



CyP

Revista Cambios y Permanencias

Publicación multi e interdisciplinar
orientada a los estudios sociales

Revista Cambios y Permanencias

Grupo de Investigación Historia, Archivística y Redes de Investigación

Vol. 8, Núm. 2, pp. 379-395 - ISSN 2027-5528

Modelo de *Millenials* emprendedores

Model of *Millennials* entrepreneur

Cruz García Lirios

Universidad Autónoma del Estado de México
orcid.org/0000-0002-9364-6796

Recibido: 6 de julio de 2017

Aceptado: 27 de agosto de 2017



Modelo de *Millennials* emprendedores

Cruz García Lirios
Universidad Autónoma del Estado de México

Doctor en Psicología Social y Ambiental de la
Universidad Nacional Autónoma de México,
Coyoacán.

Correo electrónico: Garcialirios@yahoo.com

ORCID ID: orcid.org/0000-0002-9364-6796

Resumen

El *millennials* emprendedor es un actor social que se distingue por sus capacidades de procesamiento de información, pero a diferencia de sus competidores de otras generaciones como *Boommer* o *X*, no centra su interés en la productividad per sé, sino que más bien, se enfoca en la integralidad de sus estilos de vida con el ámbito laboral. En ese sentido, el objetivo del presente trabajo es especificar un modelo para el estudio del *millennials* emprendedor. Se realizó una investigación documental, transversal y exploratoria, con una selección de fuentes indexadas a repositorios nacionales, considerando la relación que guardan los conceptos clave en un periodo de publicación de 2010 a 2017. Se advierten líneas de investigación concernientes a especificar el modelo a partir de la información en repositorios internacionales y técnicas de procesamiento de información avanzadas.

Palabras clave: Emprendimiento, millennials, modelo, especificación, repositorio.

Model of *Millennials* entrepreneur

Abstract

The entrepreneurial *millennials* is a social actor that is distinguished by its information processing capabilities, but unlike its competitors from other generations like Boomer or X, it does not focus on productivity per se, but rather focuses on the integrality of their lifestyles with the workplace. In this sense, the objective of the present work is to specify a model for the study of entrepreneurial *millennials*. A cross-sectional and exploratory documentary research was carried out, with a selection of sources indexed to national repositories, considering the relationship between the key concepts in a publication period from 2010 to 2017. We note research lines concerning specifying the model from of information in international repositories and advanced information processing techniques.

Keywords: Entrepreneurship, millennials, model, specification, repository

Introducción

Grosso modo, la generación que nació entre 1980 y 1995, se caracteriza por un entusiasmo tecnológico a partir del cual establecen líneas de emprendimiento y autoempleo. Se trata de la generación milenaria que para los fines del presente trabajo es aquella con un estilo innovador en cuanto al uso intensivo de tecnologías, dispositivos y redes digitales que representan un medio y un fin en sí mismos. Es decir, la generación milenaria circunscribe sus objetivos, tareas y metas a sus aplicaciones de telefonía móvil que se ajustan a sus estilos de vida, los cuales no están distantes de sus actividades escolares o laborales (Pérez *et al.*, 2016).

El objetivo de la presente investigación es especificar un modelo para el estudio de la generación milenaria emprendedora. Para tal efecto, se llevó a cabo un diseño documental, transversal y exploratorio con una selección de fuentes indexadas a repositorios de México, considerando la inclusión, definición y distinción de conceptos clave: “*millennials*”, “emprendimiento”, “innovación”, “tecnología”, “redes” y “dispositivos”. En seguida, la información fue procesada a partir de la técnica Delphi que consiste en complementar las definiciones conceptuales, asumiendo una postura crítica y teórica. Posteriormente, se utilizaron matrices de análisis de contenido para contrastar la información y se elaboró un modelo para representar la problematización de la temática.

El proyecto se inscribe en la división de ciencias sociales, disciplina de psicología social, área de influencia de la comunicación digital, pero incluye conceptos provenientes de las ciencias económicas administrativas, la sociología del trabajo y la salud ocupacional. El proyecto fue financiado por la Universidad Nacional Autónoma de México, Dirección General de Asuntos del Personal Académico, Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica, registro IN305516.

Teoría del Millennials Emprendedor

El marco teórico y conceptual explicativo del emprendimiento social de generaciones que nacieron entre 1980 y 1985 es conocido como la teoría del *millennials* emprendedor y forjó a partir de la teoría del capital humano, la teoría del capital intelectual y la teoría de las generaciones laborales (García, 2016). La teoría del capital humano refiere al balance organizacional entre las demandas externas y sus recursos internos. En ese sentido, el capital humano supone que, al interior de una organización, líderes y seguidores adquieren y desarrollan capacidades de comunicación y motivación con la finalidad de responder a las demandas externas del mercado, proveedores y distribuidores (Carreón *et al.*, 2016).

La teoría del capital advierte que las capacidades: habilidades y conocimientos, son el principal activo intangible de las organizaciones que compensan su escasez de recursos financieros, crediticios o infraestructurales. En ese sentido, las organizaciones que potencializan su capital humano a través de reconocimientos, compensaciones e incrementos salariales, generan una dinámica de estímulos y respuestas que beneficiaran al clima laboral, principal indicador de desarrollo organizacional (Pérez *et al.*, 2016).

Empero, la teoría del capital humano no especifica cuáles serían las habilidades y conocimientos requeridos para afrontar una crisis financiera, la rotación de personal, los conflictos entre líderes y empelados o la desmotivación de sus talentos (García *et al.*, 2016). Será la teoría del capital intelectual la que especificará con más detalle la incidencia del trabajo colaborativo y la transferencia de conocimientos en las alianzas estratégicas y las redes de emprendimiento (Carreón *et al.*, 2017).

La teoría del capital intelectual, a diferencia de la teoría del capital humano centrado en los individuos, advierte que la clave está en la relación entre los individuos. De esta manera, la empatía, la confianza, el compromiso, el emprendimiento, la innovación, la satisfacción y la felicidad son fenómenos centrales en la agenda organizacional ya que, reflejan la dinámica de cambios por los que una organización transita hacia visibilidad de sus activos intangibles (García *et al.*, 2017). Es decir que, cada empleado o directivo, incluso gerente es capaz de generar soluciones que favorezcan a la calidad de los procesos organizacionales, pero un clima laboral negativo oculta la importancia de las relaciones laboral e inhibe el desarrollo de sus talentos y grupos (García, 2016).

De esta manera, la teoría del capital intelectual pone énfasis en aquellos talentos capaces de transformar con una innovación o un proceso de comunicación y motivación a la organización misma, reorientándola hacia una nueva dinámica horizontal, multilateral y polivalente (Carreón *et al.*, 2016).

La teoría del capital intelectual parece haber descubierto la clave para el crecimiento y el desarrollo organizacional a partir de un clima laboral equitativo, innovador y

multifuncional, pero soslaya el hecho de que éstas cualidades le pertenecen a culturas y generaciones laborales, las cuales reaccionan ante las exigencias y cambios externos a la organización (Carreón *et al.*, 2013).

Es la teoría de las generaciones laborales la que especificará aún más los planteamientos de la teoría del capital intelectual y la teoría del capital humano. Si las organizaciones responden con habilidades y conocimientos a los cambios del entorno, entonces es menester asumir que los contextos significan retos y oportunidades para las organizaciones de tal modo que sus climas laborales se diferencian por la influencia del mercado laboral (García *et al.*, 2016).

Posterior a las crisis económicas del siglo XX, las recesiones propiciaron la emergencia de una fuerza laboral resiliente a la escasez de empleo y los bajos salarios. La generación de la resistencia que nació entre 1929 y 1949, se adaptó a las exigencias políticas y económicas ante las guerras mundiales, pero fueron sus valores de conformidad, crecimiento y esfuerzo los que reconstruyeron un sistema de derechos sociales, económicos, laborales y sexuales, el cual anticipó la llegada de una generación tradicionalista como la *Boomer*, nacida entre 1950 y 1964 (García *et al.*, 2017).

La generación que antecede a la *Boomer* al adaptarse a la economía política de la guerra, propició un descontento en la generación subsecuente y ésta última se centró en el espiritualismo y los derechos civiles. Fue así como ésta generación *Boomer* preparó el camino para la emergencia de la generación X del desapego a las ideologías, los proyectos y los valores tradicionales (Pérez *et al.*, 2016).

La generación de la resistencia al influir en la espiritualidad y comunión de la generación *Boomer*, determinó indirectamente a la generación que se sintió abandonada y en consecuencia aprendió a renunciar a los ideales de su generación antecesora. La generación X se distingue por su nomadismo, individualismo, pragmatismo y frugalidad ante las demás generaciones que le antecedieron, pero éstos valores aún y cuando la prepararon para los cambios acaecidos en el periodo histórico en comento, limitaron a ésta

generación para su inserción a la economía 4,0 o el mercado del conocimiento (García *et al.*, 2016).

La nueva generación que demostró una mayor capacidad adaptativa a las exigencias de la naciente sociedad informacional fue la llamada *millennials* nacida entre 1984 y 2004. Se trata de un arquetipo de protección cívica dominante ante el bombardeo informativo de los medios tradicionales y digitales (García, 2016). Es decir, la generación *Boomer* fue orillada hacia la productividad y la tutoría, soslayando la formación de grupos colaborativos y la generación X desarrolló habilidades paliativas, la generación milenaria se distingue por su entusiasmo tecnológico, emprendimiento oportunista, pero ya no orientado a la productividad sino a la auto-contemplación o conmiseración (Carreón *et al.*, 2013).

Se estima que en EU la generación milenaria es de 79 millones, de los cuales tienen un poder de compra y consumo de 170 billones de dólares anuales, traducidos en alrededor de 20 textos diarios, 80% de la generación milenaria consume permanentemente las aplicaciones de telefonía móvil, alrededor del 27% se auto-emplean y ocuparán el 50% de la fuerza laboral en 2030 (García *et al.*, 2017).

El 84% de los *millennials* no llevan a cabo el comercio tradicional, pero el 27% toman sus decisiones con base en la información difundida en sus aplicaciones móviles. El 97% difunden sus experiencias de viajes en las redes digitales y 3 de cada 4 postean sus viajes en su página web. El 48% de los *millennials* cibernautas comentan videos en las redes digitales, ya que el 90% de los *millennials* tienen una cuenta en Facebook, pero 7 de cada 10 prefieren Snapchat. El 70% de la generación milenaria consume activamente café (Pérez *et al.*, 2016). Es decir, se trata de un estilo milenario de vida diferente a las generaciones de la resistencia *Boomer* o X, laboralmente diferentes en tanto que sus capacidades son de orden tecnológico más que relacional o productivo.

Estudios del *Millennials* emprendedor

El sistema de gobierno en el que la participación civil y el establecimiento de consensos suponen una agenda común con sus autoridades es conocido como gobernanza, pero en el marco de la transformación del Estado, el emprendimiento social resulta sustancial, ya que las iniciativas y propuestas que emanan de la ciudadanía están sujetas al escrutinio de las instituciones. La gobernanza institucional anticipa escenarios de propensión o aversión al futuro a partir del flujo de información que la ciudadanía procesa con la finalidad de construir una agenda en materia de políticas públicas, sociales o sectoriales (Fernández, 2011).

En la era digital y la sociedad de la información, el emprendimiento ciberpolítico alude a un sistema de gobierno en red, aunque en sus inicios las tecnologías y los dispositivos electrónicos no habían sido desarrollados, se consideró que la nueva ágora de participación civil se gestaría en Internet y que los debates se llevarían a cabo en las redes digitales, así como la construcción de una agenda emanaría de las capacidades y habilidades computacionales más que por el pensamiento crítico de los internautas (Bahamonde, 2013).

Si el emprendimiento social alude a una serie de oportunidades, capacidades y responsabilidades, entre las formas de gobierno y la ciudadanía, entonces el emprendimiento ciberpolítico supuso la propensión al establecimiento de una agenda civil en Internet que pudo haber sido gestada en otros ámbitos, pero que las habilidades de los ciberactivistas llevaron a difundirla y cuestionarla o reconstruirla en las redes digitales (Guardiola *et al.*, 2010). De este modo, por agenda digital se entiende el establecimiento de temas emitidos por los internautas e importados por los medios tradicionales a sus audiencias.

Sin embargo, una agenda digital puede construirse sobre información concerniente a productos y servicios minusvalorando la acción colectiva o la movilización en las redes digitales. Es así como el término de emprendimiento ciberpolítico refiere a temas

establecidos a partir de una politización civil que extiende su difusión a Internet, pero que una vez establecida se transforma en información que los medios tradicionales retomaran para validar sus conceptos en torno a una problemática. En este sentido, es inevitable la relación entre la agenda ciberpolítica y la propaganda emitida por las instituciones del Estado (Castro y Rosero, 2011).

Desde una concepción simplista, el Estado alude a todos aquellos actores e instituciones que con base en un sistema de gobierno compaginan ideas para un futuro común, pero históricamente tal relación ha sido fragmentada.

Desde la ciencia política, el énfasis en el Estado como rector de la esfera pública y desde la psicología, el enaltecimiento del individuo como agente decisor de cambio, han sido dos sesgos disciplinares ante los cuales las ciencias de la gobernanza se han visto obligadas a recuperar para un análisis más integral (Sosa y Subieta, 2012).

La gobernanza institucional supone; 1) el estudio integral entre actores e instituciones en contextos de escasez (como es el caso del cambio climático) o incertidumbre (como es el caso de la seguridad pública).

Se trata de un sistema de gobierno en el que la participación civil es regulada por las instituciones del Estado, aunque también la acción gubernamental es observada, registrada y evaluada por la sociedad civil (Carreón et al., 2013).

No obstante, que es la gobernanza institucional la que explica los determinantes de la toma de decisiones individual, existen otros factores económicos, políticos, sociales o educativos-tecnológicos los que influyen en la acción colectiva y la movilización social (Delgadillo et al., 2013).

Explica el enaltecimiento de temas relativos a la seguridad pública en la agenda personal, en primera instancia y en la agenda pública, en última instancia. En este sentido, la difusión exacerbada de temas en los medios de comunicación, genera una lista de temas

circundantes en la opinión ciudadana y su discusión pública. De este modo, si los temas son relativos a la violencia, entonces las audiencias justificarán los programas de prevención y combate a la delincuencia, pero si los temas aluden a un escenario de paz pública, entonces los usuarios de los medios de comunicación asimilarán aquellos programas de formación cívica (Guardiola, Espinar, Hernández y Sánchez, 2010).

No obstante, la opinión pública del país receptor no sólo debate la exclusión o inclusión de los migrantes, además genera discursos xenofóbicos o incluyentes a partir de atribuciones que los medios de comunicación realizan a migrantes y sus países de origen.

En virtud de que la gobernanza institucional observa sólo esferas politizadas que se movilizan en función de las demandas y los tiempos electorales, el emprendimiento ciberpolítico resalta esa politización, aunque en función de iniciativas y propuestas civiles que impacten a las instituciones en primera instancia y al resto de la sociedad en segundo término (Farraguti, 2012).

De esta manera, el emprendimiento ciberpolítico alude a oportunidades y capacidades relativas a la difusión de iniciativas, el procesamiento de información y el establecimiento de temas discutidos en redes digitales que los medios tradicionales se encargaran de ajustar a sus intereses ante sus audiencias.

En efecto, el emprendimiento ciberpolítico es una contra propaganda gubernamental que los medios tradicionales deben traducir a información disuasiva de las iniciativas de la sociedad civil.

Es el caso de la autogestión de los recursos y servicios hídricos o la seguridad ciudadana. En ambos rubros, la ciudadanía se organiza con la finalidad de establecer tarifas o sistemas de vigilancia que complementen a los sistemas de prevención de desastres o del delito.

Sin embargo, los medios tradicionales encuadran tal información y la reducen a su mínima expresión con la finalidad de incorporar sus temas ligados a sus intereses, pero bajo dos lógicas; verosimilitud o difusión intensiva de imágenes que demuestren los discursos propagandistas, o bien, una lógica de verificabilidad que permita a las audiencias contrastar la información recibida.

Los estudios de la gobernanza enaltecen la influencia de los medios en dos sectores de la sociedad civil que, una vez diferenciados en Internautas y audiencias, están expuestos a la verosimilitud para el caso de audiencias con percepciones de riesgo, incertidumbre y propensión a la indignación con respecto a internautas con habilidades computacionales y propensión al contraste de información mediática a través de la búsqueda de datos en Internet y el intercambio de ideas en redes digitales.

Ambas trayectorias pueden ser desglosadas en hipótesis de relaciones de dependencia entre las percepciones aludidas con la finalidad de explicar la variabilidad que supone la búsqueda de empleo.

El emprendimiento digital a diferencia del emprendimiento social en el que no existe un cúmulo de información ni procesamiento alguno, supone la emergencia de sectores con capacidades informáticas más que discursivas y no necesariamente politizados que emiten información concerniente a problemáticas e iniciativas que los medios tradicionales importarán a su agenda con la finalidad de seguir influyendo sobre sus audiencias.

El establecimiento de temas concernientes a problemáticas expuestas en redes digitales, ridiculizadas y minimizadas en su expresión política, es resultado del avance de habilidades computacionales más que el razonamiento crítico de internautas.

Por consiguiente, la agenda digital resultante, en relación con la agenda mediática es otro instrumento de cooptación, disuasión e indefensión que el estado emplea para con la

sociedad civil, orientando sus propuestas y absorbiendo sus capacidades de diálogo, negociación, demanda u observación.

En relación con los estudios del encuadre de verosimilitud y verificabilidad, la emergencia de una agenda digital y su incorporación a una agenda mediática con la finalidad de evidenciar un nuevo proceso mediante el cual los medios influyen en las audiencias tradicionales, aún y cuando, los internautas son emisores de tal información, los medios transforman los contenidos a un lenguaje de verosimilitud que es adoptado por sus audiencias.

La gobernanza del emprendimiento ciberpolítico es un proceso que va de la emisión de información generada en redes digitales, búsqueda avanzada y sistematización en Internet que los medios tradicionales retomarán para influir en sus audiencias.

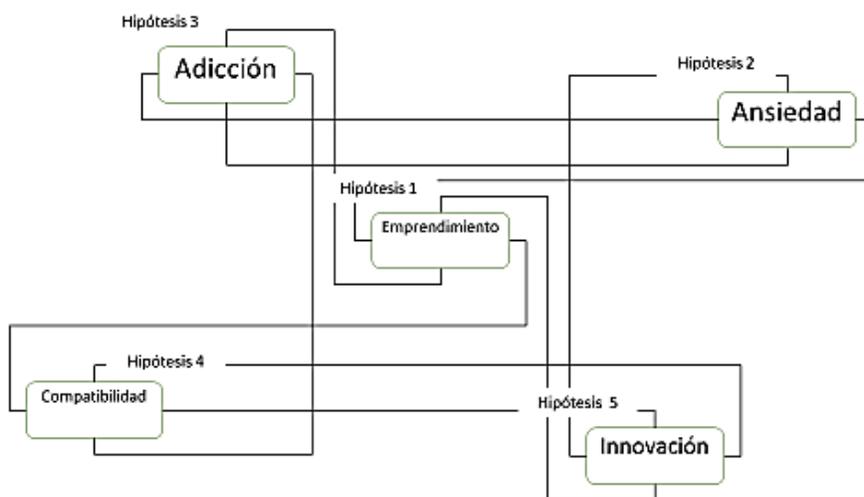
En tal proceso, la construcción de una agenda pública supone; 1) generación de temas en Internet, 2) adopción de la información en televisión, radio o prensa, 3) difusión sistemática de temas relacionados con las propuestas internautas, 4) encuadre de verosimilitud y 5) establecimiento de la agenda mediática, civil y política.

Especificación de un modelo para el estudio del Millennials emprendedor

Una especificación alude al cuestionamiento y replanteamiento de las relaciones entre variables que la literatura consultada destaca como esenciales en la explicación de un fenómeno. En ese sentido, el modelo incluye cinco ejes con sus correspondientes supuestos que explicarían las trayectorias de interrelaciones entre los factores esgrimidos en el estado del conocimiento y la revisión de la literatura (véase Figura No. 1).

Figura No. 1.

Especificación de un modelo para el estudio del millennials emprendedor



Fuente: Elaboración propia

El primer eje que va del emprendimiento hacia los demás nodos se advierte la importancia de pertenecer a una generación y no simplemente adscribirse a ella ya que, quienes tienen la edad para ser millennials no siempre son emprendedores, pero si se exponen al embate de la propaganda, la publicidad y la mercadotecnia. En ese sentido, el emprendimiento es una respuesta al contexto de saturación tecnológica e informativa. Precisamente en ese escenario, el millennials emprendedor subyace como una ruptura generacional que, sin embargo, reproduce los valores de despersonalización que le caracterizan (hipótesis 1).

El eje que va de la ansiedad a los demás nodos revela que un sello distintivo de la generación milenaria no es tanto su desesperanza como su indiferencia fuera de su individualidad. Se trata de un escenario en el que el ciberusuario busca la adrenalina que supone la experiencia de llevar a cabo un proyecto emprendedor más que la eficiencia, eficacia y efectividad en la consecución de sus objetivos, tareas y metas (hipótesis 2).

El eje que va de adicción a los demás nodos establece un panorama en el que los millennials, en tanto difusores acríticos de la información, producen nichos de competición en torno a los cuales se genera un estrés informativo y una saturación personal que los lleva a reproducir un ciclo de despersonalización, indiferencia o agotamiento (hipótesis 3).

El eje que va de la compatibilidad a los demás nodos advierte que son las tecnologías, los dispositivos y las redes digitales las que se ajustan a la vida personal de los Internautas más que ellos adaptarse a los protocolos de Internet. De este modo, generan una dinámica de sincronización entre sus ámbitos escolar, familiar y laboral que terminan por fusionarse a través del uso intensivo de su teléfono móvil debidamente equipado con las aplicaciones mínimas indispensables como Facebook, Snapchat, Twitter, WhatsApp, Instagram o Periscope.

El eje que va de la innovación a los demás nodos establece un continuo de novedades significativas que trascienden la personalidad del Internauta y lo distinguen de sus demás contactos. Se trata de una condición de vida en la que es necesaria una creatividad potencial ante las demandas informativas del entorno. Es el caso de la comunicación simbólica de caras y gestos que orilló a las aplicaciones a incluirlas como parte de su lenguaje (hipótesis 5).

Consideraciones finales

El aporte del presente trabajo al estado del conocimiento radica en la especificación de ejes y supuestos explicativos del millennials emprendedor. Se trata de una propuesta en la que las demandas externas generan respuestas internas organizacionales filtradas por los valores de la generación milenaria como es el caso de la eficiencia computacional, la innovación discursiva y la ansiedad informativa.

El modelo especificado, propone el estudio de la generación milenaria en cuanto al uso intensivo de las tecnologías, dispositivos y redes de información y comunicación a fin de poder establecer perfiles y diferencias con respecto a las generaciones X y *Boomer* que le antecedieron en los ámbitos económicos, políticos, sociales y culturales, con énfasis en las redes, gestiones, producciones y transferencias de conocimientos y habilidades computacionales, así como la diseminación de estilos de vida compatibles con los avances tecnológicos informacionales.

Tales perspectivas y expectativas sugieren que las diferencias entre las generaciones no sólo se reflejen en su estilos de vida tecnológicos informacionales sino, además en el emprendimiento de innovaciones y la formación profesional que hoy día están transformando el mercado económico y laboral. Ello supone la investigación de escenarios futuros y la discusión sobre los límites de los estilos de vida tecnológicos, computacionales e informacionales.

Sin embargo, el presente trabajo está limitado por la selección de sus fuentes informativas, así como la técnica de procesamiento de información. Se recomienda extender la búsqueda de información en repositorios internacionales como Ebsco, Elsevier, Scopus o Copernicus, así como el empleo de la técnica de minería de datos para delimitar conceptualmente el emprendimiento de la generación milenaria.

Respecto a la teoría del millennial emprendedor el presente escrito ha propuesto que las diferencias entre las generaciones de fuerza laboral se trasladen a un modelo para su

estudio ya que, si el principal obstáculo radica en las asimetrías generacionales, entonces se suponen similitudes que explicarían la diferenciación posterior.

En cuanto a la revisión de la literatura es pertinente decir que el emprendimiento milenario es un fenómeno emergente que puede ser encauzado hacia el autoempleo, pero también el cooperativismo.

Por último en lo que corresponde a la especificación de otros autores como Carreón *et al.*, (2017) quienes demostraron que la gobernanza es el sistema de emprendimiento consensuado entre autoridades y organizaciones ante las contingencias del entorno, el presente trabajo más bien ha puesto de relieve que las alianzas estratégicas entre las organizaciones e instituciones con millennials más bien deben establecer una ruptura con otras generaciones para volver a encauzar una relación significativa en cuanto a transferencia de experiencias y conocimientos.

En el estudio de García, Bustos y Carreón (2017) donde prevalece un emprendimiento dirigido por la alteridad de las organizaciones en Estados Unidos, el presente estudio advierte que en un extremo se ubica el emprendimiento de millennials que potencializan sus capacidades y valores a favor del autoempleo, soslayando no sólo el multilateralismo sino el regionalismo.

En cuanto al trabajo de Pérez, Valdés y García (2017) en el que demostraron la influencia de la formación académica en la práctica laboral y la formación profesional, el presente trabajo ha establecido que las tecnologías no sólo median la relación entre las demandas laborales y los recursos organizacionales sino, además propician una construcción de relaciones que determinará la formación educativa y profesionalista.

Referencias

- Bahamonde, P. (2013). Actitudes de los chilenos hacia las orientaciones aculturativas de los inmigrantes peruanos y su relación con variables interculturales. *Praxis Revista de Psicología, 15*, 29-55
- Carreón, J. Hernández, J. Bustos, J. M. y García, C. (2017). Políticas de fomento empresarial y sus efectos sobre las percepciones de riesgo en caficultores de Xilitla, San Luis Potosí, centro de México. *Poiesis, 32*, 33-51.
- Carreón, J., García, C., Morales, M., Hernández, J., Rosas, F. Rivera, B. (2013). El desarrollo local sustentable en la esfera ciudadana y comunitaria. Implicaciones para la gobernanza de los recursos naturales. *Economía y Sociedad, 18*, 35-48.
- Carreón, J., Hernández, J., Quintero, M. L. y García, C. (2016). Confiabilidad y validez de un instrumento que mide la inteligencia organizacional en una universidad de Chimalhuacán, centro de México. *Tlamati, 7 (2)*, 41-47.
- Castro, T. y Rosero, L. (2011). Maternidades y fronteras. La fecundidad de las mujeres inmigrantes en España. *Revista Internacional de Sociología, 1*, 105-137.
- Delgadillo, L., Vargas, A., Nievar, Á., Arguello, J. y González, L. (2013). Efectos de la violencia de pareja en mujeres migrantes. *Civilizar, 13*, 103-116.
- Farraguti, G. (2012). Gubernamentalidad y capital humano. Hacia un esbozo de las condiciones de emergencia de los discursos sobre la sociedad de la información, educación y nuevas tecnologías. *Prácticas y Discursos, 1*, 1-16.
- Fernández, O. (2011). Génesis y composición de un sistema migratorio iberoamericano. *Nómadas, 29*, 1-22.

- García, C. (2016). Emprendimiento digital: Estudio de caso con universitarios de comunicación, UAEMEX-UAP, Huehuetoca. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad de Puerto Rico*, 29, 34-45.
- García, C., Bustos, J. M. y Carreón, J. (2017). Dimensiones exploratorias del estigma social y laboral. Un estudio Delphi con estudiantes de pre grado. *Eureka*, 14 (1), 1-14.
- García, C., Carreón, J., Aguilar, J. A. y Hernández, J. (2016). Gobernanza del emprendimiento ciberpolítico. *Margen*, 79, 1-14.
- Guardiola, A., Espinar, M., Hernández, E. y Sánchez M. (2010). Los inmigrantes como amenaza. Procesos migratorios en la televisión española. *Convergencia*, 17, 49-68.
- Pérez, G., Valdés, O. y García, C. (2017). Determinantes del *habitus* académico a partir de la gestión del conocimiento. *Margen*, 85, 1-12.
- Pérez, M. I., Carreón, J., Quintero, M. L., Bucio, C., García, C. y Aguilar, J. A. (2016). La agenda institucionalista y la gestión del conocimiento: Especificación de un modelo de emprendimiento innovador. *Kayros*, 20 (38), 1-9.
- Sosa, F. y Zubieta, E. (2012). Aculturación psicológica y creencias en estudiantes migrantes y no migrantes. *Hologramática*, 17, 45-70.