciativa empresarial, entonces es útil para identificar los casos de los que estaban destinados a compartir proyectos empresariales con Algunos compañeros del curso o taller planearon la promoción de la sexualidad.

Los efectos de distribuir anticonceptivos de emergencia o solicitar abortos asistidos sobre el control de los encuentros sexuales y la prevención de las ETS se manifiestan en las intenciones de llevar a cabo acciones que promuevan estilos de vida planificados con respecto a decisiones improvisadas.

En este camino, la promoción del sexo indirecta como una determinación de los derechos de emprendimiento social es particularmente importante, ya que la difusión de las relaciones sexuales sin protección, el uso de la mañana - después de la píldora o cualquier solicitud de interrupción del embarazo podría ser indicadores de un cambio personal y de grupo en diferentes condiciones y en diferentes situaciones con respecto a la gestión y administración de tiempo, que es una estimación de horas dedicadas a la elaboración de un proyecto (Loui Carpio y Vergara, 2012).

Este es un camino ampliamente recomendado por la literatura revisada, ya que explica en detalle las etapas en las que la información sobre oportunidades y capacidades del emprendimiento afecta las decisiones de planificación familiar o en su caso la adopción de métodos y técnicas que favorezcan el desarrollo de la mujer con la oportunidad de no solo prevenir el embarazo, pero también desarrollar estrategias de emprendimiento socialmente responsable. Ese es el perfil de estas mujeres podría ser dar prioridad a la prevención del embarazo es una oportunidad para organizar a sí mismos para asegurar una favorable sí mismos y el grupo al

que pertenecen los ingresos, así como proporcionar una garantía financiera para sus descendientes futuros en su caso, o, apoyando madres solteras que no tienen la posibilidad de emprender un proyecto (Obrego, 2008).

A pesar de que los identifica literatura 8b hipótesis como la más viable, en este caso 8c es posible que observe que la ruta incluye variable de control percibido como un factor determinante de la toma de decisiones y la acción empresarial. Esta variable implica un alto grado de familia o la planificación temporal de la que se es posible para anticipar escenarios de embarazos no deseados, la presión cultural y familiar, conflicto civil o cualquier otro factor que inhibe la toma de decisiones a la actividad empresarial priorizar e innovación en la opción de embarazo y la crianza de los hijos.

Conclusión

El aporte de este trabajo radica en el establecimiento de los índices que miden el encuadre del emprendimiento en sus dimensiones oportunistas e innovadoras. Bajo los criterios de selección, los resultados se limitan a las calificaciones de los jueces, pero la construcción de una escala corroborará los hallazgos.

El impacto de estos índices en las políticas, estrategias y programas de mitigación de contingencias en salud radica en medir sus efectos en las decisiones de las personas y sus expectativas de emprendimiento, ya sean oportunistas o innovadoras. Significa, entonces, que al confinar a las personas, el Estado debe considerar la respuesta al emprendimiento después de la desescalada e incluso durante la cuarentena.

La especificación de un modelo para el estudio del emprendimiento en jefes de hogar es la contribución del estado del conocimiento al trabajo. A partir de una revisión de la literatura se concretaron las ocho hipótesis que explican tres caminos de correlación entre las variables planteadas en la literatura revisada.

Sin embargo, los estudios de trabajo social en torno al emprendimiento no han incluido variables que expliquen la toma de decisiones y el emprendimiento desde la afectividad, el emocionalismo o el sentimentalismo asociado a la identidad de género femenina.

En este sentido, la literatura parece a corroborar la hipótesis en torno a la cual la identidad masculina es emprendedora y como tal se atribuyen capacidades innatas del oportunismo, gestión y negociación carece de la identidad femenina.

Sin embargo, los estudios sobre la promoción del espíritu empresarial localizar estos supuestos en un sexismo ambivalente, porque en el un lado destacar los atributos femeninos de buen trato y amabilidad, pero exaltan la percepción de oportunidades y de las habilidades de negociación como la propia identidad masculina.

Por tanto, es necesario para revisar los marcos teóricos, conceptuales y empíricos con una perspectiva de género para demostrar el alcance y los límites de las identidades femeninas y masculinas identidades a una oportunidad empresarial.

La especificación de un modelo integrado en el que se incluye la perspectiva de género explica los alcances y límites de las identidades femeninas e identidades masculinas a las oportunidades empresariales porque el modelo debe superar el sexismo tradicional y el sexismo ambivalente para explicar el emprendimiento en madres solteras y jefas de hogar. hogares dedicados al comercio, la compra y venta de productos al por menor.

Referencias:

- Amrouni, Hamel. y Abdelwahed, Roura. (2014). ¿Es el emprendimiento para ti? Efectos de la narración en la intención empresarial *International Journal of Business and Management*, 9 (9), 176-192
<http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v9n9p176>
- Anguiano, F. (2020). Metanálisis de los efectos del emprendimiento en el desarrollo local: implicaciones para la pandemia del coronavirus COVID19. *Revista internacional de investigación en ingeniería y ciencia*, 8 (9), 40-47
- Bouls, B. (2020). Especificación de un modelo de emprendimiento: del oportunismo a la innovación. *Revista Internacional de Investigación Avanzada*, 8 (3), 20-24
- Bustos, JM (2018). Contrastación de un modelo de decisión prospectiva e implicaciones para una gobernanza universitaria de la sustentabilidad. *Margen*, 89 (1), 1-16
- Carr y John Sequeira, Jennifer. (2007). Exposición previa como empresa familiar intergeneracional e intención de influencia empresarial: una teoría del enfoque de comportamiento planificado. 60, 1990-1998
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.12.016>

- Carreón, J. (2015). Especificación de un modelo de emprendimiento digital para el desarrollo humano mediante el uso intensivo de tecnologías de información y comunicación. *Perspectivas*, 12 (25), 123-155
- Carreón, J. (2020). Metanálisis de la escala de capital intelectual: implicaciones para hacer frente a la pandemia de COVID-19. *Revista de Ciencias Biomédicas*, 2 (8), 1-5
- Clark, S. (2020). Especificación de un modelo de capital intelectual. *Revista internacional de estudios económicos y de gestión*, 10 (3), 1-3
- Ferreiro, Francisco. (2013). Mujer y emprendimiento. Una referencia especial a las incubadoras de empresas en Galicia. *RIPS*, 12 (3), 81-101
- Fuentes, Fernando. y Sánchez, Sandra. (2010). Análisis emprendedor: una perspectiva de género *Estudios de Economía Aplicada*, 28 (3) : 1-28.
- García Cruz. (2015). La legitimidad social y política de la administración de seguridad pública en Xilitla, San Luis Potosí (México). *Investigación administrativa*, 115, 24-40
- García Cruz., Carreón, Javier., Hernández, Jorge., Aguilar, Jose., Rosas, Francisco. y Bustos, José. (2015). Diferencias en la confiabilidad de la incertidumbre y el riesgo de conflicto entre los productores de café en Xilitla, México. *Eureka*, 12 (1), 73-93
- García, C. (2015). Gobernanza del emprendimiento institucionalizado ante el cambio climático a partir del establecimiento de una agenda pública. *Sin Frontera*, 8 (20) 1-15
- García, C. (2017). Un análisis de los sistemas de comunicación sociopolítica. *Diálogos Interdisciplinarios*, 1 (1), 1-12
- García, C. (2020). Especificación de un modelo para el estudio de la utilidad del emprendimiento. *Revista mundial de ciencias sociales humanas*, 20 (1), 34-38
- Hernández, J. (2018). El acoso en Internet en la agenda documental y experta. *Revista asiática de ciencia y tecnología*, 10 (8), 1-3
- Hernández, J. (2019). Modelo de cibercultura organizacional en la innovación del conocimiento. *Visión Gerencial*, 18 (2), 200-218
- Hernández, J. (2020). Especificación de un modelo de intervención social contra COVID-19. *Revista biomédica de investigación científica y técnica*, 26 (3), 62-66
- Krippendorff, K. (1980). Validez en el análisis de contenido. En E. Mochmann (Ed.). *Computerstrategien fir die kommunikationanlise*. Frankfurt-Nueva York: Oxford University Press): 69-112

- Krippendorff, K. (1989). Análisis de contenido. En E. Barnouw (Ed.). *Enciclopedia Internacional de la Comunicación*. (Nueva York: Oxford University Press): 403-407
- Krippendorff, K. (2004). Medir la confiabilidad de los datos de análisis de texto cualitativo. *Calidad y cantidad*. 38, 787-800
- Krippendorff, K. (2005). La construcción social de la opinión pública. En E. Wienand, Westerbarkey, J. y Scholl, A. (Eds.). *Kommunikation über kommunikation. Theorie, Methoden y Praxis*. (Wiesbaden: VS-Verlag,): 129-149
- Limón, GA (2020). Especificación de un modelo de necesidad de información sobre el coronavirus COVID-19. *Revista Internacional de Estudios de Ciencias Sociales*, 8 (6), 1-5
- Loui, Alexander., Carpio, Javier. y Vergara, Arturo. (2012). Actitudes emprendedoras, necesidad de logro e intención de desarrollar un estudiante de negocios en las universidades públicas de Lima Metropolitana. *Revista de psicología*, 15 (1), 61-81
- McCombs, M. (1972). La función de establecer la agenda de los medios de comunicación. *The Public Opinion Quarterly* . 36, 176-187
- Obrego, Clara. (2008). La dimensión humana de la empresa. *Ciencias estratégicas*, 16 (20), 225-235
- Organización Mundial de la Salud (2020). *Estadísticas del coronavirus SARS-COV-2 y la enfermedad COVID-19* . Ginebra: OMS
- Organización Panamericana de la Salud (2020). *Estadísticas del coronavirus SARS-COV-2 y la enfermedad COVID-19*. Washington: OPS
- Pérez, G. (2020). Metanálisis dimensional de la confianza: implicaciones para las comunicaciones covid19. *Revista de ciencias sociales Technium*, 5 (1), 150-156
- Quiroz, CY (2020). Especificación de un modelo de emprendimiento digital. *Investigación actual en psicología y ciencias del comportamiento*, 1 (1), 1001-1004
- Rodríguez, Alfonso. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento. *Pensar y administrar*
- Sánchez, A. (2019). Confiabilidad y validez de un instrumento que mide la gestión del conocimiento. *Espacios en Blanco*, 30 (2), 9-28
- Sandoval, FR (2020). Expectativas laborales ante eventos de riesgo y efectos sociales colaterales. *Revista Internacional de Humanidades, Ciencias Sociales y Educación*, 7 (85), 1-7
- Valdés, O. (2019). Propaganda de seguridad pública: especificación de un modelo de representación social del envejecimiento, la juventud y la vejez. *Fronteras*, 12 (30), 1-14

- Villegas, E. (2017). Estructura factorial exploratoria del capital humano intelectual. *Foro Educativo*, 32 (1), 31-51
- Villegas, E. (2018). Gobernanza de los capitales intelectuales millennials para la creación de valores organizacionales intangibles. *Revista Ciencias Sociales*, 6 (1), 1-9
- Villegas, E. (2019). Especificación de un modelo para el estudio de la percepción del conocimiento. *Open Journal Political Science*, 9 (1), 1-6