



# **UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA**

Facultad de Informática  
Campus de Madrid

## **DOCTORADO EN INGENIERÍA INFORMÁTICA**

Programa en Sociedad de la Información y el Conocimiento

### **Proyecto de Investigación**

REDES SOCIALES EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL  
CONOCIMIENTO: ARTICULACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE ACTORES  
CLAVE DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

Autor: **Luz Inmaculada Madera Soriano**

Tutor: **Dr. Luis Joyanes**

Cotutora: **Dra. Matilde Fernández Azuela**

Madrid, Septiembre 2008

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO</b> .....	<b>v</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>1</b>
<b>PRIMERA PARTE: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>2</b>
<b>CAPÍTULO I:</b>	
<b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>4</b>
1.1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.2. PLANTEAMIENTO, ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	7
1.3. HIPÓTESIS.....	11
1.4. OBJETIVOS.....	12
1.5. METODOLOGÍA.....	12
1.6. CONTEXTO Y ALCANCE.....	14
<b>SEGUNDA PARTE: MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO II:</b>	
<b>TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) Y DESARROLLO HUMANO (DH) EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO</b> .....	<b>17</b>
2.1. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (SIC): EL DESARROLLO HUMANO (DH) EN EL CONTEXTO GLOBAL.....	18
2.1.1 Globalización y Desarrollo Humano (DH).....	18
2.1.2 La Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC) como escenario para un Desarrollo Humano .....	22
2.2. LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC): ROL EN EL DESARROLLO HUMANO .....	24
2.2.1 TIC y Desarrollo Humano (DH).....	24
2.2.2 Brecha Digital, Brecha Social.....	26
2.3. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC), DESARROLLO HUMANO (DH) Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.....	28
2.3.1 Condiciones locales de Desarrollo Humano .....	29
2.3.2 Situación de las TIC y la Sociedad de la Información y el Conocimiento .....	31

<b>CAPÍTULO III:</b>	
<b>LAS REDES SOCIALES (RS) EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (SIC).....</b>	<b>52</b>
3.1. NATURALEZA Y DINÁMICA DE LAS REDES SOCIALES (RS) EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (SIC) .....	52
3.2. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) Y REDES SOCIALES (RS): APLICACIONES.....	63
3.3. PANORAMA DE LAS REDES SOCIALES (RS) EN LA SOCIEDAD DE INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (SIC).....	76
3.3.1 Historia y Evolución de las RS en la SIC.....	77
3.3.2 Las Redes Sociales (RS) en el Mundo: Principales Iniciativas.....	86
3.3.3 Efectos de las RS en la SIC: Aportes y Dilemas Emergentes.....	96
<b>CAPÍTULO IV:</b>	
<b>EL EMPRENDIMIENTO COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO HUMANO (DH) EN LA REPÚBLICA DOMINICANA .....</b>	<b>105</b>
4.1. EMPRENDIMIENTO PARA EL DESARROLLO HUMANO (DH): CARACTERIZACIÓN .105	
4.1.1 El Emprendimiento en la SIC: Aspectos Generales .....	105
4.1.2 Tipos de Emprendimiento .....	113
4.1.3 Ecosistema de Emprendimiento y sus actores.....	122
4.2. INICIATIVAS PARA EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA .....	128
<b>CAPÍTULO V:</b>	
<b>LAS REDES SOCIALES (RS) DE EMPRENDIMIENTO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (SIC).....</b>	<b>136</b>
5.1. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS REDES SOCIALES (RS) DE EMPRENDIMIENTO .....	136
5.1.1 Características de las Redes Sociales (RS) de Emprendimiento .....	136
5.1.2 Investigaciones y hallazgos recientes.....	138
5.1.3 Redes Sociales (RS) de Emprendimiento en la SIC.....	145
5.2. EXPERIENCIA DOMINICANA EN REDES SOCIALES DE EMPRENDIMIENTO.....	156
5.2.1 Proyecto de Red de Incubadoras y Emprendimiento de la República Dominicana.....	156
5.2.2 Red de Centros Universitarios de Emprendimiento .....	159
5.2.3 Enlaces: Red de Inversionistas Ángeles .....	160

<b>TERCERA PARTE: PROPUESTA DE RED SOCIAL (RS) DE EMPRENDIMIENTO .....</b>	<b>163</b>
--	------------

<b>CAPÍTULO VI: RED SOCIAL PARA LA ARTICULACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE ACTORES CLAVE DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA: ELEMENTOS PARA UNA PROPUESTA .....</b>	<b>164</b>
--	------------

6.1. ECOSISTEMA PARA LA RED SOCIAL DE ACTORES DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA: EL NODO EMPRENDEDOR COMO ATRACTOR DEL DESARROLLO HUMANO.....	164
6.2. METODOLOGÍA PARA LA MODELACION DE UNA RED SOCIAL DE ARTICULACION Y FORTALECIMIENTO DE ACTORES CLAVE DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA .....	168

<b>CUARTA PARTE: CONCLUSIÓN Y PROSPECTIVA .....</b>	<b>174</b>
---	------------

<b>CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS.....</b>	<b>175</b>
--	------------

7.1. CONCLUSIONES GENERALES.....	175
7.2. LINEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS .....	181

<b>QUINTA PARTE: RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS .....</b>	<b>182</b>
--	------------

<b>CAPÍTULO VIII: BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>183</b>
---	------------

<b>ANEXOS .....</b>	<b>196</b>
---------------------	------------

**ANEXO I:**

Mapa Conceptual: Desarrollo Humano en la Sociedad del Conocimiento

**ANEXO II:**

Mapa Conceptual: Ecosistema Ideal de Telecentros y Acceso comunitario

**ANEXO III:**

Esquema Visión de la Empresa 2.0

**Anexo IV:**

Directorio de Redes Sociales de emprendimiento

## ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO

<b>PRIMERA PARTE: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN</b>	
<b>Capítulo I</b>	Diseño de la Investigación
<b>SEGUNDA PARTE. MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN</b>	
<b>Capítulo II</b>	Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y Desarrollo Humano (DH) en la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC)
<b>Capítulo III</b>	Las Redes Sociales (RS) En La Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC)
<b>Capítulo IV</b>	El Emprendimiento como Estrategia para el Desarrollo Humano (DH) en la República Dominicana
<b>Capítulo V</b>	Las Redes Sociales (RS) de Emprendimiento en la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC): Situación Actual
<b>TERCERA PARTE: PROPUESTA DE RED SOCIAL (RS) DE EMPRENDIMIENTO</b>	
<b>Capítulo VI</b>	Red Social para la Articulación y Fortalecimiento de Actores Clave del Emprendimiento en la República Dominicana: Elementos para una Propuesta.
<b>CUARTA PARTE: CONCLUSIÓN Y PROSPECTIVA</b>	
<b>Capítulo VII</b>	Conclusiones y Líneas Futuras de Investigación
<b>QUINTA PARTE: RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS</b>	
<b>Capítulo VIII</b>	Bibliografía

## RESUMEN

El presente trabajo tiene como propósito Determinar la presencia de las redes sociales de emprendimiento en la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), con miras a su aplicación en el desarrollo de los actores claves de la actividad emprendedora en la República Dominicana.

En la en la SIC, el uso de las TIC puede contribuir el Desarrollo Humano, redimensionado a partir de la dinámica global y la revalorización del conocimiento como catalizador de la evolución social. La transformación social y personal se sustenta en el desarrollo de la voluntad, la capacidad y la identidad de las personas, a fin de que hagan uso de las oportunidades disponibles para mejorar su calidad de vida y de sus contextos. Esta investigación tiene como entorno de aplicación la República Dominicana. Dos fenómenos relevantes en la SIC favorecen el desarrollo humano: la articulación y participación en redes sociales y el fortalecimiento socio-económico que propicia el emprendimiento. En la dinámica evolutiva de la SIC las redes sociales han alcanzado un gran auge, impulsando a su vez la inclusión, articulación, participación y colaboración. El emprendimiento propicia la generación de soluciones económicas a pequeña escala que dinamizan la sociedad como un todo. La síntesis de ambos factores, las redes sociales de emprendimiento, emergen como espacio alternativo para la articulación y fortalecimiento de los actores clave del emprendimiento. Para ello es necesario impulsar ecosistema de actores y relaciones, adecuado, sustentado por las TIC, a fin de configurar un entorno local propicio para el emprendimiento

Se propone como línea de investigación futura la formulación, aplicación práctica y validación de un modelo para redes sociales de emprendimiento, dirigidas a la articulación y fortalecimiento de los actores clave del emprendimiento en la República Dominicana, valorando su contribución a optimizar la actividad emprendedora y su impacto en el desarrollo humano. Un conjunto de anexos complementan el estudio, un esquema relativo al desarrollo humano en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, un ecosistema ideal de telecentros para el acceso comunitario y un directorio de redes sociales de emprendimiento, base de datos para el análisis en la presente investigación.

Palabras clave: Sociedad de la Información y el Conocimiento, Tecnologías de Información y Comunicación, Desarrollo Humano, Redes Sociales, Emprendimiento, Redes Sociales de Emprendimiento, articulación, fortalecimiento, voluntad, capacidad e identidad, atractor.

**PRIMERA  
PARTE:**

**PROPUESTA  
DE LA  
INVESTIGACIÓN**

## PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo de este trabajo ha sido formulado conforme los criterios metodológicos propios de la investigación científica. En esta primera parte, se presenta el diseño que orienta el presente estudio, e incluye la introducción, el planteamiento de la problemática identificada, los antecedentes encontrados y elementos de carácter teórico y práctico que justifican el análisis de las redes sociales de emprendimiento en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC. A partir de este planteamiento, se define la hipótesis, los objetivos general y específicos de la investigación, se describe la metodología utilizada en su realización y se establece su contexto y alcance.



## CAPÍTULO I: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación presenta como tema central las redes sociales de emprendimiento, como espacios emergentes para la articulación y el fortalecimiento de los actores que inciden en sus procesos a fin de optimizarlos, lo cual contribuye a potenciar el impacto de la actividad emprendedora en el desarrollo humano de los países, en especial de la República Dominicana.

### 1.1 INTRODUCCIÓN

---

*“At present, humanity is going through a bifurcation process due to information technology”<sup>1</sup>*  
*Ilya Prigogine, 1999.*

El advenimiento de una Sociedad basada en la Información y el Conocimiento (SIC) en el escenario global, ha planteado a la humanidad innumerables desafíos. En esta investigación se resaltan dos retos particulares: 1) el uso de las TIC en la creación de oportunidades para el desarrollo humano, tomando como elemento de estudio las redes sociales y 2) la formulación de acciones estratégicas para su consecución, a partir de la identificación del emprendimiento como un factor relevante en esta dinámica. Estas realidades de naturaleza mundial se concretizan en espacios locales, conforme las condicionantes de cada contexto.

El presente trabajo propone el estudio de las redes sociales en la Sociedad de la Información y el Conocimiento (TIC). Se analiza su potencial para crear condiciones de articulación y fortalecimiento de los actores del emprendimiento en la República Dominicana, a fin de propiciar procesos emprendedores más eficaces, eficientes y pertinentes, bajo la premisa de potenciar de este modo su efecto positivo en el desarrollo social y económico de los individuos y las colectividades.

En la actualidad, las manifestaciones humanas cuentan con espacios de expresión mediados, que amplían y diversifican su impacto. Tal es el caso de las redes

---

<sup>1</sup> Ilya Prigogine fue galardonado con el Premio Nobel en Química en 1977, por su trabajo en la termodinámica del no equilibrio (Teoría del Caos). Esta frase fue tomada de la carta escrita por el científico, publicada originalmente como parte del proedimiento del Simposio Mundial de Medios de Redes (1-5 de Marzo, 1999), Futuroscope, llevado a cabo en Poitiers, Francia, organizado por la UNESCO y la Fundación del Club de Roma. .

sociales en la SIC, las cuales constituyen un fenómeno de creciente significado en el ámbito de la vinculación humana. Conforman espacios de acceso distribuido y a la información, lo cual propicia el empoderamiento individual y colectivo, el fortalecimiento de las capacidades en el sentido más amplio (formativas, tecnológicas, financieras, entre otras). Por tanto, contribuyen a equilibrar la ecuación del poder y promover la sinergia entre sus actores.

Innumerables motivaciones atraen a las personas hacia las redes sociales, entre ellas el emprendimiento, desde sus distintas dimensiones. Desde la perspectiva del Desarrollo Humano, la ampliación de las oportunidades para el fortalecimiento de las capacidades individuales y colectivas constituye una de las máximas aspiraciones en el presente. La cultura emprendedora refiere a la habilidad de sentir y actuar ante estas oportunidades, combinando un pensamiento innovador con la determinación de crear algo novedoso, de valor agregado para el individuo, su comunidad y el mundo.

Las características inherentes a la actividad de emprendimiento se asocian a la ampliación de la capacidad y la voluntad de las personas, las cuales sintetizan una identidad transcendida hacia nuevos planos de desarrollo personal, convirtiéndose en atractores de la evolución social y económica de sus contextos. Innovación y emprendimiento son considerados elementos clave en la construcción de nuevos conocimientos aplicados y en la generación de espacios productivos y laborales dinámicos. Por tanto, constituye factores relevantes para el desarrollo humano, especialmente en economías de recursos escasos, como la dominicana.

El emprendimiento puede ser entendido como un sistema multidimensional y complejo, cuyo éxito depende de la vinculación inclusiva, horizontal y sinérgica de actores, de sus capacidades y voluntades, así como de las relaciones que definen y las características de los sistemas sociales en los cuales participan. Las redes sociales en la SIC constituyen realidades flexibles, adaptables, con vocación de articulación, las cuales pueden ser adecuadas a las necesidades de cambio de ecosistemas de emprendimiento en permanente gestación.

En esta investigación se aspira a determinar la presencia de las redes sociales de emprendimiento en el internet, su nivel de interactividad, la naturaleza de sus relaciones, los servicios que ofrece y las actividades que pudieran llevarse a cabo desde estos espacios para impulsar las acciones emprendedoras.

De igual modo, se identifican necesidades inherentes al ecosistema dominicano de emprendimiento, a fin de establecer medios y modos de articulación y fortalecimiento, desde una propuesta metodológica para la construcción de una red social concebida y desarrollada para tales fines. Este proceso de investigación ha transitado por las siguientes etapas con el desarrollo de las tareas de investigación

### **Caracterización epistemológica y praxiológica.**

1. Identificar los aspectos ontológicos, epistemológicos y dinámicos las redes sociales de emprendimiento en la Sociedad de la Información y el Conocimiento.
2. Describir de la evolución e historia de las redes sociales en la SIC.
3. Caracterizar del estado actual de las redes sociales en general y de las redes sociales de emprendimiento en la SIC, con énfasis en la realidad dominicana.

### **Etapas de fundamentación teórica.**

4. Definir los fundamentos teóricos que sustentan el estudio de las redes sociales de emprendimiento y su rol en el desarrollo humano en el marco de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC.

### **Etapas de aplicación.**

5. Delinear una propuesta metodológica para la construcción de una red social de emprendimiento para la articulación y el fortalecimiento de sus actores clave en la República Dominicana, con miras a potenciar su contribución en el desarrollo social y económico del país.

El trabajo cuenta con cinco (5) partes y ocho (8) capítulos, el primero de los cuales conforma la parte inicial y contiene el Diseño de la Investigación. La segunda parte refiere al Marco Conceptual e integra los capítulos que dan fundamento teórico al

estudio: un análisis sobre Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC y su impacto sobre el desarrollo humano, en la SIC, en particular en la República Dominicana.

La caracterización de las redes sociales en la SIC, que incluye su evolución e historia, así como un recuento de las principales redes sociales de la actualidad, clasificada conforme sus intereses clave. Esta parte concluye con la revisión de los principales aspectos vinculados al emprendimiento y las principales iniciativas dominicanas y la presentación del estado del arte de las redes sociales de emprendimiento en la SIC.

En la tercera parte se perfila una propuesta metodológica para la conformación de una red social de emprendimiento que articule los actores clave del ecosistema nacional dominicano. La cuarta parte está compuesta por un conjunto de conclusiones y una visión prospectiva derivada de esta investigación y en la quinta parte presenta la bibliografía utilizada. Un conjunto de anexos dan cierre al presente documento, el cual sintetiza la experiencia teórica y práctica de la red social de investigadores en el ámbito de las TIC para el Desarrollo Humano en la SIC de lo que forma parte la autora de este estudio.

## **1.2 PLANTEAMIENTO, ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

---

Las redes sociales constituyen sistemas dinámicos de articulación, que propician la organización de actores con intereses, demandas y necesidades diversas, revelando aquellas que les son comunes. Estas redes, les permiten identificar oportunidades, propician construir sinergias y generar impacto. Por su parte, el emprendimiento, desde la óptica del desarrollo humano, es un complejo proceso social que requiere la vinculación, articulación y fortalecimiento (desarrollo de la voluntad, de capacidad y la identidad para el emprendimiento) de múltiples actores y sectores de la vida nacional e internacional, a fin de que pueda contribuir de manera efectiva al bienestar individual y colectivo.

**Antecedentes.** El actual auge de las redes sociales en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, ha concitado el interés de estudiosos de diferentes campos en los últimos

años, con el propósito de comprender las prácticas, consecuencias, cultura y significado de los sitios, así como el compromiso de los usuarios con ellos. Las investigaciones relativas al uso de las redes sociales en el campo del emprendimiento son escasas<sup>2</sup>.

Los estudios acerca de las comunidades virtuales y redes sociales de emprendimiento en la República Dominicana país son un fenómeno reciente. Las mismas se han desarrollado en el marco de la formulación y puesta en marcha de estrategias nacionales de impulso al emprendimiento. Uno de ellos lo es el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2008-2018 (SEESCyT, 2008a), de la Secretaría de Estado de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, SEESCyT, el cual contempla el desarrollo de centros universitarios de emprendimiento.

Otras estrategias relevantes son conformación del Sistema Nacional de Innovación y Desarrollo Tecnológico, que incluye las Redes de Incubadoras de Negocios, en el marco del Plan Nacional de Competitividad Sistémica. C. Miranda (2008), ha formulado una propuesta de red dirigida a la articulación de inversionistas ángeles en la República Dominicana. El campo de la investigación en redes sociales de emprendimiento en el país es amplio y requiere de una mayor atención.

**Justificación y Planteamiento.** En la actualidad, es posible identificar un gran número de redes sociales (RS) sustentadas en plataformas tecnológicas, las cuales definen sus propósitos relacionados al desarrollo del emprendimiento. Las mismas constituyen espacios emergentes para la vinculación de los diferentes actores que inciden en la dinámica emprendedora. Sus modos de organización, estrategias y servicios prestados son diversos (p. e. información, comunicación, capacitación, foros), así como los actores que involucran en forma intencional (emprendedores, inversionista, instituciones educativas, entre otros) y con frecuencia actúan vinculadas de los ecosistemas locales de emprendimiento.

---

<sup>2</sup> La web dispone de cuantiosa información relativa a las redes sociales y el uso de las TIC en el emprendimiento, principalmente referidos a experiencias relatadas en blogs y eventos centrados en el debate de este tema. Investigaciones en el campo del uso de las TIC en el emprendimiento, las redes para formación de emprendedores (M. Prenol, 2007), el uso de redes sociales en la obtención de recursos para el emprendimiento (Lopez, W; M. Montilla y A. Girondo, 2008)), el asesoramiento a redes de emprendedores (H. Pontes y otros, 2007), las redes de emprendimiento como capital social reticular (J. Puig, 2007), han sido referidas en los capítulos V y VIII. N.A.

El análisis de las principales redes sociales accesibles en la web<sup>3</sup>, ha permitido identificar regularidades que restringen su impacto en el desarrollo del emprendimiento, entre las cuales se destacan las siguientes:

- a) En su mayoría toman en cuenta un número limitado de actores (RS de inversionistas, RS de emprendedores, RS institucionales de emprendimiento)
- b) Con frecuencia concentran sus actividades y servicios a satisfacer necesidades puntuales en el proceso de emprendimiento (p. e. rondas de inversión, talleres para emprendedores, seminarios, entre otras)
- c) En general son diseñadas y puestas en marcha sin procesos consultivos que permitan diagnosticar la naturaleza, diversidad y necesidades de sus usuarios
- d) Algunas poseen un carácter básicamente comercial, lo que condiciona su acceso
- e) En muchos casos se definen como redes sociales sitios web ausentes de interacción, con vocación informativa
- f) Como rasgo transversal, carecen de modos y medios para propiciar la articulación y el fortalecimiento de todos los actores vinculados a los procesos de emprendimiento y contribuyen en su éxito.

Se observa que, en general, las plataformas de redes sociales de emprendimiento existentes y su oferta actual de servicios y prestaciones, carecen de modos y medios óptimos que propicien la articulación y el fortalecimiento de todos los actores que participan en sus procesos. Al margen de estas restricciones, cuentan con el potencial de favorecer la inclusión, y contribuir al desarrollo de las capacidades para el emprendimiento, lo que justifica su análisis y desarrollo.

Ello adquiere mayor dimensión si se las redes sociales de emprendimiento evolucionan articuladas a estrategias de amplio impacto (nacional, regional), armonizando las necesidades globales y locales. En la República Dominicana, los

---

<sup>3</sup> Se compiló una base de datos de 50 redes sociales vinculadas al emprendimiento, de los cuales se observaron las características y el comportamiento de 35 de ellas, información que se encuentra detallada en el capítulo V. N.A.

actores del emprendimiento forman parte de un ecosistema clara y formalmente definido y legislado. En los últimos años, importantes acciones han sido desarrolladas por impulsar la cultura y la actividad emprendedora, a través de iniciativas públicas y privadas.

El análisis de información aportada por grupos de interés vinculados al emprendimiento<sup>4</sup>, evidencia debilidades en el logro de una inclusión efectiva, que optimice los procesos y fomente un mayor impacto en el desarrollo social y económico de las personas y sus contextos. A nivel nacional se han identificado necesidades en el orden de:

- 1) una articulación inclusiva, participativa, sinérgica y distribuida
- 2) el fortalecimiento de la voluntad y la capacidad para un buen desempeño de los roles inherentes a cada actor que fomente el empoderamiento y las relaciones horizontales para un emprendimiento eficaz, eficiente y pertinente
- 3) la incorporación de tecnologías de información y comunicación en los procesos de articulación y fortalecimiento del emprendimiento a nivel local.

La creación de redes sociales flexibles y adaptadas a las diversas necesidades de los actores y sus contextos, podrían contribuir con la superación de esas debilidades. Por tanto, se plantea como problema de la presente investigación:

*“La ausencia en la República Dominicana de modos y medios de articulación y fortalecimiento de los actores clave del emprendimiento apoyados en las TIC, que los acerque y propicie la construcción de capacidades en forma inclusiva, continua, dinámica y transparente y contribuyan a un emprendimiento pertinente, conforme las realidades locales y los objetivos de desarrollo como nación”.*

En análisis de los elementos clave que inciden en esta problemática en el marco de una reflexión acerca del Desarrollo Humano y el uso de las TIC en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, así como la búsqueda de soluciones prácticas, han orientado el curso de esta investigación.

---

<sup>4</sup> Se realizaron entrevistas individuales con representantes de los distintos grupos de interés vinculados al emprendimiento en la República Dominicana, lo cual se describe en el acápite 1.5 del presente capítulo. N.A.

### 1.3 HIPÓTESIS

---

En esta investigación se destaca el potencial de las redes sociales en la articulación y fortalecimiento de los actores del emprendimiento, en el contexto particular de la realidad dominicana. Se analiza su rol en el logro de procesos de emprendimiento más pertinentes, eficaces y eficiente, con mayor impacto, que contribuyan a promover el desarrollo humano.

Sin embargo, se identifican debilidades en el diseño, organización y funcionamiento de las redes sociales de emprendimiento relativas a la inclusión de los actores y la diversificación de los servicios, cuya superación contribuiría a incrementar aporte en el desarrollo del emprendimiento. A su vez, se detectan necesidades de inclusión vinculación y fortalecimiento de capacidades de los distintos actores del ecosistema de emprendimiento de la República Dominicana, que pudieran encontrar en las redes sociales un espacio emergente de atención y transformación.

Por todo lo anterior se plantea como hipótesis para esta investigación la siguiente:

*“La construcción de una red social conforme criterios que la configuren como un espacio para la articulación y el fortalecimiento de los actores que inciden en el emprendimiento en República Dominicana, contribuirá a optimizar la actividad emprendedora en el país y su efecto positivo en el desarrollo humano local, en el marco de la Sociedad de la Información y el Conocimiento”.*



## **1.4 OBJETIVOS**

---

### OBJETIVO GENERAL

Determinar la presencia de las redes sociales de emprendimiento en la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), con miras a su aplicación en el desarrollo de los actores claves de la actividad emprendedora en la República Dominicana.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el estado del arte de las redes sociales en la SIC, con énfasis en las redes de emprendimiento a nivel global, regional y en la República Dominicana.
- Valorar el rol de las redes sociales de emprendimiento para el desarrollo humano en la República Dominicana.
- Formular una propuesta metodológica para potenciar el rol de las redes sociales como catalizadores del emprendimiento en la República Dominicana a partir de la articulación y el fortalecimiento de sus actores.

## **1.5 METODOLOGÍA**

---

En el desarrollo de la investigación se emplearon los siguientes métodos teóricos y empíricos:

### Teóricos:

- El método histórico - lógico para la descripción de la evolución e historia de las redes sociales en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, lo que permitió revelar sus peculiaridades y tendencias de su desarrollo en la última década.
- El método de análisis – síntesis, transitó por toda la lógica del proceso de investigación científica.

- El método sistémico – estructural – funcional, fue tomado en cuenta a lo largo de la investigación y en particular para la elaboración metodología propuesta.

Empíricos:

- Revisión documental, a partir del examen de bibliografía y otras fuentes directas de información escrita, así como de recursos de información en línea.
- Análisis de los sitios web de redes sociales en general y redes sociales de emprendimiento.
- Entrevistas realizadas mediante visitas coordinadas y la tele-entrevistas, a través del recurso telefónico y por medios electrónicos.
- Método de observación aplicado a diferentes actores e instituciones, para caracterizar el estado actual de emprendimiento en el país, así como el uso de las TIC y las redes sociales en su desarrollo.
- Consulta a expertos para corroborar los la información y valorar la pertinencia de la propuesta metodológica incluida en el presente trabajo.
- Análisis y cruce de la información obtenida a través de los diferentes medios mencionados.
- En la formulación de la propuesta práctica se utilizó la herramienta informática C Maps Tools y la metodología Social Impact for Technology, SIFT, diseñada por C. Miranda.

La investigación estuvo marcada por el enfoque de la complejidad, que transitó en los procesos de comprensión, análisis y explicación del fenómeno de las redes sociales de emprendimiento y su potencial como espacios para la articulación y fortalecimiento de los actores clave del emprendimiento.

## **1.6 CONTEXTO Y ALCANCE**

---

Esta investigación aborda el estudio de las redes sociales de emprendimiento a partir de su análisis ontológico y epistemológico. Esto hace necesario incluir en el trabajo el análisis del emprendimiento como actividad social y productiva que propicia el desarrollo humano.

El alcance del presente trabajo es esencialmente teórico y documental y centra su atención en el estado del arte de las redes sociales de emprendimiento en la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC). Incluye la descripción de las principales iniciativas en la actualidad, así como un conjunto de reflexiones en torno al Desarrollo Humano en el contexto de la globalización y la SIC, enfatizando el rol de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), con énfasis en las redes sociales, en la consecución de una mejor calidad de vida.

A fin de complementar la investigación con una perspectiva aplicada del campo de estudio, se describe en el mismo una propuesta metodológica para la formulación y desarrollo de una red social de emprendimiento que satisfaga las necesidades que emanan de la problemática planteada, con miras a investigaciones futuras.

En la actualidad, el escenario de evolución de las redes sociales, incluidas las especializadas en el tema de emprendimiento, lo es el entorno mundial, lo cual ha definido el contexto macro de la investigación. La convivencia dialéctica dada entre las demandas de carácter global y aquellas de naturaleza local, define interacciones complejas que exigen a los actores del emprendimiento competencias y niveles de articulación que tomen en cuenta el contexto nacional.

Por tanto, en el análisis teórico llevado a cabo y la aplicación práctica propuesta está presente como contexto específico la República Dominicana, concretamente el conjunto de estrategias nacionales que han definido un ecosistema local para el emprendimiento, cuyos actores constituyen el foco principal de articulación y fortalecimiento.

**SEGUNDO  
PARTE:**

**MARCO  
CONCEPTUAL  
DE LA  
INVESTIGACIÓN**

## MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

El Marco Conceptual de la Investigación integra los capítulos que establecen los sustentos teóricos y prácticos relativos al estudio. Una reflexión general acerca del contexto global, la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y su impacto en el Desarrollo Humano (DH), constituyen un preámbulo necesario al análisis de las redes sociales y su vinculación al emprendimiento, abordados a nivel global y particularizados en la realidad dominicana, contexto principal de la presente investigación.

A partir de la misma, se analizan aspectos relevantes en torno a las redes sociales en la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC) y el rol de las Tecnologías de Información y Comunicación en su desarrollo y evolución. Se describe como fenómeno de creciente impacto el uso ampliado de las redes sociales mediadas como de espacios emergentes para la articulación y la inclusión social, la vinculación, la construcción de conocimientos, la formación, el desarrollo profesional y laboral, elementos impulsores del desarrollo humano.

Como tema principal de esta investigación, se destaca la articulación de dichas redes al emprendimiento, estrategia cuyas principales características son descritas en este marco. Se enfatiza el auge alcanzado por las iniciativas de emprendimiento, en especial en la República Dominicana, haciendo referencia a los principales referentes a nivel nacional. La vinculación de las redes sociales a la actividad emprendedora es presentada desde el análisis de la situación mundial y en la República Dominicana.

## CAPÍTULO II: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) Y DESARROLLO HUMANO (DH) EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

El estudio de las redes sociales aplicadas al ámbito del emprendimiento, con miras a promover su desarrollo desde la articulación y el fortalecimiento de los actores clave, implica situarlas en el contexto del Desarrollo Humano (DH) y su vinculación al uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC). Este capítulo presenta las perspectivas de análisis y reflexión que orientan la investigación en esos órdenes.

Se destaca el impacto de las TIC sobre la actividad humana a todos los niveles, revelando su capacidad de contribuir con la participación ciudadana y la ampliación de oportunidades de desarrollo humano. En la práctica, su aplicación a la resolución de los problemas y necesidades sociales a nivel mundial, regional y local se ha visto limitada, como expresión de las brechas y asimetrías que caracterizan la dinámica global. Eso hace necesario la formulación de alternativas para la actualización del potencial de las TIC como sustento a la evolución social, económica, científica y cultural de las comunidades.

Para la República Dominicana, su inserción efectiva en el proceso de globalización y la SIC ha estado condicionada por su realidad de país en vías de desarrollo. Sin embargo, importantes iniciativas han propiciado avances significativos en el ámbito de las TIC y su uso a favor de mejores condiciones de vida para los dominicanos. En los siguientes acápite se hará referencia a los diferentes aspectos señalados, los cuales constituyen el marco conceptual de este trabajo.

## **2.1 SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (SIC): EL DESARROLLO HUMANO (DH) EN EL CONTEXTO GLOBAL**

---

El siglo XXI se caracteriza por el surgimiento de nuevos espacios de participación y articulación humana, que han redimensionado el rol de las redes sociales en la dinámica mundial. En este escenario, la vida económica, política, cultural enfrenta constantes cambios, sujeta a las complejidades inherentes al mundo global, sus consecuencias y efectos inmediatos.

### **2.1.1. Globalización y Desarrollo Humano (DH)**

---

**La Globalización es un fenómeno de redes.** Desde esta perspectiva se define como "el flujo de tecnologías, economía, conocimiento, gente, valores e ideas a través de las fronteras" (Knight, J. y otros, 2005:6). Se instala como modelo económico de fin del siglo XX, ponderado por sus condiciones auspiciadoras del desarrollo humano. En la actualidad se verifica un incremento sostenido en las demandas y necesidades sociales, brechas e inequidades, a escala mundial.

El análisis documental en torno a la globalización<sup>5</sup>, permite identificar sus factores clave, entre los que destaca: 1) el desarrollo de los sistemas de información, comunicación, la ciencia y la innovación tecnológica; 2) la cultura de red; 3) la Sociedad de la Información y el Conocimiento como eje de la dinámica económica, social y formativa; 4) el concepto de desarrollo humano; 5) el predominio de la economía de mercado, la liberación comercial, los nuevos espacios y modelos productivo-laborales; 6) la reconfiguración demográfica del planeta, dada la creciente movilidad; 7) nuevas relaciones mundiales y sociales, de género y una mayor interdependencia entre los pueblos; 8) el sentido de la internacionalización y la universalidad de la cultura y 9) la necesidad de educar para la paz, la equidad y la preservación del medio ambiente.

---

<sup>5</sup> Se han tomado en cuenta informes mundiales y regionales tales como Closing the Gap in Education and Technology, del Banco Mundial (2002), Más allá de las fronteras, BID, (2002), Globalización y Desarrollo, CEPAL (2002), Informe Mundial de Desarrollo Humano, PNUD (2005); estudios sobre el impacto de la globalización en la educación superior como son el Informe Universidad Siglo XXI: Europa y América Latina. Regulación y Financiamiento, realizado por J. Bricall y J. Brunner para el CINDA (2000), El papel de las universidades en la Europa del Conocimiento, de la Comisión de las Comunidades Europeas (2003), Declaraciones de la Cumbres Mundiales de Educación Superior París '98; el análisis crítico en torno a la globalización, representado a nivel mundial por autores entre los que destacan J. Stiglitz (2002), G. de la Dehesa (2003), J. Petras (2000), N. Chomsky (2003), entre otros. N.A.

En este contexto, la Sociedad de la Información y el Conocimiento, sus elementos y relaciones, se instalan como centro de gravedad de la dinámica global y el desarrollo humano se constituye en su principal desafío. Los procesos de globalización potenciaron la acumulación de riquezas en los países centrales, mientras que para aquellos en vías de desarrollo las consecuencias han sido contradictorias. Las brechas - cifradas en múltiples indicadores-, se han hecho más sólidas y profundas en los espacios intra e internacionales. En este escenario plural, vale destacar tres elementos (Madera, L., 2003):

- El proceso de globalización ha tenido en la información como contenido y en las TIC como continente, los componentes fundamentales para su consolidación. Sus relaciones y dinámicas prosperaron incubadas en las redes tecnológicas, revelándose el potencial de estas herramientas para un impacto social positivo, así como el rol de la información y el conocimiento en la sociedad del Siglo XXI.(Ej. CMSI)<sup>6</sup>.
- Las asimetrías a escala global develaron los pilares de la marginalidad: el desarrollo deja de ser un concepto económico y da un salto cualitativo hacia el componente humano (Ej. IDH-PNUD)<sup>7</sup>.
- La conciencia de la inequidad global y sus consecuencias sobre los países centrales y periféricos valorizando la *articulación, la participación y el fortalecimiento social* en procura del desarrollo humano, así como el rol de la cooperación en su realización (Ej. Objetivos del Milenio, 2000).

**El Desarrollo Humano (DH).** Concepto clave en la SIC, se consolida como aspiración fundamental para la sociedad actual. Refiere al “proceso que abarca diferentes factores o dimensiones y que implica una transformación de la economía y las instituciones (económicas, políticas, sociales y culturales) vigentes en el seno de una sociedad, cuyo resultado último es la consecución de una mejor calidad de vida y una ampliación de la capacidad y la libertad de las personas” (Francés, E.,

---

<sup>6</sup> Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información

<sup>7</sup> Índice de Desarrollo Humano, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo



2003:8). El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) lo define como el “proceso por el cual se ofrecen mayores oportunidades a las personas” para construir una vida de calidad (IDH<sup>8</sup>- PNUD, 1990:33).

Esta idea parte de la noción de desarrollo como de expansión de las capacidades humanas en forma sostenible, sustentadas en la libertad, voluntad, la autodeterminación y la elección personal, formulado por A. Sen (1997,1998, 2000). P. Mella y S. Barone (2003) proponen trascender los límites de individualidad implícitos en este concepto, lo que implica fortalecer el sentido de pertenencia comunitaria y entender el bienestar como un logro colectivo en un contexto universal, basado en la cooperación. A. Albonies (2001), define la capacidad como uno de los constituyentes clave para la creación de valor en una sociedad basada en el conocimiento e incluye los recursos físicos, tecnológicos y las personas capacitadas.

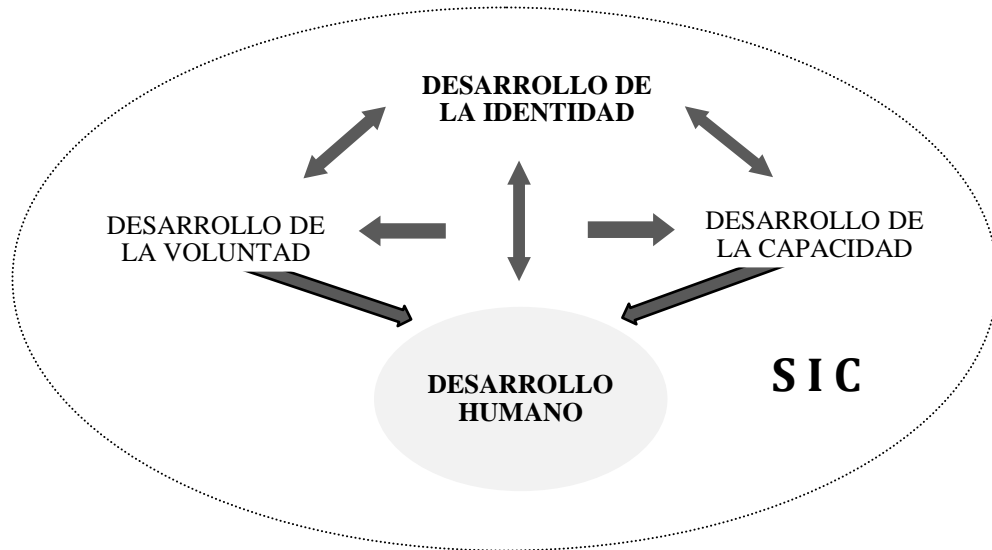
Así, el desarrollo de una **capacidad** ampliada se revela como elemento esencial en el desarrollo humano desde la perspectiva individual y comunitaria, proceso que presenta como condición necesaria la **voluntad**. Concepto debatido desde la antigüedad, con J. Rousseau (1762) y su concepto de la voluntad general, emerge en su dimensión societal, expresión de democracia y sustento del bien común. K. Marx (en Yunes, M. s/f), aporta el concepto de voluntad revolucionaria, reflejo de una nueva visión del ser humano como ente capaz de transformar su realidad. La voluntad como fenómeno racional está presente en la obra de E. Kant (en J. Echegoyen, 1997), A. Schopenhauer (1819) la concibe como expresión del deseo, F. Nietzsche (en J. Echegoyen, 1997) como necesidad de poder y en la SIC podría visualizarse como sustento de la participación.

En todos los casos, la voluntad define una realidad humana, que desde lo volitivo, afectivo y cognitivo, direcciona la elección y la acción con un fin determinado. Junto a la **capacidad**, la **voluntad** constituye un binomio esencial cuya relación dialéctica encuentra su síntesis en el desarrollo de las personas, las instituciones, la

---

<sup>8</sup> Informe de Desarrollo Humano, 1990, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

sociedad, expresada en una nueva **identidad** que evoluciona en la construcción de nuevas “estructuras simbólicas”<sup>9</sup> (L. Madera, 2007). A partir de la ampliación y aprovechamiento de las oportunidades disponibles, se da lugar a crecientes niveles de libertad para construir una mejor calidad de vida para todos.



**Figura 1:** Desarrollo de la Voluntad, Capacidad e Identidad como sustento del DH.

La generalización del concepto de desarrollo humano ha implicado la revaloración de sus componentes tradicionales (salud, vivienda, alimentación, educación) y ha contribuido a la innovación, el desarrollo tecnológico, el espíritu emprendedor, la articulación, la inclusión, el empoderamiento, entre otros, revolucionando la ciencia y multiplicado el conocimiento en forma exponencial. Los efectos de la globalización y desarrollo humano han redimensionado el saber individual y colectivo, dando paso a la consolidación de Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), la “Sociedad Red” (M. Castells, 1999).

<sup>9</sup> C. Geertz (2002)

### **2.1.2. La Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC) como escenario para un Desarrollo Humano (DH) Global**

---

En su proceso de desarrollo la humanidad, como red social y cultural, toma la cultura<sup>1</sup> y los saberes como medio, a fin de operar desde ellos y sobre ellos, construyéndolos y construyéndose. La Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), busca gestionar ese conocimiento, apoyada en las tecnologías emergentes, a fin de ampliar las oportunidades de desarrollo humano.

J. Córdoba (2005), la describe como fenómeno histórico contemporáneo impulsado por Europa a finales del siglo XX. Propone aportar soluciones a los problemas sociales y económicos a través del uso de las TIC y el conocimiento humano. M. Castells (1999) la concibe como una “sociedad red” en la “era de la información”. Destaca el impacto del Internet en la transformación de la cultura, el trabajo y la economía. L. Joyanes (1997) enfatiza el surgimiento de un nuevo perfil social y cultural en la sociedad actual. Resalta la importancia del conocimiento, su gestión y el rol de la tecnología en esta reconfiguración.

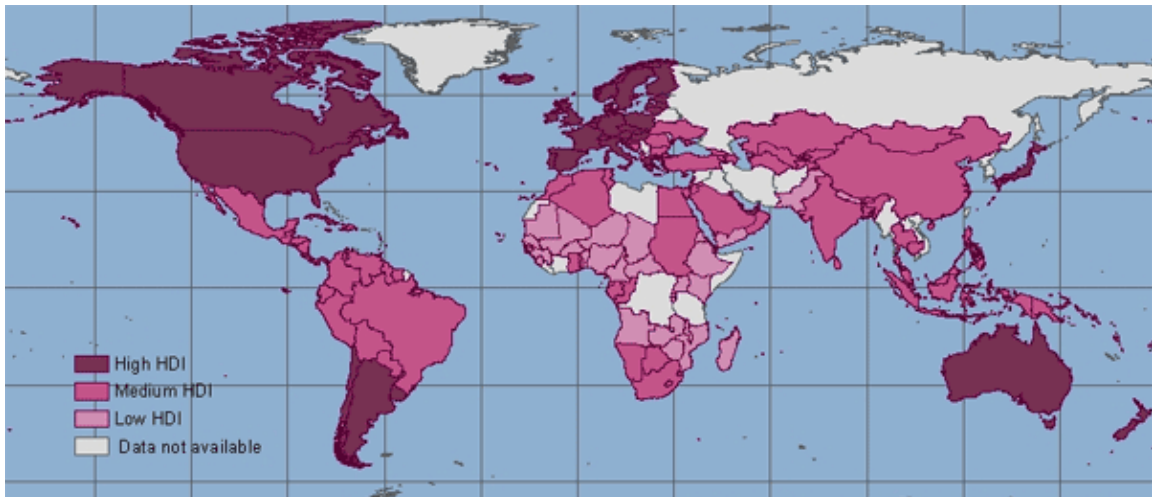
P. Valentis (2002) entiende la SIC como una construcción social que depende en gran medida de la capacidad que tengan las personas para repensar los tradicionales esquemas de participación y favorecer un conjunto de iniciativas colectivas que puedan reconducir una nueva institucionalidad. Así, es posible construir un modelo de desarrollo basado en la articulación y la capacidad de generación, difusión y utilización de nuevos conocimientos, integrando para ello diversos actores sociales (gobierno, empresas, investigadores, centros tecnológicos, organizaciones sociales y ciudadanos).

Desde esta perspectiva, la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC) como escenario para un desarrollo humano global, acontece en tanto las comunidades cuentan con la voluntad y la capacidad de actuar como red para transformar la información digital en valor económico, social y cultural, creando nuevas industrias, nuevos y mejores puestos de trabajo, mejorando la forma de vida de la

---

<sup>1</sup> La Cultura es entendida en su sentido más amplio, como la manifestación y resultado de la acción humana en la transformación de la naturaleza y de la humanidad misma, por lo que incluye la ciencia, la tecnología y el arte. Refiere a elementos espirituales, materiales y psicológicos, valores, creencias, sentimientos, así como la expresión de impresiones y sensaciones que el ser humano recibe en su relación con el entorno. N.A.

sociedad en su conjunto a través de un desarrollo basado en el uso del conocimiento<sup>10</sup>. En la práctica, la cristalización equitativa de la SIC, constituye un desafío mayor, dada las asimetrías que caracterizan las relaciones entre países y regiones, la inequidad en la distribución de las riquezas, las limitaciones de los países en desarrollo para evolucionar y de los países desarrollados para propiciar verdaderas condiciones de equidad global. Esta realidad hace del presente un espacio de retos e incertidumbres.



**Figura 2:**  
Índice de Desarrollo Humano (DH) – Fuente: Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas, 2003

Aún así, la SIC en tanto realidad social constituye un sistema complejo, con capacidad de auto-organización y evolución, desde un diálogo inteligente con el entorno. Esta interacción propicia el desarrollo de nuevas competencias adaptativas, cuya apropiación puede hacerse efectiva en las diferentes escalas de su realidad fractal (sujetos, organizaciones, la SIC como totalidad) y propiciar su evolución. Para ello, el conocimiento ha de convertirse en el centro de estrategias que impulse la generación de conocimiento en la sociedad, la difusión de ese conocimiento y su uso por parte de los agentes económicos y sociales para construir una mejor calidad de vida para todos.

<sup>10</sup> Ver Anexo I: Mapa conceptual de C.Miranda sobre Desarrollo Humano en la Sociedad de la Información.

## **2.2 LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC): ROL EN EL DESARROLLO HUMANO (DH)**

---

En el “Compromiso de Túnez”, CMSI (2006), la humanidad reafirma “la revolución de las TIC puede tener enormes consecuencias positivas como instrumento del desarrollo sostenible”. Por ende, es imprescindible reflexionar acerca del rol de estas tecnologías en el desarrollo humano.

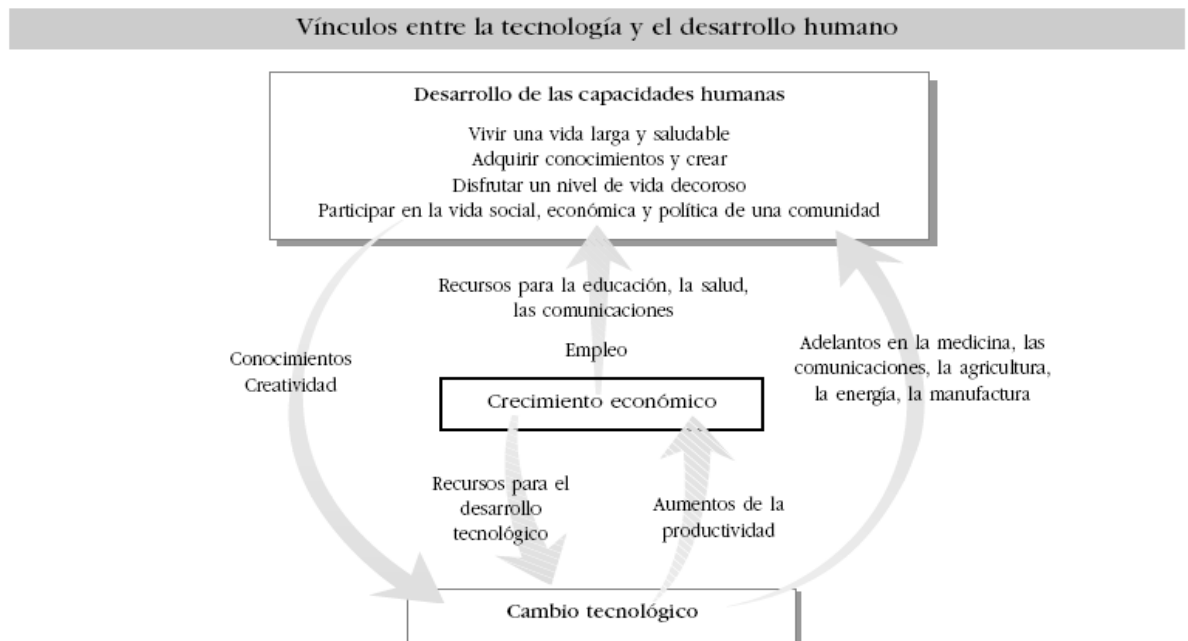
### **2.2.1. TIC y Desarrollo Humano (DH)**

---

El acceso a la información y su transformación en conocimiento aplicado, constituyen pilares fundamentales para el desarrollo humano en la SIC, en lo cual las TIC resultan fundamentales. Las opciones de conexiones y articulación que ofrecen, permiten crear nuevos espacios de interacción (A. Maldonado, 2008), que facilitan la inclusión de un mayor número de ciudadanos en redes sociales e iniciativas diversas, ampliando sus oportunidades y recursos.

En el Informe PNUD (2001), se establece como papel central de las TIC su capacidad de propiciar empoderamiento a través de la información y de contribuir a eliminar obstáculos al conocimiento, a la participación y a las oportunidades económicas. A. Dubois (2005), advierte que activar este potencial supone reconocer la compleja red de relaciones que hacen posible su impacto positivo en la evolución social, que sustentan los vínculos evidentes entre TIC y DH (ver figura 3).

Así, las TIC son entendidas como complejas interrelaciones y procesos producidos entre: a) seres humanos, b) conocimientos –generalmente científicos– y c) técnicas (procedimientos y herramientas), favorecen la transmisión, procesamiento y construcción de datos e información, cargados de sentido, que pueden facilitar procesos de comunicación y nuevas formas de organización económica y social (J. Rojas, 2006). El uso racional de las TIC, con significado y sentido social, puede contribuir a que iniciativas y procesos de desarrollo humano alcancen sus objetivos de una forma más eficaz, reduciendo exclusiones (población rural, discapacidad, reclusos, envejecientes, otros).



**Figura 3: Fuente:** A. Dubois (2005:8)

En su evolución, las TIC facilitan cada vez más la construcción colectiva del conocimiento y su gestión, conformando nuevos espacios educativos y culturales (comunidades de aprendizaje y construcción colectiva de conocimiento, redes de investigación, bibliotecas y recursos en línea), de negocios (e-commerce, redes sociales organizacionales), finanzas (banca electrónica) y trabajo. M. Castells (2000), señala que el Internet, más que una tecnología, constituye una nueva forma de organizar la producción.

C. Miranda (2008) resalta su rol en un mejor control ciudadano y en la gobernanza social (e-gobierno, acceso público a la información), la modernización y sistematización de la gestión pública y privada, la articulación como ciudadanos y comunidad (redes sociales, centros de acceso comunitario<sup>11</sup>), así como su potencial para promover el empoderamiento, crecimiento y satisfacción a nivel personal y comunitario.

<sup>11</sup> Ver anexo II: Mapa conceptual de C. Miranda sobre Ecosistema ideal de Telecentros y Acceso comunitario.

El impacto de las TIC en el desarrollo económico y social encuentra tantos espacios como ámbitos de la actividad humana. Para que ello sea efectivo, autores como A. Dubois (2005) y C. Miranda (2006) resaltan la necesidad de introducir mecanismos y procesos que aseguren a las personas el acceso y les permitan decidir cómo emplear las tecnologías según sus preferencias y necesidades, como consumidores y creadores de contenidos, prestadores de servicios de información y partícipes de la red universal de la información y el conocimiento con equidad.

Innumerables iniciativas se desarrollan en los ámbitos mencionados. A pesar de los esfuerzos realizados para propiciar un impacto positivo de las TIC el desarrollo humano, autores como R. Torres (2005), D. Pimienta (2007) y C. Miranda (2008), contrastan su alto potencial con el limitado efecto real de sus aplicaciones, asociando este fenómeno a la brecha digital, expresión de la brecha social y económica que caracteriza el presente.

### **2.2.2. Brecha Digital, Brecha Social**

---

Las TIC poseen la capacidad de colocar a los individuos a la par con el resto del mundo, facilitando su acceso a las mismas informaciones, recursos, mercados, redes sociales y oportunidades de formación (C. Miranda, 2008). Sin embargo, las tecnologías no son igualitarias, ni sus beneficios impactan de igual modo a todos los sectores sociales. Su mayor desarrollo se verifica en los países más ricos, las clases más pudientes y entre los hombres (P. Valentis, 2002).

En correspondencia a las brechas y desigualdades existentes en el mundo real, las TIC, abren una brecha al seno de la sociedad entre aquellos que pueden acceder a estas oportunidades y quienes están desprovistos de estos recursos. Como se observa en el mapa (Figura 4), los rangos de acceso digital de los países encuentran coincidencias con sus índices de desarrollo humano (ver Figura 2).

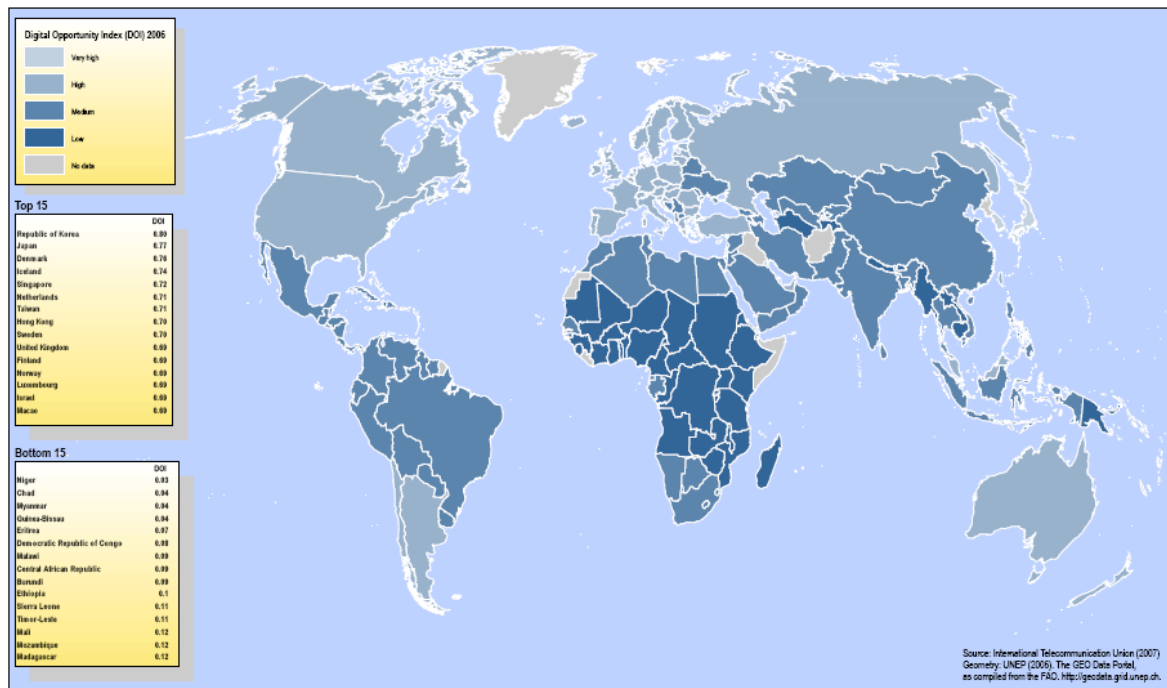


Figura 4: Mapa de Acceso Digital – Fuente: Maplecroft Maps, 2006.

La Brecha Digital constituye una nueva forma de desigualdad y exclusión de la Sociedad de la Información, denominada por P. Valentis (2005) como *Marginalización Digital*. Su resolución, requiere mucho más que acopio de infraestructura tecnológica en interconexión de computadores en red. Supone resolver los problemas de fondo, que siguen siendo los mismos, amplificadas por las posibilidades que aporta la Sociedad de la Información y el Conocimiento.



### 2.3 TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC), DESARROLLO HUMANO (DH) Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (SIC) EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

Las redes sociales en la SIC, constituyen realidades de cualidad universal, que permiten trascender las fronteras locales y temporales. Al mismo tiempo, posibilitan una articulación efectiva desde lo local con vocación y visión global. Esto va a depender de las condiciones particulares de acceso en las comunidades y la capacidad de hacer un uso de las TIC son sentido social y estratégico. El contexto específico de la presente investigación acerca de las redes sociales para el emprendimiento, es la República Dominicana. En este acápite se hará referencia a sus principales características respecto a las TIC, la SIC y el desarrollo humano.



**Figura 5:** Ubicación geográfica de la República Dominicana

**Fuente:** <http://www.zimbio.com/member/sovelrata/articles/902436/Acevedo+Vil+Encarga+Construcci+n+De+Muralla>

**Generalidades.** Segunda nación más grande del Caribe Antillano, la República Dominicana comparte la Isla de Santo Domingo con la República de Haití. Descubierta en 1492 por Cristóbal Colón, fue el punto de partida para el descubrimiento, la conquista y la colonización de las Américas. A lo largo de 164 años de vida

independiente, el país ha evolucionado en un proceso paulatino de modernización, fortalecimiento de la democracia, implantando iniciativas en diversos órdenes (educativos, económicos, políticos, sociales) en procura de mejorar las condiciones que propician el desarrollo humano colectivo.

**Aspectos Demográficos.** La nación dominicana cuenta con una población de 9,759, 700 millones de habitantes<sup>12</sup>, de los cuales aproximadamente el 33% posee menos de 15 años de edad, el 12% se encuentra por encima de los 60 años y el 55% está entre las edades de 15 y 60 años.<sup>13</sup> En términos de género, la población está distribuida en forma equitativa: 50.14% (4,893.6 millones) masculina y un 49.86% (4,866.1 millones) femenina.

En su mayoría, las personas viven en las zonas urbanas (66.8%) y un 33.2% reside en la zona rural, donde se verifica un éxodo permanente hacia las ciudades. El Distrito Nacional, que incluye la Capital de Santo Domingo y áreas circundantes, concentra cerca del 32% del total de la población. En el ámbito educativo, el 34% de la población total forma parte del sistema nacional de educación, con un 13% en el nivel primario, un 12% en el nivel secundario y un 9% en el nivel post-secundario.

### **2.3.1. Condiciones locales de Desarrollo Humano**

---

Las actuales condiciones de vida y las oportunidades de desarrollo humano de la población dominicana, son expresión del devenir histórico nacional y la dinámica política, cultural y socio-económica de los últimos años. De acuerdo al Informe Nacional de Desarrollo Humano (2005), auspiciado por el PNUD, la República Dominicana se encuentra en una etapa transicional hacia convertirse en una economía globalizada en la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

**Brecha Social.** En los últimos años, avances importantes se verifican en distintos ámbitos de la vida nacional, incluido el tecnológico, mas en términos de desarrollo humano la brecha social y por ende la digital, muestra profundos desbalances. Se registra un elevado déficit social; la educación, salud, vivienda, saneamiento y empleo requieren incrementar significativamente los niveles de calidad y cobertura.

De acuerdo al Informe de Desarrollo Humano (PNUD, 2007), cerca del 70% de la población se encuentra dentro de los niveles de pobreza y el país ocupa el lugar 79

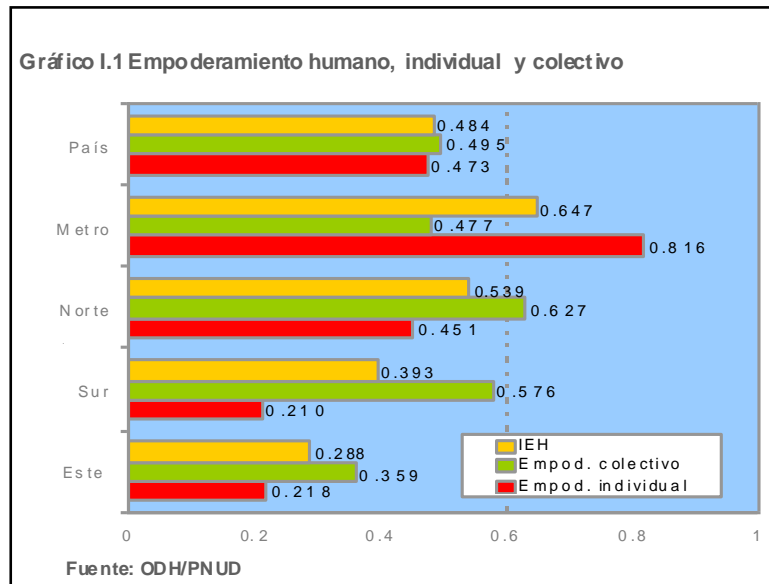
---

<sup>12</sup> Datos de la Oficina Nacional de Estadísticas, ONE, enero 2008.

<sup>13</sup> United Nations Statistics Division - Demographic and Social Statistics.  
<http://unstats.un.org/unsd/demographic/products/socind/youth.htm>

de 177 países, catalogada con un índice de nivel medio. Para el Informe Nacional de Desarrollo Humano (PNUD, 2008)<sup>14</sup>, se crea el IEH<sup>15</sup> que el enfatiza el vínculo entre capacidades individuales y colectivas, empoderamiento, relaciones de poder y desarrollo humano. El Índice de Empoderamiento Humano (IEH) incluye 52 indicadores relativos al empoderamiento social, político, educativo, en salud, en economía y en tecnologías de la información y la comunicación, lo que denota la relevancia de las TIC en la dinámica nacional.

En el informe se establece que en la República Dominicana, el acceso a las oportunidades está determinado por el poder individual o del grupo al que se pertenece. Para impulsar el desarrollo humano se requiere superar esta realidad a partir del fortalecimiento de la capacidad de movilización y empoderamiento de la sociedad. En este proceso es fundamental la articulación ciudadana y el uso de eficiente de las TIC en la construcción de conocimiento.



**Figura 6: I E H - Fuente: Informe Nacional de DH, 2008**

<sup>14</sup> De la Oficina Nacional del PNUD.

<sup>15</sup> Índice de Empoderamiento Humano.

### **2.3.2. Situación de las TIC y la Sociedad de la Información y el Conocimiento**

---

En el estudio realizado en el año de 2004 por investigadores de la Universidad de Harvard<sup>16</sup>, queda establecido que ya para entonces, la República Dominicana avanzaba en su preparación para articularse de forma efectiva a un mundo interconectado, en una economía global basada en la información y el conocimiento.

Desde entonces, iniciativas importantes se desarrollan a fin de integrar la cultura de las TIC y las redes en el marco de la SIC a las escuelas, instituciones de educación superior, comunidades, los negocios, el gobierno, la cultura y el desarrollo social y económico. Aún así, siguen vigentes los principales desafíos que enfrenta el país en el ámbito de las TIC y el Desarrollo Humano: la pobreza, las diferencias urbano-rurales, la crisis de la energía eléctrica, las altas tasas de interés y la falta de capital, entre otros. En respuesta a ello, nuevos esfuerzos han derivado en una creciente evolución en los servicios y uso de las TIC con miras al bienestar colectivo.

#### **Principales Iniciativas de Acceso e Inclusión en la SIC**

Abordar el tema de las TIC en el marco de la SIC, implica analizar tanto el acopio tecnológico (computadoras, conexiones y redes) con el cual cuenta una sociedad, como la naturaleza e impacto de su uso, identificando sus principales iniciativas y estrategias. Para ello, en esta investigación han sido tomados en cuenta los siguientes criterios, definidos por la Bridges.org<sup>17</sup>: acceso físico, apropiación, asequibilidad y uso, capacidad humana y entrenamiento, contenido local relevante, aplicaciones y servicios, integración en la rutina diaria, factores socio-culturales, confianza en la tecnología, ambiente económico local, ambiente macro-económico, marco legal y regulatorio, voluntad y apoyo público, algunos de los cuales han sido previamente referidos.

- Iniciativas y Estrategias Nacionales. En la República Dominicana, las acciones dirigidas a impulsar la Sociedad de la Información y el Conocimiento, vincula

---

<sup>16</sup> Grupo de Tecnologías de Información y el Centro para el Desarrollo Internacional de la Universidad de Harvard

<sup>17</sup> RA/RI: Real Access/Real Impact Framework.

iniciativas y organizaciones públicas y privadas, integrando los distintos sectores de la vida nacional.

En la actualidad, a nivel gubernamental el Instituto Dominicano de Telecomunicaciones, INDOTEL, coordina las principales acciones en ese ámbito. El país cuenta con la Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y la Comunicación, OPTIC, para impulsar el e-gobierno, la transparencia y acceso a la información pública electrónica, así como el Instituto Tecnológico de las Américas, ITLA, dirigido a la capacitación y la investigación.

Otras instituciones gubernamentales que participan activamente en iniciativas de acceso y uso de las TIC lo son el Despacho de la Primera Dama, la Secretaría de Educación, la Secretaría de Estado de Educación Superior, Ciencia y Tecnología y la Secretaría de la Juventud, cuyas principales actividades se describen posteriormente.

Con la finalidad de articular los principales sectores de la sociedad dominicana vinculados a estos esfuerzos (gobierno, educación, sociedad civil, telecomunicaciones), se constituye la Comisión Nacional para la Sociedad de la Información y el Conocimiento, CNSIC, en el año 2005. Con el auspicio de INDOTEL, esta comisión coordina la política nacional de TIC y ha formulado la Estrategia Nacional para la Sociedad de la Información y el Conocimiento, así como su programa estratégico de implementación 2007-2010.

*República Dominicana Navegando hacia el Futuro: Estrategia Nacional para la Sociedad de la Información y el Conocimiento* tiene como misión “promover el uso y apropiación de las TIC en la República Dominicana, mediante iniciativas que creen sinergia entre el sector gubernamental, la sociedad civil y el sector productivo, para brindar a todos sus habitantes mejores oportunidades que contribuyan a su desarrollo, trayéndoles bienestar y progreso en el ejercicio de sus capacidades” (INDOTEL, 2005: 16). Su marco conceptual está centrado en la idea de Desarrollo Humano, las Metas del Milenio y el apoyo de las TIC en la SIC.

Los ejes principales de la estrategia son el fortalecimiento de la institucionalidad, el crecimiento económico sostenido y la promoción de la equidad y la inclusión social, estratégicamente habilitados por acciones dirigidas a: 1) acceso a la información y el conocimiento, b) gobierno digital y servicios públicos y c) instrumentos y políticas. Sus componentes son Infraestructura y Conectividad, Educación y Capacitación en TIC, Servicios Digitales de Apoyo a la Sociedad de la Información e Instrumentos de Políticas del Plan. En sus fases destacan el acceso masivo a las TIC y la generación de actividades productivas alrededor de las mismas, condiciones propias de las redes sociales de emprendimiento

El país cuenta, además, con el Observatorio para la Sociedad de la Información y el Conocimiento, en el cual juega un papel relevante la Oficina Nacional de Estadísticas, ONE.

#### **Infraestructura e Infocultura local: Condiciones de Acceso.**

- Evolución de la Infraestructura y Acceso a las TIC. Las variables analizadas en este acápite son la telefonía fija, telefonía móvil y el Internet. Durante la década 1996-2005, se percibe un rápido crecimiento de los abonados a líneas móviles e Internet, siendo menor el crecimiento de usuarios de líneas fijas, como muestra la figura 7. El incremento porcentual de los usuarios individuales de la telefonía móvil (97.4%) y el Internet (93.3%) sobrepasa el 90%. En el caso de la telefonía fija se registra un 20.6% durante ese período.

Indicadores Clave de Infraestructura y Acceso TIC														
Sigla <sup>1</sup>	Indicador	Año												
		1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008 <sup>2</sup>
A1	Líneas Telefónicas Fijas por cada 100 habitantes	7.7	8.6	9.3	9.8	10.5	11.0	10.3	10.2	9.9	9.7	9.6	9.6	9.7
	Líneas Telefónicas Fijas por cada 100 habitantes, según tipo de línea													
	Líneas Residenciales	5.3	6.0	6.5	6.7	6.9	7.1	6.8	6.7	6.8	6.6	6.5	6.4	6.6
	Líneas de Negocios	2.4	2.6	2.7	2.7	2.8	3.0	2.8	2.8	2.7	2.7	2.8	2.8	2.8
	Líneas Wireless Local Loop (WLL)	0.0	0.0	0.0	0.3	0.6	0.8	0.5	0.4	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2
A2	Líneas Públicas	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
	Abonados a Telefonía Móvil por cada 100 habitantes	1.0	1.7	2.5	5.0	8.2	14.6	19.3	23.4	27.9	39.3	49.2	58.1	64.1
	Abonados a Telefonía Móvil por cada 100 habitantes, según tipo de contrato													
A4	Móviles Prepago	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	12.6	16.8	20.4	23.8	33.8	42.3	49.7	54.7
	Móviles Postpago						2.0	2.4	3.0	4.1	5.5	6.9	8.5	9.4
	Abonados a Internet por cada 100 habitantes	0.1	0.1	0.2	0.4	0.6	0.7	0.9	1.1	1.2	1.5	2.0	2.8	3.1

Fuente: Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL) Disponible en la Web

Notas:

- (1) Siglas propuestas por el Partnership en Medición de TIC para el desarrollo. Partnership en Medición de TIC para el desarrollo (2005b). Indicadores clave de las tecnologías de la información y de las comunicaciones. United Nations, Santiago de Chile.
- (2) Indicadores Estadísticos al 30 de Junio de 2008

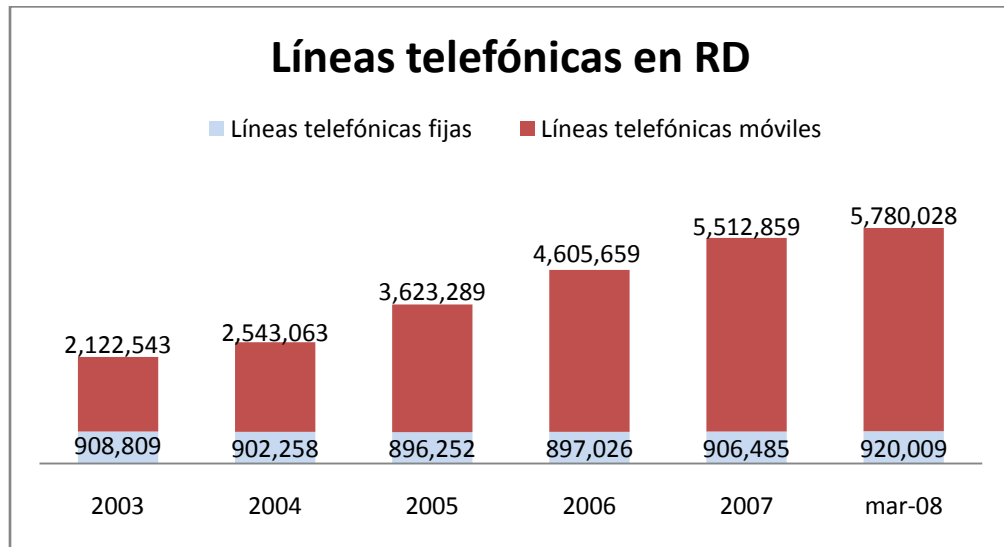
S/D: Sin Datos

Figura 7: Indicadores Clave de Infraestructura y Acceso TIC, 1996-2005 – Fuente: INDOTEL<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Instituto Dominicano de Telecomunicaciones, [www.indotel.gob.do](http://www.indotel.gob.do)

Al comparar la relación entre el número de abonados por cada 100 habitantes en el año de 2005, se evidencia que sólo 1.5 de cada 100 dominicanos estaba registrado como usuario del Internet, lo que representa un crecimiento relativo reducido en términos de las necesidades de infraestructura y acceso a nivel nacional.

- Penetración y Propiedad de las TIC en los últimos cinco (5) años. Las estadísticas más recientes de INDOTEL<sup>19</sup>, de marzo del 2008, muestran la evolución experimentada por la telefonía fija, móvil y el Internet en el periodo 2003-2008:
  - *Total de líneas telefónicas:* Para el 2003 se registran 3, 031,352 líneas y en 2008 6,700,037, con un incremento del 74.7%
    - Líneas telefónicas fijas: Pasan de 908, 089 líneas en el 2003 a 920,009 líneas en el 2008, reflejando el crecimiento más conservador (1.29%)
    - Líneas móviles: Experimentaron un crecimiento de 272% en 5 años, pasando de 2,122,543 líneas móviles en el año 2003 a 5,780,028.

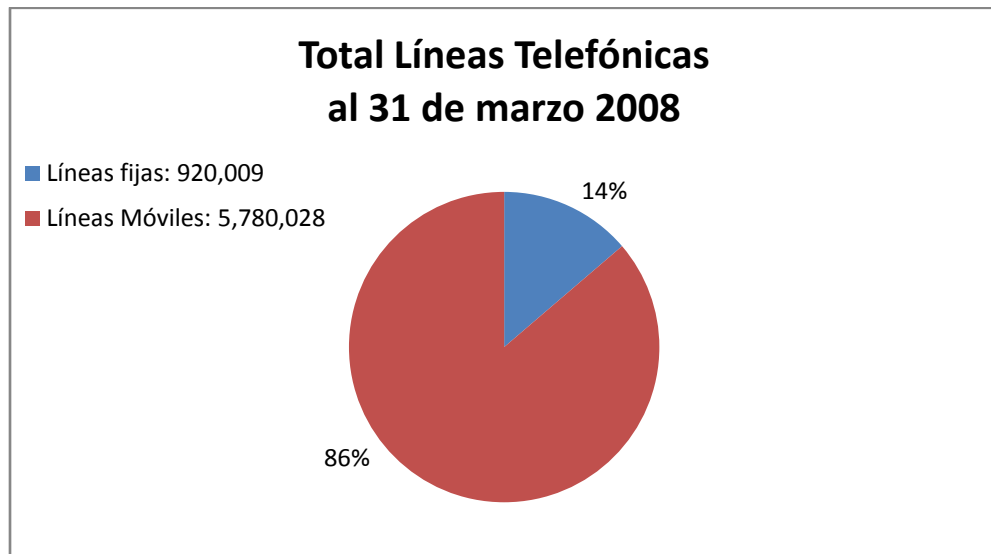


**Figura 8:**

**Fuente:** Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC)

<sup>19</sup> Consultadas a través del portal de OPTIC: Oficina Presidencial para las Telecomunicaciones, [www.optic.gob.do](http://www.optic.gob.do)

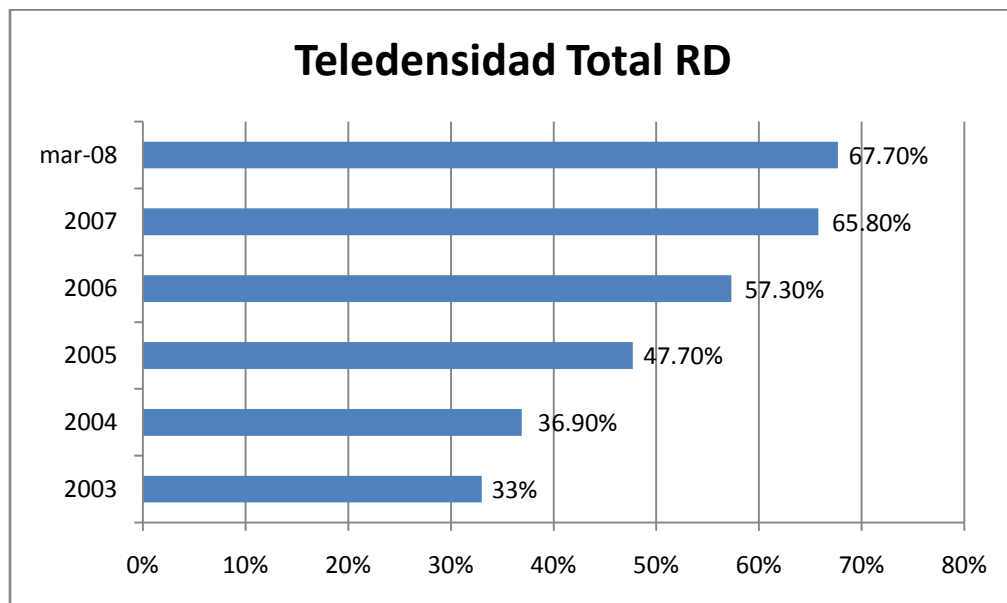




**Figura 9:**

**Fuente:** Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC)

- *Teledensidad Total:* Asciede de un 33.0 % en el 2003 a un 67.7 en el 2008, experimentando un crecimiento del 51.2%, aún cuando la teledensidad fija decrece en dicho período.

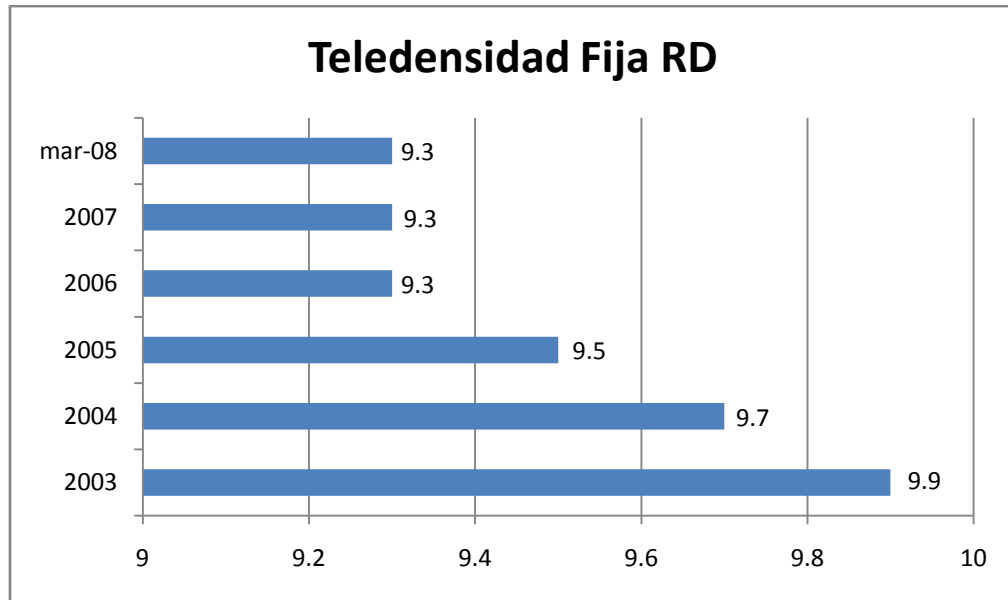


**Figura 10:**

**Fuente:** Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC)

○ Teledensidad fija:

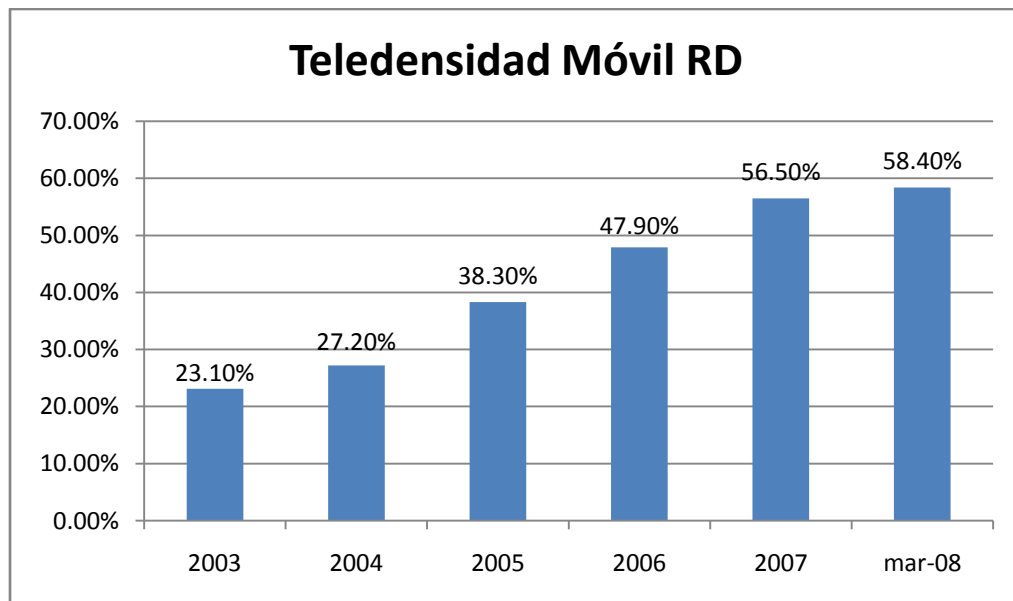
En el 2003 se registró un valor de 9.9% y para el 2008 decrece ligeramente (6%) a 9.3%



**Figura 11:**

**Fuente:** Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC)

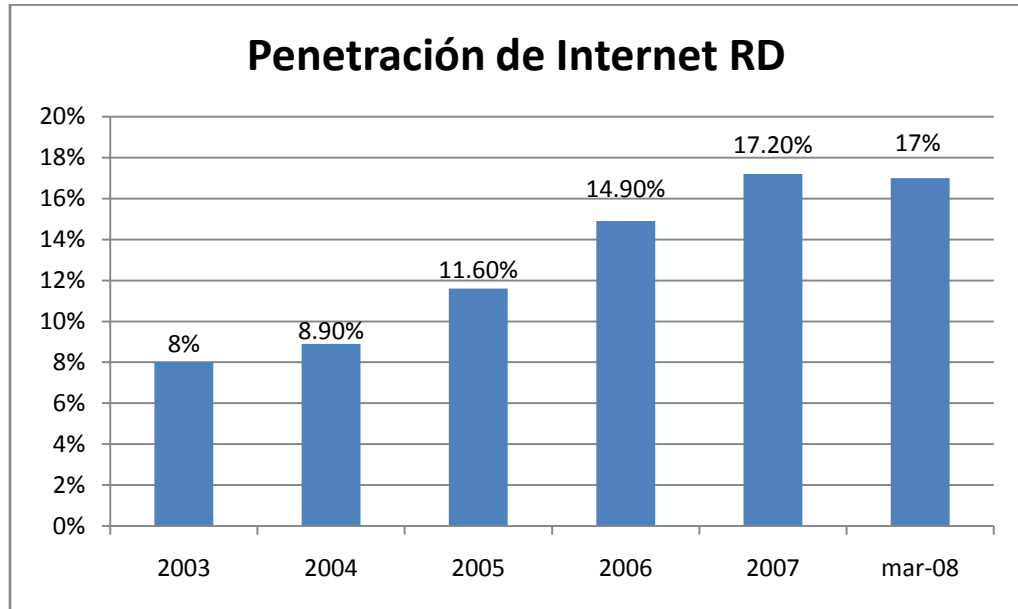
○ Teledensidad móvil: Evolucionada de un 23.1% en el 2003 a un 58.4% en el 2008, reflejando un crecimiento del 60.41%



**Figura 12:**

**Fuente:** Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC)

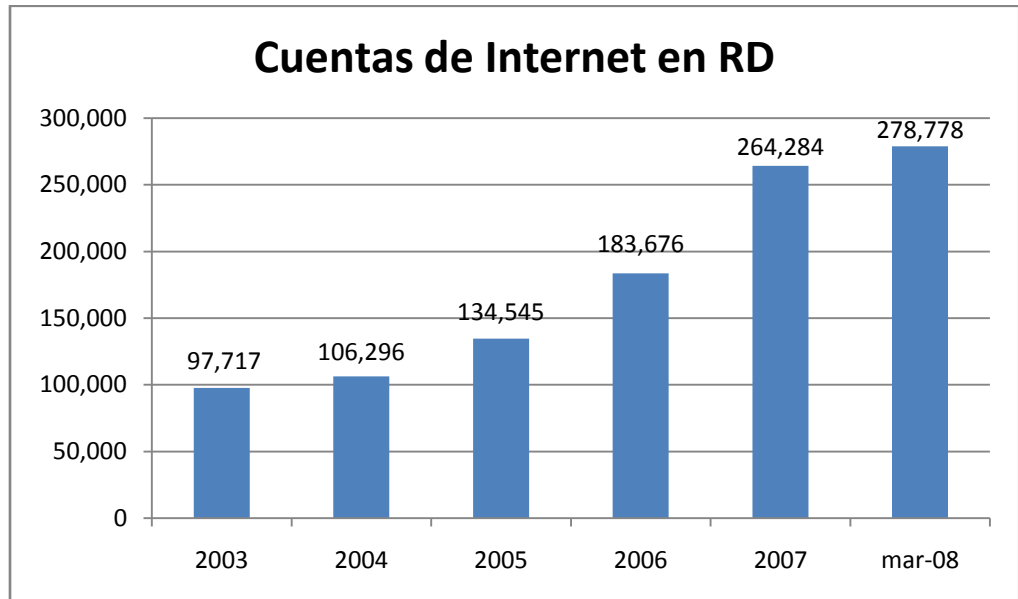
- *Penetración del Internet:* Se incrementa de un 8% en el 2003 a un 17.0% en el 2008, lo cual representa un crecimiento de un 52.9%



**Figura 13:**

**Fuente:** Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC)

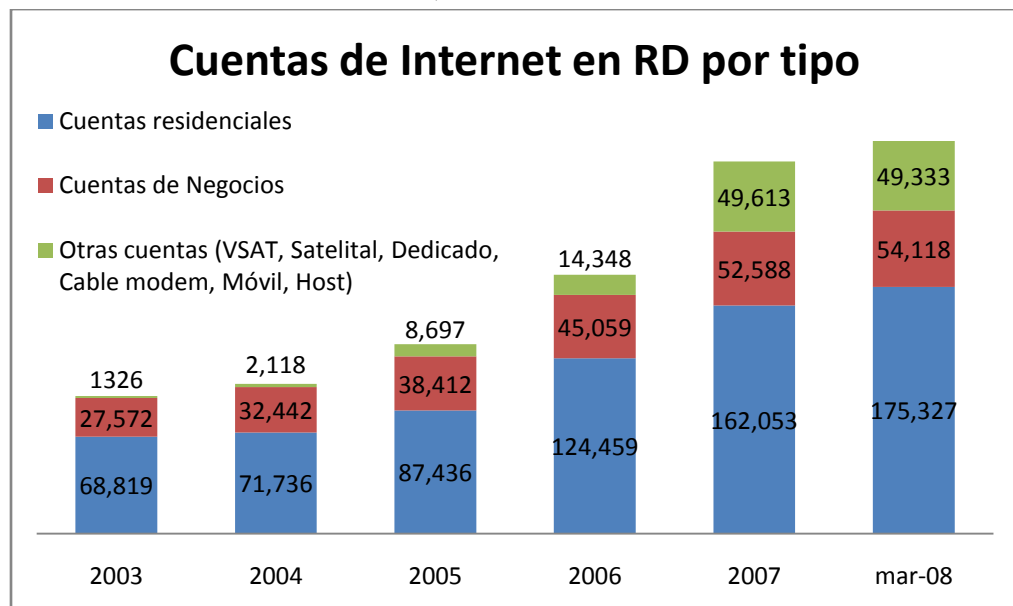
- *Cuentas de Internet:* Se registra un aumento de 97, 717 cuentas en el 2003 a un total de 278,778 en el 2008, experimentando un incremento del 64.9%



**Figura 14:**

**Fuente:** Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC)

- *Crecimiento de Cuentas de Internet:*
  - Cuentas Residenciales: Se incrementan de 68,819 en el 2003 a 175,327 en el 2008, reflejando un crecimiento del 60.7%
    - Dial-Up: 57,39520
    - DSL/Broadband: 90,98921
  - Cuentas de Negocios: Para el 2003 se registraban 27,572 y en el 2008 ascienden a 54, 118, con un incremento del 49%
    - Dial-Up: 16,951<sup>22</sup>
    - DSL/Broadband: 33,824<sup>23</sup>
    - T1/Broadband: 138<sup>24</sup>
  - Otras cuentas: Aumentan de un total de 1, 326 en el 2003 a 49,333 en el 2008, con un crecimiento del 97.3
    - VSAT/Satellite: 100<sup>25</sup>
    - Dedicated/Cable Modem/Hosts: 9,950<sup>26</sup>
    - Mobile Internet: 39, 563<sup>27</sup>



**Figura 15:**  
**Fuente:** Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC)

<sup>20</sup> Datos del 2007, INDOTEL

<sup>21</sup> Idem

<sup>22</sup> Idem

<sup>23</sup> Idem

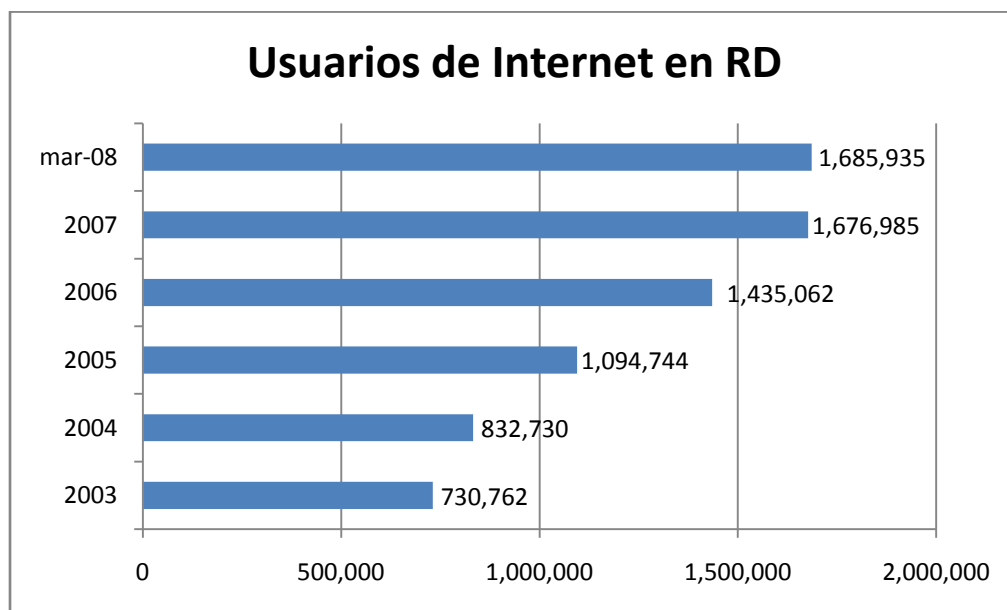
<sup>24</sup> Idem

<sup>25</sup> Idem

<sup>26</sup> Idem

<sup>27</sup> Idem

- *Usuarios de Internet:* Se incrementa de 730,762 abonados en el 2003 a 1,685,936 en el 2008, para un crecimiento del 56.6%



**Figura 16:**

**Fuente:** Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC)

Se observa un importante incremento en la penetración y propiedad de las TIC durante el periodo analizado (2003-2008), resultado de esfuerzos públicos y privados en ese sentido. Si se relaciona el crecimiento de usuarios registrados con el total de la población, se observa que sólo un 17 % tiene acceso a Internet, dado los elevados costos del acceso individual que implica contar con computador, el pago de electricidad, cuenta de Internet, el entrenamiento para su uso, entre otras) y bajo ingreso de la gran mayoría.

Ello revela la importancia de los CAPT<sup>28</sup> en la ampliación de los márgenes de accesibilidad e inclusión activa de las comunidades y sus miembros, propiciando la reducción de la brecha digital generada en gran medida por las dos grandes barreras de acceso: los factores económicos señalados (costos) y la ausencia de una infraestructura equitativa en las diferentes regiones y provincias del país.

- Diferencia de acceso rural y urbana. De acuerdo a la información ofrecida por la Oficina Nacional de Estadísticas, ONE, el acceso urbano es significativamente mayor al rural como se observa en la figura:

<sup>28</sup> Centros de Acceso Público a las Tecnologías de Información y Comunicación.

<b>Acceso a la Información y Uso de Medios Genéricos (2005)<sup>29</sup></b>			
	<b>Total</b>	<b>Urbana</b>	<b>Rural</b>
<b>1. Hogares con computadoras</b>	<b>8%</b>	11%	3%
<b>2. Hogares con Internet</b>	<b>3.13%</b>	4%	0.85%
<b>3. Han usado Internet en los últimos 12 meses</b>	<b>15%</b>	19.53%	6.13%
3.1 En la casa	<b>18.89%</b>	19.81%	13.52%
3.2 En el Trabajo	<b>34.58%</b>	35.48%	29.31%
3.3 En la Escuela	<b>30.92%</b>	29.83%	37.28%
3.4 En otra casa	<b>26.19%</b>	27.20%	20.27%
3.5 Espacio público gratuito	<b>6.88%</b>	6.88%	6.86%
3.6 Centros de llamada	<b>40.12%</b>	40.58%	37.43%
3.7 Áreas de acceso inalámbrico	<b>1.41%</b>	1.43%	1.24%
3.8 Otros	<b>1.48%</b>	1.37%	2.08%
<b>4. Lectores en Bibliotecas Públicas</b>	<b>886,313</b>		

**Figura 17:** Acceso a la Información y Uso de Medios Genéricos – **Fuente:** ONE<sup>30</sup>

Numerosas iniciativas se han sido generadas por el sector público y organizaciones de la sociedad civil, para proporcionar acceso público a las TIC, dadas las limitaciones económicas e infraestructurales para el incremento del acceso individual en las zonas rurales. En muchas localidades, el impacto de estos esfuerzos ha sido reducido y, aún cuando cuentan con centros de acceso comunitario, los mismos dan servicio a una pequeña parte de la población.

- Espacios de acceso público. Estos pueden ser resultado de iniciativas gubernamentales, privadas, de ONGs, entre otras.
  - *Iniciativas Gubernamentales:* Centros de Acceso Público a las Tecnologías de Información y Comunicación (CAPT). Refieren a iniciativas de diferentes organismos del gobierno, dirigidos a dar respuesta a las necesidades de acceso de los diferentes sectores de la población. Para diciembre del 2007, se registraron 616 CAPT, promovidos por las siguientes instituciones:
    - Instituto Dominicano de Telecomunicaciones, INDOTEL: institución que da inicio a esta iniciativa, financiada en la

<sup>29</sup> Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiple, ENHOGAR: <http://www.one.gov.do>

<sup>30</sup> Idem

actualidad con el Fondo para el Desarrollo de las Telecomunicaciones, derivado del impuesto aplicado a las facturas de los servicios de telecomunicaciones (2%).

- Despacho de la Primera Dama, DEPRIDAM: 40 Centros Tecnológicos Comunitarios, CTC, los cuales cuentan con excelente infraestructura y equipamiento, e incluye biblioteca, ludoteca, aulas para la formación y diferentes tipos de capacitación (idiomas, computación, otros), además de alojar una emisora comunitaria. Incluyen facilidades para personas con discapacidad, envejecientes, adultos, jóvenes, adolescentes, niños e infantes.
- Secretaría de Estado de Educación, SEE: más de 100 telecentros habilitados en los laboratorios escolares, accesibles a la comunidad fuera de las horas de clase. Una de las primeras iniciativas de este ministerio lo fue el proyecto AVE (Aulas Virtuales Educativas), auspiciado por la principal compañía telefónica del país.
- Secretaría de Estado de la Juventud, SEJ: ha puesto en marcha los Centros de Información para la Juventud y ha habilitado un área metropolitana wi-fi en el centro de Santo Domingo.

En su mayoría, los recursos financieros de los CAPT son aportados por INDOTEL (64%), complementado con recursos presupuestados por las instituciones estatales, donaciones privadas y fondos internacionales de ayuda al desarrollo.

Institución Promotora	Total	%
<b>Instituto Dominicano de Telecomunicaciones - INDOTEL</b>	423	68.67
<b>Secretaría de Estado de Educación - SEE</b>	126	20.45
<b>Despacho de la Primera Dama - DEPRIDAM</b>	40	6.49
<b>Secretaría de Estado de la Juventud - SEJ</b>	27	4.38
<b>Total general</b>	616	100.00

**Figura 18:** Centros de Acceso Público a las Tecnologías de Información y Comunicación.

**Fuente:** Unidad Técnica de Apoyo de la Comisión Nacional de la Sociedad de la Información y el Conocimiento - CNSIC) con data de INDOTEL, DEPRIDAM, SEE y SEJ

- *Otros Espacios de Acceso.* C. Miranda (2008), reporta los siguientes medios:
  - Alrededor de 30 Oficinas Gratuitas de Acceso a la Información vinculadas a instituciones públicas.
  - Más de 500 cibercafés, concentrados principalmente próximos a instituciones de educación superior y áreas turísticas.
  - Cerca de 30 Telecentros fundados y operados por organizaciones de la sociedad civil (Alianza ONG, Fundación Taigüey, FUNREDES, Fundación Sur-Futuro, Centro Alternativo Rural El Limón, entre otras).
  - Centros de acceso en las bibliotecas y bibliotecas móviles.
  - Redes Wi-Fi Públicas.
  
- Principales usos de las TIC. De acuerdo con los datos ofrecidos por la ONE, los principales usos de las TIC por la población son el e-mail, contacto (webcam, voz sobre IP, chat), búsqueda de información para fines escolares y de investigación, actividades laborales, música y videojuegos. La participación en redes sociales se ha incrementado significativamente y la realización de transacciones financieras y de negocios aumenta en algunos sectores sociales.



EMPRESAS Y TIC INDICADOR	Año
	2006 <sup>31</sup>
Proporción de Empresas con Línea Telefónica Fija	92.8%
Proporción de Empresas con Teléfono Móvil	22.0%
Proporción de Empresas con Telefonía IP	3.2%
Proporción de Empresas con algún Sistema de Telefonía	93.9%
Proporción de Empresas con disponibilidad de Computadoras	80.2%
Proporción de Empresas con Acceso a Internet	43.4%
Proporción de Empresas con Intranet	31.8%
Proporción de Empresas con Extranet	4.8%
Proporción de Empresas con VPN (Red Virtual)	0.4%
Proporción de Empresas con Sitio Web	17.1%
Proporción de empresas con portal empresarial	5.1%

**Figura 19:** Disponibilidad de las TIC en las empresas.

**Fuente:** Oficina Nacional de Estadística, ONE – República Dominicana

<http://osicrd.one.gob.do/index.php?module=articles&func=view&ptid=9&catid=39>

Para el año 2006, un 93.9% de las empresas en la República Dominicana, disponían de conexión por telefonía fija u otro sistema. Sólo un 43.4% tenía acceso a Internet, un 31.8 utilizaba intranet y un 0.4% hacía uso de redes virtuales. Un 17% contaba con sitio web y el 5.1% con portales empresariales, lo que evidencia un limitado uso de estos recursos para la articulación de actores y las operaciones de negocio. Un uso intensivo de las TIC se evidencia en la prestación de servicios, búsqueda de información, comunicación, transacciones gubernamentales y bancarias.

PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE USAN INTERNET SEGÚN TIPO DE ACTIVIDAD	
Búsqueda de Información sobre Bienes y Servicios	77.1%
Interacción con Organismos Gubernamentales	63.0%
Búsqueda de Información sobre actividades de Investigación y Desarrollo	44.6%
Búsqueda de Información o Navegación por la Web en General	22.7%
Comunicación por Correo Electrónico o Telefonía vía Internet	73.3%
Uso de Servicios Bancarios y Financieros	47.2%
Transacciones con Instituciones Públicas	35.3%
Servicio al Cliente	31.0%

**Figura 20:** Uso del internet por las empresas.

**Fuente:** Oficina Nacional de Estadística, ONE – República Dominicana

<http://osicrd.one.gob.do/index.php?module=articles&func=view&ptid=9&catid=39>

<sup>31</sup> Diagnóstico Nacional Sobre Tecnologías de la Información y Comunicación (DINATIC 2006)

INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES QUE USAN INTERNET SEGÚN TIPO DE SERVICIO		
<b>Proporción de Instituciones con Sitio Web</b>		<b>63.9%</b>
<b>Proporción de Instituciones que ofrece algún trámite y/o servicio ON LINE, según tipo de servicio</b>	Información	70.2%
	Descargar Formularios	43.9%
	Enviar Formularios	39.0%
	Pagos en Línea	9.8%
	Seguimiento de Casos	29.3%
	Otros Servicios	9.8%

**Figura 21:** Uso del internet por instituciones gubernamentales.

**Fuente:** Oficina Nacional de Estadística, ONE – República Dominicana

<http://osicrd.one.gob.do/index.php?module=articles&func=view&ptid=9&catid=39>

Las iniciativas orientadas a promover el gobierno electrónico han generado un uso significativo de las TIC en el sector gubernamental. Las estadísticas del 2006 revelan que un 63.9% de las instituciones gubernamentales contaban ya con sitios web, a través de las cuales se podían realizar diversas actividades, principalmente la búsqueda de información (70.2%) y en menor grado descarga (43.9%) y envío (39%) de formularios de formularios.

USO DE INTERNET POR LAS PERSONAS INDICADOR		AÑO	
		2005 <sup>32</sup>	2007 <sup>33</sup>
<b>Proporción de Personas que Usan Teléfono Móvil</b>		57.0%	73.4%
<b>Proporción de Contratos Prepago</b>		91.5%	89.6%
<b>Proporción de Personas que usaron computadora en los últimos 12 meses</b>		28.2%	34.2%
<b>Fines de Uso de la Computadora</b>	Trabajo	49.2%	41.8%
	Estudio	82.4%	67.7%
	Juegos	59.5%	41.8%
	Escuchar Música	65.3%	55.8%
	Ver Películas y Videos	39.5%	32.3%
	Internet	37.9%	55.0%
	Otros	4.7%	2.1%
<b>Proporción de Personas que Usaron Internet en los últimos 12 meses</b>		16.4%	25.4%
<b>Lugar(es) de Uso Individual de Internet en los últimos 12 meses</b>	En el Hogar	20.3%	22.1%
	En el lugar de Trabajo	31.6%	25.4%
	En un establecimiento Educativo	33.9%	28.9%
	En la Casa de otra Persona	27.2%	29.3%
	En un Lugar Público Gratuito	7.9%	7.7%
	En un Centro de Llamadas o Centro de Internet	41.4%	63.2%
	Área de Uso Inalámbrico (Wi fi)	1.6%	2.3%
	Otros	1.6%	0.6%

**Figura 22:** Uso de internet por las personas (1).

**Fuente:** Oficina Nacional de Estadística, ONE – República Dominicana

<http://osicrd.one.gob.do/index.php?module=articles&func=view&ptid=9&catid=39>

<sup>32</sup> Encuesta Nacional de Hogares de propósitos múltiples (ENHOGAR 2005)

<sup>33</sup> Encuesta Nacional de Hogares de propósitos múltiples (ENHOGAR 2007) – Resultados preliminares

En relación al uso que las personas hacen del Internet, además de las actividades señaladas, incluye la búsqueda de informaciones sobre bienes y servicios, de salud, gubernamental y en menor cuantía se hace uso de este recursos para realizar transacciones bancarias y financieras (16.4% en el 2007) y menor aún las transacciones comerciales (9.2% en el 2007).

USO DE INTERNET POR LAS PERSONAS			
INDICADOR		AÑO	
		2005 <sup>34</sup>	2007 <sup>35</sup>
<b>Actividades Realizadas a través de Internet en los últimos 12 meses</b>	Búsqueda de Información sobre Bienes y Servicios	30.9%	29.3%
	Búsqueda de Información relacionada con la Salud o los Servicios de Salud	21.4%	26.0%
	Búsqueda de Información sobre Organismos Gubernamentales	S/D	18.2%
	Interacción con Organismos Gubernamentales	11.0%	9.2%
	Comunicación por Correo Electrónico o Telefonía vía Internet	58.5%	S/D
	Comunicación por Chat o Mensajería Instantánea	S/D	62.3%
	Telefonía vía Internet	S/D	11.5%
	Compras u Ordenes de Bienes y Servicios	8.1%	9.2%
	Uso de Servicios Bancarios y Financieros	13.0%	16.4%
	Para fines de Educación o Aprendizaje	70.2%	68.8%
	Obtención de Softwares	19.0%	18.0%
	Lectura o Descarga de Libros Electrónicos, Periódicos o Revistas	38.6%	30.8%
	Descarga de Videojuegos	S/D	24.2%
	Descarga de Películas	S/D	19.9%
	Otros Pasatiempos	34.1%	24.4%
Otros	7.3%	2.1%	
<b>Frecuencia de Acceso Individual a Internet en los últimos 12 meses</b>	Todos los Días	18.3%	17.4%
	Varios días a la Semana	26.4%	31.8%
	Una vez a la Semana	18.0%	19.5%
	Algunas Veces al Mes	37.2%	31.3%

**Figura 23:** Uso de internet por las personas (2).

**Fuente:** Oficina Nacional de Estadística, ONE – República Dominicana

<http://osicrd.one.gob.do/index.php?module=articles&func=view&ptid=9&catid=39>

El uso del Internet con fines educativos por los individuos ascendió a un 68.8% para el 2007. Las condiciones de infraestructura e infocultura de las instituciones educativas y universidades<sup>36</sup>, indican esfuerzos por el desarrollo de espacios formativos mediados. La Secretaría de Estado de Educación Superior, Ciencia y

<sup>34</sup> Encuesta Nacional de Hogares de propósitos múltiples (ENHOGAR 2005)

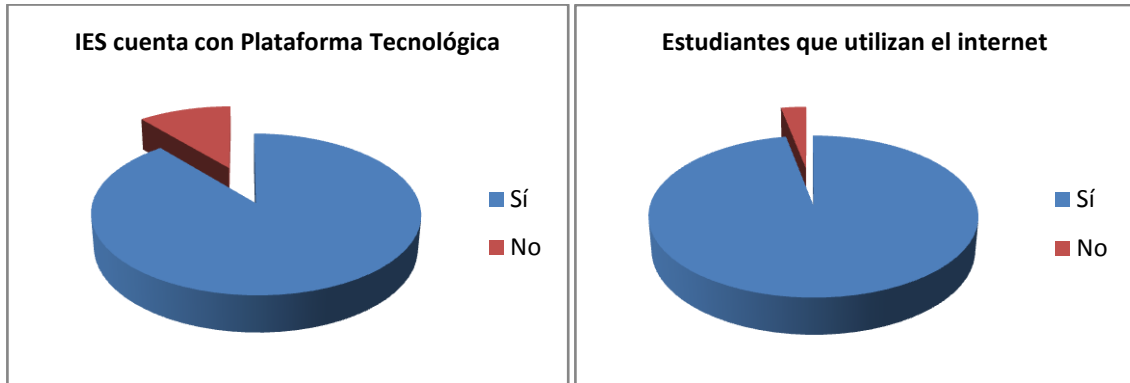
<sup>35</sup> Encuesta Nacional de Hogares de propósitos múltiples (ENHOGAR 2007) – Resultados preliminares

<sup>36</sup> Informe IESALC-FUNREDES, 2003-

[www2.iesalc.unesco.org.ve:2222/programas/internac/univ\\_virtuales/rep\\_dominicana/vir\\_do.pdf](http://www2.iesalc.unesco.org.ve:2222/programas/internac/univ_virtuales/rep_dominicana/vir_do.pdf)

Kirkman G. Et al (2004) Informe Foro de Educación Superior.

Tecnología señala que, el 89% de las IES dominicanas contaban con plataforma tecnológica y el uso del internet por los estudiantes alcanzaba un 97%.



**Figura 24:** Uso del Internet por IES y estudiantes universitarios

**Fuente:** SEESCyT, [www.cnsic.org.do/documentos/task\\_doc\\_view/gid,96/](http://www.cnsic.org.do/documentos/task_doc_view/gid,96/)

El uso de las TIC en el proceso docente educativo y la gestión se ha incrementado, más se requiere de investigaciones que arrojen data exhaustiva al respecto. De igual modo es necesario estudiar el comportamiento de las redes sociales en el ámbito educativo dominicano. El comportamiento de las redes sociales de emprendimiento en éste y otros sectores clave del desarrollo en la República Dominicana será abordado en el capítulo V.

### **Índice de Empoderamiento de las Tecnologías de Información y Comunicación.**

El desarrollo de la infraestructura, la infocultura, iniciativas y estrategias en torno a las TIC como elementos que propician las condiciones de desarrollo, ha de impactar la vida de las personas y las comunidades en forma sensible y medible. Como se señalara, en el Informe Nacional de Desarrollo Humano (PNUD, 2008), se ha construido el Índice de Empoderamiento Humano, IEH, que integra el Índice de Empoderamiento en Tecnologías de Información y Comunicación, IETIC, al considerarse el acceso a las TIC y a la información elementos clave para el empoderamiento social, educativo y para la capacidad deliberativa de las personas.

El IETIC combina la disponibilidad de conectividad y las habilidades para manejar esa conectividad, lo cual determina la infodensidad y el uso de las tecnologías. Los

resultados del informe revelan una gran fragmentación en el empoderamiento tecnológico a nivel nacional, identificando los siguientes hallazgos:

- El nivel de conectividad está muy por debajo de las habilidades de la población.
- Se evidencia una gran disparidad interprovincial en materia de uso de las TIC.
- En relación a la disponibilidad de redes, la capacidades y uso efectivo de las TIC, el Distrito Nacional (incluida Santo Domingo) y Santiago (segunda ciudad del país) cuentan con un índice muy superior respecto al resto del país.
- Una de las mayores barreras de acceso a las TIC es su alto costo, en relación con los salarios de la mayoría de la población.
- Existen iniciativas gubernamentales dirigidas a mejorar el acceso, a través de los Centros de Acceso Público a las Tecnologías de Información y Comunicación (CAPT), ubicados principalmente en las zonas más pobres. Los mismos requieren mejorar su cobertura y distribución en forma equitativa, actuar en forma coordinada y garantizar su sostenibilidad financiera.

En la figura 25 se puede relacionar los Índice de Empoderamiento Económico (IEE), Índice de Empoderamiento Educativo (IEEd) e Índice de Empoderamiento de las TIC (IETIC).

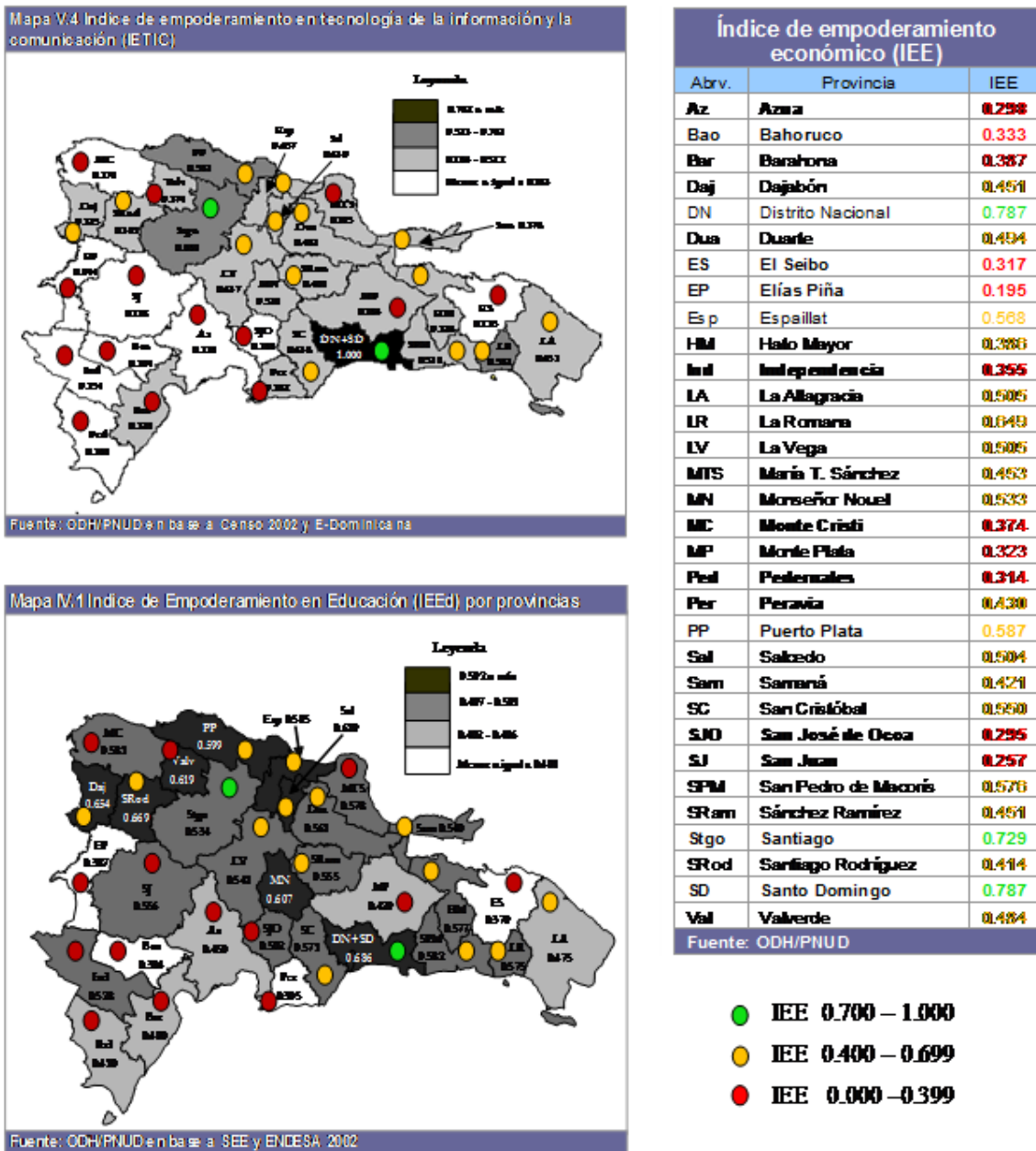


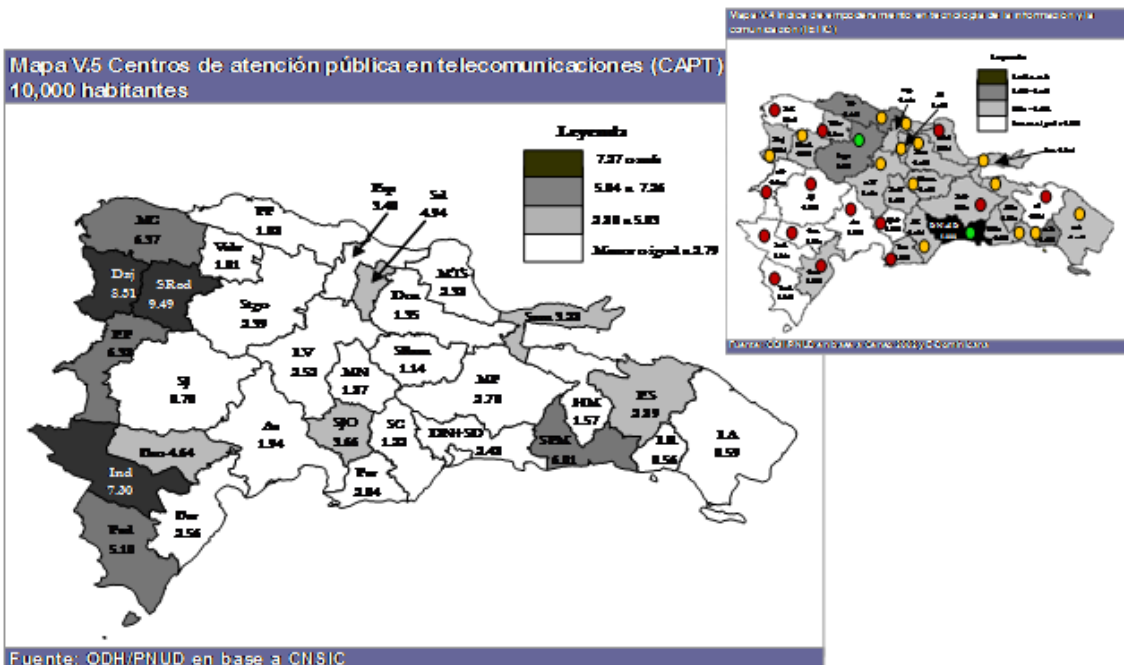
Figura 25: Relación IETIC, IEE, IEED (interpretación de la autora)

Fuente: Mapas y cuadro base. Informe Nacional de Desarrollo Humano 2008

En los mapas de los IETIC e IEED se han colocado marcadores que representan el IEE conforme los siguientes criterios: verdes para aquellas provincias que presentan valores iguales o mayores a 0.700, amarillos para los valores

comprendidos entre 0.400 y 0.699 y rojos para los valores iguales o menores a 0.399. Pueden observarse coincidencias entre las provincias con valores bajos en sus índices de empoderamiento económico, educativo y de TIC, especialmente las zonas sur, considerada la del segundo más bajo Índice de Empoderamiento Humano, IEH (0.399) y el más bajo Índice de Empoderamiento Humano Individual, IEHI (0.210). Lo mismo ocurre con provincias como el Distrito Nacional (Ciudad de Santo Domingo) y Santiago, las cuales presentan los mayores IEE y IETIC, lo cual permite relacionar la brecha social y económica con la brecha digital.

De acuerdo al Informe Nacional de Desarrollo Humano (PNUD, 2008), los CAPT presentan todavía grandes desafíos que garanticen su mantenimiento. Los siguientes mapas permiten relacionar la presencia de CAPT en las diferentes provincias, el IETIC<sup>37</sup> y el IEE<sup>38</sup>.



**Figura 26:** CAPT por 10,000 habitantes. **Fuente:** Informe Nacional de Desarrollo Humano 2008.

Provincias como Monte Cristi, Espaillat, Pedernales cuentan con cinco (5) o más CAPT por cada 10, 000 habitantes y sus IETIC corresponden al menor rango, al igual que el IEE. Otras, como Puerto Plata y Santiago, cuentan con menos de tres (3)

<sup>37</sup> Índice de Empoderamiento de Tecnologías de Información y Comunicación

<sup>38</sup> Índice de Empoderamiento Económico

CAPT por cada 10,000 habitantes, sus IETIC corresponden al segundo nivel más alto, siguiendo al Distrito Nacional y los IEE se encuentran en los niveles alto y medio. Como se indica en el informe, es necesario lograr una mayor coordinación en las intervenciones públicas, con los gobiernos locales y garantizar la sostenibilidad financiera y equidad territorial de los CAPT.

En la última década, una importante cantidad de iniciativas han sido llevadas a cabo. Los logros han sido tan significativos como insuficientes y aun los indicadores de acceso, apropiación, empoderamiento, formación, actividad comercial, en fin y desarrollo humano apoyado en las TIC revelan las brechas e inequidad que caracterizan la sociedad dominicana.

Por tanto, se requiere fortalecer el desarrollo sistemático de iniciativas prácticas que contribuyan a generar mayores ingresos, organizar la producción y la participación en redes sociales con fines culturales, formativos y económicos (emprendimiento, pymes, cooperativas, negocios electrónicos), promoviendo un desarrollo humano integral en las comunidades impactadas. Ello implica contar con recursos humanos capacitados para el logro de estos propósitos. Precisa el desarrollo de la voluntad y la capacidad para una articulación efectiva que haga de la unión y el conocimiento la fuerza que impulsa la evolución.



## CAPÍTULO III: LAS REDES SOCIALES (RS) EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (SIC)

Este capítulo tiene como propósito describir las características y situación actual de las redes sociales en el contexto particular de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, entendidas como espacios alternativos para la vinculación, la participación y el empoderamiento personal, social, profesional y económico de los ciudadanos, desde una perspectiva integradora y universal atendiendo a la diversidad.

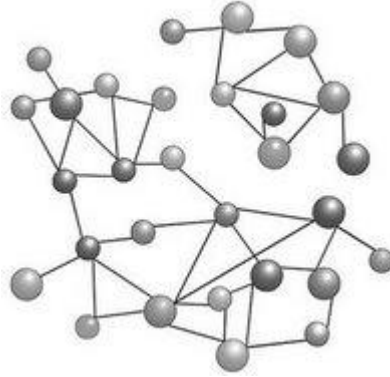
### 3.1 NATURALEZA Y DINÁMICA DE LAS REDES SOCIALES (RS) EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (SIC)

Desde su generalización, las redes sociales, tales como MySpace, Facebook, Cyworld, han atraído a millones de usuarios, que las han integrado a su diario vivir. Este fenómeno, que emerge en la dinámica misma de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC, se ha construido en objeto de estudio desde diferentes perspectivas, lo que ha permitido reconocer sus regularidades y rasgos específicos. El estudio de las redes sociales de emprendimiento y sus efectos potenciales en el desarrollo humano, requiere del análisis previo de las redes sociales desde su perspectiva ontológica, social y tecnológica.

**Definición.** En el sentido estricto, las redes sociales alude a una estructura que puede ser representada en forma de uno o varios grafos, donde los nodos representan individuos (*actores*) y las aristas expresan las relaciones entre ellos intercambios financieros, amistad, relaciones personales, profesionales, entre infinidad de opciones. (Ver figura 27).

De acuerdo a M. Rizo (2005), las RS son sistemas abiertos y horizontales, que aglutinan a conjuntos de personas, las cuales se identifican con las mismas necesidades y problemáticas. Se erigen como una forma de organización social que permite a un grupo de personas potenciar sus recursos y contribuir a la resolución

de problemas. Lejos de homogenizar, su lógica se orienta a organizar a la sociedad en su diversidad.



**Figura 27:** Representación de Redes sociales

Fuente: [http://bp2.blogger.com/\\_Sud9MHBN8y4/RXgk3C8gWai/AAAAAAAAAF0/TIEv5ooKqQA/s1600-h/Red3.jpg](http://bp2.blogger.com/_Sud9MHBN8y4/RXgk3C8gWai/AAAAAAAAAF0/TIEv5ooKqQA/s1600-h/Red3.jpg)

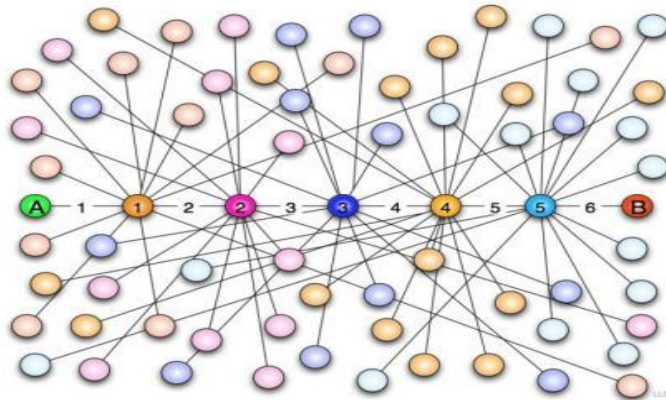
G. Aruguete (2001), describe las redes sociales como formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. De acuerdo a C. Lozada (1996), una red social es un conjunto bien definido de actores- individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, - que están vinculados unos a otros a través de una o un conjunto de relaciones sociales.

En términos generales, el concepto de red se utiliza para hacer referencia dos tipos de fenómenos: 1) todo lo conjunto de interacciones que se dan de forma espontánea y 2) las redes pretenden organizar esas interacciones espontáneas con un cierto grado de formalidad, en el sentido de establecer intereses, problemáticas, preguntas y fines comunes. (M. Rizo, 2005)

A partir de estas ideas fundamentales que definen las redes sociales, los paradigmas y cambios tecnológicos que emergen en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC, han incorporado nuevos elementos a su definición. En la actualidad se entiende como redes sociales los servicios web que agrupan

comunidades de individuos que comparten características comunes y que se interrelacionan entre sí a través del sistema web creando nuevas relaciones grupales. En G. Hogben- ENISA<sup>39</sup>, se define las RS como una poderosa mezcla de instintos humanos sociales y tecnología Web 2.0.

**Las Redes Sociales y la Teoría de los Seis Grados de Separación.** En 1929, el escritor húngaro Frigyes Karinthy, en su historia *Chains*, refiere este concepto por vez primera. El psicólogo Stanley Milgram, de la Universidad de Harvard, lo formula como en 1967. La misma intenta probar que cualquiera persona en la Tierra puede estar conectada a cualquier otra mediante una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios y seis enlaces. Plantea que el número de personas conocidas crece exponencialmente con el número de enlaces de la cadena, por lo que una pequeña cantidad de enlaces bastan para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera.



**Figura 28:** Enlaces de la Teoría de los Seis Grados de Separación.

Fuente: <http://elkortxo.es/blog/wp-content/uploads/2008/05/seis-grad0s-de-separacion.png>

En 1969, Stanley Milgram y Jeffrey Travers se proponen probar la teoría y piden a 300 personas en Nebraska, enviar una carta a alguien de Boston, mediante conocidos. Cada amigo representaba un grado de separación, el amigo de éste dos grados, y así sucesivamente. Las cartas que llegaron a sus destinatarios pasaron, en

<sup>39</sup> European Network and Information Security Agency.

promedio, por solo 6,2 grados de separación. Recientemente, un equipo de investigadores, contratado por Microsoft, estudió 30.000 millones de mensajes instantáneos enviados por 240 millones de personas en junio de 2006 y estableció que, en promedio, dos personas pueden ser vinculadas en 6,6 etapas<sup>40</sup>.

**Características.** M. Rizo, (2005) señala que red tiene ciertas características estructurales, las cuales se refieren a su tamaño, composición, dispersión, homogeneidad y heterogeneidad, organización por nodos y horizontalidad, características formales de una red. Cuentan al menos con tres dimensiones: la espacial, que haría referencia a su densidad; la temporal o de continuidad; y, por último, la estructural, que se correspondería con el grado de intensidad en que se relacionan entre sus integrantes.

Las redes sociales en la SIC, se caracterizan por su gran diversidad y cantidad, por la multiplicidad de motivaciones e intereses que las articulan y por las diferentes poblaciones que en ellas converge. Esta diversidad alcanza el ámbito tecnológico de las redes: las herramientas de comunicación y la manera en que incorporan la información, (conectividad, blogging, y fotos y videos compartidos, entre otras). La proliferación, de las RS, sus usos y potencialidades están asociados a los nuevos desarrollos que han propiciado el tránsito del internet como lugar de navegación hacia un espacio de convergencia, articulación e inclusión.

En la actualidad, existen miles de redes sociales, las cuales dan soporte una amplia variedad de prácticas, intereses. D. Boyd y N. Ellison (2007) identifican como elemento clave en una red virtual social, su cualidad de servicio web capaz de habilitar a los usuarios para:

- construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado,
- articular una lista de otros usuarios con los cuales comparte una conexión y

---

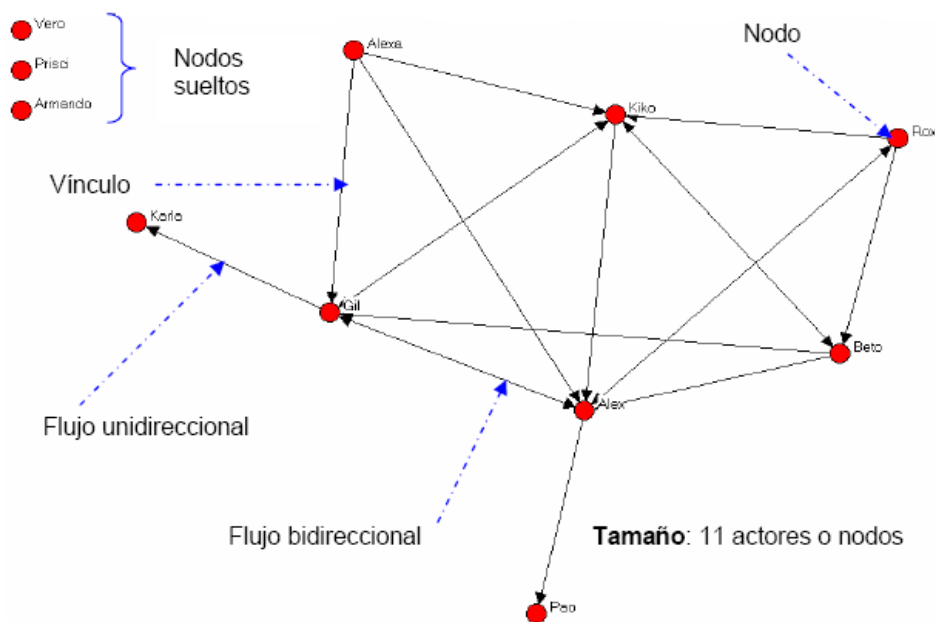
<sup>40</sup> Ver: "Internet confirmaría la teoría de los 'seis grados de separación'".

<http://actualidad.terra.es/sociedad/articulo/internet-confirmaria-teoria-grados-separacion-2668705.htm>

- visualizar y extender su lista de conexiones y otras confeccionadas por usuarios otros dentro del mismo sistema. La naturaleza y nomenclatura de esas conexiones varía de una red a otra.

**Estructura.** Las redes sociales son sistemas complejos, las cuales cuentan con los siguientes elementos básicos (O. Velázquez y N. Aguilar 2005: 3):

- Nodo o actores: Personas o grupos que se encuentran en torno a un objetivo.
- Vínculo: Son los lazos que existen entre dos o más nodos.
- Flujo: Indica la dirección del vínculo, que puede ser dirigido (unidireccional) o mutuo (bidireccional), de uno a uno, de uno a muchos y de muchos a muchos.



**Figura 29.** Elementos básicos de una red de amistad.  
**Fuente:** Manual Introductorio al Análisis de Redes Sociales.

Al igual que otras formas de comunicación mediada por computadoras, las redes sociales propician el contacto entre desconocidos. Su estructura les permite habilitar a los usuarios para articularse y hacer su red visible. En este proceso se da lugar a conexiones entre individuos que de otra manera probablemente no habrían entrado en contacto. No obstante, la principal fuente de mantenimiento de

las redes sociales lo son redes previas y, como señala C. Haythrnthwaite (2005), con frecuencia, los encuentros en las redes sociales acontecen a partir de “lazos latentes”, personas que comparten algún tipo de conexión fuera del espacio virtual.

**Población.** Las redes sociales en la SIC definen su población objetivo conforme a criterios diversos: algunas atienden las preferencias de audiencias diversas, mientras otras atraen a personas que comparten rasgos comunes, tales como lengua, religión, nacionalidad, preferencia política, entre otros. En términos de la composición de la población que se integra a las redes sociales, las edades oscilan alcanzan rangos menores de 14 años y mayores de 70.

En términos de género, el reciente estudio realizado por la compañía norteamericana RapLeaf<sup>41</sup> (especializada en ofrecer servicios de búsqueda sobre gente en la redes sociales) con una muestra de más de 40 millones de usuarios, el 90% residentes en los Estados Unidos, que integran 15 de las redes sociales de gran alcance, indica que la población femenina que participa de redes sociales supera a la masculina.

GENERO	POBLACION
Total de Usuarios de las Redes Sociales	71,423,687
Mujeres	34,708,945
Hombres	30,608,093
No especificado	6,106,648

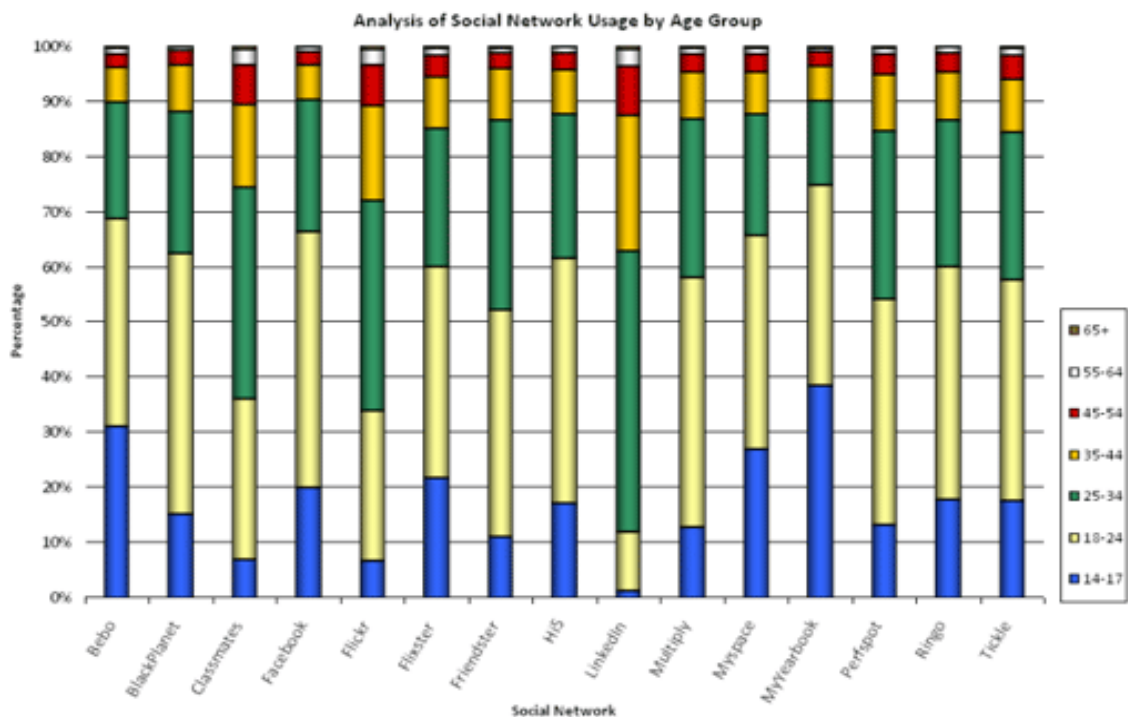
**Figura 30:** Composición por género de las redes sociales Bebo, Blackplanet, Classmates, Facebook, Flickr, Flixster, Friendster, Hi5, LinkedIn, Multiply, Myspace, MyYearbook, Perfspot, Tickle. **Fuente:** RapLeaf

<sup>41</sup>RapLeaf: <http://business.rapleaf.com/index.html>

Ver Bibliografía: RapLeaf (2008): [http://business.rapleaf.com/company\\_press\\_2008\\_06\\_18.html](http://business.rapleaf.com/company_press_2008_06_18.html)

Según el estudio, la población de mujeres sobrepasa los 24 millones, contra 2º millones y medio de hombres. En dicho estudio, casi 4 millones quedaron sin especificar. Llama la atención que sólo en la red profesional LinkedIn, se observó un marcado predominio de la población masculina respecto a la femenina (mujeres: 1,355; hombres: 3,379; no especificados: 402).

Algunas tendencias reveladas indican que las jóvenes empiezan más pronto a usar las redes sociales que los varones, con mayores niveles de participación en los rangos de edad de de los 14 a los 34 años (las más acentuadas en los rangos 14-17 y 18-24). A partir de esa edad prevalece ligeramente la población masculina.



**Figura 31:** Composición de las redes sociales por edades.  
**Fuente:** RapLeaf

**Dinámica.** Wellman (citado en Lozada, C., 1996), establece como uno de sus principios que el mundo está compuesto de redes, no de grupos. En las redes sociales, todo actor social participa en un sistema social que implica otros actores que son puntos de referencia significativa en las decisiones mutuas.

Lozada explica que las relaciones que un actor mantiene con otros pueden afectar a las acciones, percepciones y comportamientos del actor focal. La distribución desigual condiciona tanto la cooperación, lo que implica colaboración entre individuos, como la competencia, lo que implica conflicto. Ello explica la naturaleza dinámica de las redes, ya que la estructura del sistema se modifica conforme a las pautas cambiantes de la coalición y el conflicto. En este proceso de desequilibrio y homeostasis, las redes sociales requieren de procesos de autogestión y autonomía, los que a su vez implican auto organización, auto diagnóstico y autoevaluación.

En lo que refiere a la dinámica de las redes sociales en la SIC, D. Boyd y N. Ellison (2007) explican cómo las redes sociales implementan una gran variedad modos y medios de actuación, pero en general presentan un eje de articulación: el sistema de perfiles visibles vinculados a una lista de amigos, usuarios del sistema.



**Figura 32:** Página básica de redes sociales (adaptación de página comercial)

Consisten en páginas únicas, en las que se auto configura una identidad, el perfil, generados a partir de cuestionarios de ingreso a la red que incluyen data personal: edad, ubicación, intereses, fotos. La visibilidad y accesibilidad de los perfiles varía conforme a criterios definidos por cada red social y por los usuarios.



Las redes sociales motivan a sus usuarios a identificar amigos e invitar a otros. La exhibición pública de las conexiones es un componente crucial. La lista de amigos contiene enlaces al perfil de cada contacto, lo que permite a los espectadores recorrer el gráfico de la red a través de la listas de amigos, visibles para cualquier persona en la mayoría de las redes sociales actuales. Otro servicio ofertado es la colocación de mensajes o etiquetas en el perfil de los amigos, correo electrónico, fotos o vídeos, mensajería instantánea y acceso por teléfono móvil.

Algunas redes dirigen su quehacer a grupos específicos, conforme a criterios étnicos, lingüísticos u otros tan particulares como la red social para perros (Dogster) y gatos (Catster), aunque sus propietarios deben gestionar sus perfiles.

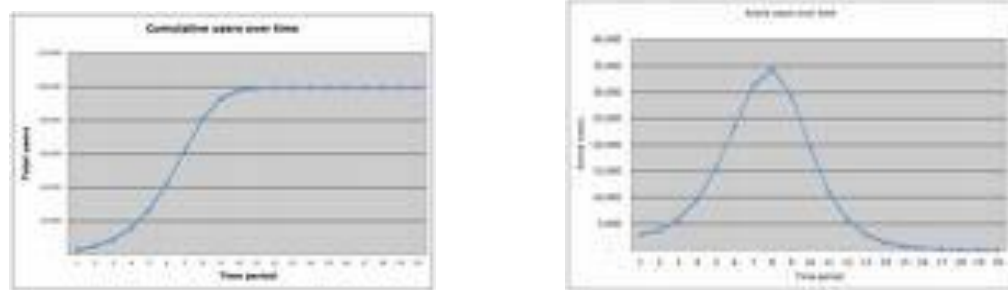


**Figura 33:** Página Red Social “Sociedad y Tecnología”  
**Fuente:** [blog.cicei.com/erubio/files/2007/11/redsocial.jpg](http://blog.cicei.com/erubio/files/2007/11/redsocial.jpg)

Las redes sociales y sus plataformas con frecuencia están diseñados para ser ampliamente accesibles y tienden a atraer poblaciones homogéneas. A la vez permiten alojar grupos que prefieren segregarse conforme a otros intereses comunes (p.e. grupos académicos dentro de redes de amigos, grupos familiares, entre otros).

En los procesos de interacción dados entre los miembros de redes sociales, se observan distintos niveles participación, involucramiento y profundidad. En la última década, las RS han constituido espacios para comunicar y construir ideas y para originar procesos abiertos. En esta dinámica es imprescindible desarrollar un discurso, unas herramientas y una visibilidad que permitan a los miembros de la red entender por qué, qué y a quién está dirigida la acción que desde ella se propicie. En ese sentido, D. de Ugarte (2007), refiere el término de “ciberactivismo”, “ciberturbas” y presenta como ejemplo movilizaciones sociales acaecidas en los últimos años, sustentadas en esta práctica.

El desarrollo y fortalecimiento de las redes sociales ocurre principalmente a partir de fenómenos conocidos como “crecimiento viral” (se concentra en el número de instalaciones, invitaciones forzadas, se propaga como epidemia) y “crecimiento orgánico” (invitaciones con sentido, buscan permanencia, nutren a los usuarios, propician buenas experiencias).



**Figura 34:** Tendencias del crecimiento orgánico y el crecimiento viral, respectivamente.

**Fuente:** <http://img412.imageshack.us/img412/618/cumusersge6.png>

Estos se generan luego que un usuario invita a sus amigos a formar parte de su comunidad se repite de manera continua abarcando un número mayor de usuarios que se conectan con otros subiendo sus fotos y brindando información sobre ellos que luego exponen en estos sitios y que a la larga puede suponer un riesgo que puede llevar a violar nuestra privacidad.

**Funciones.** Las sociales redes cumplen funciones muy diversas. De acuerdo a J. Dürsteler (2003), las mismas cumplen con las siguientes funciones básicas:

- Facilitar la presencia, visibilidad de sus miembros.
- Consolidar la identidad o filiación de los participantes.
- Propiciar la interacción entre los participantes.
- Incentivar la comunicación que tiene lugar entre ellos.
- Promover espacios para la construcción colectiva de conocimiento.

Algunas redes sociales tienen como función ser proveedoras de compañía y apoyo (la familia, amigos), otras proveen información y conocimiento (redes académicas, profesionales) y están aquellas que cumplen la función de servicio a la comunidad. En este caso, las redes se construyen con base a los valores de solidaridad, respeto y búsqueda de una mejor calidad de vida (M. Rizo, 2005). El rol social de las redes en el internet es importante en la compleja sociedad, en la cual cumple una función articuladora y de inclusión, reconocimiento, reputación (a mayor cantidad de amigos, mayor reputación). Poco a poco, las redes sociales se constituyen en espacios de apoyo a la formación y al desarrollo empresarial y de negocios.

**Campos de Estudio.** Las redes sociales son materia de estudio de la Teoría de Redes Sociales, cuyos orígenes se pueden remontar a los años 30 y 40 del siglo XX y ha recibido influencias de la antropología, de la psicología, de la sociología y de la matemática. El Análisis de Redes es un área de estudio que toma impulso a partir de los años 60, el cual permite estudiar las redes sociales, su naturaleza e impacto. Consiste en un conjunto conceptual y de métodos descriptivos, estructurales y predictivos desarrollado con el fin de determinar cómo los actores están conectados unos a otros en las diversas situaciones en las que son observados, desde una perspectiva más cualitativa que cuantitativa.

La era de la información y la comunicación ha ampliado el rango de intereses sobre las redes sociales, en especial para las disciplinas, incluidas vinculadas al desarrollo de herramientas tecnológicas que dan soporte al desarrollo de las redes sociales en línea, asistidas por varios dispositivos de acceso (ordenador, teléfono móvil) y por el mundo de los negocios, a fin de potenciar su valor en el ámbito económico.

### 3.2 TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) Y REDES SOCIALES (RS): APLICACIONES

---

Abordar los aspectos tecnológicos relativos a las redes sociales en la SIC, supone entenderlas como expresión de la evolución experimentada por las TIC en los últimos años, en especial el fenómeno denominado Web 2.0, el auge del networking y el uso intensivo de la telefonía móvil (celulares). Este análisis permite identificar elementos relevantes para la configuración de redes sociales de emprendimiento, sustentada en la articulación y el trabajo colaborativo.

**La Web 2.0 y sus dimensiones fundamentales.** El Internet puede ser descrito como un sistema complejo en constante evolución, en la cual los servicios Web 2.0 juegan un importante rol. Las particularidades de esta versión actualizada de la web, están referidas a su funcionalidad y su capacidad de socialización. La misma está basada en las tecnologías 2.0, construidas para facilitar la inclusión, el uso de información y conocimiento de muchas personas, así como sus redes personales. La mezcla de flujos socialización, contribución del usuario, creación y compartición de la información, son factores diferenciadores sus servicios. L. Joyanes (2008) la describe como una filosofía de uso de las TIC a partir de la visión compartida de su comunidad de usuarios.

La Web 2.0 se fundamenta la concepción de la web como un espacio universalmente abierto, el desarrollo de contenido de fácil publicación, la sencillez y usabilidad, la web como plataforma, el uso de formato, la sindicación (RSS)<sup>42</sup>, las API <sup>43</sup>, tecnologías interactivas (AJAX, XML, Flax, entre otras), la creación de redes sociales, wikis y el sentido de construcción continua -beta perpetua (L. Joyanes, 2008). Desde la perspectiva de la complejidad, ello refiere a una cualidad auto organización y autopoiesis<sup>44</sup>, de comportamiento fractal<sup>45</sup> y carácter evolutivo.

---

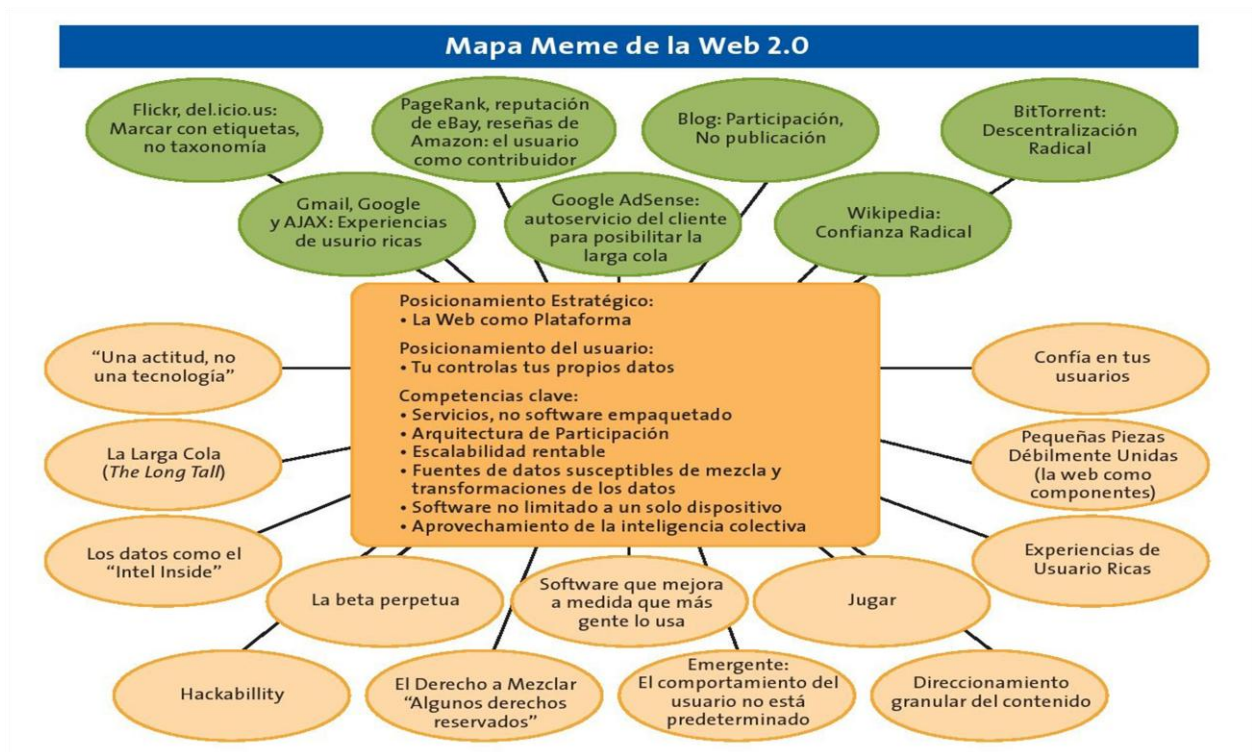
<sup>42</sup> Real Simple syndication, considerado el "pipe" o pegamento del Internet para crear servicios. (R. Gamero, 2008)

<sup>43</sup> Application Programming Interface

<sup>44</sup> El fractal constituye un concepto clave dentro del paradigma de la complejidad y la teoría del caos. En términos matemáticos, un fractal es un objeto geométrico cuya estructura básica se repite en diferentes escalas, lo que le confiere la cualidad de "autosemejanza" o "simetría de escalas". Por tanto, el objeto en cuestión ofrece el mismo aspecto observado a distintas escalas, siendo una parte de él semejante al total. (Subias, 1991). En muchos casos los fractales pueden ser generados por un proceso recursivo o iterativo capaz de producir estructuras autosimilares independientemente de la escala específica. Los sistemas sociales complejos acusan una naturaleza que refiere a la cualidad de autosemejanza de los fractales, lo que la autora ha denominado "comportamiento fractal de los sistemas sociales". Este comportamiento se

T. O'Reilly (2006), figura principal en la conceptualización y generación de la Web 2.0, organiza estas ideas clave en siete principios que sustentan este desarrollo

1. *La Web como plataforma.* Como muchos conceptos importantes, Web 2.0 no tiene una clara frontera, sino más bien, un núcleo gravitacional. Puede visualizarse como un sistema de principios y prácticas que conforman un verdadero sistema solar de sitios que muestran algunos o todos esos principios, a una distancia variable de ese núcleo (idem: 1)



**Figura 35:** Mapa Meme<sup>46</sup> de la Web 2.0 como plataforma – **Fuente:** Joyanes, 2008.

observa en el continuo sistémico sociedad-institución-individuo y desde lo dimensional en los conceptos de cultura y conocimiento. N.A

<sup>45</sup> En su obra “De máquinas y seres vivos” (1994), explican la **autopoiesis**, cualidad propia de sistemas abiertos cuya función esencial es la de *reproducirse a sí mismo de forma recurrente* (comportamiento fractal). Esta teoría refiere exclusivamente fenómenos de la naturaleza viva, mas resulta interesante observar la realidad social a partir de sus principios. NA.

<sup>46</sup> Meme: Es un neologismo inventado por Richard Dawkins por su semejanza fonética al término gen (en inglés) y que se refiere a la información mínima acumulada en nuestra memoria y captada generalmente por imitación (mimesis), por enseñanza o por asimilación). R. Johnson (2007) <http://webdosceros.blogspot.com/2007/08/vamos-repasando-es-esto-web-20.html>

En este principio es imprescindible reconocer que 1) el valor del software es proporcional a la escala y al dinamismo de los datos que ayuda a gestionar; 2) es necesario hacer uso del autoservicio del cliente y de la gestión de datos algorítmica para llegar a toda la web, a los extremos y no sólo al centro, a 'la larga cola' (*'the long tail'*) y no sólo a la cabeza y 3) el servicio mejora automáticamente cuanto más gente lo use.

2. *Aprovechar la inteligencia colectiva:* En ello, señala que las externalidades de red derivadas de las contribuciones del usuario son la clave para el dominio del mercado en la era de la Web 2.0. Por lo tanto, es necesario aprovechar la sabiduría de las masas a través de una arquitectura de la participación.
3. *Los datos son el siguiente "Intel Inside"*<sup>47</sup>. A partir de la reflexión acerca de la propiedad de los datos (¿Quién es el dueño de los datos?), se llega a la conclusión, que la capacidad de actuar con relevancia se centra en poseer ciertas clases de datos clave: localización, identidad, agenda de acontecimientos públicos, identificadores de producto y espacios de nombres, entre otras.
4. *El fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software.* una de las características que definen al software de la era Internet es que se entrega como un servicio, no como un producto. De ello deriva que las operaciones deben convertirse en una competencia central de la compañía, el software dejará de funcionar a menos que se mantenga diariamente y los usuarios deben ser tratados como co-desarrolladores.
5. *Modelos de Programación Ligeros.* Lo que supone el apoyo a los modelos de programación ligeros que permiten sistemas débilmente acoplados, basados en sindicación, no en coordinación, con la idea de diseñar para ser '*hackeados*' y '*remezclados*' y promover la innovación en el ensamblado.
6. *El software no limitado a un solo dispositivo,* (datos proporcionados por múltiples ordenadores, el teléfono, el coche, entre otros) lo que introducirá los mayores cambios, a medida que más y más dispositivos se conecten a la nueva plataforma.

---

<sup>47</sup> En la actualidad el sello de microprocesadores "*Intel Inside*" es reconocido como un elemento de valor en un computador. Esta metáfora refiere a la importancia de la información como valor agregado consustancial al uso de las TIC y la Web 2.0. N. A.

7. *Experiencias Enriquecedoras del Usuario*. En ese sentido señala que las compañías que tengan éxito crearán aplicaciones que aprendan de sus usuarios, usando una arquitectura de participación para construir una abrumadora ventaja derivada no sólo de la interfaz software, sino de la riqueza de los datos compartidos (Idem:3).

R. Gamero (2006) identifica como aportes relevantes de las tecnologías 2.0: los siguientes elementos: 1) haber incorporado las características de usabilidad y diseño de las aplicaciones que tradicionalmente funcionaban sobre el sistema operativo del PC; 2) la transformación en la manera en la que se crean, se distribuyen y se consumen los contenidos, procesos en los cuales los usuarios participan en forma activa, se organizan en redes sociales y trabajan sobre información generada por ellos mismos (Social Media)<sup>48</sup>.

Esta autora resalta que los servicios Web 2.0 son más amigables gracias a su carácter modular, que permite a los sitios web conectar sus servicios entre sí en forma interactiva. Su arquitectura, construida en forma participativa, consiste en módulos o fragmentos de aplicaciones acoplados entre sí de manera independiente, los mashups<sup>49</sup>. Estas características posibilitan su evolución y mejora constante, aportan mayor flexibilidad y reduce los riesgos de conflicto al cambiar los módulos. Los programas son concebidos como servicios y su actualización permanente.

**Características los servicios Web 2.0.** En la actualidad, la web aporta a comunidades de intereses y propósitos diversos, servicios tales como a) creación, gestión, actualización y compartición de contenidos de modo colaborativo, b) servicios y procedimientos de actualización automáticos y c) servicios de construcción como *ratings*, votaciones y similares. Los mismos se ofrecen en formatos diferentes:

- *Plataformas/Herramientas*: Directorios o centrados en la tecnología (p.e, blogs o blogs móviles, wikis)

---

<sup>48</sup> Término anglosajón con el que suele designarse el fenómeno del ciudadano que aporta contenidos a la web. N.A.

<sup>49</sup> Mashup es un sitio web que accede a datos o servicios de terceros y los combina (J. López, 2008)

- *Colaboración en línea*: planificación de tiempos, gestión de flujos de procesos en líneas (brainstorming en línea) o proporcionar aplicaciones en línea (procesos de texto en línea, Writely)
- *Servicios de comunidad* (Redes sociales, Compartición de conocimiento, Grupos de interés)

De acuerdo a T. O'Reilly (2006: 3), las principales características de estos servicios, competencias clave de las compañías Web 2.0, son las siguientes:

- Concepto de servicio, no tanto de software empaquetado, con escalabilidad rentable.
- Control sobre fuentes de datos únicos y difíciles de replicar que se enriquecen a medida que más gente las utiliza.
- Confianza en los usuarios como co-desarrolladores. Usuario innovador.
- Procesos descentralizados y distribuidos.
- Etiquetado colectivo y colaborador de la información (folkosomías).
- Explotación de *"the long tail"* (la larga cola) mediante el autoservicio del cliente.
- Software no limitado a un solo dispositivo.
- Interfaces de usuario, modelos de desarrollo y modelos de negocio ligeros.
- Orientación social y colaboradora. Aprovechamiento de la *inteligencia colectiva*.

**El concepto de Inteligencia colectiva.** Puede considerarse que uno de los principales objetivos de los servicios de la Web 2.0 maximización de la inteligencia colectiva de los participantes. De acuerdo a, L. Joyanes (idem), es posible entender la inteligencia colectiva como el conocimiento que está distribuido en un grupo, el cual emerge, se combina y construye nuevos saberes cuando la interacción entre los usuarios se organiza y alcanza algún nivel de formalidad para tales fines, lo que permite su maximización.

La inteligencia colectiva se sustenta en el intercambio interactivo de información, la transparencia del proceso de creación y compartición de la información y el desarrollo y el mantenimiento continuo de la opinión de los grupos, la cual se



construye y se acepta en forma autoregulada por la comunidad misma ( p.e. En LinkedIn, red profesional y de negocios, es importante la opinión de los amigos para la contratación o y enlaces).

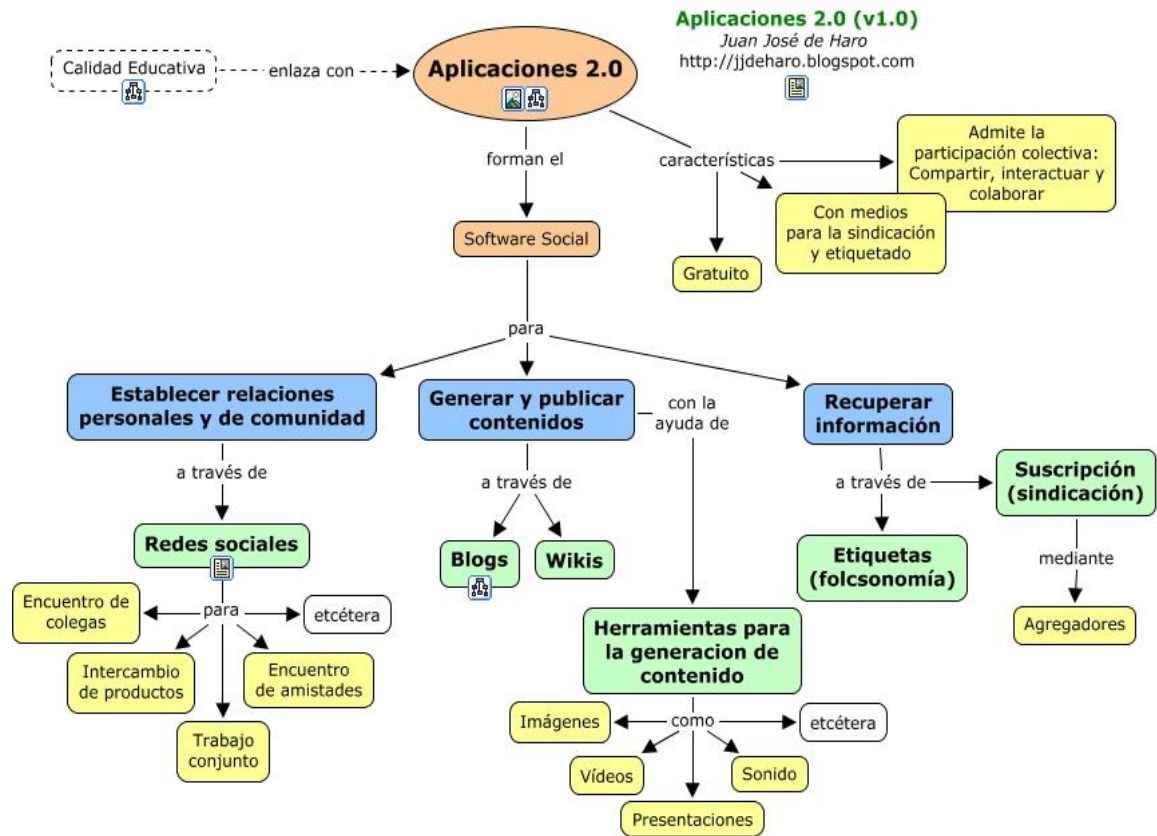


Figura 36: Aplicaciones Web 2.0 (Educación)

Fuente:

[http://cmapspublic2.ihmc.us/servlet/SBReadResourceServlet?rid=1199391699483\\_6817024\\_9065&partName=htmljpeg](http://cmapspublic2.ihmc.us/servlet/SBReadResourceServlet?rid=1199391699483_6817024_9065&partName=htmljpeg)

**Espacios emergentes en la Web 2.0.** Como resultado de esta nueva forma de convivir y actuar en la web, surgen espacios, modos y medios alternativos de interacción, tales como:

- los blogs – bitácora- y la blogósfera –red de bitácoras-, sitios web basados en sistemas personales, automáticos, autónomos y sencillos de publicación, que recopilan textos de uno o varios autores en forma cronológica, los cuales “al extenderse, han permitido el nacimiento del primer gran medio de comunicación distribuido, de la historia: la blogsfera, un entorno informativo en

el que se reproducen los presupuestos, las condiciones y los resultados del mundo pluriárquico” (D. de Ugarte, 2007:44).

- *el podcasting*, para la creación de archivos de audio para colocarlos en Internet, de modo que estén al alcance de todas las personas. (Trumix.com)
- *bookmarking social o folksonomías*, nuevo paradigma de clasificación de la información, que permite a las personas crear etiquetas (tags) para guardar y categorizar todo tipo de contenidos o enlaces. Los usuarios pueden compartir sus selecciones, lo que genera nexos entre ellos (A. Estalella, 2004), (Flirk, Tagzania, Genielab, Tagclaud, entre otros).
- *nuevas formas de edición – los wikis*: sistema que permite la creación y edición de contenido en forma colaborativa, facilita su intercambio y su revisión, como Wikipedia.
- *las redes sociales* (Xing, LinkedIn, Facebook, entre otras) espacios para el intercambio de información y generación de relaciones, campo de estudio de la presente investigación. Las RS se vinculan al *networking*, término utilizando para referir la actividad de “hacer contacto”, en especial para el ámbito de negocios.
- El móvil internet (MI), que permite el acceso a la información desde el teléfono móvil.

Redes Sociales en la SIC y Networking. En general, ambos conceptos son utilizados como sinónimos, también se ha encontrado literatura que establece diferencias entre ambos conceptos. El término de networking es cada vez más aplicado a una nueva forma de hacer negocio, mercadear los productos y entrar en contacto con infinitud de clientes potenciales. Para las investigadoras D. Boyd y N. Ellison (2007), existe una frontera clara entre las redes sociales y *el networking* señalando que la principal diferencia entre ambos conceptos se refiere a su énfasis y alcance. En el caso del networking, tiene que ver principalmente con la iniciación de una relación, la búsqueda de contactos, a menudo entre desconocidos.

Es posible que se derive de ello una red social, pero esta fase en la vinculación de las personas utilizando herramientas TIC y recursos web.2, es común a otras formas de comunicación mediada (blogs, wikis, entre otros). En el caso de las redes sociales, señalan que su cualidad esencial trasciende la búsqueda de conexiones con desconocidos, sino integrar y hacer visibles sus redes, las cuales en muchas ocasiones se construyen a partir de vínculos previos (Haythornthwaite, 2005).

<b>REDES SOCIALES EN LA SIC</b>	
<b>Estadísticas Web 2.0-(2-03-07-22-02-08)</b>	
<b>Web 2.0</b>	- 734.000.000 / 90.000.000 enlaces en GOOGLE - 535.000.000 / 1.660.000.000 enlaces en Yahoo! - 39.284.990 / 116.000.000 enlaces en Live
<b>Networking</b>	- 230.000.000 / 422.000.000 enlaces en Google - 314.000.000 / 1.380.000.000 enlaces en Yahoo! - 32.225.371 / 55.000.000 enlaces en Live / MSN
<b>Redes Sociales</b>	- 558,000 Google - 13,000.000 Yahoo!

**Figura 37:** Estadísticas Web 2.0 - **Fuente:** L. Joyanes (2008)

Redes Sociales y Telefonía Móvil. La telefonía móvil constituye uno de los desarrollos tecnológicos que cuenta con la más vertiginosa y global implantación. De acuerdo a los reportes del Banco Mundial <sup>50</sup> para el año 2000, el uso de la telefonía móvil superaba la conectividad vía ordenador en más de 100 países. En M. Aguado, I. Martínez (2006) la telefonía móvil constituye una tecnología comercial masificada a través de su uso social. Además ser un fenómeno tecnológico y económico, su impacto ha trascendido a la esfera sociocultural, con la generación de una “cultura móvil”. La integración del acceso a Internet desde el teléfono móvil, ha convertido este recurso en una plataforma cada vez más utilizada en las redes sociales.

Estos autores sostienen, que el surgimiento de RS sustentadas en telefonía móvil es expresión de la transformación de esta tecnología como medio de interacción para

<sup>50</sup> World Telecommunication Development Report 2002

convertirse en un medio de consumo cultural y de contenidos. El papel de la imagen digital, junto con la conectividad entre dispositivos y la capacidad de producir, manipular y difundir contenidos constituye un factor decisivo que, de hecho, articula los recientes desarrollos de productos y servicios (dispositivos y software, servicios de gestión, almacenamiento y acceso).

Una de las informaciones más relevantes del año 2008, relativa al uso de la telefonía móvil en las redes sociales, refiere al estudio de Nielsen Mobile<sup>51</sup> - filial de The Nielsen Company - realizado en España, Francia, Alemania, Italia, Reino Unido y Estados Unidos, en el cual se asegura que un promedio del 30% de los usuarios de telefonía móvil son usuarios de redes sociales y utilizan ese medio para tener acceso a sus cuentas.

Las estimaciones aportadas en un estudio realizado por la multinacional italiana Buongiorno<sup>52</sup>, indican que hacia 2012 el número de usuarios de redes sociales registrados en plataformas mediante terminales de telefonía alcanzará los 400 millones de personas en todo el mundo. Esta revolución tendrá como líder a Asia, donde la penetración de las redes de banda ancha móvil y el número de terminales de última generación es muy superior al del resto de continente. Se indica, que el grupo de edad más activo en lo que respecta al acceso a redes sociales desde el móvil es el de los jóvenes entre 18 y 24 años (AECOMO, Actualidad, 2008).

Las redes sociales más populares ofrecen versiones para celular de sus páginas, de forma que se facilita la navegación a través del móvil. Uno de los casos más exitosos lo es la versión para celulares de Cyworld, de la operadora South Korea Telecom, en funcionamiento desde el 2004. Cyworld para móviles recibe 2 millones de visitante únicos por mes (19 millones de usuarios registrados) y 10 millones de dólares de ingreso a finales del año 2006 (Husson, T. 2007).

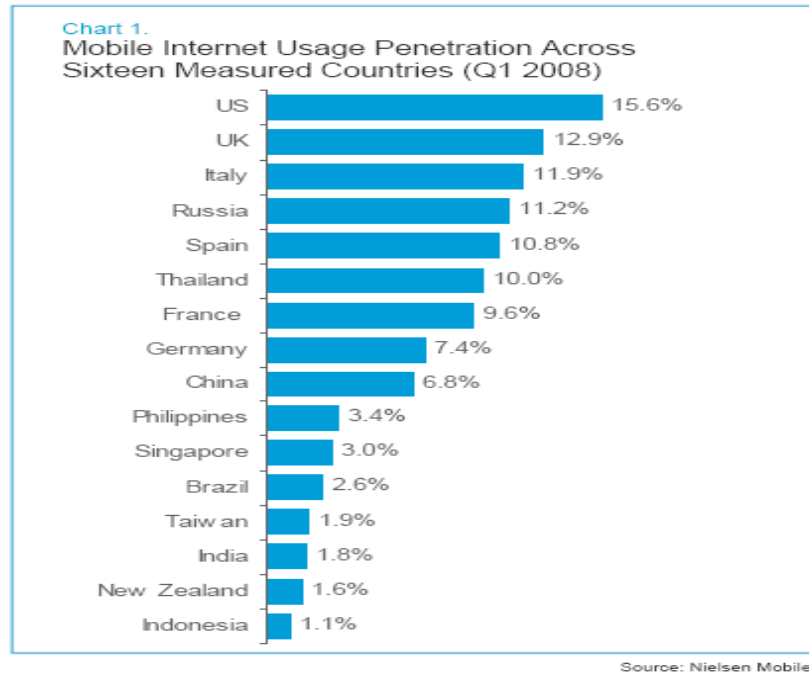
La proliferación de la telefonía móvil ha hecho además que se creen redes sociales a las que se accede exclusivamente con las funcionalidades de los celulares. Es el caso

---

<sup>51</sup>Ver Bibliografía: Nielsen Mobile, 2008

<sup>52</sup> Ver: [www.buongiorno.com](http://www.buongiorno.com)

de Loopt y Dodgeball en los Estados Unidos, diseñadas para utilizarse a través de los teléfonos móviles. La capacidad de determinar posición geográfica a través de la red celular de una persona facilita a los miembros de estas comunidades encontrarse y compartir intereses locales.



**Figura 38:** Penetración del uso del Internet Móvil en 16 países.

**Fuente:** Nielsen Mobile.

El éxito de la telefonía móvil respecto a las redes sociales, radica en aspectos tales como:

- Facilita la conexión permanente, lo que facilita a los usuarios acceder a las comunidades y recibir una notificación inmediata cuando sus afines están accesibles.
- La posibilidad de compartir fotos y vídeos, incrementa la capacidad de crear y acceder a contenidos.

El diseño de redes sociales exclusivas para telefonía móvil enfrenta dificultades a superar, tales como las limitaciones actuales de los estos dispositivos, el estado del arte de los entornos operativos o el acceso a la banda ancha y los costes para el usuario. Por tanto, las redes sociales diseñadas para teléfonos móviles habrán de

centrarse inicialmente en ofertar servicios simples y básicos (alertas, modificación de los perfiles o envío de algunos contenidos, entre otros), hasta alcanzar la capacidad de replicar los servicios y funcionalidades que se ofrecen desde los sitios web para los ordenadores personales

### **Tecnologías informáticas colaborativas y Sistemas de Apoyo al Grupo (GSS)**

El acceso masivo a la información y la posibilidad de construir conocimiento en forma colaborativa ha fortalecido el desarrollo de la voluntad, la capacidad y la identidad de las personas, su empoderamiento e inclusión. Esto ha sido posible, gracias a desarrollos innovadores que facilitan la interacción, el trabajo grupal y posibilitan la construcción colaborativa de conocimiento, base tecnológica de las redes sociales en la SIC.

**Software social.** Las actuales tecnologías, en su naturaleza esencial, responden al concepto *de software social*. I. Amézquita y F. Navarro (2006) lo definen como un conjunto de soportes tecnológicos que permiten a individuos y grupos una interacción basada en la comunicación, la evaluación de la participación, lo que incide en el efecto denominado “reputación digital” y la creación de redes sociales. En esta relación, los actores contribuyen con el mutuo desarrollo, transformación que incide a los contextos particulares. El software social se convierte así en una plataforma tecnológica con un potencial de reinención del conocimiento, de las relaciones interpersonales y de las instituciones periodísticas, políticas, económicas y educativas.

**Software colaborativo o groupware.** Incluye una serie de programas informáticos para integrar usuarios colaborando en un mismo proyecto, conectados a través de internet. Las herramientas cumplen con diferentes propósitos: colaboración-comunicación (correo electrónico, correo de voz), conferencia y gestión colaborativa o de grupo (G.Gerónimo; V. Caseco, 2002). El software colaborativo se puede dividir en tres categorías: herramientas de colaboración-comunicación, herramientas de conferencia (sala de chat, conferencia de voz, conferencia de video) y herramientas de gestión colaborativa o en grupo - coordinación (sistemas de gestión de proyectos, gestión del conocimiento, wikis, sistemas de soporte a las redes sociales).

**La eficacia de estas herramientas** depende de ubicación de los miembros del grupo y el momento en que la información compartida se envía y recibe (L. Joyanes, 2008), la cual puede ser *a) comunicación síncrona*, en tiempo real (teléfonos, conferencias Web, mobile internet, Voz IP, sistemas de reunión virtual –ej. Saba Centra y Horizon Wimba) y *b) comunicación asíncrona*, los participantes realizan las comunicaciones y la colaboración en diferentes momentos (e-mail, wikilogs, espacios de trabajo en línea- Dino, Degree).

En el ámbito de las herramientas colaborativas, vale la pena destacar tres actividades características de los servicios Web 2.0:

- *El Groupwork (Trabajo Grupal)*. Consisten en herramientas informáticas desarrolladas para dar soporte al trabajo en grupo. Proporcionan mecanismos a los miembros del equipo para compartir opiniones, datos, información, conocimiento y otros recursos (Workflux.com, EGroupWare). Éstas pueden apoyar directa indirectamente la toma de decisiones. En la actualidad, las organizaciones a todos los niveles, utilizan herramientas y métodos para apoyo a las personas que trabajan en equipos o grupos (L. Joyanes, 2008).
- Las herramientas de trabajo en grupo *Workflow colaborativo*. Sistemas informáticos que direccionan procesos colaborativos orientados a proyectos. Pueden especializarse en producción, colaboración o administración (G. Gerónimo, V. Casco, 2002). Buscan potenciar el conocimiento de los trabajadores, mediante la comunicación, la negociación y la colaboración dentro de un entorno integrado. (VB WorkFlow).
- *WebTops (Web Desktop-Escritorios web)*. Espacios web, con un conjunto de aplicaciones que pueden usarse en red, de acceso remoto. Disponen de una cuenta con capacidad limitada de almacenamiento, para alojar copias de sus datos en cualquier tipo de fichero, ejecutar programas, crear o modificar documentos, editar o reproducir archivos y prácticamente todas aquellas funciones que hace normalmente desde un equipo (EyeOs, ajaxWindows). (R. Gamero, 2006).

**La Empresa Web 2.0.** Este concepto alude a las transformaciones que requieren las organizaciones para accionar en forma coherente con las demandas actuales y la dinámica de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC. L. Joyanes (2008a), señala que en las empresas (directivos, empleados y clientes) requiere de un mayor acceso a la información para la toma de decisiones, dada la incertidumbre y volatilidad de los sectores económicos.

Esto implica la organización de aplicaciones y servicios deben estar disponibles en tantos lugares como sea posible utilizando las tecnologías y recursos propios de la Web 2.0. Las redes sociales constituyen medios útiles que contribuyen a la actualización permanente de la empresa y a fomentar la sinergia entre sus actores. La generación de empresas a partir de la actividad emprendedora encuentra en esta visión oportunidades para una mayor integración e interacción (Ver anexo III).



### 3.3 PANORAMA DE LAS REDES SOCIALES (RS) EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (SIC)

En la última década, las redes sociales han adquirido cualidades particulares, consecuencia de un proceso sostenido de transformación, en el cual las Tecnologías de Información y Comunicación, TIC juegan un papel determinante. Al tiempo que evolucionan hacia sistemas distribuidos, se multiplican y diversifican conforme a intereses y actividades cada vez más variadas. Ello ha permitido clasificarlas de acuerdo a rasgos comunes (RS de amistad, culturales, de viajes, entre otras), identificar el lugar de preferencia que ocupan a nivel mundial, como se observa en la figura 39 e identificar las tendencias emergentes.

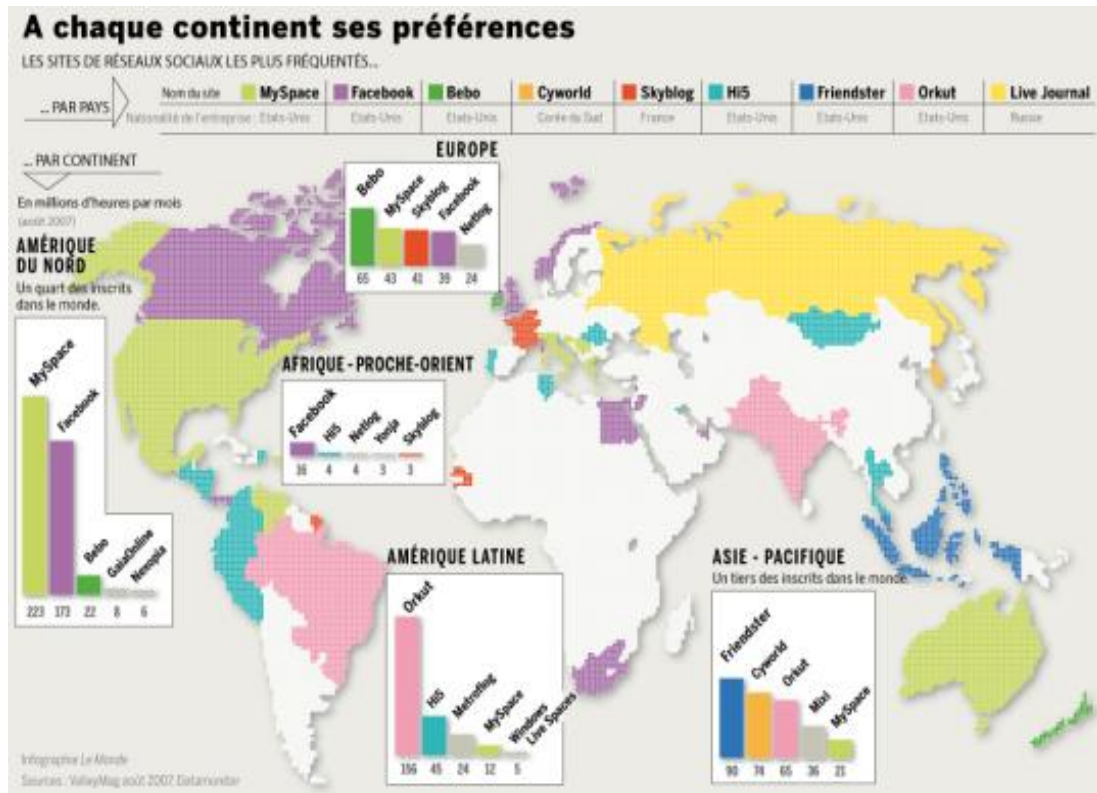


Figura 39: Redes sociales y preferencias continentales - Fuente: ValleyMag, 2007

Numerosas RS surgen como espacios alternativos para procesos formales de enseñanza-aprendizaje, desarrollo profesional, capacitación, lo que involucra cambios de sus modos y medios de funcionamiento.

### **3.3.1. Historia y Evolución de las Redes Sociales (RS) en la SIC.**

---

Una de las motivaciones básicas para la conformación de redes sociales a través del tiempo, ha sido encontrar la forma de que un número finito de personas con intereses comunes pudieran relacionarse, articularse y generar sinergia. La aparición de nuevos espacios para el desarrollo de las RS proporcionados por las TIC, aunado a un paradigma social, cultural y económicos centrado en la información y el conocimiento, han revolucionado sus esquemas tradicionales.

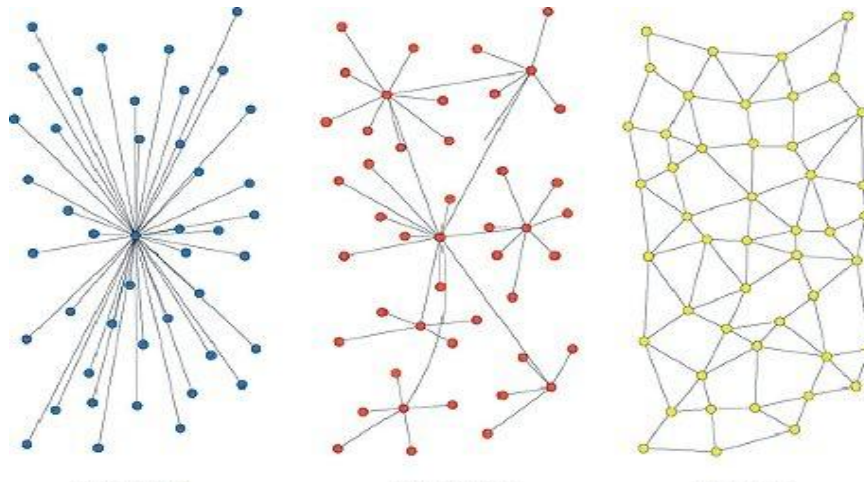
En el presente, las redes sociales tienen como horizonte un número casi infinito de personas, en su mayoría “desconocidas”, con intereses comunes y vocación de vinculación. Como reto, han de conformar lugares accesibles y dinámicos para su encuentro, que les proporcionen valor agregado. A partir de ese principio, numerosas estrategias han sido articuladas para configurar un escenario diverso, descentralizado y participativo, en permanente evolución. Se amplían las oportunidades de acceso a la información de valor para sus usuarios, a la construcción de conocimiento y a la toma de decisiones, lo que propicia un nuevo sentido del poder en un tejido social emergente: el de “la Sociedad Red”.

**Las Redes Sociales (RS): sistemas complejos en evolución.** La sociedad siempre ha sido una red (D. de Ugarte, 2007) y su estructura es expresión de las relaciones de poder entre los actores y de las sociedades. Las redes sociales constituyen mapas de estas relaciones, a través del cual se mueven las ideas y la información. Este autor propone que toda estructura de información importa una estructura de poder; y los cambios en la estructura de la esfera informativa implica transformaciones en el sistema de representación política.

La evolución de las redes sociales va de la mano con transformaciones sustantivas en las tecnologías de información y comunicación y en la organización social. Éstas han cambiado a través de la historia, impulsadas por innovaciones en las tecnologías de comunicación propias de cada época. La aparición de nuevos modos y medios de información y comunicación, introduce condiciones de cambio en la estructura de poder (idem).

La primera gran revolución de las redes sociales acontece influida por el impacto del telégrafo, cuyo uso supuso el paso una organización de la información y el poder centralizada y nacional, propia del Estado moderno, a la descentralizada e internacional de los siglos XIX y XX. A partir de los años 90, siglo XX, J. Lorca y L. Pujols (2008), señalan que un impacto similar acontece aunado al fenómeno de la globalización, los cambios tecnológicos y el surgimiento de la Sociedad de la Información y la Comunicación, con una nueva valoración del acceso al conocimiento y a su construcción.

D. de Ugarte (2007) resalta que en ese proceso surgen dos elementos clave: la Internet y, consecuencia de éste, la aparición de una nueva esfera de relación social que permite vincular millones de personas cada día, a través de redes sociales y otras formas de interacción. El acceso directo a la información facilitado por las tecnologías emergentes, han propiciado nuevas transformaciones en las RS sociales y por ende en la sociedad. En la actualidad, las tecnologías como Internet la impulsan a asumir cada vez más una forma «distribuida» en la que cualquiera puede, potencialmente, encontrar, reconocer y comunicar con cualquiera. En consecuencia, las redes sociales han evolucionado hacia estructuras distribuidas:



Red Centralizada

Red Descentralizada

Red Distribuida

**Figura 40:** Ilustración de Paul Baran<sup>53</sup> interpretada por Raul Aaraya – **Fuente:** de Ugarte (2007).

<sup>53</sup> Ingeniero polaco, radicado en los Estados Unidos, impulsor de las redes de conmutación en paquetes y otras tecnologías de redes. Colaboró con el proyecto de la Fuerza Aérea norteamericana en el proyecto que daría origen a la Internet, concepto que se expresa en el gráfico. Ver: [http://www.alu.ua.es/r/rac6/HInternet/personajes/paul\\_baran.html](http://www.alu.ua.es/r/rac6/HInternet/personajes/paul_baran.html)

La estructura de la información –y por tanto del poder– adoptó hasta ahora una forma «descentralizada» –con poderes «jerárquicos» e instituciones y personas con «poder de filtro»–. Los cambios de una información distribuidas en redes descentralizadas a redes distribuidas de información y sus efectos sobre el sentido de participación y la distribución del poder, pueden explicar muchos de los fenómenos sociales y políticos actuales. Ello se vio potenciado por los desarrollos descritos en el ámbito de las tecnologías 2.0.

El nuevo ecosistema mediático que, por su misma arquitectura, asegura de modo más robusto el acceso a la información, la inclusión de las personas y con ello se desencadena la generación de nuevos espacios, comunidades y redes sociales. El incremento vertiginoso de las RS implicó, a su vez, un cambio en la organización de las comunidades en línea.

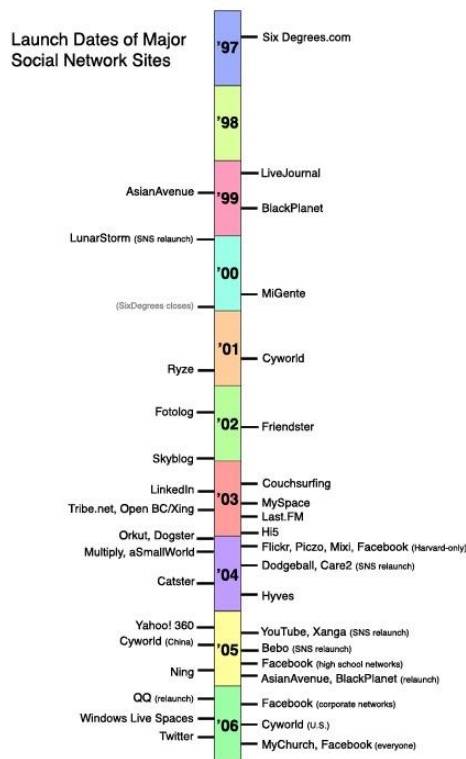
Al principio, las comunidades públicas online, tales como Usenet y foros públicos de discusión estaban estructurados por temas o de acuerdo a jerarquías de tópicos. Si bien los sitios web dedicados a las comunidades de interés siguen existiendo y prosperando, cada vez más las redes sociales se organizan principalmente en torno a las personas y no entorno a intereses. En la actualidad, las redes sociales tienden a estructurarse como redes personales (o “egocéntricas”), con los actores en el centro de su propia comunidad.

En este proceso de cambio y expansión, en muchos casos las RS en se han convertido en negocios exitosos, lo que ha transformado su naturaleza esencial, incorpora nuevos intereses y modifica su filosofía de funcionamiento libre e inclusiva. Así, empresas como Friendster.com, logra la aprobación para una patente sobre redes sociales de la Oficina de Patentes de los Estados Unidos.

**Historia de las Redes Sociales (RS) en la SIC.** De acuerdo al estudio realizado por D. Boyd y N. Ellison (2007), en 1997, se lanza SixDegrees.com, considerado el primer sitio reconocido de redes sociales. Esta RS se promocionaba como una herramienta para ayudar a las personas a conectarse y enviar mensajes, sin identificar un interés común, ni un objetivo concreto. Aunque atrajo a millones de usuarios, en el 2000 cerró sus servicios.

Hacia 2001 y 2002 surgen los primeros espacios dirigidos a fomentar RS de amigos. Ryze.com surge como una herramienta de apoyo a las redes empresariales, sin adquirir popularidad masiva. En 2002 aparece Friendster como un complemento social a Ryze, diseñada para competir con Match.com, un rentable sitio de citas online (Cohen, 2003).

La mayoría de los espacios de citas se centraban en unir a desconocidos con interés comunes. Friendster, en cambio, trató de recuperar el concepto de “los amigos de los amigos”, que subyace bajo la teoría de los seis grados de separación, adaptado al objetivo de conseguir pareja. Finalmente, el crecimiento verificado por esta red social extralimitó sus posibilidades de gestión (boyd, d.m.; Ellison, N. B., 2007).



**Figura 41:** Cronograma de lanzamiento de las redes sociales más importantes.

**Fuente:** boyd, d.m.; Ellison, N. B., 2007

Del 2003 en adelante, numerosas redes sociales son lanzadas al espacio web y algunas se hacen muy populares, como fue el caso de Tribe y Myspace. Esta actividad provoca el interés de empresas para hacer uso de las RS con visión de

negocios. Google lanza en enero de 2004 Orkut, a partir de un experimento que uno de sus empleados realizaba en su tiempo libre. En 2005 se incorpora Yahoo 360º, entre otras. En la figura 41 se observa el progresivo lanzamiento de las principales redes sociales en la actualidad.

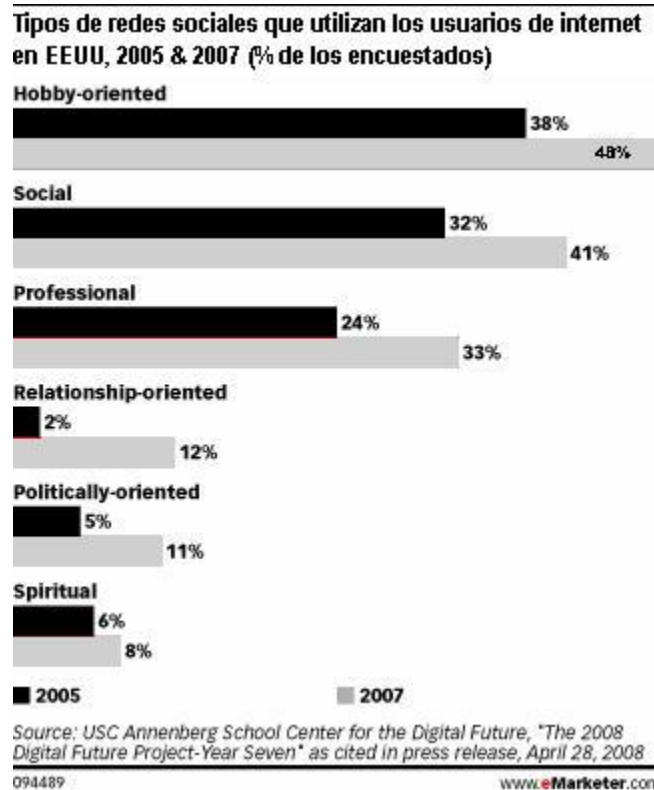
La identificación de intereses comunes, de una oferta y una demanda, parecía la mejor e interminable estrategia para el lanzamiento de nuevas redes sociales: Couchsurfing apareció para conectar viajeros con personas que ofrecían alojamiento; MyChurch unía a iglesias cristianas y a sus miembros, entre muchas otras opciones. Paulatinamente, los sitios web centrados en compartir información y generar contenidos propios por los usuarios, comenzaron convertirse en redes sociales. Ejemplos de ello son Flickr (para compartir fotos), Last.FM (hábitos de escuchar música) y YouTube (para compartir vídeos).

J. Cassidy (2006) señala que a principios de 2004, se inicia Facebook en Harvard University, pasatiempo del estudiante Mark Zuckerberg, con el cual empezó a dar servicio a los otros alumnos. La inmediata popularidad alcanzada por esta red social marcó su acelerado desarrollo. Pronto se expande a otras instituciones como MIT, Boston University y Boston College, así como otras prestigiosas universidades norteamericanas y un año después, contaba con más de un millón de usuarios. Para el 2005, Facebook se amplió para incluir a estudiantes de secundaria, profesionales dentro de redes corporativas, y, con el tiempo, al mundo entero.

La mayoría de las RS siguieron como Facebook, otras se centraron expresamente en un público más restringido, como una estrategia para perfilarse como sitios “selectivos”. De esta manera, diferentes RS han marcado la delantera en sus ámbito de actuación específica, en sus modos y sus medios de funcionamiento, así como en los modelos de negocio desarrollados, las cuales se han constituido en nuevos paradigmas en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC.

**Diversificación y Especialización de las Redes Sociales (RS) en la SIC.** En su proceso de evolución y desarrollo, las redes sociales han asumido cualidades particulares, especializando sus criterios de vinculación, servicios, características de su población y propósitos de interacción hacia una función o razón determinada.

L. Joyanes (2008a), que en la especialización de las RS destacan las los siguientes criterios de interés: cultura, viajes, música, estudios, libros, ocio, formación laboral, profesionales, familia y las generales, entre otras.



**Figura 42:** Tipo de comunidades de miembros estadounidenses.

**Fuente:** <http://blogs.praized.com/seb/files/2008/05/types-of-online-communities.gif>

Para este trabajo son de especial interés los aspectos relacionados al uso de las redes sociales para los negocios, comercio, las empresas, la participación de las universidades, alumnos y docentes en redes sociales para la educación, el uso de redes sociales para la investigación y muy particularmente, las redes sociales creadas con el propósito de dar impulso y soporte a la actividad de emprendimiento.

Redes sociales para la educación y la formación laboral. El uso de redes sociales en el ámbito de la educación y la formación de docentes está transformando la práctica educativa y el panorama de las RS, las cuales emergen como espacios alternativos para la construcción colectiva de conocimiento (M. Arias, 2008).

Espacios como Second Life, cuentan con instituciones universitarias creadas en sus mundos virtuales. En lo relativo a la formación profesional, en la web, se pueden encontrar, por ejemplo, excelentes piezas de contenido multimedia para utilizar en la capacitación empresarial.

Redes sociales en la empresa: *Management 2.0*. Las redes sociales son consideradas herramientas importantes para contribuir a la sinergia y el bienestar de los diferentes actores de las empresas. El mantenimiento de buenas relaciones con familiares y amigos contribuye positivamente a la productividad de las personas. Al contar con un círculo de apoyo se mejora la confianza del personal, el estado de ánimo y se cubren las necesidades de afecto. Las personas se sienten más positivas y confiadas, lo que genera mejores resultados en sus tareas diarias. Lo mismo sucede al explotar intereses y aficiones personales.

El uso de las redes sociales se extiende al trabajo colaborativo y a las tareas de la empresa, al integrar las nuevas herramientas de trabajo grupal, que permiten coordinar acciones y compartir mejores prácticas al interior de una organización. J. Lucas, refiere esta tendencia como *Management 2.0*, la cual propicia que la empresa recree internamente una red social.

La colaboración entre colegas con los mismos intereses produce un alto potencial para la generación de nuevas ideas y la producción de trabajos de calidad. Las plataformas de RS facilitan áreas de conferencias y reuniones a nivel nacional o mundial, que ayudan a crear enlaces entre personas con intereses afines. M. Brandell (2008), presenta un análisis del impacto de las redes sociales en la optimización de las relaciones laborales y la productividad, en tres grandes empresas<sup>54</sup>: IBM, Deloitte y Best Buy.

Redes sociales en los negocios. La visión de las redes sociales vinculadas a los negocios, puede abordarse en dos vertientes: las RS como recurso para la realización de negocios y las RS como lucrativos negocios. En el primero de los casos, la empresa se muestra como posibilidad en la web social. La misma asume la web como un escenario social relevante en la construcción de identidad (Lucas,

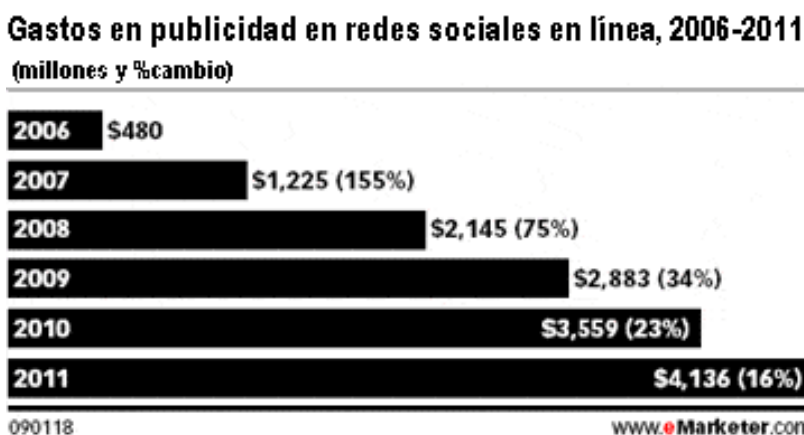
---

<sup>54</sup> Ver en: <http://www.computerworld.com/action/article.do?command=viewArticleBasic&articleId=322857#dstreet>



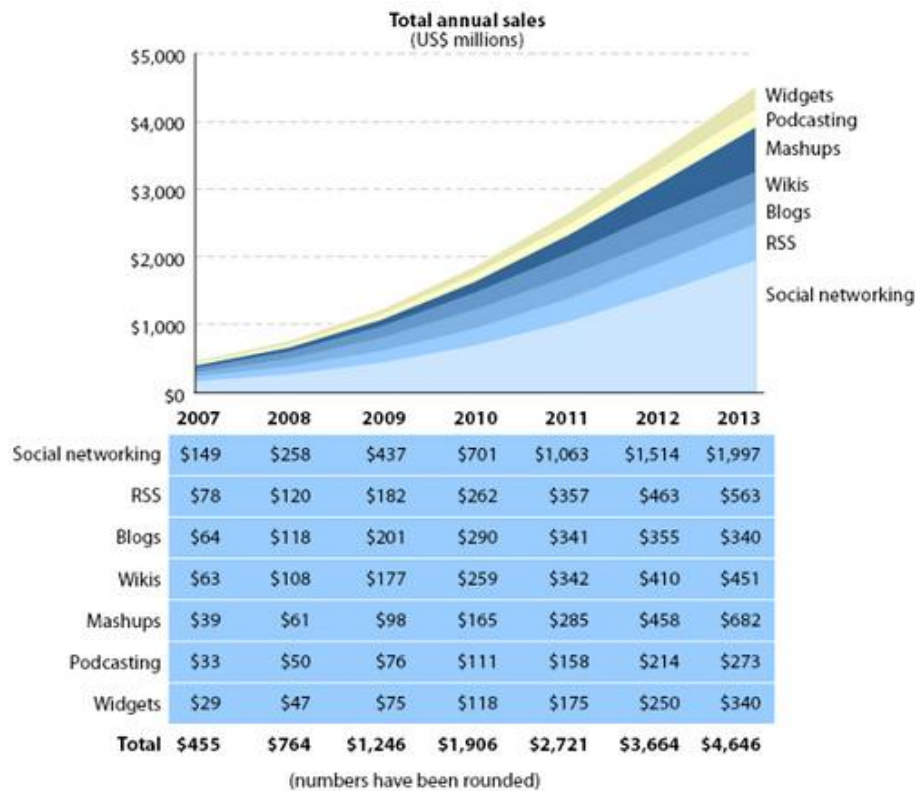
J., 2008). Los contactos personales son casi imprescindibles para los negocios y las tareas profesionales.

La apertura de la empresa hacia redes sociales contribuye a aumentar su porosidad y a establecer un diálogo productivo con los clientes, proveedores y futuros usuarios. Además, las RS han resultado un excelente espacio para publicitar los productos, monitorear tendencias y hacer relaciones públicas.



**Figura 43:** Gastos por concepto de anuncios en las redes sociales en línea, 2006-2011  
**Fuente:** eMarketer - [http://www.emarketer.com/Reports/All/Emarketer\\_2000478.aspx](http://www.emarketer.com/Reports/All/Emarketer_2000478.aspx)

En el caso de las redes sociales como negocio, numerosas compañías han resultado en exitosos negocios, multiplicando sus ganancias iniciales en forma exponencial y acelerada. Cuantiosas suma de dinero se mueven en el espacio económico generado las redes sociales, en especial en el ámbito publicitario y las ventas, como se observa en las figura 43 y 44.



**Figura 44:** Proyecciones de ventas en internet.

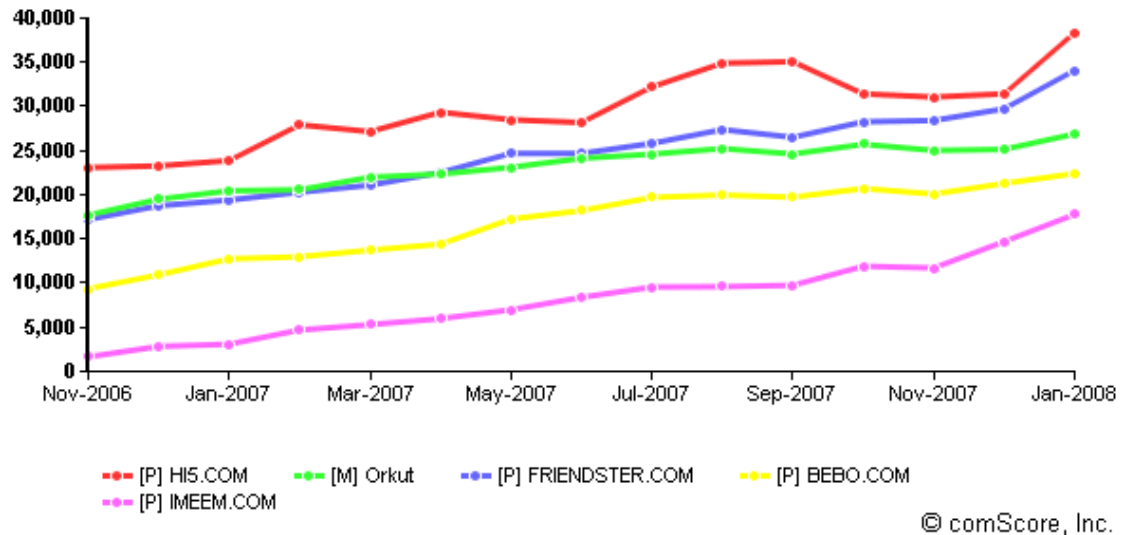
**Fuente:**

[http://farm3.static.flickr.com/2234/2440246307\\_9c4478e41a.jpg](http://farm3.static.flickr.com/2234/2440246307_9c4478e41a.jpg)  
[http://farm3.static.flickr.com/2234/2440246307\\_9c4478e41a.jpg](http://farm3.static.flickr.com/2234/2440246307_9c4478e41a.jpg)

El valor intangible de las redes sociales. Autores como J. Benkler (en Drogos, 2007), para 2006 anticipaban el éxito de las redes sociales desde una perspectiva económica. En ese sentido, K. Drogos resalta que el verdadero valor de una red social es la red en sí misma, el sistema humano que constituyen y su valor colectivo, su capacidad de construir puentes y unir y crear conocimiento, modificar las ecuaciones del poder, el discurso y el deseo y contribuir a transformar la historia.

### 3.3.2 Las Redes Sociales (RS) en el Mundo: Principales Iniciativas

En un mundo de complejidad creciente, las tecnologías se utilizan cada vez más para satisfacer necesidades humanas (afiliación, servicios, educación, entre otras), a través de herramientas que permiten organizar redes sociales o desarrollar activamente redes existentes. Hoy en día, el número de redes sociales accesibles por computadores o teléfonos móviles es incalculable y la cantidad de usuarios que acceden a las mismas se incrementa en forma sostenida.



**Figura 45:** Visitas a las principales redes sociales.

**Fuente:** <http://www.techcrunch.com/wp-content/social-networks-global-chart.png>

En este acápite se presentan algunas de las principales iniciativas de RS en el mundo, a fin de reconocer el escenario actual en el cual se emergen aquellas dirigidas al ámbito específico del emprendimiento. Para tales fines se realizó un búsqueda de redes sociales en atención a los siguientes criterios: 1) Área geográfica, 2) Lengua, 3) Tipo de usuario (jóvenes, adultos, profesionales, docentes, empleados, general), 4) Interés para la articulación (amistad, pareja, educación/formación, trabajo/profesional y cultura/música/arte). Se identificó un promedio de 240 redes sociales, de las cuales se observó el comportamiento de 45 de ellas, las cuales fueron consideradas las más relevantes. Este directorio está basado en el estudio realizado por Díaz L. y otros (2008).

Para dar cabida a las tendencias, se han creado múltiples plataformas y servicio web para la formación de redes sociales en internet, entre las cuales están:

**NING:** A pesar de su reciente lanzamiento (a principios de 2007) Desde su lanzamiento en febrero de 2007 se han creado cientos de miles de redes sociales utilizando las herramientas de NING. La empresa ya ha recuperado su inversión de más de 100 millones de dólares desde su creación en 2004. El servicio con anuncios colocados por Ning, un espacio de 10 Gb y un URL dentro de ning.com es gratuito. Se cobran tarifas mensuales para: aumentar el espacio de almacenamiento y ancho de banda, eliminar los anuncios y colocar un nombre de dominio propio.

**GROU.PS:** Los grupos creados en esta plataforma agrupan más de 150mil miembros. Permite la creación y personalización de sitios que se pueden integrar a otros servicios en internet como Flickr, YouTube, Google Calendar, Blogger, Wikis y muchos otros. Es servicio es completamente gratuito y no incluye publicidad ni el logo de Grou.ps, y permite a los usuarios colocar publicidad propia con Google ads.

**ELGG:** Este software de código libre permite la creación de redes sociales con todas las herramientas colaborativas y de integración. Aunque el software es libre, ELGG no ofrece alojamiento gratuito de la página.

**Yahoo! Groups, Google Groups, MSN Groups:** Las grandes empresas de internet lanzaron servicios web que promueven la colaboración. Estos impulsaron el uso de herramientas TIC por las redes sociales, y contribuyeron con la formación de muchos nuevos grupos. Aunque no tiene muchas de las funcionalidades colaborativas de las nuevas plataformas, estos servicios siguen alojando muchas redes alrededor del mundo, aprovechando la alta cantidad de suscriptores a sus servicios.

Un servicio que ha permitido la colaboración en línea son los portales de almacenaje de archivos. Estos espacios tienen ciertas características de redes sociales por permitir grupos, descripción de perfiles y servicios de comunicación. Sin embargo su naturaleza los convierte más bien en soportes para las actividades de las redes sociales de todo tipo, especialmente porque permiten compartir sus contenidos en diferentes lugares. Los más importantes y populares han sido:

YouTube, Flickr, SlideShare, eSnips, Picasa, Google Vídeo, Yahoo! Vídeo, MSN Vídeo y Microsoft Videos. Del mismo modo ha contribuido al fortalecimiento y formación de redes servicios de marcadores sociales como Delicious y Digg.

En la Web pueden ser consultados un gran número de directorios que refieren cientos de redes sociales y sus principales característica y comportamiento. En esta investigación se han abordado un conjunto de redes sociales de interés para el estudio, por su relación potencial con el desarrollo de redes sociales para la articulación y el fortalecimiento de los actores del emprendimiento. Dos categorías han sido definidas: el primer grupo conformado por redes sociales de amigos y aficiones; en el segundo grupo se presentan las redes profesionales y de negocios y las redes educativas.

**Redes Sociales de Amigos:** Aunque en su formación se expresan como redes de amigos, las redes que se han vuelto más populares son las que permiten una actividad más diversa. Esto permite que personas con intereses muy distintos la utilicen para sus propios fines. La facilidad de crear grupos dentro de estas redes permite que las redes sociales que funcionan de forma física o las que se construyen sobre otras herramientas web, puedan utilizar los servicios de estas grandes redes sociales para facilitar la colaboración e interacción entre sus miembros.

En particular muchas empresas, centros educativos y redes han utilizado Facebook y Second Life para tener un contacto más activo con sus miembros, del mismo modo en que se utilizan los grupos de Yahoo! Y Google. Friendster, Cyworld, Mixi.jp, Orkut, Octopop, Tribe y Tuenti son también redes de amistad populares que ofrecen servicios similares a las descritas.

Redes sociales de amigos	Lo que ofrecen	Usos más frecuentes: Lo que la gente hace y lo que la plataforma permite hacer	Datos importantes
<b>Facebook</b> <a href="http://www.facebook.com">http://www.facebook.com</a>	Plataforma multilingüe. Enlace con amigos. Búsqueda de amigos. Perfil personalizado. Subir archivos multimedia (fotos, videos, música) Elegir un URL personal.	Construir aplicaciones. Crear redes temáticas. Organizar eventos. Competir en juegos.	Se caracteriza por la privacidad de los perfiles. Alcanzó 100 millones de usuarios <sup>55</sup>
<b>Hi5</b> <a href="http://www.Hi5.com">http://www.Hi5.com</a>	Blogs. Foros. Mensajes privados y públicos. Chat.	Subir fotos. Enviar mensajes a amigos. Contactar a amigos de amigos. Encontrar personas.	Cuenta con aplicación para celulares en 26 idiomas. Más de 80 millones de usuarios.
<b>MySpace</b> <a href="http://www.MySpace.com">http://www.MySpace.com</a>		Crear página personal. Promocionar grupos y compartir música. Crear canales de video.	Tiene la mayor cantidad de usuarios registrados.
<b>Yahoo! 360</b> <a href="http://360.yahoo.com">http://360.yahoo.com</a>		Personalizar y compartir una estación LAUNCHcast Compartir opiniones sobre restaurantes y negocios. Acceso fácil a sus grupos de Yahoo!	
<b>Bebo</b> <a href="http://www.bebo.com">http://www.bebo.com</a>		Crear canales de videos. Tener "Fans" de música, videos, artistas, libros Crear grupos.	
<b>Second Life</b> <a href="http://www.secondlife.com">http://www.secondlife.com</a>	Avatar personalizado. Interacción en 3D. Compra y venta de productos virtuales. Compra de terrenos y construcción de edificios.	Crear versiones virtuales de sus organizaciones. Realizar actividades en el mundo virtual: reuniones, clases, fiestas.	Se requiere la instalación de un software en el computador

<sup>55</sup> Al 26 de agosto de 2008

Otras redes de amigos con modalidades diferentes son: Twitter, que permite responder constantemente la pregunta ¿Qué estoy haciendo? para que familiares y amigos estén al corriente de las actividades diarias de sus seres queridos y Dodgeball<sup>56</sup>, diseñada para usar con el celular, permite indicar el lugar donde nos encontramos y avisa si en un radio de 10 cuadras se encuentra algún miembro de nuestra red.

**Redes sociales de Aficiones:** Para los fanáticos de los deportes, amantes de los libros, la música o el arte existen redes especializadas donde expresar sus inquietudes.

<b>Redes Sociales de aficiones</b>	<b>Lo que ofrecen</b>	<b>Usos más frecuentes: Lo que la gente hace y lo que la plataforma permite hacer</b>	<b>Datos importantes</b>
<b>Boo</b> <a href="http://www.boocom">http://www.boocom</a>	<b>Sobre viajes</b> Guías de viaje. Reseñas y recomendaciones. Mapas. Subir fotos. Perfil personalizado. Consejos sobre viajes.	Escribe sobre sus viajes y lugares favoritos en cada ciudad. Comenta sobre lugares. Conoce gente que visita los mismos lugares.	Sólo en inglés.
<b>Footbo</b> <a href="http://www.footbo.com">http://www.footbo.com</a>	<b>Sobre Fútbol</b> Plataforma multilingüe. Competencias de predicciones.	Revisa los resultados de los partidos.	
<b>IMEEM</b> <a href="http://www.imeem.com">http://www.imeem.com</a>	<b>Sobre música</b> Calendario de eventos. Subir multimedia (música, videos, fotos) Encuestas. Listas de música. Blog.	Compartir la música que crean. Escuchar música	Sólo en inglés.
<b>Library Thing</b> <a href="http://www.librarything.com">http://www.librarything.com</a>	<b>Sobre libros</b> Plataforma multilingüe. Biblioteca personal. Reseñas de libros. Blog. Foros. Grupos.	Conocer personas con afinidades literarias. Compartir opiniones sobre libros. Coordinar la obtención de ejemplares de libros de otros miembros.	Casi medio millón de miembros, más de 30 millones de libros en

<sup>56</sup> Sólo disponible para algunas ciudades de EEUU

<b>Linkara</b> <a href="http://www.linkara.com">http://www.linkara.com</a>	<b>Sobre Cultura y ocio</b> Críticas de cine, libros, música. Chat. Rifas.	Votar y opinar sobre sus películas, libros y música favoritos. Buscar opiniones sobre cuales películas ver y cuáles libros leer. Hacerse fan de sus artistas (escritores, actores, cantantes) favoritos	Sólo en español.
<b>We Play</b> <a href="http://www.weplay.com">http://www.weplay.com</a>	<b>Sobre deportes juveniles</b> Perfil personalizado. Calendario de actividades. Grupos. Enlace con compañeros de equipo. Subir multimedia (fotos, video) Blog	Abrir discusiones sobre deportes. Crear grupos de sus equipos. Aprender sobre deportes, equipos, torneos y actividades.	Se centra en Fútbol americano, Beisbol y Softbol
<b>yVinos</b> <a href="http://www.yvinos.com">http://www.yvinos.com</a>	<b>Sobre vinos</b> Evaluar vinos. Blog. Listado de vinos favoritos. Lista de amigos.	Todos (incluyendo los no registrados) pueden buscar recomendaciones sobre vinos por país, por bodega, por tipo. Organizar catas de vino.	Sólo en español

La red GENI permite crear una red social con los miembros de una familia, mientras construyen su árbol genealógico de forma colaborativa. Esta red ofrece muchos de los servicios de las redes de amistad y de aficiones.

Algunas otras redes de intereses específicos incluyen: Dogster y Catster sobre mascotas (donde los miembros son las mascotas), MOG y Radio Blog Club sobre música, Dejaboo sobre música, cine y libros, Mychurch.org una red social cristiana y Modeate sobre moda.

**Redes Sociales Profesionales y de Negocios:** Las redes profesionales permiten hacer enlaces de negocios y contactos laborales. Surgen como una necesidad de reflejar en las comunidades virtuales los distintos círculos sociales: no se comparte con los amigos y familiares las mismas cosas que se quieren mostrar a un colega, empleador o socio de negocios.



Redes Sociales Profesionales y de Negocios	Lo que ofrecen	Usos más frecuentes: Lo que la gente hace y lo que la plataforma permite hacer	Datos de interés
<b>LinkedIn</b> <a href="http://www.linkedin.com">http://www.linkedin.com</a>	Plataforma bilingüe: inglés y español Búsqueda de personas y profesionales.	Buscar empleo. Recomendar colegas.	
<b>Xing</b> <a href="http://www.xing.com">http://www.xing.com</a>	Publicar vacantes. Presentación de personas a través de contactos.	Encontrar personas con los mismos intereses para formar	Adquirió las redes Neurona y eConozco
<b>Viadeo</b> <a href="http://www.viadeo.com">http://www.viadeo.com</a>	Agregar recomendaciones personales. Agrupar los proyectos en los que se está trabajando. Perfil personalizado que incluye educación y experiencias laborales. Fácil envío de perfiles a otros.	proyectos conjuntos Introducir personas con contactos que conocemos. Encontrar profesionales.	Tiene una plataforma multilingüe.
<b>Plaxo</b> <a href="http://www.plaxo.com">http://www.plaxo.com</a>	Actualización automática y portable de los datos personales de todos los contactos.	Mantener sus contactos actualizados	
<b>Visible Path</b> <a href="http://www.visiblepath.com">http://www.visiblepath.com</a>	Un plug-in para outlook que escanea los contactos y genera un mapa de relaciones. Permite identificar las relaciones más estrechas según el número de correos con una persona. Ayuda a identificar relaciones con personas de otras empresas.	Lograr conectarse con potenciales clientes y socios a través de los contactos existentes.	Requiere que el usuario utilice la plataforma Windows y Outlook como su servidor de correo.
<b>Networking Activo</b> <a href="http://www.networkingactivo.com">http://www.networkingactivo.com</a>	Propicia encuentros presenciales entre sus miembros para impulsar la colaboración en el mundo de los negocios. Revista en papel sobre las novedades del networking.	Realiza contactos y conoce personas que puedan ayudarlo en sus proyectos.	Además de su portal, tienen presencia en Facebook, LinkedIn, Plaxo, Viadeo, Xing y YouTube.

**Negocios:** así como se han desarrollado redes alrededor de aficiones o intereses educativos particulares, también existen redes para temas de negocios, en particular sobre la bolsa de valores.

<b>Redes Sociales de Negocios</b>	<b>Lo que ofrecen</b>	<b>Usos más frecuentes: Lo que la gente hace y lo que la plataforma permite hacer</b>	<b>Datos de interés</b>
<b>My Trade</b> <a href="http://www.mytrade.com">http://www.mytrade.com</a>	Informaciones de acciones. Perfil de usuario. Comercialización de acciones. Blogs Foros. Feeds de blogs y noticias sobre economía.	Buscar recomendaciones y predicciones para sus actividades en la bolsa de valores.	Especializada en el ámbito de la comercialización.
<b>StockPickr</b> <a href="http://www.stockpickr.com">http://www.stockpickr.com</a>	Comportamiento de portafolios de acciones. Foros. Artículos. Feeds de blogs y noticias sobre economía.	Manejar su portafolio de acciones de forma inteligente.	Especializada en el ámbito de los temas de bolsas y acciones.

**Redes Sociales de Educación:** Uno de los sectores que se ha apropiado más profusamente de las herramientas de redes sociales son los educadores.

La red Kipus, patrocinada por la UNESCO, es una importante red que agrupa organizaciones y personas comprometidas con el desarrollo profesional de los docentes. Esta red, aunque cuenta con un portal web: <http://www.unesco.cl/Kipus>, no utiliza herramientas de red social. Su sitio web, además de anunciar eventos y actividades, se limita a ofrecer recursos y enlaces para los docentes.

Además de estas redes generales existen un sinnúmero de redes educativas para temas, asignaturas, niveles educativos y grupos especiales. La plataforma NING se ha hecho muy popular en este segmento. Cientos de redes educativas utilizan la plataforma.

<b>Redes de Educación</b>	<b>Lo que ofrecen</b>	<b>Usos más frecuentes: Lo que la gente hace y lo que la plataforma permite hacer</b>	<b>Datos de interés</b>
<b>Edu 2.0</b> <a href="http://www.edu20.org">http://www.edu20.org</a>	Plataforma multilingüe. Clases. Lecciones. Recursos. Blogs. Wikis. Encuestas. Subir multimedia (video, audio, fotos, diapositivas) Grupos. Chat.	Dar clases. Tomar clases. Compartir recursos para clases. Compartir programas de clases. Crear grupos por materias.	Es un servicio completamente gratuito y sin publicidad <sup>57</sup> .  Para docentes y estudiantes.
<b>EducaRed</b> <a href="http://www.educared.net">http://www.educared.net</a>	Recursos formativos. Actividades extraescolares. Mediateca.	Buscar informaciones para clases. Encontrar y acceder a programas formativos. Conocer de actividades y eventos sobre educación.	Es una plataforma de portal y no de Red social.  Para docentes, estudiantes y padres.
<b>Eduspaces</b> <a href="http://www.eduspaces.net">http://www.eduspaces.net</a>	Repositorios de herramientas educativas. Blog. Comunidades dentro de la red. Perfiles. Enlaces con amigos.	Tener en un solo lugar acceso a todos los contenidos educativos que le interesan, definiendo quienes pueden acceder a ellos.	Utiliza la plataforma ELGG. Más de 18mil miembros. La plataforma es en inglés pero incluye contenidos en otros idiomas.  Para todos los interesados.

<sup>57</sup> El fundador de la compañía, Graham Glass, luego de vender su última compañía, decidió regresar a sus orígenes en educación y auspiciar él solo, el desarrollo de una plataforma educativa que pudiese ser utilizada por escuelas y corporaciones. El site edu 2.0, va dirigido a las escuelas y es gratis. Se prevé crear una versión comercial de la misma tecnología, para ofrecerlas a empresas. Algunas de las ganancias del site corporativo van a ser utilizadas para patrocinar actividades en curso del site edu 2.0.

<p><b>Kalipedia</b>  <a href="http://www.kalipedia.com">http://www.kalipedia.com</a></p>	<p>Blogs.                  Diccionarios.                  Juegos educativos.                  Concursos.                  Grupos.                  Foros.</p>	<p>Intercambiar exámenes, contenidos.                  Opinar sobre temas de interés.                  Los estudiantes participan en competencia educativas para lograr el título de “campeón”</p>	<p>Tiene contenidos para estudiantes y docentes.                  Tiene versiones especiales para España, México, Argentina, Chile, Perú y Colombia.                  Para docentes y estudiantes.                  Permite la participación de otros actores.</p>
<p><b>Nueva Alejandría</b>  <a href="http://www.nuevaalejandria.com">http://www.nuevaalejandria.com</a></p>	<p>Lista de correo.                  Archivos curriculares.                  Hosting de páginas para centros educativos (con costo).                  Plataforma MAGNA para cursos a distancia (con costo).                  Bolsa de trabajo.</p>	<p>Coordinar aulas gemelas.                  Ofrecer cursos virtuales.</p>	<p>Para docentes.</p>
<p><b>WebHeads in Action</b>  <a href="http://www.webheadsinaction.org/">http://www.webheadsinaction.org/</a></p>	<p>Un espacio para que docents practiquen el uso de las herramientas de web 2.0 en su desarrollo professional.                  Blog.                  Podcast.                  Foro.                  Calendario.</p>	<p>Reuniones virtuales (en second Life, Skype y otras plataformas) para compartir expereiencias sobre el uso de las TIC en sus labores.</p>	<p>Tienen un portal informativo, una red social en webheadsinaction.org , un grupo en Yahoo! Groups                  Para docentes.</p>

La revisión de las RS presentadas permiten afirmar que su uso potencia y optimiza las actividades cotidianas (relaciones de amistad, intereses especiales, obras sociales) y amplía los contactos profesionales, los proyectos laborales y ;as posibilidades de formación,

### 3.3.3 Efectos las Redes Sociales (RS) en la SIC: Aportes y Dilemas Emergentes.

---

A lo largo de la presente investigación, se ha evidenciado el valor de las redes sociales como de los más remarcables fenómenos de índole social y tecnológica en el Siglo XXI. Los beneficios que de ello deriva para sus actores, las comunidades y en la consolidación de una sociedad sustentada en la información y el conocimiento, han sido ampliamente estudiados. El incremento en la diversificación, proliferación, tipos de intereses, población involucrada y contextos de las RS, ha ampliando el rango actual y potencial de sus efectos, en los más diversos órdenes de la dinámica social y la vida de las personas.

**Aportes de las Redes Sociales en la SIC.** Las RS constituyen importantes espacios de vinculación y empoderamiento para múltiples comunidades de intereses, lo que incide en la transformación de las personas y de sus contextos. Las mismas pueden operar como atractores en la evolución de un nuevo tejido social, con competencias acorde a la dinámica de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC: mayor participación, libertad, horizontalidad, responsabilidad personal y colectiva, vocación para la innovación, el uso de la tecnología, la creatividad, con una alta valoración del conocimiento, la cooperación y la voluntad de utilizar estas capacidades con miras al desarrollo humano.

En el caso de las redes sociales orientadas al desarrollo del emprendimiento, la evolución de sus actores implica la mejora sustancial de la actividad emprendedora y del sistema social al que pertenecen. De acuerdo al estudio realizado por ENISA<sup>58</sup>, G. Hogben- (2007), los principales beneficios aportados por las RS en la actualidad son:

- Las posibilidades que ofrecen sus plataformas (SNSs)<sup>59</sup>, como herramientas informales de gestión humana de gran alcance, para dar acceso a las personas a la información y a la construcción colectiva de conocimiento. Ello contribuye a forjar una nueva identidad, la de *usuario-creador* de contenido por medio de relaciones sociales.

---

<sup>58</sup> European Network and Information Security Agency

<sup>59</sup> Social Network Sites

- El sentido de relación, pertenencia e intimidad que propician (lo cual es beneficioso para la realización social), respecto a una comunidad en línea, que puede estar vinculada a una comunidad fuera del espacio virtual. El uso de RS ha propiciado el desarrollo un fuerte valor colectivo<sup>60</sup> en diversas comunidades de negocios, académicas y estudiantiles, entre otras.
- Las herramientas desarrolladas por las redes sociales para la comunicación, que permiten una conexión e interacción contralada por los actores, lo que las hace diferentes a otras comunidades (blog, otras).
- Los espacios que aportan para nuevos modos de colaboración y formación en línea, para compartir experiencias e información confiable y dar garantía de reputación personal y profesional.
- Desde la perspectiva de mercado, las redes sociales poseen un gran valor de negocios por sus aplicaciones en el ámbito empresarial, en el márketing, la integración de personal en las empresas, el contacto con los clientes, etc.

**El valor de la afiliación en las redes sociales.** Uno de los indicadores de validación social de los usuarios y de éxito de los espacios de redes sociales es la cantidad de amigos/miembros que posean. La mejora continua de los servicios que ofrecen las diferentes redes sociales -convertidas en prósperos negocios-, aunado al deseo de vinculación de las personas, sus intereses y necesidades, el factor moda, en fin, diversidad de motivaciones, han generado un incremento sostenido en el número de “invitados” que aceptan participar en RS de la más diversa índole. J. García (2008), describe algunos de los beneficios que las redes sociales aportan a sus usuarios y contribuyen a su adhesión y permanencia:

- 1) *Actualidad:* permite estar informado sobre el mundo en las áreas de interés que los acoge y sobre las actividades de otras personas, amigos y relacionados.
- 2) *Interconexión:* proveen fácil acceso a las personas que les son conocidas u otras afines, con una amplia posibilidad de conexiones interesantes disponibles, aun

---

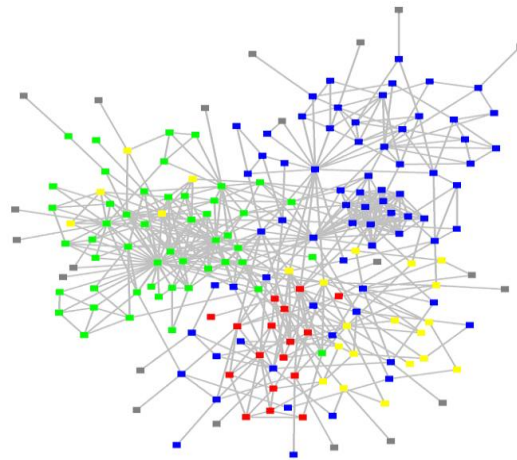
<sup>60</sup> Referido desde diversos paradigmas como “capital social”, síntesis del conjunto de factores que vincula las personas y permiten que esa articulación se convierta en oportunidades para la acción y el bienestar particular y colectivo. N.A.

cuando se desconocen datos particulares de las personas para acceso directo (teléfono, direcciones) y trascendiendo los límites geográficos.

- 3) *Comunicación*: facilita a personas con poco tiempo, limitadas habilidades para la comunicación escrita o inhibidos para la comunicación cara a cara, entrar en contacto con otros por medio de mensajes breves y metáforas gráficas, así como otros mecanismos informativos con que cuentan los sitios que alojan las redes sociales en la web, para estimular las comunicaciones entre sus usuarios, como los alertas y otros servicios.
- 4) *Entretenimiento*: constituye una de las necesidades más satisfechas a través de las redes sociales, ya que disponen de múltiples recursos para canalizar el ocio (pasatiempos, juegos, simulaciones, competencias, lecturas).
- 5) *Protagonismo*: permite a las personas sentir que son tomados en cuenta, condición que ha sido bien aprovechada por organizaciones que promueven espacios de redes sociales (MySpace.com, Orkut, Flickr). Permite que las personas se identifiquen debidamente, publiciten sus noticias, fotos y videos, canalicen sus opiniones y puntos de vista sobre intereses de valor. Las personas pueden expresarse como lo que son, construir imágenes de lo que quisieran ser o asumir personajes que los representen (Second Life).
- 6) *Control*: Las personas tienen la sensación de ser libres para elegir sus contactos, las personas que tienen acceso a sus informaciones, la información personal que se publica, o con qué o quién divertirse. Con frecuencia se pierde la perspectiva de que ese control es relativo, ya que las redes carecen de seguridad en un 100%, que otras personas pueden publicar datos que pueden ser perjudiciales, obtengan información que pueda ocasionar daño emocional, moral o material y de que la navegación puede convertirse en una adicción.

J. Torres (2008) indica que pertenecer a una red social y a sus grupos internos, contribuye a satisfacer la necesidad de afiliación de las personas, aún cuando esta asociación sea a distancia o con una identidad falsa. Entre las ventajas que presenta esta vinculación destacan el fomento de la:

- *Cooperación*: Permiten definir redes de cooperación internacional, debido a su alcance mundial.
- *Amistad*: favorecen el establecimiento de relaciones afectivas entre personas, disminuyendo el impacto de la soledad.



**Figura 46:** Complejidad de una Red Social – **Fuente:** Orgnet.com

**Seguridad y Privacidad en las redes sociales.** Uno de los aspectos más debatidos en relación a las redes sociales y sus efectos sobre la vida de las personas y las colectividades es lo relativo a la seguridad y la privacidad. En general, los usuarios que ingresan a las redes sociales carecen de una idea clara sobre la amplitud de la audiencia que puede tener acceso a sus informaciones y los comentarios compartidos, dirigidos a un colectivo más cercano. L. Joyanes (2008) señala que las redes sociales son espacios altamente vulnerables en términos de seguridad informática, precisamente por su naturaleza abierta y participativa. Cada vez más ingresan a las jóvenes, adolescentes y niños sin experiencia suficiente para discernir situaciones comprometedoras pueden surgir a través de estos contactos.

Ello puede representar una vía de acceso para personas o instituciones con motivaciones distintas a la dinámica propia de la red social, que pudieran comprometer la seguridad y la privacidad de los usuarios. G. Hogben-ENISA (2007), han identificado una serie de riesgos vinculados a las redes sociales en la SIC, las cuales se resumen a continuación:



ASPECTOS DE SEGURIDAD Y RECOMENDACIONES PARA REDES SOCIALES EN LINEA	
ENISA	
No.	RIESGOS
1	Compilación del dossier digital de las personas, fácilmente accedidos y archivados por terceros.
2	Compendio de data secundaria, ya que en su perfil los usuarios aportan información sobre sus contactos y sus preferencias, data que está siendo utilizada con alta rentabilidad económica por terceros.
3	Reconocimiento de la imagen visual, ya que las personas incluyen sus fotos y videos.
4	Tecnologías como CBIR (Content-based Image Retrieval) <sup>61</sup> contribuyen a localizar a los usuarios mediante la comparación de objetos de sus entornos con grandes bases de datos
5	Los enlaces de imagen (fotos) y metadatos (direcciones, otros), por medio de etiquetas, lo cual puede ser realizado por terceros sin autorización
6	Dificultad para completar el borrado de cuentas, ya que información secundaria de contactos queda vincula a sus perfiles y los hacen accesibles.
7	Los spam <sup>62</sup> provenientes de redes sociales constituyen un fenómeno en expansión.
8	Las plataformas de redes sociales son muy vulnerable a los ataques de XSS <sup>63</sup> (Cross site scripting), virus y gusanos.
9	Los “agregadores” <sup>64</sup> de redes sociales las hacen más vulnerable, al permitir el acceso de lectura/escritura a varias cuentas utilizando una autenticación única de baja seguridad.
10	Estafas ( <i>phishing</i> <sup>65</sup> ), mediante el ataque de usuarios de redes sociales, o con la creación redes para <i>phishing</i> , dirigidas a blancos específicos, facilitados por los perfiles auto-creados, fácilmente accesibles. Las redes sociales son vulnerables a las técnicas de <i>ingeniería social</i> <sup>66</sup> que hacen uso de bajos umbrales de admisión para asegurar las plataformas y ante los ataques a las vulnerabilidades de los sistemas, que permiten la inyección automatizada de enlaces <i>phishing</i> .
11	Infiltración en las redes sociales por medios fraudulentos (falsos amigos, uso de scripts, entre otros), que permite obtener información disponible sólo a determinados grupos.
12	Hurto de la identidad y difamación, mediante creación de perfiles falsos bajo el nombre de personalidades o marcas, o incursionar dentro de una red en específico, atacando la reputación de

<sup>61</sup> CBIR (Content-based Image Retrieval): Buscadores de imágenes. N.A.

<sup>62</sup> Spam: Correo no solicitado. N.A.

<sup>63</sup> XSS (Cross site scripting): Modo de ataque basado en la explotación de vulnerabilidades del sistema de validación de HTML incrustado. Ver: Instituto de Seguridad de Internet. <http://www.instisec.com/publico/xss.asp>

<sup>64</sup> Los “agregadores”, sindicadores o compiladores que recogen y reintegran la información. N.A.

<sup>65</sup> “Phishing” es una modalidad de estafa diseñada con la finalidad de robar la identidad de los cibernautas, mediante la obtención de información personal: números de tarjetas de crédito, contraseñas, información de cuentas u otros datos. Con frecuencia el fraude se realiza mediante mensajes de correo electrónico que parecen provenir de lugares reconocidos o confiables: bancos, empresas de tarjetas de créditos, entre otros. Ver: “¿Qué es el “spear phishing?” [http://www.microsoft.com/latam/athome/security/email/spear\\_phishing.msp](http://www.microsoft.com/latam/athome/security/email/spear_phishing.msp)

<sup>66</sup> “Ingeniería Social” refiere a la práctica de obtener información confidencial a través de la manipulación de [usuarios](#) legítimos. (M. Vicentini, 2006)

SEGUNDA PARTE: MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

	alguna persona o sacando beneficio de ella.
13	“Ciberacoso”, mediante el contacto repetido con la víctima, vía correo electrónico, mensajería móvil u otro medio.
14	“Ciberintimidación”, mediante el uso de las herramientas de la red para perpetrar humillaciones, divulgación de información privada, entre otras.
15	El espionaje corporativo, mediante ataques de ingeniería social utilizando las redes sociales ha incrementado, con frecuencia subestimado riesgo para la infraestructura tecnológica de las compañías.

Un resumen de las recomendaciones dadas en el mismo documento se presentan en el siguiente cuadro:

ASPECTOS DE SEGURIDAD Y RECOMENDACIONES PARA REDES SOCIALES EN LINEA - ENISA	
No.	RECOMENDACIONES
1	Promover la concientización y las campañas educativas sobre un uso prudente de las redes sociales. Las plataformas de redes sociales podrían incluir información contextual para educar a las personas “en tiempo real”. Otras campañas de concientización deben ser dirigidas a los desarrolladores de programas para fomentar prácticas y políticas corporativas de en pro de la seguridad.
2	Revisar y reinterpretar el marco regulatorio de las redes sociales, para incluir aspectos no previstos, en especial lo referente a la legislación sobre protección de la data.
3	Incrementar las prácticas de manejo transparente de la data. Se recomienda la revisión de las prácticas actuales de los proveedores de redes sociales en Europa, en relación con la ley de protección existente.
4	Disuadir la prohibición de redes sociales en las escuelas, hacienda uso de ellas en forma abierta y controlada, con coordinadas con campañas educativas para los niños, los profesores y los padres.
5	Promover una autenticación más fuerte y el control de acceso donde sea apropiado, especialmente en ciertos ambientes de redes sociales. Elementos adicionales de autenticación los cuales pueden ser utilizados en forma escalada, desde la verificación básica para correo electrónico, pasando CAPTCHAs <sup>67</sup> y redes por recomendación hasta dispositivos físicos como teléfonos móviles y lectores de tarjetas de identificación
6	Implementar medidas contra el espionaje y la prevención de ataques de ingeniería social en las empresas
7	Maximizar las posibilidades de detección y reporte de abuso, lo cual debe ser facilitado por las redes sociales. Un botón de “Reporte de Abuso” debe ser ubicable, al igual que la opción “contáctenos” en los espacios web clásicos.
8	Establecer predeterminaciones apropiadas, haciéndolas lo más seguras posibles y acompañadas de normas de uso amigables.
9	Los proveedores deben ofrecer modos convenientes de eliminar la data en forma completa, mediante herramientas simples que permitan a los usuarios remover las cuentas en su totalidad y

<sup>67</sup> *Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart* (Prueba de Turing pública y automática para diferenciar a máquinas y humanos).

	editar sus anuncios en las notas públicas de otras personas o en las áreas de comentarios.
10	Fomentar el uso de técnicas de reputación, mecanismos que pueden actuar como un motivador positivo para observar una buena conducta en línea.
11	Integrar filtros automatizados en las plataformas de redes sociales, para lo cual se recomienda una revisión de la legislación, en la cual ha de considerarse la inclusión del filtrado por los proveedores de redes sociales.
12	Solicitar consentimiento de los que controlan la data para incluir etiquetas en perfiles e imágenes.
13	Restringir las descargas voluminosas y de rastreo, excepto para fines de investigación académica.
14	Prestar atención a los resultados de las búsquedas, desarrollando métodos para mantener la data en el anonimato, evitar su despliegue o informar claramente a los usuarios que su información aparecerá en resultados de búsqueda, para que puedan elegir de estar fuera de la misma.
15	Atender los temas de sobre el spam en las redes sociales, mediante el desarrollo de técnicas anti-spam similares a las utilizadas en los correos electrónicos.
16	Tener en cuenta los temas de estafa ( <i>phishing</i> ) en las redes sociales, adoptar las mejores prácticas para combatirlas, promovidas por la APWG <sup>68</sup> .
17	Promover y realizar investigaciones sobre técnicas de “anonimato de imágenes” y mejores prácticas.
18	Promover redes sociales portátiles <sup>69</sup> , cuyas implicaciones económicas y sociales deben ser valoradas.
19	Realizar investigaciones sobre las tendencias emergentes en el campo de las redes sociales en la SIC, especialmente aquellas que tienen importantes implicaciones en el campo de la seguridad. Se recomiendan estudios en las áreas de redes sociales basadas en telefonía móvil, la convergencia con los mundos virtuales utilizados en forma inapropiada por grupos criminales, así como las representaciones 3D y la presencia online.

Los usuarios de redes sociales deben tomar conciencia de su responsabilidad en lo relativo a su seguridad y su privacidad. Para ello es necesario tomar en cuenta algunas previsiones al interactuar en las redes sociales:

- Es preferible establecer contactos con personas conocidas, así como personalizar las invitaciones y mensajes para que los destinatarios reconozcan la identidad del emisor.
- Deben considerar las posibles consecuencias derivadas del material a colocar en línea, en particular las imágenes.

<sup>68</sup> APWG: Anti Phishing Working Group - <http://www.antiphishing.org/>

<sup>69</sup> Redes sociales portables (Portable Social Networks) o redes sociales distribuidas (Distributed Social Networks, DSN), refiere a la tecnología emergente, basada en micro formatos, que busca consolidar y almacenar información de los usuarios que en la actualidad está desagregada y duplicada(perfiles, autenticación), en forma fácil e interoperable entre diferentes servicios y sociales.

- Es recomendable imaginar la audiencia que podría tener acceso a la data, aprender y usar los parámetros disponibles en las plataformas de las redes sociales, sin limitarse a aceptar los pre-establecidos.
- Dado el uso creciente de las redes sociales a nivel empresarial, es pertinente que las organizaciones desarrollen políticas para el uso de las redes sociales por parte de su staff. Es conveniente concientizar a los empleados acerca de los ataques a que pueden estar expuestos como personas y como institución.

**Efectos socio-culturales, educativos y económicos de las Redes Sociales (RS) en la SIC.** Además de los aspectos de seguridad y privacidad, las redes sociales en la SIC han generado efectos no previstos en otros órdenes de la vida humana, algunos de los cuales se plantean a continuación. L. Joyanes (2008) destaca el efecto de las RS sobre la producción artística y cultural, la propiedad intelectual y los derechos de autor. Las redes sociales constituyen espacios en los cuales se construye y comparte música, obras, información y conocimiento cultural. Las mismas permiten dar a conocer nuevos autores sin requerir intermediarios, lo cual impacta el sistema tradicional de la industria cultural.

Desde la perspectiva de la autora, se valora el derecho de todas las personas al acceso, beneficio y uso no restrictivo de la información y los conocimientos resultados de la actividad humana, como miembros activos de la sociedad global. Ello incluye garantizar el derecho de los “autores primarios”<sup>70</sup> a participar del beneficio que ello genere, sea económico, intelectual o moral. Por ello resulta válido orientar esfuerzos al desarrollo de una ética de participación y uso del saber y sus manifestaciones, que contribuya a la equidad y al respeto de los derechos de los todos actores que participan de la construcción de la cultura humana.

Otro elemento señalado (idem), tiene que ver sobre el efecto de las redes sociales en la formación de las personas. El impacto positivo que un adecuado uso de las redes sociales aporta a la educación ha sido ampliamente analizado<sup>71</sup>. El énfasis otorgado a la sindicación de contenidos (RSS) o “actualización continua de

---

<sup>70</sup> Es opinión de la autora que toda creación humana se inserta en construcciones previas y tributar a creaciones futuras. La humanidad participa en la génesis creativa en tanto objeto indirecto de su producción.

<sup>71</sup> Ver cuadro redes de educación, pag.94

noticias”, como principales medios para potenciar la inteligencia colectiva y generar conocimiento. Estas nuevas formas de creación y participación constituyen una contribución clave al desarrollo de la Sociedad de la Información, SIC. Es importante prevenir que su uso redunde en un déficit cultural que sólo la educación puede solventar. La actividad creadora que propicia las redes sociales complementa la actividad formativa sin pretender sustituirla.

Las redes sociales pueden exponer a sus usuarios a un alto nivel saturación de información (ruido). Esto puede generar indiferencia y rechazo por la participación, la información, las creaciones o los conocimientos que las redes sociales se proponen promover. Incrementar el nivel de granularidad con que se definen las preferencias de los usuarios, la creación de grupos y subgrupos y restricciones de correos automáticos, puede contribuir a minimizar dicho impacto. Otras consecuencias se vinculan al uso de las redes sociales en procesos de cambio de las sociedades, a partir de fenómenos como el ciberactivismo, expresión de participación y empoderamiento. No obstante, la generación de ciberturbas con fines desestabilizadores revelan ámbito que requieren de atención.

Como señalan I. Amézquita y F. Navarro (2006) las redes sociales han contribuido a la ampliación de las oportunidades de los ciudadanos de todo el mundo para interactuar, ampliar temáticas, valorar, debatir y crear una opinión pública *periférica*. Su efecto ha sido muy positivo para el desarrollo profesional al permitir compartir y conocer experiencias y oportunidades en situaciones laborales, mantener contactos de negocio enterados de nuevas ofertas, encontrar fácilmente contactos a través de colegas conocidos y muchos otros.

Desde adolescentes hasta presidentes de empresas utilizan las redes sociales para obtener mejores resultados en sus actividades y alcanzar sus objetivos (aumentar su círculo social, ser invitado a más fiestas o cerrar un negocio multimillonario con una multinacional). Estas herramientas facilitan a las personas mantener a familiares y amigos informados de los eventos importantes de su vida (informaciones personales, fotos de viaje, blogs), mantener el contacto con medios cortos y rápidos (mensajes de felicitación, comentario en fotos, envío de noticias curiosas) y todo sin tener que coincidir en el tiempo y espacio físico para hacerlo.

## CAPITULO IV: EL EMPRENDIMIENTO COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO HUMANO (DH) EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

En la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC, el “paradigma de la globalización” ha pretendido generalizar sus efectos sociales, políticos, económicos y culturales en todos los continentes. En realidad, su impacto ha sido desigual en países de distintos niveles de desarrollo. El mundo actual demanda a los países, organizaciones y personas, una eficiencia y eficacia basadas en criterios de calidad de marca mundial, pertinencia en una economía global y un accionar que satisfaga las necesidades inherentes al desarrollo humano en contextos disímiles.

En este marco, es necesario crear condiciones que propicien una cultura emprendedora, habilidades para aprender a lo largo de la vida, la vinculación en redes, la cooperación, la innovación y el uso de las TIC, elementos imprescindibles en la SIC. En este proceso, las redes sociales juegan un papel relevante por su capacidad para crear espacios de inclusión, articulación y fortalecimiento de los actores de la actividad emprendedora con miras al desarrollo humano.

### **4.1 EMPRENDIMIENTO PARA EL DESARROLLO HUMANO (DH). CARACTERIZACIÓN.**

El emprendimiento ha sido un término muy utilizado en todo el mundo. Aunque la actividad emprendedora ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, en las últimas décadas su importancia se ha redimensionado, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes retos económicos, sociales, culturales que la realidad actual impone.

#### **4.1.1 El Emprendimiento en la SIC: Aspectos Generales.**

**Definición.** La palabra emprendedor proviene del francés *entrepreneur* (pionero). De acuerdo al Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, emprendimiento deriva del latín *prendere* (coger/el que se compromete y hace la

tarea) y se define como la acción de “acometer y empezar una obra, un negocio, un empeño. Se usa más comúnmente de los que encierran dificultad o peligro”.

El emprendimiento refiere a la capacidad que tienen las personas para hacer un esfuerzo adicional a fin de alcanzar una meta u objetivo, iniciar una nueva empresa o proyecto, agregar valor a un producto o proceso ya existente, persiguiendo un beneficio mediante el trabajo individual o colectivo. Implica la actitud y aptitud de que permite asumir nuevos retos y proyectos, avanzar un paso más e ir más allá de donde ya ha llegado. La cultura de emprendimiento tiende a privilegiar la innovación, la descentralización, la delegación del poder y tiene como característica la actitud positiva ante la incertidumbre.

M. Formichella (2004:3) señala que el emprendimiento puede definirse, como “el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente una cuota de incertidumbre y de innovación”. Esta autora complementa esta definición con los conceptos de Kundel (1991, en M. Formichella, 2004:3): “es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio”, y Stevenson (1983, 1985, 1990, 2000, idem): “Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad”.

Y. Barbosa (2007), explica cómo el emprendimiento ocupa un lugar de importancia en la dinámica económica y social actual, por la necesidad de las personas de lograr independencia y estabilidad económica, ante los altos niveles de desempleo y la baja calidad de las oportunidades laborales disponibles. Las condiciones del contexto socioeconómico y profesional -especialmente en los países en vías de desarrollo-, han incentivado la voluntad de generar recursos propios, iniciar negocios, empresas y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Desde la óptica del proyecto GEM<sup>72</sup>, se define el emprendimiento como cualquier intento de nuevos negocios o creación de nuevas empresas que tengan como

---

<sup>72</sup> Global Entrepreneurship Monitor – Reporte Ejecutivo, República Dominicana

resultado el autoempleo, la reorganización de un negocio, o la expansión de uno existente, por un individuo, grupo de individuos o firmas ya establecidas.

Desde la perspectiva estratégica, el emprendimiento es un modelo de negocios innovador, que requiere una gestión pertinente. Uno de los modelos más socorridos para formular una visión de emprendimiento exitoso es el propuesto por I. Timmons (en *New Venture Creation*, 1990).



**Figura 47:** Modelo Timmons

**Fuente:** [http://www.uai.cl/p4\\_postgrados/site/pags/20080414131743.html](http://www.uai.cl/p4_postgrados/site/pags/20080414131743.html)

Este considera que las variables claves de equipo, oportunidad y recursos deben balancearse adecuadamente durante el diseño del plan de negocios y mantenerse balanceadas durante la construcción de la nueva empresa.

**Enfoques y Teorías.** Para analizar el emprendimiento es necesario reconocer sus corrientes de estudio, en especial en el contexto de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC. H. Kantis, P. Angelelly y F. Gatto (2001), señalan que la actividad emprendedora ha concitado un creciente interés durante la última década, tanto en el sector académico como entre los decisores de políticas. Estos



autores describen las principales teorías relativas al emprendimiento, desde dos grandes enfoques: económicos y no económicos.

En el primer grupo se encuentran las tradicionales teorías económicas acerca del emprendimiento, entre ellas la escuela de Shupemter y la austríaca. La primera entiende que los emprendedores generan desequilibrio y operan provocando el cambio de una situación existente a otra. La segunda, basada en la creación del equilibrio, ve a los emprendedores como generadores de cambio dentro de una situación existente. Es probable que ambos modos de emprendimiento co-existan en una persona o en una sociedad. En la década de los '80, H. Stevenson, formula su enfoque basado en la mentalidad emprendedora, entendida como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos. Este análisis ha sido de gran utilidad para el desarrollo emprendedor. (A. Castillo, 1999).

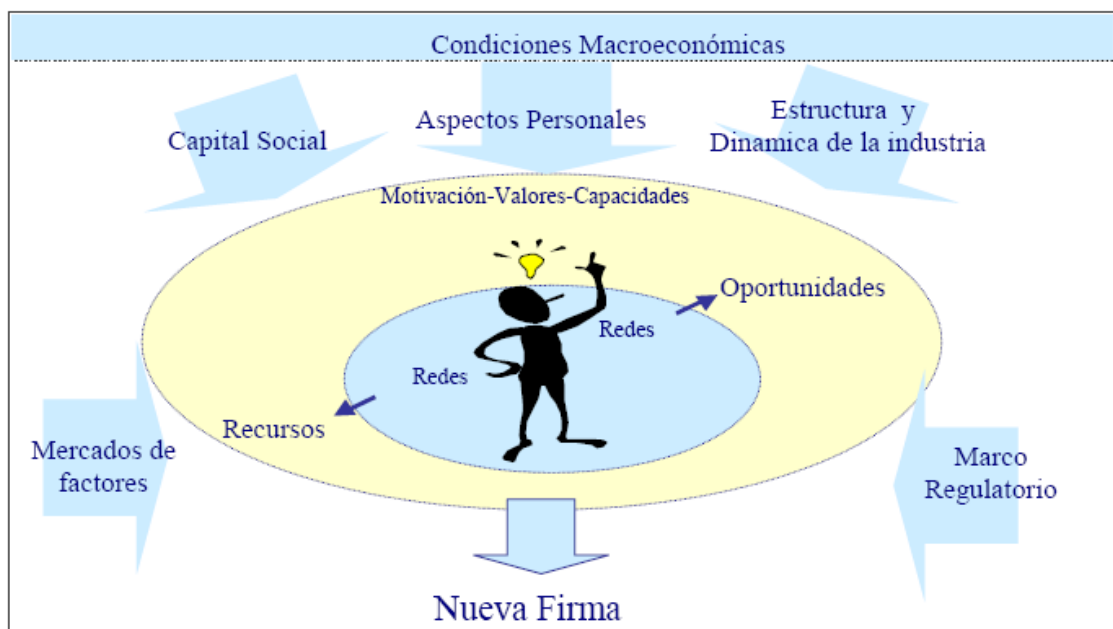
Éstas y otras concepciones economicistas, consideran la formación de líderes y emprendedores vinculados a los procesos empresariales, a los negocios, a la formación de capital, sesgando los procesos sociales, científicos, culturales, ecologistas y grupos universitarios, por solo mencionar algunos. En general, no incluyen en su visión las personas que desarrollan procesos conducidos a un desarrollo no empresarial, generadores de riquezas intangibles, medibles a partir de su contribución al desarrollo humano, social, cultural de un contexto, una región.

Otros enfoques no económicos abordan el emprendimiento desde algunos de los múltiples factores que inciden en su desarrollo: Características de Personalidad (McClelland), Legitimación de la Empresarialidad - Marginalidad e Integración Social (Wilken), Movilidad Social (Hagen), Enfoque Conductista de Gartner, Enfoques orientados hacia el Proceso y el Contexto (Gibb y Ritchie) y El Enfoque del Evento Empresarial de Shapero.

Especial atención suscita en esta investigación el Enfoque de Redes y centrados en el contexto, de creciente adopción en los estudios sobre emprendimiento. Desarrollado por S. Birley, establece que los emprendedores tienden o prefieren participar de redes informales. La riqueza de las redes sociales contribuye a ampliar las posibilidades de negocios del emprendedor (idem). B. Johannisson (citado en Kantis, H.

y otros, 2001), señala que las redes sociales personales van aunadas al marco regional y la influencia del contexto de los emprendedores.

H. Kantis y sus colaboradores (2001), proponen un enfoque integrado, que exprese la multidimensionalidad de la realidad emprendedora y contribuya a estimular y apoyar el surgimiento y desarrollo de emprendimientos. Señalan como principales factores que inciden en el desarrollo de la actividad emprendedora: 1) Los mercados de factores y las Condiciones macroeconómicas, 2) La estructura y dinámica de la industria, 3) El capital social (valor colectivo), 4) Los aspectos personales y 5) El marco Regulatorio.



**Figura 48:** Factores que inciden en el proceso de emprendimiento.

**Fuente:** H. Kantis, P. Angelelli y F. Gatto (2001:18)

**Emprendimiento y Desarrollo Humano en la SIC.** En el Siglo XXI, la humanidad asiste a cambios profundos y acelerados, génesis de cuestionamientos profundos a los modelos de desarrollo vigentes. M. Sosa (2005) destaca las transformaciones en las relaciones de producción, de poder, en la estructura social y la experiencia humana. La forma en que las comunidades, naciones y regiones se anticipen y reaccionen a un nuevo ambiente competitivo y desigual, va a determinar en gran medida la viabilidad de sus procesos de desarrollo social y económico.

En esta dinámica juegan un papel importante los denominados “agentes del desarrollo”, elementos impulsores de cambio, quienes contribuyen al reordenamiento de sus sistemas, mediante la búsqueda de soluciones proactivas a necesidades y demandas de la sociedad. Los actores del emprendimiento se caracterizan por su voluntad e iniciativa para desarrollar proyectos, su creatividad e innovación, su vocación de construir redes junto a otros actores y generar modelos de gestión participativa. Estas cualidades les confieren una identidad potencial como agentes del desarrollo humano. (M. Formichella, 2005).

H. Arana (2005), refiere la pirámide de la riqueza, propuesta por Lester Thurow, cuyos componentes son: Organización Social, Emprendimiento, Creación de Conocimientos, Capacitación, Herramientas, Recursos Naturales y Riqueza. Afirma que sin esta estructura ninguna sociedad puede aspirar al crecimiento económico y el bienestar colectivo. Desde esta visión, la actividad emprendedora ocupa un lugar fundamental en la base del desarrollo local y regional. Las iniciativas de emprendimiento impactan positivamente la generación de puestos de trabajo, la innovación, dinamizan la actividad económica y social y contribuyen a una mejor distribución del poder económico (Kantis, H., P. Angelelly, F. Gatto, 2001).

Aún cuando el emprendimiento es fundamental para el desarrollo humano y la generación de empleo, sigue representado un gran reto en los países emergentes. En estas regiones, los actores del emprendimiento cuentan con niveles limitados de voluntad y capacidad, que requieren ser fortalecidos. Presentan un menor acceso a redes sociales y de negocios, a herramientas gerenciales y mecanismos de financiamiento necesarios para superar estas barreras y desarrollar sus iniciativas.

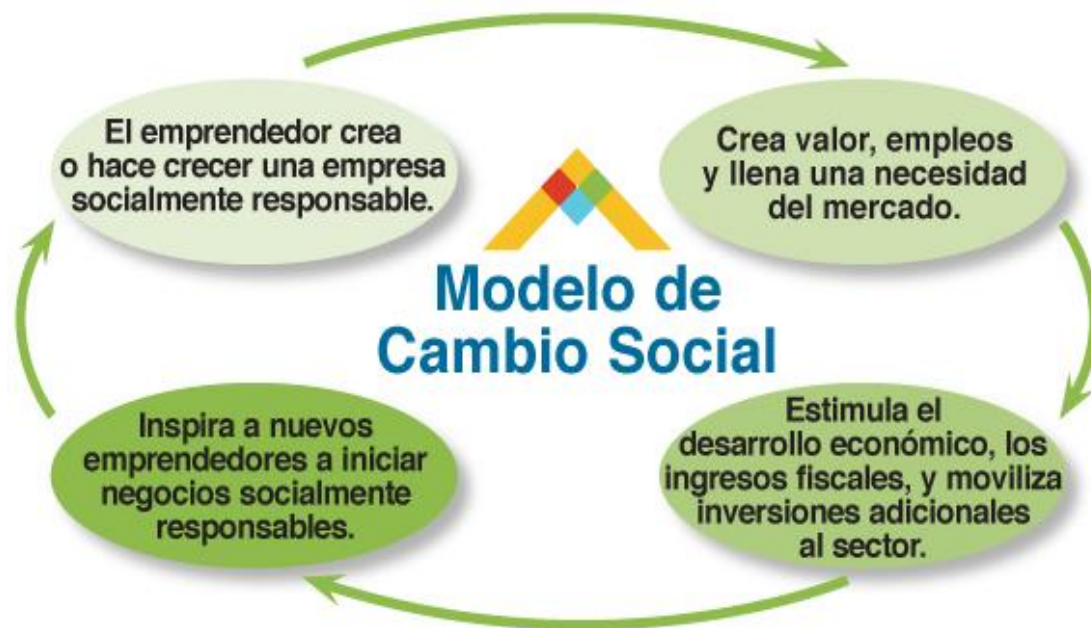
Agora Partnerships<sup>73</sup>, organización sin fines de lucro dedicada a fomentar nuevos emprendimientos y potenciar el crecimiento de las empresas competitivas y socialmente responsables en países en desarrollo, propone el Modelo de Cambio

---

<sup>73</sup> Agora Partnerships <http://www.agorapartnerships.org/enfoque/teoria-de-cambio>

Social de Ágora, dirigido a emprendedores que quieren luchar contra la pobreza. Este descansa en las siguientes premisas:

- 1) Los emprendedores son la clave para fomentar la innovación y el crecimiento en los países pobres.
- 2) Con frecuencia los emprendedores no cuentan con las estrategias adecuadas, las redes y el acceso a financiamiento de largo plazo. Esto los conlleva al fracaso o les impide iniciar su negocio.
- 3) Al proporcionar estrategias, redes, y acceso a capital, es posible crear condiciones que permitan a los emprendedores a maximizar sus posibilidades de éxito.
- 4) El éxito de los emprendedores en las comunidades pobres es el mejor programa de lucha contra la pobreza.



**Figura 49:** Modelo de Cambio Social de Ágora Partnerships, para el emprendimiento.  
**Fuente:** Ágora Partnerships

**Emprendimiento y Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC.** Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC y el auge de las redes sociales han producido cambios en la forma en que las personas piensan y direccionan la sociedad, así como en los modos de construir espacios productivos (M. Castells, 1999). Ello revela la importancia de abordar la relación de las TIC y el emprendimiento y sus implicaciones para el desarrollo humano.

El mundo laboral ha sido afectado por la globalización digital. Las TIC tienen la potencialidad de facilitar y ampliar, en forma continua, las capacidades de los individuos en el contexto de las instituciones, empresas, organizaciones y gobiernos en los que trabajan. Ello incluye las actividades de emprendimiento, las cuales se caracterizan por su dinamismo e innovación. Según la OIT<sup>74</sup>, los trabajadores del conocimiento, aquéllos que generan ideas y las transmiten electrónicamente como productos “intangibles” o “inmateriales”, obtienen ventajas en la economía de las redes, las cuales les permiten acceder a cantidades ilimitadas de “materia bruta” de creación de conocimiento.

El Foro 2006 del Sector Privado de las Américas, reunido en el marco de la XXXVI Asamblea General de la Organización de los Estados Americanos (OEA), cuyo objetivo es la creación de alianzas público-privadas destinadas a promover el crecimiento económico a través del empleo, la educación y la competitividad, incentivó a los estados a adoptar políticas públicas para que las TIC lleguen a toda la sociedad, en especial al ámbito laboral. Ello es así dado su capacidad de potenciar la inteligencia colectiva necesaria para el desarrollo social y económico.

Las TIC contribuyen al desarrollo del emprendimiento al aportar herramientas tecnológicas que contribuyen a la gestión empresarial, la comunicación, la articulación y el fortalecimiento de sus actores y la puesta en marcha de las iniciativas. Las redes sociales constituyen medios ideales para la vinculación nacional de los elementos clave en los ecosistemas de emprendimiento y a la vez construir un universo de contactos a lo largo y ancho del mundo, que propicie un emprendimiento global para el desarrollo local.

---

<sup>74</sup> Organización Internacional del Trabajo. [www.oit.org](http://www.oit.org)

#### 4.1.2 Tipos de Emprendimiento.

---

El emprendimiento puede ser analizado a partir de diferentes criterios, de los cuales derivan distintas clasificaciones.

A partir de los cuatro tipos estratégicos de empresa propuestos por R. Mil y C. Snow<sup>75</sup>, los emprendimientos pueden clasificarse como: 1) *defensivos*: intenta asegurar su mercado con una producción eficiente, fuertes mecanismos de control, continuidad y confiabilidad; 2) *prospectivos*: explotan nuevas oportunidades, desarrollan productos o servicios nuevos y crean nuevos mercados. Sus habilidades principales tienen que ver con I+D<sup>76</sup>, la comercialización, la tecnología y la diversidad en la oferta; 3) *analizadores*: evitan riesgos excesivos, pero buscan ser líderes en la entrega de un número limitado de productos o servicios novedosos, caracterizados por su gran calidad y 4) *reactivos*: con poco control sobre su ambiente externo, baja capacidad de adaptación, débiles mecanismos de control interno, ausencia de estrategia, diseño y estructura sistemática.

Una clasificación relacionada a la anterior refiere al grado de formalización de los emprendimientos: a) *Formales*: proyectos ordenados, con marcada orientación a la seguridad, poco innovadores y la falta de dinamismo que provoca la pérdida de oportunidades; b) *Informales*: sin un plan definido, solo la idea central del negocio, de poca duración. Son ricos en ideas innovadoras, dinámicas, se adoptan el cambio con facilidad; c) *Término Medio*: Complementan orden y dinamismo, son innovadores pero no asumen riesgos importantes.

El Instituto de Investigación y Desarrollo de Emprendedores, de la Universidad de Morón, propone los siguientes tipos de emprendimiento: microempresa, empresa PyME, empresa de base tecnológica, emprendimientos de servicios, emprendimientos de producción y emprendimientos mixtos <sup>77</sup>. En esta

---

<sup>75</sup> En 12 Manage – The Executive Fast Track: [http://www.12manage.com/methods\\_miles\\_snow\\_four\\_strategic\\_types\\_es.html](http://www.12manage.com/methods_miles_snow_four_strategic_types_es.html)

<sup>76</sup> Innovación y Desarrollo

<sup>77</sup> Ver: FICCTE <http://ficcte.unimoron.edu.ar/institutos/instituto8/index.htm>

investigación se propone abordar los emprendimientos a partir de la naturaleza esencial de la actividad emprendedora:

- Emprendimiento juvenil. De acuerdo a P. Weinberg (2003), se trata de la actividad de emprendimiento desarrollada por personas menores de 24 años. Esta idea se asocia al concepto de desarrollo integral social y tiene como propósito promover el rol de los jóvenes como agentes de desarrollo, en especial aquellos que enfrentan desventajas en su ciclo de formación y acceso al empleo. Contribuye al cambio personal, de la comunidad y se asocia a la dinámica de la resiliencia. Este autor señala que los emprendimientos juveniles pueden catalogarse en (idem: 71y 72):

- 1) *Acciones de subsistencia*: estrategias de sobrevivencia, de alta precariedad, financiados en base al ahorro personal o familiar. No recurren a préstamos bancarios o financieros. Su capacidad instalada es mínima y generalmente se ubica en la propia vivienda familiar. No ahorran, más bien, se descapitalizan.
- 2) *Acciones sustentables*: se remunera el trabajo y se mantiene el capital, a veces acceden a préstamos pequeños de la banca. Están posibilitados para ampliar la capacidad instalada.
- 3) *Acciones sustentables y con potencial de desarrollo*: gran capacidad de ahorro, de sostenibilidad; de ampliación de las técnicas y la capacidad instalada. Poseen una buena y mejorable gestión interna y externa.

Uno de los retos principales en este tipo de emprendimiento es lograr su sostenibilidad, a través de alianzas entre sectores, desarrollo de políticas públicas, la promoción de la responsabilidad social de las empresas y la participación ciudadana. Se requieren sistemas de acompañamiento y capacitación para responder a las necesidades de la formación de los jóvenes, a fin de incrementar su vida útil y su impacto.

- Emprendimiento social. P. Matus (2008) lo define como un concepto del siglo XX que designa iniciativas cuyo propósito es resolver necesidades sociales. El emprendimiento social es entendido como una empresa que tiene como objetivos a la vez generar beneficio económico y ofrecer productos o servicios

que contribuyen al desarrollo humano de su entorno. D. Appanahy y S. Shrestha (2007) señalan que el emprendimiento social apunta, además, a una gran diversidad de proyectos innovadores, dirigidos a solucionar problemas sociales y medioambientales, que resultan en transformaciones sociales sistémicas sustentables, al margen de los recursos disponibles. Estos emprendimientos son muy valiosos para el desarrollo de una región o un país.

Según Ashoka <sup>78</sup>, los emprendedores sociales poseen dos atributos sobresalientes: una idea innovadora que produzca un cambio social significativo y una visión emprendedora a la hora de realizar sus proyectos. Son individuos que poseen la visión, la creatividad y la determinación tradicionalmente asociada a los emprendedores de negocios pero su motivación es la de generar un cambio social profundo y duradero además del beneficio económico. La principal diferencia entre un emprendedor de negocios y un emprendedor social es que el objetivo del primero es únicamente el beneficio económico, mientras que el emprendedor social tiene por motivación, además, el cambio social y un fuerte componente ético.

- Emprendimiento de innovación tecnológica. Consiste en la aplicación de la conducta emprendedora a la creación de empresas con alto grado de innovación tecnológica de productos y servicios, en mercados nacionales e internacionales. E. Micha <sup>79</sup> indica que la investigación y la innovación tecnológica poseen un valor estratégico económico y son fundamentales para el desarrollo integral del país. El emprendimiento de innovación tecnológica implica un proceso de generación de ideas (invención) que se implantan con algún valor agregado (conversión de la idea en una aplicación útil a la sociedad o desarrollo comercial). Los emprendimientos basados en las TIC, utilizan las tecnologías para desarrollar actividades económicas nuevas que giran alrededor de estas herramientas.

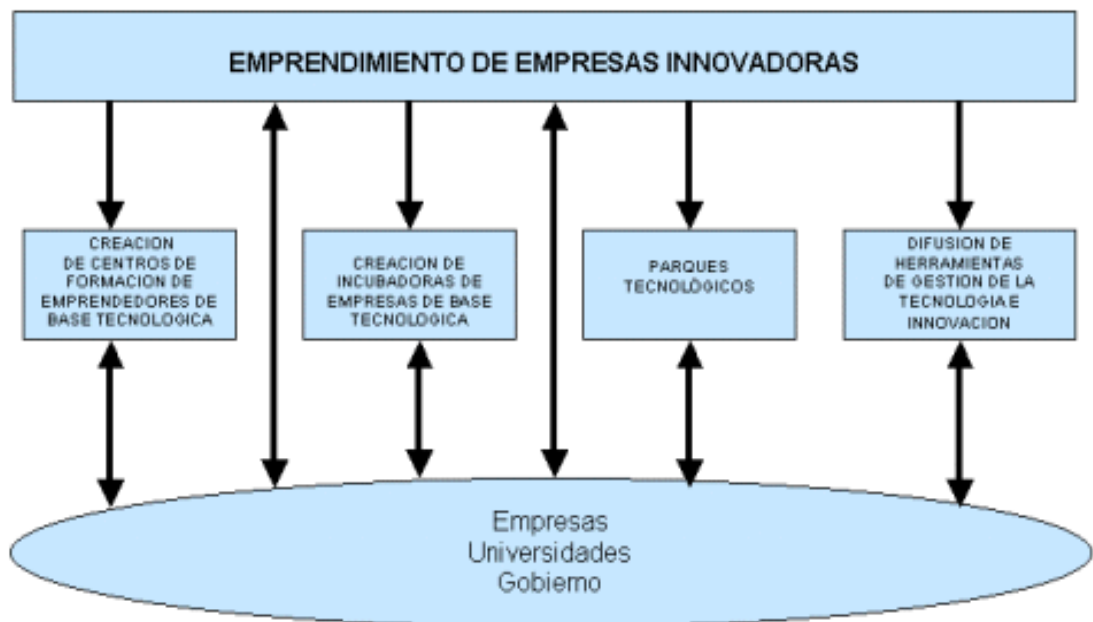
---

<sup>78</sup> Asociación que promueve el emprendimiento social: <http://www.ashoka.org.mx/>

<sup>79</sup> Ver: Importancia de la investigación y la innovación tecnológica- <http://comecyt.wordpress.com/2007/11/14/importancia-de-la-investigacion-y-la-innovacion-tecnologica/>



Entre los tipos de emprendimientos basados en las TIC destacan: 1) las que producen TIC como resultado del emprendimiento: empresas que manufacturan equipos, programas y productos de telecomunicación; 2) las que utilizan TIC como la tecnología esencial de procesamiento: empresas que proveen servicios de registro de datos, servicios basados en TIC, adecuación de programas, enseñanza a distancia basada en TIC, y 3) las que proveen otras actividades de apoyo relacionadas con TIC: empresas que proveen capacitación en cómputo, servicios de consultoría y otros.



**Figura 50:** Emprendimiento de Innovación Tecnológica  
**Fuente:** I. Romero (2001)

Es importante resaltar que el desarrollo de competencias tecnológicas, el uso eficiente y la creación de innovación tecnológica depende, además de la capacidad del emprendedor y de su empresa, de la calidad de la infraestructura tecnológica y de financiamiento del país. La misma descansa en la puesta en marcha de parques tecnológicos, estrategias de innovación y desarrollo científico y tecnológico, así como el establecimiento de redes de sustento al emprendimiento de innovación tecnológica que integran empresas, instituciones de educación superior, centros de investigación, incubadoras de negocios, entre otras

- Emprendimiento rural. Este tipo de emprendimiento constituye una respuesta para disminuir la migración y dar solución a la escasez de oportunidades de empleo y educación en el contexto macroeconómico rural actual, para propiciar la diversificación productiva, producciones intensivas, industrialización y nuevos servicios.

De acuerdo al Proyecto de Jóvenes Emprendedores Rurales desarrollado en Argentina <sup>80</sup>, el emprendimiento rural contribuye a: 1) Promover la permanencia de los jóvenes y adultos rurales, reducir la migración y fortalecer el desarrollo sostenible del sector agropecuario; 2) fortalecer instituciones del medio rural para que impulsen políticas, programas y servicios orientados a la juventud rural; 3) desarrollar el espíritu emprendedor a nivel rural, promoviendo la diversificación productiva y la actividad innovadora a través de la creación de nuevos negocios agropecuarios, agroindustriales y de agro-servicio; y 4) desarrollar en los jóvenes rurales la motivación, capacidad para identificar y aprovechar nuevas oportunidades de negocio y las competencias y habilidades para gestionar y emprender nuevas empresas.

- Emprendimiento para la empresa de mujeres. El emprendimiento visto desde la perspectiva de género, ha sido ampliamente analizado en el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2006 Report on Women and Entrepreneurship*. Este estudio, realizado en 40 países evidencia que alrededor del 33% de los emprendimientos en el mundo son desarrollados por mujeres, en especial en los países de renta baja, en algunos de los cuales han llevado la delantera a la población masculina emprendedora. La principal motivación de las emprendedoras varía en función las posibilidades económicas de los países. En los países desarrollados la mujer emprendedora busca principalmente explotar oportunidades de negocio; en los países pobres, la motivación básica es la necesidad, debido a la ausencia de oportunidades laborales.

Respecto a la educación, en los países con rentas bajas un 36,5% de las emprendedoras emergentes y un 46,9% de las que cuentan con negocios

---

<sup>80</sup> Ver: [prejal.oit.org.pe:8501/docs/repositorio//es\\_ES//boletin%20prejal%20-%20argentina%20-%20201.pdf](http://prejal.oit.org.pe:8501/docs/repositorio//es_ES//boletin%20prejal%20-%20argentina%20-%20201.pdf)

establecidos tienen estudios por debajo de secundaria. En los países más desarrollados los porcentajes llegan hasta el 25,2% y el 28,2% respectivamente. Ello revela la necesidad de fortalecer la formación de la mujer emprendedora, en lo cual las redes sociales pueden jugar un papel fundamental.

- Emprendimiento universitario. S. Fernández y otros (2006) indican que las universidades, además de formar, investigar y ser fuente de transmisión y desarrollo de la cultura, han de asumir un rol importante como agente responsable del progreso económico y social en sus contextos. El impulso de la innovación, el desarrollo tecnológico y la cultura de emprendimiento son compromisos indiscutibles para la universidad en el Siglo XXI. Por ello, las IES se abocan al desarrollo de centros de desarrollo emprendedor, incubadoras de negocios y otras iniciativas afines, e incorporan el emprendimiento como eje transversal del proceso formativo.

En el Foro “Responsabilidad Social en el marco del desarrollo del Emprendimiento”<sup>81</sup>, se observó la tendencia en las universidades a privilegiar una visión del emprendimiento estrictamente económica e individual, que solo promueve el crecimiento personal. Se recomendó promover una mirada más amplia respecto a los objetivos de las empresas, no sólo como generadoras de riqueza privada, sino de riqueza social, en el marco de lo que en la contemporaneidad denominamos responsabilidad social.

- Emprendimientos colectivos o asociativos. Autores como C. Villegas (2004), entre otros, enfatizan la pertinencia de conformar conglomerados, consorcios o clusters de emprendedores. Aún cuando esta estrategia no sea una tarea fácil, es de gran importancia la organización de emprendimientos conjuntos para pequeñas y medianas empresas (PYMES), a fin de fortalecer la capacidad individual por medio de la articulación colectiva.

---

<sup>81</sup> Organizado por la Red Universitaria de Ética y Desarrollo Social – RED - de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo: [www.iadb.org/etica](http://www.iadb.org/etica) en el 2005.

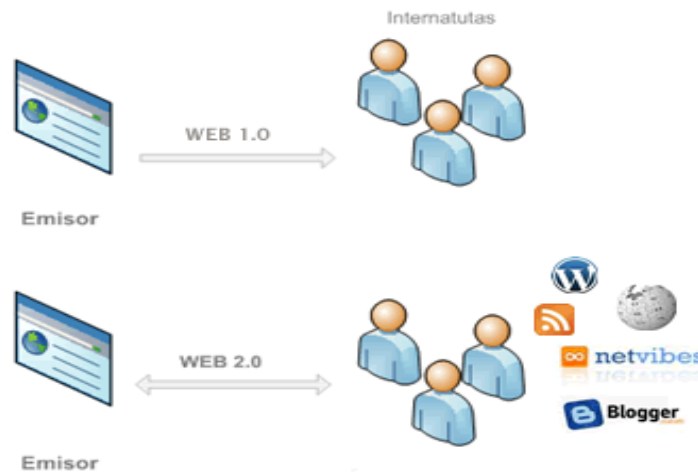
Diversa instituciones en el mundo buscan propulsar la conformación de asociaciones de empresas, buscando una integración vertical u horizontal. La integración vertical puede tener tres características, aquellas denominadas “aguas arriba”, que es una asociación de proveedores alrededor de un productor central, o aquellas denominadas “aguas abajo”, que es una asociación de distribuidores. Mientras que la integración horizontal, es aquella conformada con empresas del mismo ramo o actividad “cluster.” Esta asociación puede ser constituidas por micro, pequeñas o medianas empresas.

**Emprendimiento 2.0: el desafío del futuro en el presente.** Las transformaciones que vive la humanidad, incluye la tecnología y la manera de hacer negocios, transformarlos e innovarlos. El desafío para el emprendedor es interpretar las tendencias mundiales a fin de desarrollar las competencias que les permitan innovar y actuar en el presente para el porvenir, haciendo uso con significado y sentido de la Gestión 2.0 (management 2.0) y las tecnologías 2.0.

J. Lucas (2006) señala que una de las mayores fuentes de oportunidades para el emprendimiento tiene que ver con nuevas fuerzas que llevan la atención en las *innovaciones disruptivas*. Éstas suelen ser productos paradójicamente “peores” según los parámetros convencionales, pues se basan en tecnología más simple y menos costosa. Carecen de interés para usuarios exigentes y grandes líderes comerciales, pero aportan propuestas de valor diferentes. Suelen instalarse en mercados insignificantes, pero al ser más fáciles de usar, fiables y económicos, captan el interés de nuevos segmentos de consumidores y, en muchos casos, desplazan los productos tradicionales (Ej. telefonía IP frente a la convencional). Estas innovaciones emergen como una posibilidad subestimada en los mercados establecidos, porque suele mirarse al futuro con sentido de pasado.

El autor afirma que hoy, la gran disrupción en la forma de hacer empresas y comunicarse es la colaboración en redes virtuales. Esta realidad provee un nuevo escenario ilimitado y horizontal, configurado gracias razones que requieren de atención: 1) el desarrollo de las TIC y las herramientas 2.0, que permiten redefinir

espacio de interacción social por medio de redes abiertas, colaborativas y globales (educativas, de amistad, de negocios, profesionales, entre otras); 2) la presencia de nuevos actores - millones de individuos que se han sumado a la economía global como consumidores o trabajadores (China, ex Unión Soviética, India, entre otras); 3) esto ha derivado en nuevas prácticas como lo es la gestión de redes globales para crear nuevo valor.



**Figura 51:** Nuevas relaciones y comunicaciones del Emprendimiento 2.0

**Fuente:** [www.quebstudio.es/images/web20.gif](http://www.quebstudio.es/images/web20.gif)

Esta dinámica presenta al emprendedor el desafío de aprender a navegar y protagonizar las redes sociales, en una sociedad donde los mercados mundiales se transforman en multitudes de nichos, que permiten moverse de la “cabeza” (opciones obvias, ítemes de alto volumen de venta individual), hacia la “larga cola” (opciones bajo la punta del iceberg, ítemes de bajo volumen de venta individual, oportunidad de oferta agregada).

Dicha “cola” se ve beneficiada por el uso de los filtros, agregadores y herramientas que permiten conectar oferta y demanda, democratizar la producción, la distribución y facilitan crear identidad, clave del presente. Para los emprendedores esto implica aprender a pasar de una oferta estándar a enfocarse en la “larga cola” de ofertas sensibles a los estilos de vida de los clientes. En ello, lo

central es reconocer que en la actualidad es necesario hacer uso de la tecnología, para enfocarse en la información y la comunicación. La Web 2.0 permite desarrollar iniciativas exitosas sustentadas en la idea de que las empresas y mercados son espacios conversacionales, liderar y gestionar es conversar y estas conversaciones ocurren cada vez más en línea.

Otro elemento clave de la era actual es la caducidad permanente. Reinventar es mucho más factible desde redes sociales cada vez más globales. Esto implica cambiar los esquemas tradicionales y prepararse para innovar en un mundo dinámico, ampliado e incierto, mediante el desarrollo de competencias para: 1) aunar al análisis y la teoría a una mayor sensibilidad a lo emergente; 2) trascender las ofertas y clientes estándares para mirar a la “larga cola” de ofertas a la medida del cliente; 3) sustituir la gestión basada en el control unilateral y miedo por las redes colaborativas y globales; 4) complementar el aprendizaje individual y teórico con el aprendizaje social en la acción.

El *Emprendimiento 2.0* se sustenta en la *Gestión 2.0*. Implica la capacidad de leer las posibilidades en los mundos emergentes, con una visión emprendedora que permita *declarar identidad*; inventar ofertas de valor para los usuarios, mediante la innovación sistemática que haga posible *diseñar identidad*; crear compromisos y construir confianza por medio de redes sociales globales a fin de *encarnar identidad* y aprender en la acción enfrentado el riesgo, mediante un aprendizaje permanente con consolide la *fortaleza emocional*.

En esta transformación del accionar emprendedor, es preciso tomar en cuenta las *habilidades 2.0* (capacitación en comunicación, trabajo en equipo, entre otras, las cuales adquieren un significado y relevancia nuevos); *las prácticas 2.0* (el coaching organizacional es clave para superar los viejos hábitos que limitan el aprendizaje y la efectividad); *las tecnologías 2.0* (apropiación de herramientas y escenarios web que aportan una enorme posibilidad de incrementar la efectividad; los *valores 2.0* (colaboración, transparencia, protagonismo y responsabilidad).

Este nuevo emprendimiento, hace uso de la web 2.0, -a través de la comunicación P2P (peer to peer)-, como sistema de monitoreo y alerta temprana para evolucionar en su iniciativa de acuerdo a las tendencias, sistema de gestión de conocimiento y escenario de construcción de identidad. Para ello el emprendedor ha de construir comunidades, encontrar a los actores relevantes, participar de las conversaciones, construir relaciones personales y otorgar empowerment a los miembros.

Si los emprendedores desatienden estos desafíos, caerán en la brecha de capacidades que separa los emprendedores tradicionales y los emprendedores del futuro. Las nuevas tendencias invitan al emprendedor a diseñar y ejecutar emprendimientos virtuales, basado en las redes sociales y la tecnología del blogging, redefinir el emprendimiento desde esta nueva dinámica.

#### **4.1.3 Ecosistema de Emprendimiento y sus Actores.**

---

El emprendimiento como cultura y actividad, comprende un conjunto de elementos,- los actores (nodos) y sus relaciones, - los vínculos (aristas, flujos), en permanente interacción, lo que confiere cualidad potencial de red social. A su vez el emprendimiento y su cultura puede ser entendido como un sistema social complejo, cuyos componentes operan desde distintos niveles de interacción, e intercambia materia, energía e información con su entorno.

La trama de elementos organizados en forma espontánea o dirigida, que interactúa en un contexto material e inmaterial, con miras al desarrollo de la actividad emprendedora y toma en cuenta tanto las relaciones que mantienen entre sí los seres vivos que componen el sistema de emprendimiento, como también las relaciones con los factores no vivos (incluidos clima, temperatura, entre otros), es lo que se denomina en esta investigación *ecosistema de emprendimiento*. Como unidad compleja delimitada espacial y temporalmente, el ecosistema de emprendimiento se define en relación la propia dinámica emprendedora, los

actores que intervienen en su proceso, las relaciones entre ellos y las características del contexto.

En la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC, este entorno adquiere características espaciales y temporales particulares, redefinidos ambos conceptos en virtud de los espacios alternativos emergentes construido sobre la base de las Tecnologías de Información y Comunicación. No obstante, la estrecha relación del emprendimiento con el desarrollo local, nacional y regional, hace necesario identificar ecosistemas que permitan organizar y potenciar el impacto del emprendimiento en las comunidades y la sociedad.

Eso hace necesario pensar en ambientes locales y nacionales, que den sustento a la actividad emprendedora y favorezcan su impacto positivo en el desarrollo humano. En el mismo han de considerarse la generalidad de individuos e instituciones, actores directos e indirectos para este tipo de ecosistema en el país: gobierno, desarrolladores, emprendedores, inventores, incubadoras, inversionistas, asociaciones, consultoras, formadores, investigadores, organismos internacionales, financieristas, las relaciones entre ellos y otros elementos tales como el clima emprendedor del país, la atmósfera de negocios y otros factores afines.

En este estudio se propone un ecosistema básico de emprendimiento<sup>82</sup>, que integra los siguientes actores y relaciones:

- *Emprendedores*, definidos en proyecto GEM conforme las siguientes categorías:
  - 1) *emprendedores potenciales*, aquellos que tienen la idea de emprender. La edad media del emprendedor potencial es de 34 años y el nivel de estudios se ubica en la secundaria completa, mayormente.
  - 2) *emprendedores en la fase incipiente*, aquellos nacientes (hasta 3 meses de actividad) y los gerentes-dueños de un actividad nueva (hasta 3.5 años). La edad media del emprendedor incipiente es de 35 años con un nivel de estudios secundario.

---

<sup>82</sup> Este modelo en construcción está siendo trabajado en forma colaborativa por C. Miranda y L. Madera



- 3) *emprendedores consolidados*, aquellos con un actividad de más de 3.5 años. La edad media del emprendedor consolidado es de 42 años y su nivel de estudios con algunos cursos secundarios.
- 4) *emprendedores que ha cerrado su negocio en el último año*, se puede observar una edad media de 38 años y un nivel de estudios secundario incompleto.
- *Organismos internacionales*, vinculados a la cooperación internacional y donantes que aportan recursos diversos para promover y fortalecer el emprendimiento.
  - *Organizaciones gubernamentales nacionales* encargadas del desarrollo de políticas y estrategias dirigidas a promover la actividad emprendedora, de acuerdo al ordenamiento público y privado establecido en cada contexto.
  - *Parques Tecnológicos*, espacios habilitados con infraestructura, servicios y herramientas avanzados, ubicados en zonas geográficamente privilegiadas. Su objetivo fundamental es incrementar la riqueza de la comunidad, mediante la promoción de la cultura de la innovación y la *elegibilidad*<sup>83</sup> de las empresas e instituciones instaladas en el parque o asociadas a él. Fomentan la relación universidad-empresa y promueve la sinergia del ecosistema.
  - *Instituciones de Educación Superior y Capacitación*, las cuales participan en la formación de los actores en sus distintos roles y mediante el desarrollo de centros e incubadoras universitarias de emprendimiento.
  - *Centros de emprendimiento*, estrategias configuradas para generar una cultura del emprendimiento y promover iniciativas, a fin de apoyar a emprendedores y empresarios en el camino de la creación, crecimiento y consolidación de sus negocios. Ofrecen asesorías, información y formación para la actividad emprendedora.

---

<sup>83</sup> La autora ha desarrollado el concepto de "*elegibilidad*", trascendiendo el concepto de "*competitividad*". Se entiende la *elegibilidad* como el estado de excelencia alcanzado en virtud de un proceso permanente de desarrollo, cuyo propósito esencial es la calidad y la pertinencia institucional. Esta se obtiene a partir de la actualización y apropiación de competencias, cualidades y patrones de comportamiento, que incorporen a la cultura organizacional valores y criterios de excelencia de carácter universal. Como consecuencia del perfeccionamiento continuo, dentro de un esquema de sostenibilidad y rentabilidad, el objeto/sujeto "elegible" incrementa su capacidad de satisfacer demandas y necesidades sociales en condiciones favorables para los grupos de interés, ampliando de este modo su ventaja competitiva. N.A.

- *Incubadoras de empresa*, organizaciones diseñadas para apoyar la creación de PYMES<sup>84</sup> y generar nuevas actividades en las empresas existentes mediante soporte estratégico y operacional. Prestan facilidades infraestructurales, servicios tales como asesoramiento legal (en todo lo relacionado con el registro de empresas, patentes, licenciamiento, propiedad intelectual y mercantil), ayuda para la realización de estudios de mercado y factibilidad, apoyo técnico académico, consultorías, acceso a laboratorios o centros de investigación, asesoramiento en la búsqueda de financiamiento, cursos, seguimiento de planes de negocios, eventos de difusión, etc.
- *Asociaciones empresariales*, que inciden en el emprendimiento desde diferentes roles, especialmente en la creación de centros de emprendimiento e incubadoras.
- *Mentores*, personas con alta experiencia en el ámbito empresarial y de negocios, que voluntariamente ofrecen su expertise para colaborar con los emprendedores a definir metas y a establecer un plazo específico para alcanzarlas.
- *Inversionistas*, persona natural o jurídica que invierte sus recursos en la adquisición de acciones, obligaciones u otro valor mobiliario en una empresa, con el fin de lograr rentabilidad y liquidez. En el caso de las iniciativas de emprendimiento, se identifican estos estilos básicos de inversión:
  - 1) *Inversionistas Angeles*: un individuo con experiencia empresarial que aporta sus fondos para financiar las etapas tempranas de un proyecto de emprendimiento, a cambio un porcentaje de la empresa en la que invierte. A diferencia de un socio capitalista común y corriente, además del financiamiento, aporta conocimientos, experiencia y contactos para apoyar a la empresa, y está motivado tanto por la expectativa de crecimiento rápido del proyecto para la obtención una alta rentabilidad, como por la oportunidad de contribuir personalmente en su desarrollo<sup>85</sup>
  - 2) *Inversionistas de Riesgo*: quien aporta capital para proyectos cuyo retorno no está comprobado. Los inversionistas de riesgo aparecen en escena para

---

<sup>84</sup> Pequeñas y Medianas Empresas

<sup>85</sup> Ver Duarte, C.: "El inversionista ángel, eslabón perdido en la cadena de la innovación".  
[www.innovandoideas.com/Inversionistas\\_angeles\\_YABT.pdf](http://www.innovandoideas.com/Inversionistas_angeles_YABT.pdf)

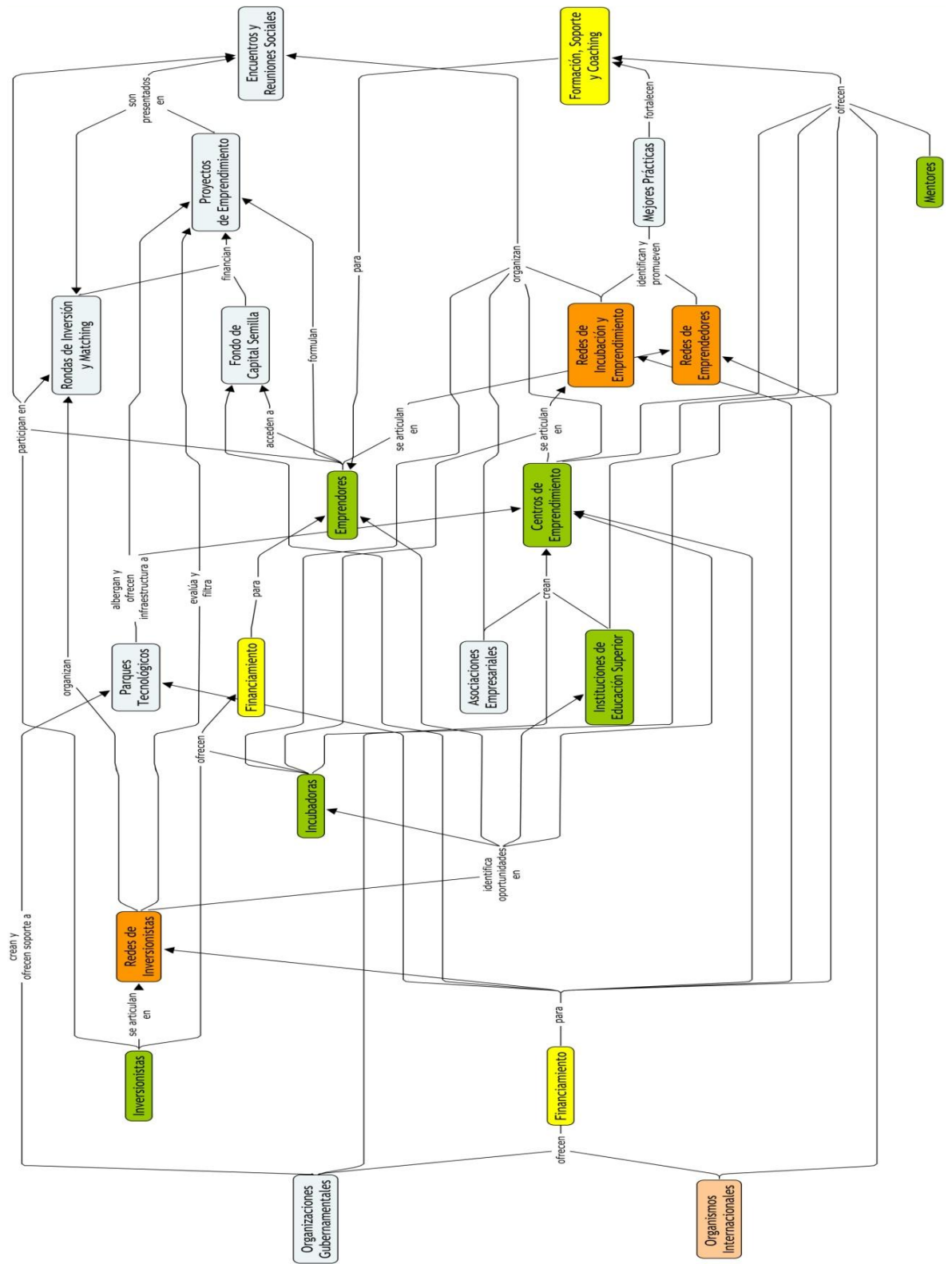
apalancar empresas cuyo alto riesgo tecnológico no es asumido por las fuentes tradicionales de financiación, como bancos y corporaciones.

- 3) *Fondos semilla*: financiamiento individual o institucional de apoyo a las empresas en sus inicios, desde fases tempranas de incubación. Incluye la gestación de la empresa, lanzamiento y posicionamiento.
- 4) *Start up funds*: inyección de fondos para poner en marcha un proyecto propuesto hasta garantizar su supervivencia.
- 5) *Fondos de consolidación*: financiamiento que se aporta cuando la empresa requiere diversificar su portafolio y acometer un plan de expansión ambicioso.
- 6) *F&F funds*: capital semilla procedente de ahorros propios, familiares y de amigos.

Los diferentes actores pueden articularse en redes sociales particulares, conformando de este modo redes de inversionistas, redes de incubación y emprendimiento, redes de emprendedores, entre otros. Algunas de las actividades clave que se realizan en el seno del ecosistema de emprendimiento lo son:

- *Rondas de Inversión*: espacio de presentación de proyectos de emprendimiento ante grupos de inversionistas, en la cual se elijen las iniciativas a ser financiadas.
- *Matching*: estrategias de presentación o encuentro presencial o virtual de emprendedores y otros actores (inversionistas, instituciones, mentores, proveedores, otros).
- *Formación, soporte y coaching*: actividades dirigidas a desarrollar las competencias necesarias para la puesta en marcha y conducción de iniciativas emprendedoras pertinentes, eficaces, eficientes y de impacto.

La figura 52 presenta un esquema propuesto para el ecosistema básico de emprendimiento.



**Figura 52:** Mapa básico para los ecosistemas de emprendimiento  
(Por: L. Madera y C. Miranda)

## **4.2 INICIATIVAS PARA EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN REPÚBLICA DOMINICANA.**

---

El emprendimiento es un factor fundamental para el desarrollo humano a nivel local y regional. Esta premisa sustenta el conjunto de iniciativas que se desarrollan en América Latina en general y en la República Dominicana en particular, para fomentar y desarrollar la dinámica emprendedora. En consecuencia, al margen de la presencia de inconvenientes, existe un alto nivel de emprendimiento en los países de la región y un compromiso público y privado para su consolidación.

En la República Dominicana se ha definido una estrategia nacional de incentivo al emprendimiento, respaldada por el Plan Nacional de Competitividad Sistémica, coordinado por el Consejo Nacional de Competitividad, CNC, el Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación, de la Secretaría de Estado de Educación Superior, Ciencia y Tecnología y el Sistema Nacional de Innovación y Desarrollo Tecnológico. La misma contempla como estrategia principal el ordenamiento estructural y funcional del ecosistema nacional de emprendimiento.

Como parte de este proceso de desarrollo, en el año de 2007 fue llevado a cabo en el país el estudio Global Entrepreneurship Monitor, el cual analizó tanto las condiciones de emprendimiento en el país como la evolución del mismo. Los resultados del informe develan aspectos críticos en el ecosistema de emprendimiento en el país, las principales motivaciones que el momento motorizan la actividad emprendedora y otros factores.

Una de las variables que define la calidad y el impacto de las iniciativas de emprendimiento tiene que ver con la visión que orienta la acción. Un emprendimiento concebido como motor del desarrollo humano desde una perspectiva global, implica condiciones del personales y contextuales que proyecten las iniciativas en ese sentido.

En el estudio mencionado se destaca que a nivel nacional el emprendimiento está guiado por distintas motivaciones:

1) Encontrar una oportunidad de negocio que han percibido

2) El factor “necesidad”, a consecuencia de las escasas o insuficientes oportunidades de empleo, lo cual afecta en igual modo la población masculina y la femenina.

Esta problemática, aunada a la poca flexibilidad para la conformación de empresas formales, han hecho que el emprendimiento haya contribuido a incremental la informalidad. Se observa la pertinencia de respaldar esa capacidad de iniciativa con un marco legal que propicie el crecimiento formal de esta actividad.

En éste y otros informes y análisis recientes,<sup>86</sup> se revela que en el país predominan los esquemas tradicionales de negocio, aún cuando se reconoce la pertinencia de trascender estos modelos y optar por iniciativas de innovación y emprendimiento, que dinamicen el desarrollo del país. El informe GEM pone en evidencia trabas culturales, financieras y legales que enfrentan emprendedores, inversionistas interesados en financiar proyectos emprendedores y otros actores vinculados a esta actividad.

- El desarrollo emprendedor: retos y perspectivas. El análisis de la realidad nacional desde la visión de emprendimiento, han develado restricciones que limitan el desarrollo de una cultura y una dinámica emprendedora:

1) *Políticas Gubernamentales.*

- Trabas y políticas gubernamentales (burocracia, corrupción e impuestos).
- No existen políticas públicas definidas para apoyar la creación de empresas.
- Alta carga impositiva. Absorben el 40% de los ingresos brutos.
- Marco regulatorio deficiente. Es necesario aprobación de leyes.
- No existe una estrategia de desarrollo clara. Mucha improvisación y aplicación de regulaciones gubernamentales incoherentes.
- Falta de políticas públicas que incentiven el emprendimiento.

---

<sup>86</sup> Informes Nacionales de Desarrollo Humano, Indicadores de Desarrollo Humano, Proyecto GEM, entre otros.

- Muchos cambios en las políticas fiscales.
- Falta de garantías en el cumplimiento de las leyes.
- Falta de transparencia gubernamental en las definiciones de políticas.
- Carencia de bases legales suficientes para garantía de las empresas.

2) *Apoyo Financiero.*

- Dificultad de garantías para acceder a recursos financieros.
- El acceso al crédito y/o fondos de riesgo está más restringido, lo que dificulta el financiamiento.
- Exigencia por parte de las entidades bancarias de grandes garantías, por lo general bienes inmobiliarios, para otorgar créditos.
- Carencia de apoyo financiero gubernamental y de incentivos para la promoción imposibilitan el desarrollo de las microempresas.
- Acceso a fuentes nuevas de financiamiento, capital semilla, capital de riesgo.
- Altas tasas de interés.

3) *La Orientación académica y capacitación.*

- Cultura académica no orientada al emprendimiento
  - Modelo de educación superior fomenta empleados, no empresarios.
  - Falta de centros de tecnologías dentro de las universidades como creadores del conocimiento.
  - Bajo nivel educativo superior.
  - Baja capacitación. Son pocos en cantidad y accesibilidad a los centros de capacitación.
  - Baja formación de las universidades en el tema de emprendedurismo.
  - Programas específicos de investigación en las universidades.
  - Planes educativos pobres que incentiven el emprendedurismo.
- Propuesta de ANJE. La Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE) se hizo eco de los resultados del estudio Global Entrepreneurship Monitor, GEM, aplicado a la RD en el 2007. Ante la realidad descrita, esta organización propone una serie de iniciativas que permitirían superar algunas de estas barreras. Se destacan:

- Promover el emprendimiento desde el nivel escolar hasta el universitario.
- Se deben crear incentivos fiscales para estimular la inversión ángel y la inversión en fondos de capital de riesgo. Cada uno de estos mecanismos de financiamiento debe contar con incentivos diferentes, acorde al nivel de riesgo (deducción fiscal al momento de la inversión; exención la ganancia de capital en caso de pérdida, entre otras).

Aun cuando se verifican limitaciones para el desarrollo de proyectos de emprendimiento en el país, organismos internacionales, como la UNCTAD<sup>87</sup> consideró que la estabilidad política y los factores macroeconómicos favorables contribuyen al desarrollo de un clima de negocios que propicie el emprendimiento. En ese marco, existen importantes iniciativas tanto del sector público como del sector privado para incentivar la actividad emprendedora. Las principales a destacar son:

**Iniciativas locales pioneras del emprendimiento.** Desde hace más de una década, diferentes instituciones han llevado a cabo esfuerzos dirigidos a incentivar el desarrollo de la actividad emprendedoras en el país, algunas de las cuales se refieren en este acápite.

- EMPRENDE, es la primera incubadora de negocios de base tecnológica del país, cuyo fin es apoyar a personas emprendedoras a lo largo del proceso de creación, crecimiento y consolidación de empresas tecnológicas.

EMPRENDE está ubicada dentro del Parque Cibernético de Santo Domingo y constituye una de las instituciones impulsoras de la actual estrategia nacional de promoción, vinculación y fortalecimiento del emprendimiento a nivel nacional. Sus principales actividades están dirigidas a promover la incubación y la aceleración de innovaciones tecnológicas, contemplando el emprendimiento desde una visión global. La misma ha ampliado su rango de actuación hacia el incentivo de un financiamiento eficaz de las iniciativas locales de

---

<sup>87</sup> Conferencia de Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas



emprendimiento, desde la perspectiva de los inversionistas, a partir del proyecto Enlaces, primera red de inversionistas ángeles del país.

- INTEC tiene dos iniciativas de promoción del emprendimiento: CAMPE y el Concurso de Emprendedores Intecianos.
- PUCMM promueve un proyecto de emprendimiento en la región norte con el Centro Comunitario Emprende, parte del proyecto PRODECO, que desarrolla el Centro Estudios Urbanos y Regionales (CEUR) de la Universidad con la colaboración de la Phillips Morris International.

Estos proyectos han tenido un impacto significativo en el desarrollo del emprendimiento, así como de la pequeña y mediana empresa en sectores específicos, sin embargo, hasta la formulación de la

**Sistema Nacional de Innovación y Desarrollo Tecnológico e Iniciativas Vinculadas.** El Gobierno Central ha reconocido la pertinencia de desarrollar iniciativas de apoyo al emprendimiento. Una de las medidas que ha influido en la puesta en marcha de iniciativas de emprendimiento fue la creación del Sistema Nacional de Innovación y Desarrollo Tecnológico (SNIDT) mediante Decreto 190-07 de abril de 2007.

El objetivo de este sistema es articular de forma funcional la red de instituciones y políticas públicas para fomentar la innovación y el desarrollo tecnológico aplicado, con el fin de elevar las capacidades competitivas de los sectores estratégicos de la República Dominicana. El SNIDT involucra diferentes sectores del gobierno, del sector privado y del sector académico y se sustenta en tres pilares principales: los Parques Tecnológicos, el Instituto de Innovación y Desarrollo Tecnológico y la Red de incubadoras de la República Dominicana.

El SNIDT está presidido por la SEESCyT y su secretario ejecutivo es el representante del Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD). Otros miembros del sector gobierno son: el Consejo Nacional de Competitividad (CNC), la Oficina Nacional de Propiedad Intelectual (ONAPI). El

Instituto de Innovación para la Biotecnología e Industria (IIBI), el Parque Cibernético de Santo Domingo, el Instituto Dominicano de Investigaciones Agropecuarias y Forestales (IDIAF), el Instituto Dominicano de la Telecomunicaciones (INDOTEL) y el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP).

El Sector privado está representado por el Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP), la Asociación de Industria de la República Dominicana (AIRD), Dirección del Programa de Promoción y Apoyo a la Micro, Pequeñas y Medianas empresas (PROMIPYME) y la Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA).

Del sector académico el Sistema incluye la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD) y la Asociación Dominicana de Rectores de Universidades, que agrupa los rectores de la universidad estatal y 15 universidades privadas del país. En este sistema se le da relevancia al desarrollo de iniciativas de apoyo al emprendimiento y luego de su formación se han impulsado proyectos que contribuyen a un ambiente más propicio para el emprendimiento. Entre estos se encuentran:

- El proyecto Dominicana Incuba, que constituye la Red de incubadoras de la RD, pretende vincular todas las iniciativas de emprendimiento que se desarrollan en el país.
- El Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación 2008-2018, de la SEESCyT, plantea objetivos de desarrollo del emprendimiento tecnológico.
- El INFOTEP ofrece un Programa de Capacitación para Emprendedores.
- PRONIDUSTRIA<sup>88</sup> crea PROINCUBE, incubadora que ofrece a emprendedores y a personas interesadas en iniciar su propia empresa, los servicios de asistencia técnica y consultoría necesarios para asegurar el éxito de su iniciativa empresarial.
- Creación de centros de emprendimiento en las siguientes universidades: la Universidad Autónoma de Santo Domingo, UASD, la Universidad APEC,

---

<sup>88</sup> Entidad autónoma de la República Dominicana, que fomenta el desarrollo industrial local.

UNAPEC, la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, PUCMM, Universidad Iberoamericana, UNIBE, Universidad Instituto Tecnológico de Santo Domingo, INTEC y la Universidad Católica Tecnológica del Cibao, UCATECI.

- UNIBE, CNC, Jaycees '72 y PROINCUBE firmaron un acuerdo para promover el liderazgo empresarial.
- El país se incorpora a la dinámica de EMPRETEC RD, iniciativa de la Conferencia de Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas, UNCTAD que se dedica a dar soporte a emprendedores y a empresarios que quieran aumentar sus capacidades productivas, y así contribuir al desarrollo y crecimiento económico de sus países, y a mejorar la participación de sus empresas en la economía mundial. El Instituto Tecnológico de Las Américas (ITLA) es la sede en el país de este programa, que desarrolla con el apoyo del Consejo Nacional de Competitividad y la Cámara Junior de Comercio.
- Otras iniciativas: incentivo del emprendimiento juvenil a través de la vinculación a YES Campaign 2002-201; eventos tales como TecDo (octubre 2008), que incluye la promoción del emprendimiento de innovación tecnológica el Global Entrepreneurship Week (noviembre 2008) y concursos privados de estímulo al emprendimiento ( Concurso Business Center), entre otras.

Todo lo anterior permite afirmar que en la República Dominicana se ha conformado un sistema nacional de emprendimiento, claramente definido y estructurado, con vocación integradora y sinérgica.

La Figura 53 resume los nodos locales y vínculos que conforman el sistema de base reticular que articula instituciones públicas y privadas, iniciativas de desarrollo y estrategias de apoyo al emprendimiento en la República Dominicana. Se destacan las instituciones que conforman el Consejo para la Innovación y el Desarrollo Tecnológico, organismo de instrumentación del Sistema Nacional de Innovación y Desarrollo Tecnológico y los pilares de este Sistema. En su conjunto expresa el ecosistema dominicano de emprendimiento desde su perspectiva holística.

SEGUNDA PARTE: MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

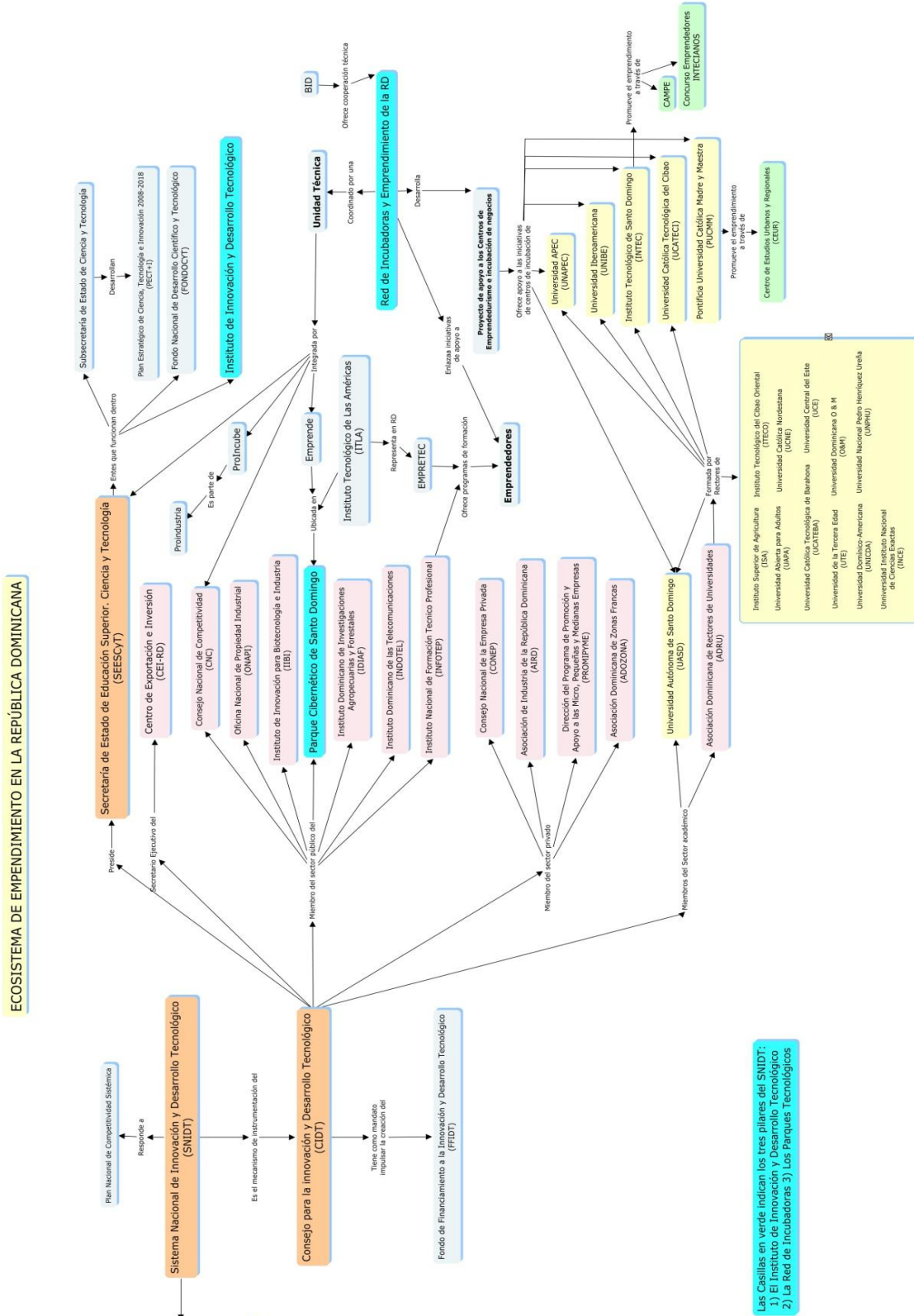


Figura 53: Ecosistema de emprendimiento en la República Dominicana (Por L.Madera y L.Díaz)

## CAPITULO V: LAS REDES SOCIALES (RS) DE EMPRESARIADO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (SIC)

El campo de estudio de esta investigación lo son las redes sociales de emprendimiento, las cuales se abordan en este capítulo desde su caracterización general hasta el análisis de redes específicas; algunas investigaciones realizadas en el ámbito de las redes de emprendimiento serán referidas. Un conjunto de redes sociales de emprendimiento a nivel mundial, continental y local, serán presentadas como referentes para la formulación de una red social orientada a la articulación y fortalecimiento de los actores clave del emprendimiento en la República Dominicana.

### **5.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LAS REDES SOCIALES (RS) DE EMPRESARIADO.**

---

Las redes sociales de emprendimiento vinculan los actores clave de la actividad emprendedora, a fin de potenciar su dinámica. Unas redes tienden a colocar al emprendedor como centro de atención de la red. Otras articulan inversores, incubadoras u otros actores en forma homogénea, con miras a tender puentes con otros grupos, desde una perspectiva de negocios. Sin embargo, dada la complejidad de la actividad emprendedora, es posible considerar que, a mayor heterogeneidad en las redes sociales, emerjan mayores oportunidades de desarrollo.

#### **5.1.1 Características de las Redes Sociales (RS) de Emprendimiento**

---

En general, una red social de emprendimiento en la SIC, comparte las características de las redes sociales analizadas en el capítulo III. En el caso particular de este estudio, el interés que vincula los usuarios de estas redes es la actividad emprendedora.

**Concepto.** A partir de las definiciones de red social y de emprendimiento analizadas en capítulos anteriores, en esta investigación se entiende como red social de emprendimiento un sistema particular de relaciones dados entre actores vinculados a la actividad de emprendimiento, articulados a partir de procesos sociales, formativos o de negocios. Las mismas permiten acceder a recursos de información, conocimiento, tecnología, infraestructura, financiamiento u otros factores que agregan valor a la dinámica emprendedora.

**Actores.** Diferentes actores convergen en las redes sociales de emprendimiento, individuos e instituciones que participan del ecosistema de emprendimiento en sus diferentes roles. Entre ellos que destacan: 1) Emprendedores, 2) Incubadoras, 3) Centros de Emprendimiento, 4) IES<sup>89</sup>/Centros de Capacitación, 5) Mentores, 6) Inversionistas Angeles 7) Inversionistas de Riesgo 8) Instituciones y Organismos Internacionales, 9) Fondos Semilla, 10) Organizaciones Gubernamentales, 11) Asociaciones Empresariales, 12) Parques Tecnológicos, 13) Amigos y 14) Interesados, entre otros.

**Tipos.** Las redes sociales de emprendimiento pueden ser de diversos tipos, diferencias que responden tanto a la naturaleza de la actividad emprendedora (emprendimiento social, de innovación tecnológica, rural, juvenil, universitario, entre otros) como al rol de los actores que la conforman (redes de emprendedores, redes de inversionistas ángeles, redes de inversionistas de riesgo, de incubadoras, redes de centros de emprendimiento, redes mixtas, etc.)

**Funciones.** Al igual que otras RS que se articulan en torno a temáticas profesionales y laborales, las de emprendimiento tienen como fin principal enlazar sus usuarios a fin de potenciar su actividad común, además de generar vínculos personales y ampliar ámbito de influencia de los usuarios. Sin embargo, las redes sociales de emprendimiento pueden cumplir la función de aportar nuevas dimensiones a la actividad emprendedora.

L. Plata (2008), indica que, tradicionalmente, las iniciativas de emprendimiento son concebidos para el autoempleo, sin observar su potencial en la generación de

---

<sup>89</sup> Instituciones de Educación Superior

riqueza con un mayor impacto social. La forma en la que se conciben las ideas de negocio, presenta limitaciones y, con frecuencia, carecen de una visión internacional. Las redes sociales pueden contribuir a redimensionar el emprendimiento, incrementar la capacidad de evolución de las iniciativas y sus actores, así como sus efectos en la dinámica socioeconómica local y regional.

Por otra parte, el emprendimiento enfrenta barreras de acceso al financiamiento, entornos regulatorios inapropiados y elevadas cargas tributarias. Las redes sociales cumplen una función catalizadora de soluciones en el mediano, corto y largo plazo ante estas restricciones, en tanto articulan sectores diversos de la sociedad que pueden promover cambios en los órdenes mencionados.

En la SIC, es necesario que la actividad emprendedora sea concebida contemplando al mundo como espacio de actuación y considerando estándares de calidad de marca mundial, a fin de constituirse en “emprendimientos globales”. Para ello, el emprendimiento requiere apoyo nacional e internacional, la creación de clusters, individuos capacitados, mayor inversión y capital de riesgo, así como acompañamiento y mentoría, acciones que pueden ser sustentadas por las redes sociales de emprendimiento.

### **5.1.2 Investigaciones y hallazgos recientes.**

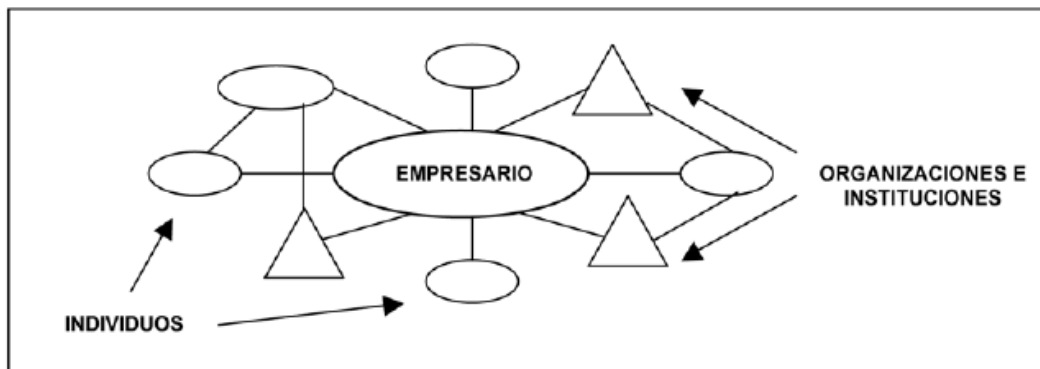
---

Las redes sociales de emprendimiento han sido abordadas por distintos investigadores, desde diferentes enfoques y análisis. Se presentan algunos estudios cuyos resultados se han considerado de interés para esta investigación, en los cuales queda evidenciado el importante rol de las redes sociales en el desarrollo del emprendimiento y la función de los distintos actores en sus procesos.

En estos trabajos se revela que el soporte brindado por las redes sociales trasciende ámbito financiero e incide directamente en el desarrollo de la voluntad y la capacidad del emprendedor para enfrentar retos en forma exitosa. Destaca el la figura del mentor como respaldo necesario a la práctica emprendedora. Se evidencia la importancia del uso de las TIC a fin de consolidar emprendimientos globales, así como la importancia de la formación para el emprendimiento, desde el concepto mismo de red social como espacio alternativo de capacitación.

- **Empleo de la red social como alternativa para la obtención de recursos en el proceso de creación de empresas<sup>90</sup>.** En este estudio, W. López, M. Montilla y A. Girondo (2008), se proponen identificar las redes utilizadas por los emprendedores para relacionarse con su entorno y crear empresas sostenibles. Presentan como condicionantes de éxito para la actividad emprendedora: 1) la actitud y capacidades del emprendedor, 2) las oportunidades que ofrece el entorno. Una de las limitaciones más frecuentes que frena esta actividad es el financiamiento y la dotación de recursos en general. Numerosas opciones con que cuentan los emprendedores para enfrentar estas restricciones, derivan de su red informal de relaciones sociales.

La participación de los emprendedores en redes sociales puede incluir una gran diversidad de actores: inversionistas, mentores, formadores, donantes, entre otros. La amplitud y diversidad de la red social de relaciones, implicará mayores oportunidades. Autores como Aldrich y Zimmer (en López W. y otros 2008) destacan el rol relevante de esos agentes intermediarios (instituciones y personas) y la capacidad de organización de las colectividades, en la conformación de las redes sociales que dan apoyo al emprendimiento.



**Figura 54:** Esquema de la red de social o de trabajo que conforma el emprendedor

**Fuente:** Adaptación de Larson y Starr (1993:7) en W. López, M. Montilla y A. Girondo (2008)

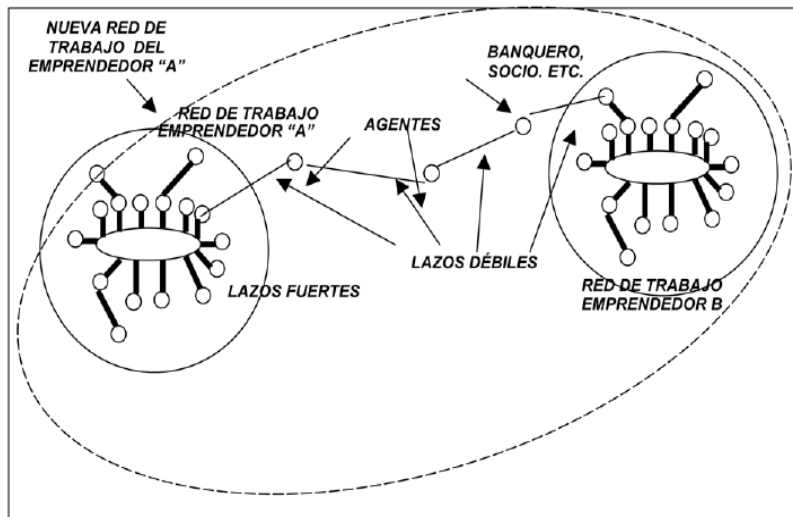
Afirman que el emprendedor ha de desarrollar su iniciativa dentro de un sistema de actores, los cuales incidirán en la configuración de su empresa, sus modos de actuación y los recursos disponibles, estableciendo redes de instituciones y

<sup>90</sup> Estudio con empresarios del sector TIC establecidos en la ciudad de Mérida, Venezuela



personas, como se expresa en la figura 54. , Estas relaciones pueden sostenerse por lazos de amistad (pares emprendedores), económicos (inversores), formativos (incubadoras, centros de emprendimiento), de servicio social (mentor) y mixtos, entre otros. A mayor heterogeneidad de la red, mayor diversidad de lazos y oportunidades. B. Johanisson, revela que la acción de emprender puede iniciarse como un proceso de ensayo y error, lo cual puede ser atenuado por la experiencia de otros actores (mentoría, acompañamiento).

Resaltan los aportes de Granovetter (idem), Lechner-Dowling (2003), Janssen y Koenig(2002), Liao y Welsh (2001), que demuestran la importancia de los lazos débiles y los lazos fuertes establecidos en las redes sociales de emprendimiento, en tanto los primeros contribuyen al acceso a nueva información y conocimiento, mientras los segundos mantienen la profundidad del proceso:



**Figura 55: Representación del Teorema de Granovetter**

**Fuente:** W. López, M. Montilla y A. Girondo (2008)

Como hallazgos principales destacan: 1) los emprendedores refieren contar con redes que integran una cantidad apreciable de miembros de su entorno (76,5%), 2) las mismas presentan una “alta variedad de los tipos de contactos”, 3) Los principales contactos laborales son instituciones, 4) los familiares son quienes participan en menor medida dentro de las redes de trabajo, aunque constituyen la principal fuente de financiamiento, 5) En un 82,4% consideran sus contactos definitivos en la obtención de los insumos necesarios al inicio de su actividad.

▪ **Asesorando redes de emprendedores: diagramación de los conceptos de los participantes de viveros de empresas tecnológicas en Brasil.** El estudio, llevado a cabo por H. Pontes, J. Falk, S. Calado (2007), pretende situar los significados comunes de los emprendedores de viveros en Pernambuco, teniendo en cuenta las redes de apoyo informal a su trayectoria emprendedora. Incluye el análisis de las estructuras cognitivas de empresarios de éxito, mediante técnicas de mapas cognitivo, para identificar las características de las trayectorias y las redes, determinando los modelos conceptuales subyacentes. El siguiente mapa presenta la visión de los emprendedores acerca de la función de apoyo de la red social:



**Figura 56:** Evocaciones sobre la Función de Apoyo de la Red

**Fuente:** H. Pontes, J. Falk, S. Calado (2007)

En la investigación se revela la importancia de la red social en su desarrollo como emprendedores y destaca el rol de mentoría o acompañamiento informal como factor de éxito.

▪ *Capital social reticular, empleo, autoempleo y emprendimiento en los egresados de la educación superior*<sup>91</sup>. Esta investigación, realizada por J. Puig (2007), se propone estudiar las redes relacionales en jóvenes egresados de la educación superior y propone como un modelo de gestión de redes sociales, unos estándares de competencias de gestión, establece algunas prácticas de valor y recomendaciones de políticas públicas para el apoyo del emprendimiento.

En el contexto economías flexibles, las cuales que requieren de los individuos una participación activa, como actor autónomo o emprendedor, el estudio aborda las redes de contactos personales, o redes relacionales, como una forma de capital social, que facilita el acceso a los mercados de trabajo, permite obtener rápidamente información específica y pertinente sobre las oportunidades profesionales y la manera de aprovecharlas mejor. Estas redes, las cuales cada vez más se gestionan a través de herramientas de internet, para adquirir su plena eficacia, precisan articularse con un proyecto profesional sistemático. El uso combinado del proyecto profesional y de las redes sociales disminuye el desempleo friccional y estructural.

En países desarrollados, diversas instituciones relacionadas con espacio laboral y el empleo fomentan el aprendizaje y uso de estas redes sociales. Universidades exigen a sus estudiantes proyectos profesionales acoplados una red de contactos personales. Las conclusiones generales del estudio señalan que:

- 1) Las representaciones y valores acerca de las prácticas de redes son todavía ampliamente tradicionales entre los jóvenes egresados y en general no realizan una gestión moderna de redes, ni de proyecto profesional
- 2) Cuando los proyectos profesionales existen, suelen usar sub-redes más eficientes y a aprovechar los recursos de las mismas.
- 3) Las redes efectivamente utilizadas y las consideradas como utilizables o instrumentales, son relativamente ineficientes, tanto en su composición de grupos en que se enraízan (predominio de vínculos fuertes familiares y de amistad), como en su estructura (redundancia).

---

<sup>91</sup> Medellín, Colombia.

- 4) Las redes más eficientes y mejor aprovechadas, y los proyectos profesionales formales, parecen asociados con el éxito profesional.

Algunos hallazgos marginales acerca de los emprendedores indican lo siguiente:

- El 30% de los emprendedores tienen clientes extranjeros, sobre todo en las actividades cuyos productos pueden convertirse en flujos digitales (software y otros servicios tecnológicos, infografía, servicios jurídicos, etc.). Al parecer, a los jóvenes les resulta más fácil arrancar y consolidarse como empresa con clientes extranjeros que con nacionales.
- Un 50% de la muestra refiere haber utilizado como estrategia conseguir una gran empresa local como cliente clave y luego ampliar el abanico de clientes.
- Los jóvenes emprendedores manifiestan la necesidad de *mentores* o apoyo psicológico.

Entre las recomendaciones del autor, destaca fomentar la gestión de modelos reticulares eficientes, por medio de herramientas de internet generales y específicas, gestionar adecuadamente dichas redes y fomentar la cultura de emprendimiento global.

- ***Metodología propuesta para el proyecto de redes de aprendizaje de Emprendedurismo: Propuesta pedagógica innovadora (universidad- Escuelas polimodal y EGB)<sup>92</sup>***. Este proyecto, propuesto por M. Prenol (2007), tiene como propósito la conformación y consolidación de una red de aprendizaje, entendida como comunidades colaborativas que propicien la formación permanente de los docentes de nivel medio o polimodal. Con los grupos de investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Administración han de establecer una alianza para aprovechar las posibilidades que brindan las TIC, a fin de replantear modos de comunicación entre los actores de red y favoreciendo la generación de ambientes multimediales de aprendizaje con enfoque CTS+I.

---

<sup>92</sup> Este proyecto se realiza entre la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración (UNCa) y las Escuelas Preuniversitarias (EGB N°26 "Fray Mamerto Esquiú y Escuela Nacional de Educación Técnica "Prof. Vicente García Aguilera").

A través del Proyecto se implementará un plan de asistencia técnica, capacitación y seguimiento para apoyar a los docentes en el diseño de planes de negocios por parte de los alumnos, estimulando la creación de microempresas por parte de los futuros egresados, acordes a las políticas de desarrollos locales y de la región. Este modelo se pretende que se amplíe a otras instituciones educativas.

Al término del proyecto se espera que:

- a) Los docentes, alumnos e investigadores participantes del proyecto se encontrarán articulados en red a través de una relación institucionalizada.
- b) Se dotará de equipamiento tecnológico a aquellas instituciones que no posean
- c) Se contará con un programa continuo de capacitación los docentes,
- d) Se posibilitará el uso de recursos de aprendizaje y las prácticas pedagógicas innovadoras en el ámbito escolar.
- e) Se logrará una mejora en los procesos de enseñanza y de aprendizaje,
- f) Se desarrollarán habilidades y actitudes que permitan a los estudiantes y docentes involucrados en el proyecto resolver algunos de sus problemas cotidianos como usuarios y de tecnología.
- g) Se propondrá la incorporación de la formación emprendedora como parte de los contenidos en materias de la currícula de la educación media y/o polimodal.
- h) Los alumnos contarán con habilidades y capacidades que facilitarán su integración en la sociedad como una fuerza laboral inteligente, auto dirigida y en permanente aprendizaje.
- i) Los investigadores universitarios contarán con la posibilidad de interactuar, transferir los conocimientos y experiencias y generar nuevas investigaciones.
- j) Se espera conformar un portal y una publicación virtual que contenga información sobre la experiencia, a fin de compartirla como referente para el fortalecimiento de redes de aprendizaje en otros contextos.

### **5.1.3 Redes Sociales (RS) de Emprendimiento en la SIC.**

---

En los últimos años, las redes sociales han articulado multitud de usuarios en torno a los más variados objetos de interés. Una de las categorías de vinculación identificadas como relevante en el uso de las redes sociales en la SIC, es la profesional y laboral. Numerosas redes sociales de amistad y genéricas albergan en sus plataformas espacios destinados a encuentros de negocio, ofertas de servicios y otras actividades relacionadas al empleo.

En este acápite se presenta un directorio con las principales redes sociales de emprendimiento identificadas en la web a partir de los siguientes criterios: área geográfica, lengua, actores articulados, tipos de emprendimiento, las actividades de fortalecimiento y articulación que desarrollan, los servicios que ofrecen a sus usuarios y las características más representativas de cada red social descrita.

Se llevó a cabo un levantamiento de más de 50 redes sociales de emprendimiento, de entre las cuales se observó el comportamiento y características de 44 de ellas, Las mismas se presentan en orden alfabético, en tanto resultó difícil agruparlas conforme criterios comunes a grupos significativos y diferenciados, dada la particularidad individual de sus servicios, actividades y patrones de comportamiento.

En general, las redes incluidas cuentan con espacios web y utilizan herramientas de información y comunicación. Sin embargo, se han considerado como redes sociales en las cuales prima el criterio de presencialidad, aquellas cuyos sitios carecen de interactividad y tienen como propósito ofrecer informaciones relativas a la red. Aquellas en las cuales las principales actividades, servicios, incorporación y su dinámica acontecen en la plataforma informática que la sustenta, se denominaron redes sociales de emprendimiento virtuales. Se evidencia un conjunto de redes que combinan niveles de presencialidad y virtualidad en sus servicios y procesos dirigidos al fortalecimiento de la voluntad y la capacidad de los actores para el emprendimiento.

<b>African Business and Entrepreneurship Network</b>	
<a href="http://aben.ayf.de/">http://aben.ayf.de/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Africa y diáspora africana
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores y potenciales inversionistas
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Página informativa
<b>Angel Investment Network</b>	
<a href="http://www.angelinvestmentnetwork.co.uk/">http://www.angelinvestmentnetwork.co.uk/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual, con 31 portales por país y región. (Sede en Londres)
<b>Actores que agrupa</b>	Inversionistas ángeles, emprendedores, inversionistas en general
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Envío de propuesta y búsqueda de propuestas
<b>CEN – Cornell Entrepreneur Network</b>	
<a href="http://cen.cornell.edu/">http://cen.cornell.edu/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Universidad de Cornell, capítulos en: Boston, Chicago, Ithaca, Los Angeles, Metro New York, California Norte, Seattle, Florida Sur y Washington DC
<b>Actores que agrupa</b>	Egresados de Cornell
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Portal informativo, calendario de eventos
<b>Changemakers</b>	
<a href="http://changemakers.net/es">http://changemakers.net/es</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual (con apoyo local de Ashoka Foundation)
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores sociales
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Red social, Comunicación entre miembros, foros, Biblioteca, Competencias
<b>CHILE EMPRENDE!</b>	
<a href="http://www.chileemprende.cl/">http://www.chileemprende.cl/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual: Chile
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores y profesionales
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Foros, Blogs, Cursos en línea, chat, biblioteca

<b>Cultura-E Medellín</b>	
<a href="http://www.culturaemedellin.gov.co/">http://www.culturaemedellin.gov.co/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Medellín, Colombia
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, clusters empresariales
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Blogs, Foro, Wiki
<b>DEN: Dartmouth Entrepreneurial Network</b>	
<a href="http://www.den.dartmouth.edu/">http://www.den.dartmouth.edu/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Dartmouth College, NH, EEUU
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, mentores, inversionistas
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Aplicación para fondos semilla, portal informativo, directorio de miembros
<b>Destapa Futuro – Red de Emprendedores Bavaria</b>	
<a href="http://www.redemprendedoresbavaria.net/">http://www.redemprendedoresbavaria.net/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual: Colombia
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Concurso de emprendimiento, foro, publicación de empresas e ideas de negocios, recursos informativos y de apoyo e informaciones sobre programas de emprendimiento en Colombia
<b>Echoing Green</b>	
<a href="http://www.echoinggreen.org/">http://www.echoinggreen.org/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Global (con base en NY, EEUU)
<b>Actores que agrupa</b>	Para Emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Envío de propuestas en línea, blog, donaciones en línea, lista de correo, Informaciones sobre proceso de selección de Fellows
<b>EFMD – Entrepreneurship Network</b>	
<a href="http://www.efmd.org/component/efmd/?cmsid=040929nlgp">http://www.efmd.org/component/efmd/?cmsid=040929nlgp</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física
<b>Actores que agrupa</b>	Educación en emprendimiento
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Página web informativa



<b>Portal de Dominicana Incuba- República Dominicana</b>	
<a href="http://www.idisc.net/en/Incubator.251.html">http://www.idisc.net/en/Incubator.251.html</a> (En proyecto).	
<b>Tipo de red</b>	Física: República Dominicana
<b>Actores que agrupa</b>	Todos los actores que participan en el desarrollo del emprendimiento en el país.
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Portal informativo
<b>Emprendedores Ashoka</b>	
<a href="http://spain.ashoka.org/emprendedores">http://spain.ashoka.org/emprendedores</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Global
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores sociales
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Perfil de miembros
<b>Emprendedores en Red - emprendedores.com.uy</b>	
<a href="http://www.emprendedores.com.uy/">http://www.emprendedores.com.uy/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual: Uruguay
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Recursos de orientación para emprendedores, Cursos en línea
<b>Enlaces: Red de Inversionistas Ángeles en República Dominicana</b>	
<a href="http://www.enlaces.org.do/">http://www.enlaces.org.do/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: República Dominicana
<b>Actores que agrupa</b>	Inversionistas ángeles
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Presentación de proyectos, lista de correo, foro contactos con inversionistas y emprendedores, herramientas para elaborar plan de negocios
<b>Entrepreneur Society</b>	
<a href="http://esmccombs.com/">http://esmccombs.com/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Escuela de Negocios McCombs, Universidad de Texas, EEUU
<b>Actores que agrupa</b>	Estudiantes Emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Blog con noticias sobre emprendimiento

<b>Entrepreneurs' Organization</b>	
<a href="http://www.eonetwork.org/">http://www.eonetwork.org/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual con capítulos locales: Global
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Acceso a redes y directorio de miembros, artículos, red de apoyo, informaciones sobre eventos, foros.
<b>Escuela Virtual de Emprendimiento</b>	
<a href="http://www.medellin.gov.co/escuelaemprendimiento/estudiantes_emprendedores.html">http://www.medellin.gov.co/escuelaemprendimiento/estudiantes_emprendedores.html</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Medellín, Colombia
<b>Actores que agrupa</b>	Estudiantes de la Escuela de Emprendimiento Medellín
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Página web con datos de contacto de instituciones.
<b>FaroGlobal Investment</b>	
<a href="http://www.faroglobal.cl/">http://www.faroglobal.cl/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Chile
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, inversionistas ángeles, inversionistas extranjeros
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Portal informativo
<b>Fundación Red Andalucía Emprende</b>	
<a href="http://www.a-emprende.net/">http://www.a-emprende.net/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Andalucía, España
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Portal informativo, anuncio de proyectos, Calendario
<b>Funding Universe</b>	
<a href="http://www.fundinguniverse.com/">http://www.fundinguniverse.com/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, inversionistas ángeles
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Herramientas para preparar planes de negocios, subir plan de negocios, subir video, contacto directo con inversionistas, Blogs

<b>Global Entrepreneurship Network</b>	
<a href="http://www.genportal.org/">http://www.genportal.org/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual con acompañamiento presencial: India
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, incubadoras, inversionistas
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Grupo en Yahoo! Groups, Foros, Enlace con mentores, enlaces con recursos para emprendedores en la web
<b>Go 4 Funding</b>	
<a href="http://www.go4funding.com/">http://www.go4funding.com/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, inversionistas de riesgo, inversionistas ángeles, coaches
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Foro, enlace entre miembros, subir y buscar ideas de negocios, ofrecer y buscar ayuda de expertos, recursos para elaborar planes de negocios
<b>Go BIG Network</b>	
<a href="http://www.gobignetwork.com/">http://www.gobignetwork.com/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, inversionistas ángeles, inversionistas de riesgo, proveedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Publicación de solicitudes de inversión, matching con inversionistas, perfil de inversionista
<b>Houston Angel Network</b>	
<a href="http://houstonangelnetwork.angelgroups.net/">http://houstonangelnetwork.angelgroups.net/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física. Houston, Texas, EEUU
<b>Actores que agrupa</b>	Inversionistas ángel, emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Elaboración y acceso a planes de negocios en línea
<b>Huil@ Emprende: Red de Emprendimiento en el Departamento del Huila</b>	
<a href="http://www.huilaemprende.org/">http://www.huilaemprende.org/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Huila, Colombia
<b>Actores que agrupa</b>	Apoyo a emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Portal informativo y con recursos para emprendedores de Huila

<b>INICIA</b>	
<a href="http://www.inicia.org.ar/FrontEnd/General/FERedInicia.aspx">http://www.inicia.org.ar/FrontEnd/General/FERedInicia.aspx</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual: Argentina
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, voluntarios, capacitadores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Cursos en línea, foros, asesoramiento en línea, contactos empresariales
<b>Instituto internacional para la Innovación y el Emprendimiento (3IE) de la Universidad Técnica Federico Santa María (USM)</b>	
<a href="http://www.3ie.cl/">http://www.3ie.cl/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: USM, Chile
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Portal informativo
<b>Investors' Circle</b>	
<a href="http://www.investorscircle.net/">http://www.investorscircle.net/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual
<b>Actores que agrupa</b>	Inversionistas
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Registro, contacto entre miembros de la red, acceso a ideas y planes de negocios, contactos con emprendedores
<b>Millikin Regional Entrepreneurship Network</b>	
<a href="http://www.millikinren.org/">http://www.millikinren.org/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Decatur, Illinois, EEUU
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores y empresas
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Portal informativo.
<b>My Way, The Entrepreneur Network</b>	
<a href="http://networks.feedburner.com/mywaytheentrepreneurnetwork">http://networks.feedburner.com/mywaytheentrepreneurnetwork</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Agrega blogs de emprendedores.

<b>NEN Online</b>	
<a href="http://www.nenonline.org/">http://www.nenonline.org/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: India
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, incubadoras, inversionistas ángeles
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Comunidades virtuales, grupos, directorio de miembros, aplicación en línea para fondos ángel
<b>Princeton Entrepreneurship Network</b>	
<a href="http://www.princetonen.org/">http://www.princetonen.org/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Princeton, NJ, EEUU
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, inversionistas, mentores, consultores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Grupo en LinkedIn, Lista de correos, Directorio de miembros, Publicación de vacantes y curriculum
<b>Programa ProPymes</b>	
<a href="http://www.programapropymes.com/">http://www.programapropymes.com/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Argentina, México y Venezuela
<b>Actores que agrupa</b>	Pymes
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Página web informativa
<b>Red Académica de apoyo al Emprendimiento Empresarial del Tolima</b>	
<a href="http://www.emprendertolima.org/">http://www.emprendertolima.org/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Tolima, Colombia
<b>Actores que agrupa</b>	Instituciones educativas
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Portal informativo
<b>Red de Bloggers Emprendedores</b>	
<a href="http://bloggers-emprendedores.ning.com/">http://bloggers-emprendedores.ning.com/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Blogs, Foro, grupos

<b>Red de Emprendedores Medellín</b>	
<a href="http://redemprendedoresmed.wordpress.com/">http://redemprendedoresmed.wordpress.com/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física. Medellín, Colombia
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Portal informativo
<b>Red de Emprendimiento Tecnológico Virtual</b>	
<a href="http://www.retev.net/">http://www.retev.net/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Colombia
<b>Actores que agrupa</b>	Incubadoras y unidades de emprendimiento de universidades
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Portal informativo, Campus virtual
<b>Social Edge</b>	
<a href="http://www.socialedge.org/">http://www.socialedge.org/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores sociales
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Blogs, foros, wiki, orientación de expertos, aplicaciones para incubación
<b>Southern Angels</b>	
<a href="http://www.southernangels.cl/">http://www.southernangels.cl/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Chile
<b>Actores que agrupa</b>	Inversionistas ángeles
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Acceso a portafolio de empresas, calendario de eventos, portal informativo
<b>Stanford Entrepreneurship Network</b>	
<a href="http://sen.stanford.edu/">http://sen.stanford.edu/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Universidad de Stanford en California, EEUU
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, Coaches, estudiantes, docentes, grupos de emprendimiento dentro de la universidad
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Grupo en Facebook, Blog, portal informativo

<b>UnLtdWorld</b>	
<a href="http://www.unltdworld.com/">http://www.unltdworld.com/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores sociales
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Perfil personalizado de usuario, foros, compartir recursos, grupos, subir fotos, archivos y videos, Generador de gráficos sobre emprendimiento social, búsqueda de miembros con intereses similares, búsqueda de personas en la misma zona en la misma fecha para reuniones físicas
<b>VentureCast - Social Network</b>	
<a href="http://www.venturecast.net/">http://www.venturecast.net/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual
<b>Actores que agrupa</b>	Inversionistas ángeles, inversionistas de riesgo, emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Webcast, matching de emprendedores e inversionistas, networking en línea
<b>Wisconsin Entrepreneurs' Network (WEN)</b>	
<a href="http://www.wenportal.org/">http://www.wenportal.org/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Física: Wisconsin, EEUU
<b>Actores que agrupa</b>	Asistencia para emprendedores
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Aplicaciones en línea para fondos, Portal informativo.
<b>YouNoodle</b>	
<a href="http://www.younoodle.com/">http://www.younoodle.com/</a>	
<b>Tipo de red</b>	Virtual
<b>Actores que agrupa</b>	Emprendedores, empresas en formación
<b>Uso de las herramientas TIC</b>	Grupos, foros, perfiles personalizados de usuarios y empresas, colaboración en equipo

Al observar el uso y comportamiento de las redes sociales de emprendimiento referidas, se pudo identificar un amplio consenso en torno a los beneficios y oportunidades que las redes sociales globales aportan a los emprendedores. Las mismas aportan nuevos horizontes para sus iniciativas que trascienden sus entornos locales y otorgan importantes niveles de visibilidad.

Para los inversionistas, los servicios que ofrecen las redes sociales de emprendimiento que realizan sus actividades formativas y de negocios en ambientes virtuales, en especial las rondas de negocios, matching y otras acciones dirigidas a promover la inversión, facilitan la interacción entre éstos y los emprendedores y permiten una mayor libertad y flexibilidad para la toma de decisiones en torno a la elección de proyectos con miras a su financiamiento.

La revisión de las redes sociales de emprendimientos presentadas, las cuales son una muestra de la realidad global, permite desatacar dos elementos:

- 1) En numerosos casos, aunque son redes de acceso abierta, son muy limitados en la diversidad de servicios que ofrecen
- 2) Salvo contadas excepciones, excluyen la mayoría de los actores sociales que inciden en forma significativa en los ecosistemas de emprendimiento.

Ello revela la necesidad de construir redes sociales de emprendimiento más inclusivas, integradoras, dinámicas y flexibles, que contribuyan a la articulación y el fortalecimiento de los diferentes actores clave que inciden en la dinámica emprendedora.



## **5.2 EXPERIENCIA DOMINICANA EN REDES SOCIALES DE EMPRENDIMIENTO**

---

Uno de los pilares del Sistema Nacional de Innovación y Desarrollo Tecnológico (SNIDT) lo es la red nacional de fomento al emprendimiento, que integra a todos los actores sociales e iniciativas actuales y futuras que impulsan y sustentan la dinámica emprendedora en el país. En ese marco se han identificado un proyecto nacional que constituye un sistema de redes sociales de emprendimiento, el cual incluye dos iniciativas que contemplan la presencia en espacios web.

### **5.2.1. Proyecto de Red de Incubadoras y Emprendimiento de la República Dominicana.**

---

En el mes de diciembre del 2007, en el país se firma un acuerdo de colaboración entre la Secretaría de Estado de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, SEESCyT, el Consejo Nacional de Competitividad, CNC, PROINDUSTRIA y Emprende para fortalecer el sistema de incubación de empresas en República Dominicana. Este proyecto es coordinado por una Unidad Técnica, integrada por representantes de estas instituciones.

La Red o sistema Nacional de Incubadoras de Empresas, Dominicana Incuba, ha sido concebida para vincular todos los actores del ecosistema de emprendimiento de la República Dominicana. Ha sido definida como un espacio de cooperación, intercambio y aprendizaje de experiencias, en el que participen las incubadoras, las instituciones académicas, los emprendedores e instituciones que promueven el emprendedurismo y la innovación en la República Dominicana<sup>93</sup>.

En la actualidad la agrupa y potencia los siguientes proyectos: las incubadoras de empresa (Emprende y ProIncube), la red de inversionistas ángeles (Enlaces), los centros de emprendimiento de las IES, los centros de formación para emprendedores (ITLA e INFOTEP) las instituciones gubernamentales que brindan

---

<sup>93</sup> En Propuesta de incorporación presentada a cinco universidades dominicanas para su incorporación a Dominicana Incuba en el San Antonio Texas, Mayo 06 de 2008. N.A.

soporte al emprendimiento (SEESCyT y CNC) así como los emprendedores e inversionistas de forma directa.

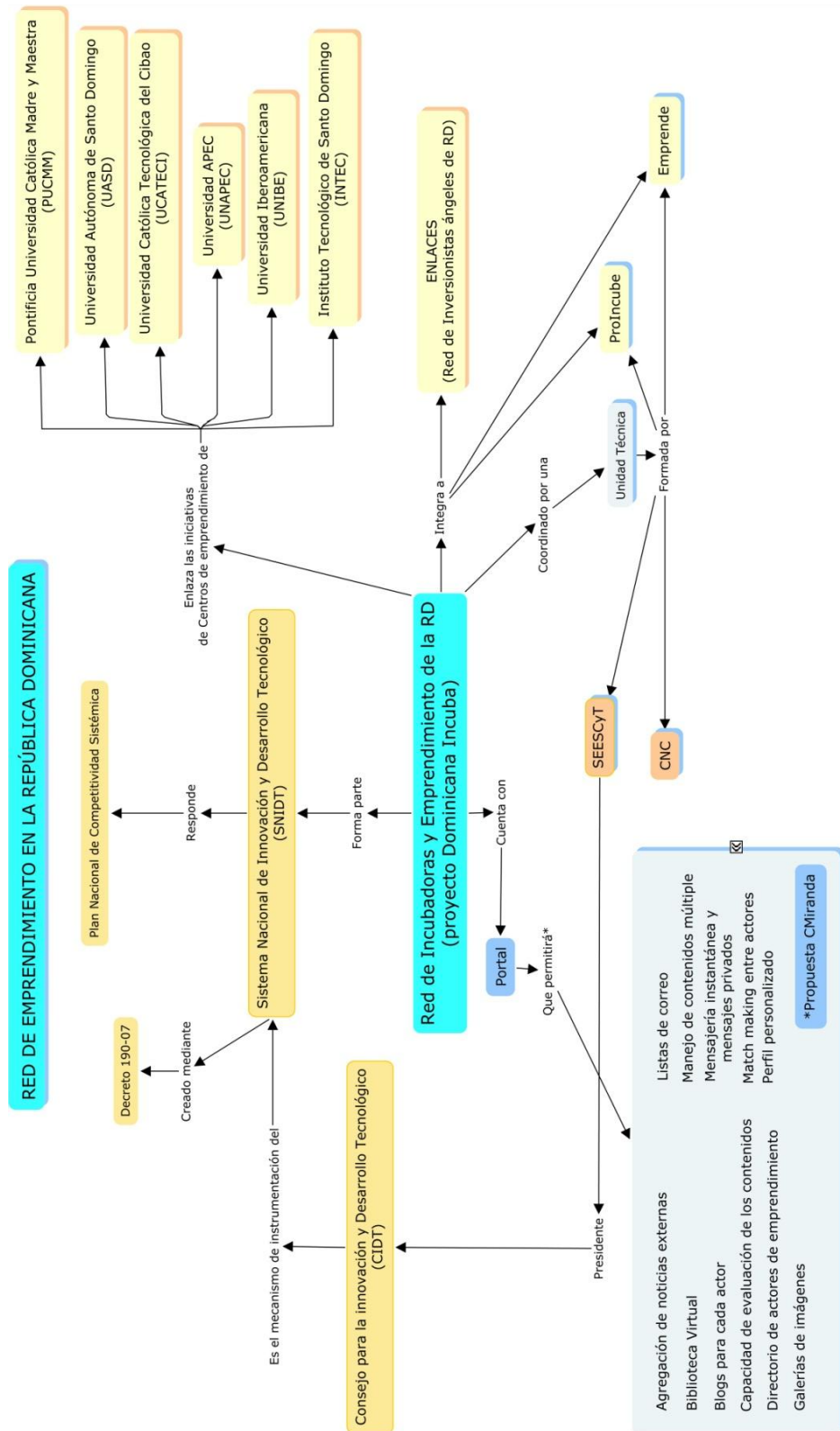
**El objetivo general** establecido para esta red es: “Fortalecer los mecanismos para la creación de empresas dominicanas exitosas, para contribuir al desarrollo económico del país, la generación de empleos dignos y garantizar la competitividad de la nación en un entorno global”.

**Sus objetivos específicos** son los siguientes.

- Contribuir a la integración de las cadenas de valor de los sectores estratégicos
- Desarrollar y consolidar un sistema eficiente de incubación de empresas en el país
- Impulsar el clima emprendedor en la República Dominicana y acelerar el desarrollo de los actores en el campo del emprendedurismo.
- Promover la innovación continua y la disponibilidad de capital intelectual, social y económico.
- Promover la cooperación y el networking interinstitucional
- Socializar las herramientas disponibles en el entorno emprendedor dominicano
- Contribuir a la generación de confianza en el emprendedurismo dominicano
- Ofrecer facilidades de acceso a capitales tanto a instituciones de la red como a emprendedores.
- Desarrollar una comunidad virtual a través de un portal de internet.

En el marco de esta red se han generado importantes iniciativas que se describen en los siguientes acápite. En la figura 57 se presenta un esquema general de la red nacional de emprendimiento, sus componentes, relaciones y principales iniciativas.

SEGUNDA PARTE: MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN



- Portal Red de Incubadoras y Emprendimiento. En la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC, el uso con sentido de las TIC es fundamental para dar soporte a los procesos de construcción colectiva de saberes y el desarrollo de la innovación, la ciencia y la tecnología. Además, esta red comprende estrategias dirigidas a promover la participación y la inclusión. En ese orden, resulta necesaria la creación de un espacio virtual de actuación, que respalde las actividades y servicios de la red.

Para tales fines se contempla como un componente importante en este proyecto la creación de un portal para la Red de Incubadoras y Emprendimiento, *Dominicana Incub,a* el cual se encuentra en su fase de diseño y se estima su inauguración para finales del año 2008. Este portal ha de ser diseñado para ofrecer un espacio de cooperación, intercambio y aprendizaje de experiencias, en el que participen las incubadoras, las instituciones académicas, los emprendedores e instituciones que promueven el emprendimiento y la innovación en la República Dominicana.

### **5.2.2 Red de Centros Universitarios de Emprendimiento.**

---

El proyecto de creación de centros universitarios de emprendimiento, surge como parte del la estrategia nacional de emprendimiento y acorde al plan de acción de Red de Incubadoras y Emprendimiento, así como al Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación 2008-2018” (PECYT+I), mediante el cual se que persigue sentar las bases para la transición hacia una economía basada en el conocimiento y la innovación productiva, teniendo como plataforma el Sistema Nacional de Educación Superior.

En enero del 2008, de seis (6) universidades nacionales, en las cuales se identificaron adelantos orientados al desarrollo de la cultura emprendedora son invitadas a incorporarse a esta iniciativa: la Universidad Autónoma de Santo Domingo, UASD, la Universidad APEC, UNAPEC, la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, PUCMM, Universidad Iberoamerica, UNIBE, Universidad Instituto Tecnológico de Santo Domingo, INTEC y la Universidad Católica Tecnológica del Cibao, UCATECI.

Este proyecto tiene como meta contribuir a que las instituciones de educación superior puedan consolidar sus propios centros de preincubación o incubación. La institucionalización de estos centros constituirá un aporte clave para el desarrollo de la voluntad, la capacidad y la identidad para el emprendimiento en el país. El modelo de implantación previsto, está concebido para dotar a los emprendedores de acompañamiento y monitoreo desde los claustros educativos.

Las instituciones que constituyen en primer grupo de centros universitarios de emprendimiento, remitieron a la unidad técnica que coordina la red nacional, sus propuestas de desarrollo. El proyecto ha contado con el apoyo estatal a las instituciones y con un financiamiento mixto otorgado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Emprende y el gobierno dominicano. En mayo del 2008 se patrocina la participación nacional en la 22da Reunión de la Asociación de Incubadoras de Negocios en San Antonio Texas.

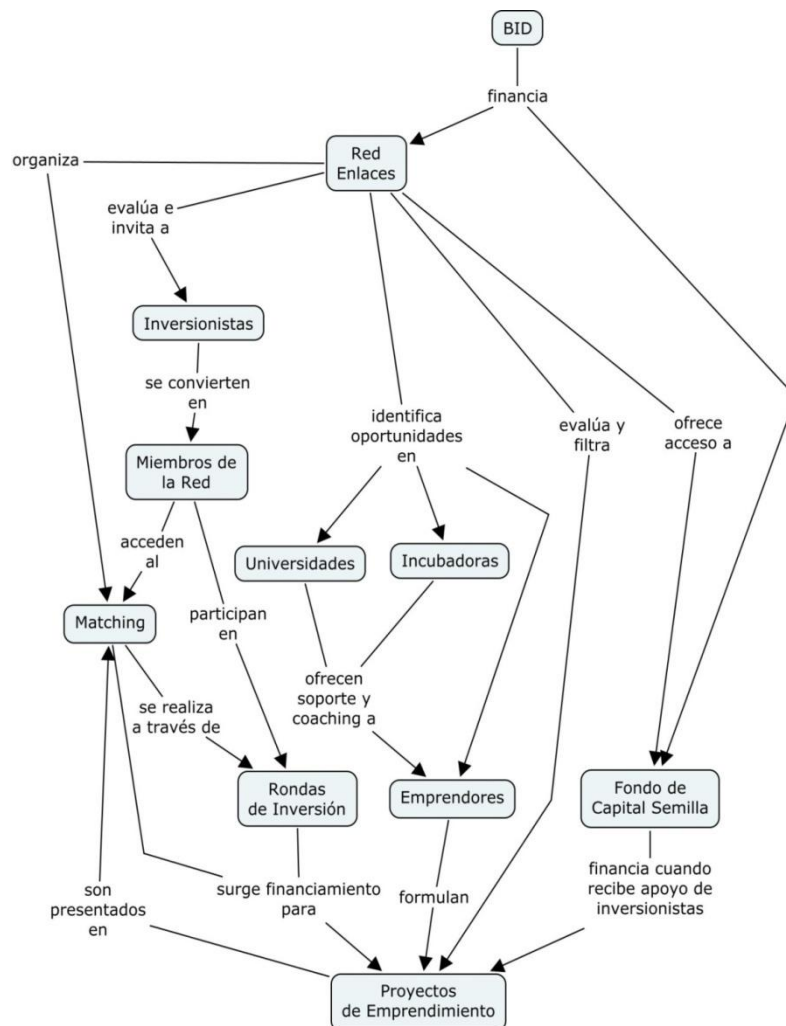
La Unidad Técnica coordinadora ofrece apoyo y asesoría a las instituciones a través de recursos económicos, consultorías y acompañamiento, seminarios nacionales e internacionales de capacitación, creación de la personería jurídica de los centros y de mecanismos para garantizar su protección legal, orientación direccionamiento y planificación estratégica para su desarrollo y dotación de equipamiento. Se contará, además, con el Manual del Emprendedor Dominicano, una guía diseñada facilitar a los emprendedores la gestación de sus iniciativas generadas en los centros universitarios.

### **5.2.3 Enlaces: Red de Inversionistas Ángeles.**

---

Los procesos que se están llevando a cabo en el país para incentivar el emprendimiento, se traducen en la generación de nuevos negocios que requerirán de inversiones a corto, mediano y largo plazo. Enlaces emerge como iniciativa orientada a dar respuesta anticipada a esta necesidad real y potencial. Constituye la primera red de inversionistas ángeles de la República Dominicana y está conformada por personas acreditadas, con amplio interés en el desarrollo económico y social del país, dispuestos a asumir un rol de coach/inversionista para proyectos de emprendimiento.

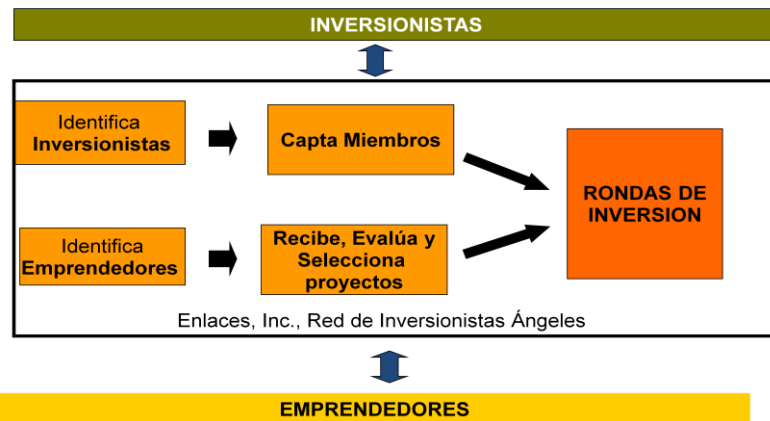
Organización privada sin fines de lucro, está registrada bajo ley no.122-05. Fundamenta su gestión en valores de institucionalidad y transparencia, conforme las mejores prácticas internacionales para inversionistas ángeles. La membresía a la red es por invitación y tiene su asiento físico en el Parque Tecnológico de Santo Domingo. La misión declarada de Enlaces es promover y facilitar la inversión en emprendimientos en el país, en apoyo a la innovación y como contribución al desarrollo económico, la generación de empleos y la creación de riquezas. El siguiente esquema muestra la red Enlaces en calidad de nodo integrado al ecosistema nacional de emprendimiento:



**Figura 58:** Ecosistema de Emprendimiento de la República Dominicana, desde la perspectiva de la Red Enlaces – **Fuente:** C. Miranda (2008b)

La red funciona como forma estructurada y formal de hacer inversión ángel, donde los inversionistas se reúnen para evaluar oportunidades e invertir en forma individual o conjunta. Entre sus objetivos destaca crear una red activa, dinámica y con masa crítica; desarrollar actividades de formación y capacitación con la participación de invitados nacionales e internacionales, así como mecanismos para que haya un flujo de oportunidades de inversión de alta calidad.

Sus miembros tienen la responsabilidad de asistir a rondas de inversión donde se presentan los proyectos, participar en actividades de actualizaciones sobre temas de inversión ángel e inversión de capital de riesgo, invertir en proyectos que estén alineados con sus motivaciones y observar un comportamiento ético.



**Figura 59:** Flujo de procesos de la Red Ángeles – **Fuente:** C. Miranda (2008b)

Enlaces cuenta con el patrocinio del Banco Interamericano de Desarrollo, BID, Emprende y la Secretaría de Estado de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, SEESCyT, como parte del proyecto Dominicana Incuba. Para los fines de inversión, se ha dispuesto la creación de un fondo de coinversión con inversionistas ángeles y cuenta con un espacio web para facilitar la interacción de sus usuarios.

Las diferentes iniciativas que integran el ecosistema nacional de emprendimiento, están articuladas como un sistema reticular complejo e incluye diversos actores. Se entiende necesario definir mecanismos que hagan efectivo su potencial como red social de emprendimiento en la SIC, inclusiva y participativa, que dinamice el emprendimiento como factor clave de desarrollo en la República Dominicana.

**TERCERA  
PARTE:**

**PROPUESTA DE  
RED SOCIAL  
(RS) DE  
EMPRESARIATO**



**TERCERA PARTE: PROPUESTA DE RED SOCIAL DE EMPRENDIMIENTO**  
**CAPITULO VI: RED SOCIAL PARA LA ARTICULACIÓN Y**  
**FORTALECIMIENTO DE ACTORES CLAVE DEL EMPRENDIMIENTO EN**  
**LA REPÚBLICA DOMINICANA: ELEMENTOS PARA UNA PROPUESTA**

Una de los propósitos de esta investigación ha sido la identificación del potencial de las redes sociales en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, para contribuir a la articulación y el fortalecimiento de los actores clave del emprendimiento en la República Dominicana.

Ello implica definir modos y medios para hacer viable el uso de las redes sociales (entorno virtual y herramientas) para la construcción de capacidades, desarrollo de voluntades y la evolución de identidades de actores articulados para la puesta en marcha de proyectos de entendimiento. En este acápite se presentan elementos conceptuales y metodológicos para la formulación la propuesta.

**6.1 ECOSISTEMA PARA LA RED SOCIAL DE ACTORES DEL**  
**EMPRENDIMIENTO EN LA REPÚBLICA: EL NODO EMPRENDEDOR**  
**COMO ATRACTOR DEL DESARROLLO HUMANO**

---

En capítulos anteriores se ha presentado el esquema básico de un ecosistema de emprendimiento, así como del ecosistema de emprendimiento de la República Dominicana y de las redes de emprendimiento conformadas hasta en el país. A partir de esta visión se propone el ecosistema particular de la red propuesta.

**Ecosistema de la red social de emprendimiento.** A lo largo del trabajo, se han analizado los mecanismos y modos de actuación de las redes sociales, la dinámica del emprendimiento y las características e iniciativas del ecosistema nacional de emprendimiento. Como resultado: 1) la usencia de soluciones holísticas que vinculen los ecosistemas en forma integral, lo que genera la necesidad de construir mecanismos que propicien y sustenten una mayor inclusión, participación, articulación y fortalecimiento de sus actores y 2) se asume la red social como estrategia oportuna para dar respuesta a la necesidad identificada.

Por tanto es necesario definir el ordenamiento de su ecosistema, su dinámica, así como la metodología propuesta para su formulación e implantación. En atención a los actores clave identificados, se propone considerarlos para esta red atendiendo a dos niveles de vinculación:

- Actores medulares: 1) emprendedores, 2) incubadoras, 3) centros de emprendimiento, 4) IES <sup>94</sup> /centros de capacitación, 5) mentores 6) inversionistas ángeles, 7) inversionistas de riesgo.
- Actores complementarios: 1) instituciones y organismos internacionales, 2) fondos semilla, 3) organizaciones gubernamentales, 4) asociaciones empresariales, 5) voluntarios, 6) parques tecnológicos, 7) otros.



**Figura 60:** Actores de la red como expresión holística (totalidad) y compleja (diversidad)

**Estos actores se articulan en un sistema reticular distribuido de relaciones, procesos, servicios, actividades y otros elementos, el cual sustenta la dinámica del ecosistema en calidad de red social, con miras optimizar la dinámica emprendedora del ecosistema nacional de emprendimiento**

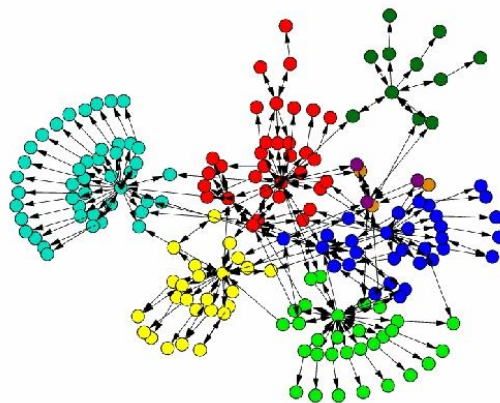
El nodo emprendedor como atractor del desarrollo humano. **El emprendimiento ha sido considerado un factor clave en el desarrollo humano, en especial para la República Dominicana. Por tanto, se entiende necesario la apropiación de una cultura de emprendimiento, la cual ha de encontrar expresión en nuevos patrones de comportamiento que generen iniciativas pertinentes, eficaces y eficientes de emprendimiento, cuyo impacto**

---

<sup>94</sup> Instituciones de Educación Superior

**contribuya a dinamizar la economía y la sociedad, y generar oportunidades para alcanzar mejores condiciones de vida.**

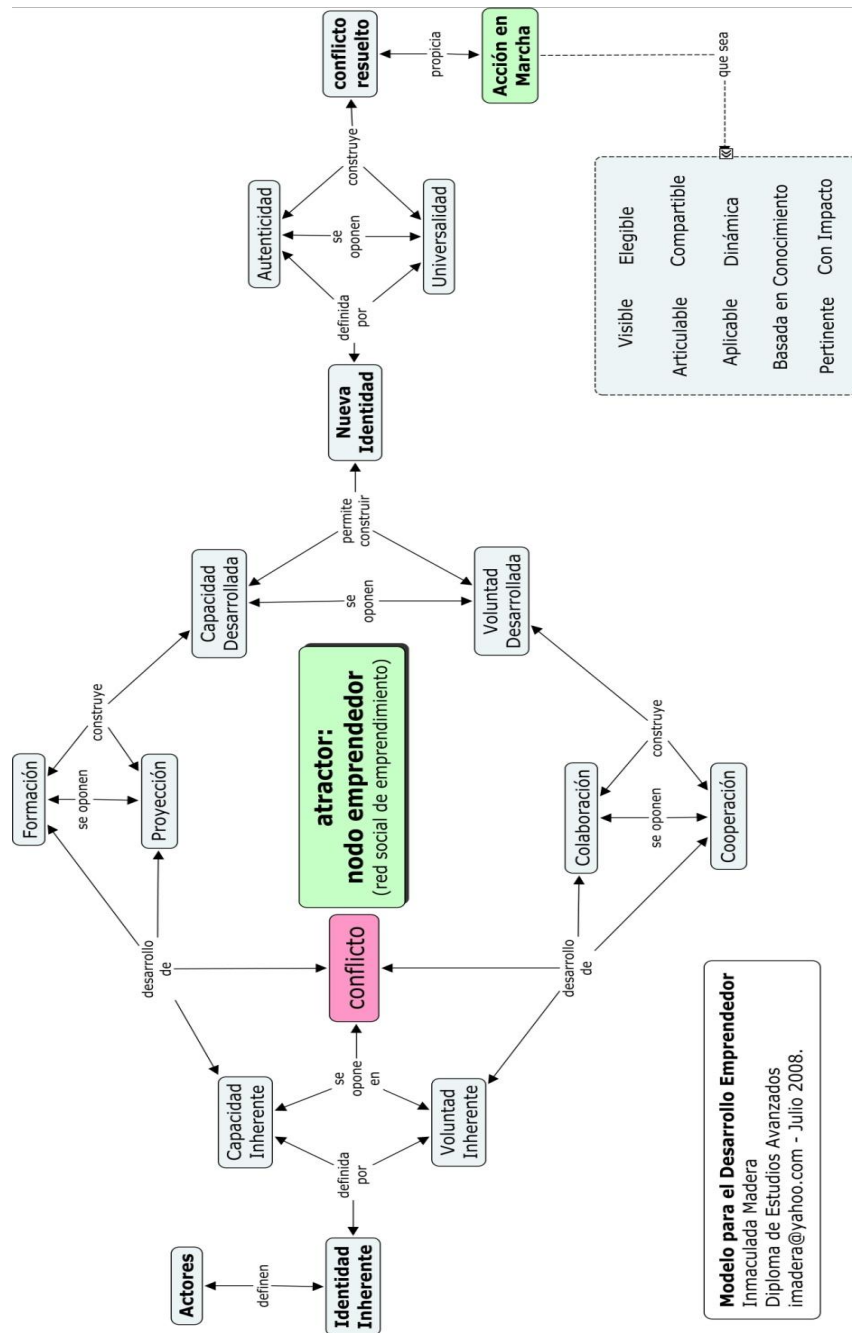
Para ello se propone aplicar las TIC al fomento del emprendimiento en la República Dominicana, a partir del diseño de un sistema, red social, que propicie la articulación y el fortalecimiento de sus actores. Para este diseño se plantea un modelo que considere esta red social como una realidad que es al mismo tiempo particular en sus modos y medios de actuación y consustancial al ecosistema nacional de emprendimiento, en el cual convive y cuyas interacciones sustenta y dinamiza, como nodo dinamizador. Esta red social puede ser concebida como una macro red o sistema de redes que operen en forma armónica en y desde el sistema nacional de emprendimiento, como se observa en la figura:



**Figura 61:** Red de redes

**Fuente:** <http://weblogs.madrimasd.org/universo/archive/2008/06/23/95322.aspx>

En esta concepción la red es entendida como *network* de *networks*, una formación compleja inserta en redes relacionales de dependencias y fuerzas de atracción, de relaciones comunicativas y de relaciones de intercambio económicas y de relaciones sociales y centradas en la gestión de interfaces, saber y procesos. Los mismos están dirigidos al desarrollo de la capacidad, la voluntad y la identidad de los actores para el emprendimiento, lo cual transforma los modos y medios de actuación y genera nuevos comportamientos que pueden incidir y transformar el ecosistema como un todo, como atractor de su desarrollo y evolución.



**Figura 62:** Dinámica de la Red Social de Emprendimiento en calidad de nodo dinamizador del desarrollo cultural para el emprendimiento con potencial de atractor.

## **6.2 METODOLOGÍA PARA LA MODELACION DE UNA RED SOCIAL DE ARTICULACION Y FORTALECIMIENTO DE ACTORES CLAVE DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REPUBLICA DOMINICANA**

---

Este estudio propone la conformación de una red social para la articulación y el fortalecimiento de los actores clave del sistema dominicano de emprendimiento. Como se ha señalado, ésta puede ser entendida desde una perspectiva holística, como totalidad que incluye el ecosistema en forma integral o considerando desde una muestra representativa a escala fractal. Para la formulación y puesta en marcha de esta red se consideran al menos tres momentos:

- a) la construcción de un modelo que represente desde lo teórico y en forma esquemática la composición, relaciones, procesos dinamizadores y funcionales, patrones culturales y de comportamiento, recursos, herramientas, actividades, servicios y funcionalidades de la red social de actores clave del emprendimiento propuesta
- b) una estrategia que viabilice la aplicación práctica del modelo
- c) un conjunto de métodos que permitan la validación del modelo y la estrategia

De la reflexión y diseño del modelo explicativo conceptual de la red social, deriva la formulación de un conjunto de representaciones que expresen los aspectos estructurales, funcionales, dinámicos y evolutivos del fenómeno de estudio, en sus diferentes niveles, modos y medios de realización, actuación y desarrollo sostenido. Para ello se recomienda tomar en cuenta los enfoques sistémico estructural-funcional y holístico-configuracional, desde una lógica inherente al pensamiento y la ciencia de la complejidad.

Para ello, es necesario reconocer y operar considerando la naturaleza multidimensional de este fenómeno. Desde la perspectiva metodológica, se entiende pertinente tomar en cuenta la coexistencia de al menos dos de sus elementos esenciales: a) la dimensión de desarrollo cultural de los actores y de la red como realidad ontológica y b) la dimensión que refiere a su desarrollo como red de componentes, relaciones y procesos, con un fin determinado. En la

interacción dialéctica de éstas y otras dimensiones, acontece y evoluciona el fenómeno conforme a su naturaleza y función.

En una red social para la articulación y fortalecimiento de actores clave del emprendimiento en la República Dominicana, la primera dimensión señalada apunta hacia un desarrollo cultural para el emprendimiento desde una perspectiva universal (global) e implica el desarrollo de la voluntad, la capacidad y la identidad de los actores clave para el emprendimiento, así como su tránsito por etapas de sensibilización, transformación y desarrollo sostenido. La segunda dimensión expresa la estructura y la dinámica funcional de la red social, desde los procesos, estrategias y recursos inherentes a la actividad emprendedora y como espacio emergente sustentado por herramientas que facilitan la optimización y uso de la inteligencia colectiva.

El proceso de formulación y modelación del complejo sistema reticular que vinculará los actores del emprendimiento con miras a su articulación y fortalecimiento, ha de responder a la lógica de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC, desde la perspectiva del Desarrollo Humano, DH. Implica, como mandato subyacente, la formulación de una estrategia para el uso de las TIC con significado y sentido, cuyo impacto contribuya a promover la evolución de las personas, sus comunidades y contextos.

**La metodología Social Impact From Technology, SIFT.** El objetivo último de cualquier estrategia de tecnología de la información en la educación debe ser mejorar el nivel de vida de las personas y desarrollar sus habilidades de contribuir a esa mejoría.

Una de las principales limitaciones para el desarrollo de proyectos que consideren el uso de las TIC para optimizar procesos de desarrollo humano que produzcan un impacto significativo radica en la formulación de estrategias e iniciativas con escasa participación de los actores clave. Además, en la generación de iniciativas sociales que integran las TIC, es necesario contar con las habilidades, motivación, visión y herramientas necesarias para lograr resultados positivos y significativos.

Social Impact from Technology, SIFT, es una metodología propuesta por C. Miranda (2005), de fácil implementación, que indaga y profundiza acerca de los aspectos centrales de las necesidades sociales de una comunidad determinada y el potencial de las TIC para contribuir a su satisfacción. La misma conduce a los actores clave a una construcción colectiva de procesos y estrategias que privilegian el uso de las TIC para el desarrollo humano.

Esta metodología persigue cerrar las brechas existentes entre los actores claves, los desarrolladores, los gestores y las personas a las cuales han de servir los procesos generados, al proveerles herramientas y espacios para desarrollar competencias que les permitan generar sus desarrollos, en este caso la red social. Contempla el acompañamiento por parte de consultores y técnicos formados desde un enfoque de desarrollo humano y para promover las iniciativas TIC que generen un impacto social relevante.

Las estrategias utilizadas permiten generar un lenguaje común, a fin de propiciar una mejor comunicación y la construcción de una visión común desde una activa participación de los actores en el diseño y desarrollo de las iniciativas. Para ello se toma en cuenta las ideas y necesidades compartidas, así como un sistema de conocimientos y recursos óptimos para su realización.

Para la aplicación efectiva de esta metodología es necesario: 1) la definición inicial de los elementos a ser abordados, 2) la observación del ecosistema, los actores y sus relaciones actuales y potenciales, 3) identificación del ambiente, recursos y acciones, 4) la construcción del modelo, 5) la definición de un plan estratégico, que incluya contingencias, 6) la selección de las tecnologías, 7) la generación de un proceso piloto para su validación, 8) el establecimiento de un sistema de monitoreo y evaluación, tanto del sistema, sus procesos, la satisfacción de los usuarios, su pertinencia y su impacto.

Esta metodología propicia la participación, el empoderamiento, el compromiso y la creatividad de los actores clave y sus etapas básicas son : 1) Vinculando estrategias al Desarrollo (Objetivos y Visión de Desarrollo; Sociedad y Tecnología de la Información); 2) Actores en las Estrategias (identificando quiénes, a través de quiénes, qué buscamos con ellos); 3) Componentes de la estrategia (acciones y

recursos); 4) Retos de un Proyecto TIC (apoyo y promoción, resistencia al cambio, sostenibilidad); 5) Etapas de un Proyecto TIC; 6) Pasos en la estrategia.

La construcción de una red social y otra iniciativa basada en las TIC, busca promover acceso, información, formación, propiciar la construcción colectiva de conocimiento, facilitar la comunicación, la cooperación y el empoderamiento de los actores. Para ello es necesario 1) Caracterizar a los actores clave ya sean individuos o instituciones (perfil, rol, funciones en el proceso de emprendimiento, necesidades, limitaciones, intereses, anhelos y expectativas, potencialidades y oportunidades); 2) Determinar las relaciones entre ellos (directas e indirectas, implícitas y explícitas, actuales e ideales) y 3) Agruparlos por su rol o intereses.

Al formular estrategias de tecnología y formación para el desarrollo, es necesario definir, combinar y considerar una serie de 1) Acciones (brindar acceso, opciones y oportunidades, habilitar, apoyar y vincular) y 2) Recursos (humanos, instituciones y organizaciones, infraestructura, infoestructura e infocultura y el entorno de acción). Este proceso considera además la potenciación de los valores y la ética, el aprendizaje permanente y para toda la Vida, una actitud alerta y abierta al cambio, la responsabilidad social y comunitaria y la capacidad de incidir. La metodología considera el análisis de los siguientes factores:

- Marco social: Estructura y condiciones sociales de la comunidad y su entorno.
- Marco cultural: Factores tradicionales sobre cómo se hacen las cosas e interactúan los actores.
- Marco legal y regulatorio e institucional: Responsabilidades, obligaciones, condiciones, convenios de cooperación, entre otros.
- El Entorno no es apenas un dado o condición que aceptamos. La estrategia puede considerar modificarlo a través de nuevas leyes, reglamentos, en la medida de lo posible.

Conocer el entorno permite brindar acceso y aprovechar fuentes de fondos y recursos, identificar limitaciones y restricciones, conocer y aprovechar facilidades, encontrar vías de penetración, justificación y apoyo oficial y privado, evitar



conflictos y trabajar en consonancia y en la dirección de visiones y estrategias mayores. Las etapas consideradas para formular la estrategia o iniciativa, en el caso de estudio la red social, son los siguientes:

1. Concepción Inicial :
  - Planteamiento Inicial.
  - Definición Logística y de Planificación.
2. Marco Conceptual.
  - Marco Teórico.
  - Experiencias Relevantes.
  - Formulación del Modelo.
3. Universo de Acción.
  - Mapa de Actores.
  - Recursos y Entorno de Acción.
4. El Sueño.
5. Plan Estratégico Preliminar.
  - Definición de Objetivos, Programas, Proyectos y Acciones.
6. Componentes Educativos.
  - Habilidades y Competencias.
  - Conocimientos.
  - Contenidos.
  - Actividades.
  - Modelo Pedagógico-Tecnológico.
7. Herramientas y Servicios.
8. Plataforma Tecnológica.
9. Componentes Logísticos.

- Definición de Metodologías de Evaluación y Monitoreo de Calidad.
- Definición de Plazos y Períodos.
- Definición de Fases de Implementación.
- Definición de Ciclos de Renovación y Actualización.
- Definición de Recursos Humanos y Equipos de Trabajo.
- Capacitación y Concientización.
- Recursos Humanos

La metodología SIFT es una realidad en construcción permanente y los elementos propuestos son guías orientadoras basadas en la investigación, el trabajo de campo y la experiencia práctica. Se consideran ampliables, modificables y requieren ser complementados con otros elementos inherentes a las realidades particulares. Sus etapas pueden ordenarse de acuerdo a las necesidades y la dinámica de cada iniciativa, las cuales presentan características particulares que requieren ser tomadas en cuenta y actores cuya participación directa es fundamental en este proceso.

Conforme a la propuesta, esta metodología sería aplicada para la construcción de una red social para la articulación y fortalecimiento de los actores claves del emprendimiento, en la República Dominicana, agentes de desarrollo humano local y regional en una Sociedad de la Información y el Conocimiento en permanente construcción.

**CUARTA  
PARTE:**

**CONCLUSIÓN Y  
PROSPECTIVA**

**CUARTA PARTE: CONCLUSIONES Y PROSPECTIVA**  
**CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y LINEAS FUTURAS DE**  
**INVESTIGACION**

El estudio sobre las redes sociales como espacios emergentes para la articulación y el fortalecimiento de los actores del emprendimiento, así como los efectos de la actividad emprendedora a favor del desarrollo humano, concretamente en la República Dominicana, permite arribar a un conjunto de conclusiones y establecer líneas de investigación futura, las cuales se presentan a continuación.

**7.1 CONCLUSIONES GENERALES.**

---

- Como indica Ilya Prigogine (1999), dadas las transformaciones trascendentes impulsadas por las Tecnologías de Información y Comunicación, TIC y la Sociedad de la Información y el Conocimiento, SIC, la humanidad se encuentra en un punto de bifurcación, en el cual urge llevar a cabo elecciones pertinentes que propicien un desarrollo humano armónico en todas las naciones.
- En esta investigación ha quedado evidenciado el impacto de las TIC en los distintos ámbitos de la actividad humana y su contribución en la conformación de nuevos espacios educativos, culturales, científicos, de negocios y de trabajo. Desde la óptica del desarrollo y evolución de las redes sociales, se revela su importancia en la articulación y la participación social, la vinculación, la construcción de conocimientos, la formación, el desarrollo profesional y laboral, elementos impulsores del desarrollo humano a nivel local, regional y global. Su efecto positivo se ve mediatizado por la brecha digital, expresión de la brecha social y económica que es preciso trascender, mediante políticas e iniciativas que integren tanto los sectores gubernamentales como la sociedad civil.
- La República Dominicana cuenta con una importante infraestructura de tecnologías de información y comunicación, la cual ha experimentado un gran

avance y amplitud de cobertura en la última década. En términos sociales y económicos, el Informe Nacional de Desarrollo Humano 2008, evidencia la persistencia de profundas brechas sociales y económicas en el país, que se traducen en una significativa brecha digital y un reducido empoderamiento de gran parte de la población dominicana en lo que respecta al uso de las TIC con sentido y para el desarrollo humano.

Numerosas iniciativas se realizan desde el Estado y de la sociedad civil (INDOTEL, OPTIC, SEECyT, SEE, SEJ, Despacho de la Primera Dama, FUNREDES, Alianza ONG, Fundación Taigüey, entre otras) para auspiciar una mayor y mejor participación de la comunidad dominicana en la dinámica de la SIC. Estas se orientan al fortaleciendo del acceso individual y comunitario, a través de los Centros de Acceso Público a las Tecnologías de Información y Comunicación, CAPT. Estos centros requieren de una mayor articulación y fortalecimiento para potenciar su impacto social, cultural, educativo y económico en el país.

- Las redes sociales, entendidas como sistemas, espacios y formas de comunicación complejos, se han constituido en un fenómeno social que emerge en la dinámica misma de la SIC. Sus usuarios se integran con el interés de contactar personas, identificar amigos, invitar conocidos, sobre la base de intereses comunes, del reconocimiento público, la reputación, la construcción colectiva de conocimiento y la optimización de la inteligencia colectiva. En su proceso de evolución hacia redes cada vez más distribuidas, han impulsado la configuración de nuevos esquemas de relaciones, de acceso a la información y de distribución del poder, generando un nuevo tejido social en la Era de la Información y el Conocimiento.
- Las redes sociales se caracterizan por su gran diversidad y cantidad, la multiplicidad de motivaciones e intereses que las articulan, las diferentes poblaciones que en ellas converge y la heterogeneidad de las mismas. Constituyen espacios de interacción aprendizaje, mediante el aprovechamiento

de la inteligencia colectiva, favorecen las alianzas estratégicas y la cooperación en los sectores educativo, profesional y productivo, entre otros y se han instaurado como medio privilegiado de comunicación en la sociedad actual. Deben su principal éxito al desarrollo de las herramientas Web 2.0 que han facilitado la interacción y la construcción colectiva de conocimiento. Entre las más populares se encuentran Myspace, Youtube, LinkedIn, Facebook, Second Life, entre otras.

- El emprendimiento puede ser descrito como una actividad económica y social, bajo la cual subyace la cultura emprendedora, capacidad de las personas para hacer un esfuerzo adicional a fin de alcanzar una meta u objetivo, iniciar una nueva empresa o proyecto, agregar valor a un producto o proceso ya existente, persiguiendo un beneficio mediante un trabajo individual o colectivo. Privilegia la innovación, la descentralización, la delegación del poder y convive con la incertidumbre. Existen diferentes tipos de emprendimiento, de acuerdo a la actividad o los actores (social, de innovación tecnológica, rural, juvenil, universitario, entre otras). En el ecosistema de emprendimiento convergen múltiples elementos: emprendedores, inversionistas, incubadoras, centros de emprendimiento, instituciones educativas, mentores, organismos gubernamentales, organismos internacionales, fondos especiales, entre otros.
- El emprendimiento ocupa un lugar de importancia en la actual dinámica socioeconómica, dada la necesidad de las personas de lograr su independencia y estabilidad laboral ante los altos niveles de desempleo y la baja calidad de las oportunidades disponibles, en especial en los países en vías de desarrollo. Incentivar el emprendimiento en forma articulada y sinérgica, contribuye al desarrollo humano local y regional, sobre todo cuando las iniciativas incluyen una visión global. El uso de las TIC, en especial las redes sociales, propician espacios emergentes para la articulación y el fortalecimiento de sus actores.
- A nivel mundial, continental y en diferentes países se identifican numerosas redes sociales, que articulan actores del emprendimiento en forma homogénea y heterogénea. Las mismas promueven el encuentro entre uno o varios actores

clave, con frecuencia inversionistas, emprendedores e instituciones formativas (universidades). En general, facilitan la capacitación de los emprendedores y promueven la captación de recursos. Salvo contadas excepciones, estas redes sociales excluyen otros actores clave de la actividad emprendedora, lo que reduce su impacto a favor de impulsar la sinergia del ecosistema de emprendimiento. Algunas de las redes sociales de emprendimiento más destacadas son NEN, GEN, YouNoodle, Investors Circle, EONetwork.

- En la República Dominicana se ha conformado un sistema y una estrategia nacional de emprendimiento, en el marco del Sistema Nacional de Innovación y Desarrollo Tecnológico, el Plan Nacional de Competitividad Sistémica del Consejo Nacional de Competitividad, CNC y el Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación 2008-2018, de la Secretaría de Estado de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, SEESCyT. La estrategia central para impulsar el emprendimiento en el país, Dominicana Incuba, se define como una Red de Incubadoras de Empresas, la cual comprenderá a todos los actores del ecosistema de emprendimiento de la República Dominicana.
- La República Dominicana cuenta con dos incubadoras/aceleradoras para iniciativas de emprendimiento: Emprende (institución privada orientada a las empresas tecnológicas) y Proincuba (institución estatal para el emprendimiento en general); un sistema en formación de Centros de Emprendimiento en las Universidades, que incluye cinco IES, una estatal y cuatro privadas; otras iniciativas previas generadas en universidades y actividades de apoyo realizadas por organizaciones interesadas en impulsar el emprendimiento.
- En el marco de Dominicana Incuba, se identificaron dos iniciativas de redes vinculadas al emprendimiento que contemplan el desarrollo de espacios web: Enlaces - Red de Inversionistas Ángeles y el Portal (en proyecto) de la Red de Incubadoras y Centros de Emprendimiento de la República Dominicana, las cuales contarán con espacios virtuales de encuentro, información y capacitación, así como otras actividades relacionadas.

- Con la finalidad de vincular la diversidad de individuos e instituciones que forman parte del ecosistema de emprendimiento en el país y en apoyo a la iniciativa Dominicana Incuba, se recomienda la formulación de un modelo de red social inclusiva, que propicie la articulación y el fortalecimiento de los actores clave del emprendimiento en la República Dominicana en forma holística e integral. Esta red social ha de generar un espacio de desarrollo y cooperación que facilite la integración y sinergia de los roles clave en la acción emprendedora e impulse el emprendimiento en el país, contribuya a su eficiencia, eficacia y pertinencia e incida en el desarrollo humano del país.
- Se propone que la red social para el fortalecimiento de los actores clave del emprendimiento en la República Dominicana considere dos niveles de actores clave: **los medulares:** 1) Emprendedores – Redes de Emprendedores, 2) Incubadoras locales, 3) Centros de Emprendimiento – Redes de Centros de Emprendimiento, 4) IES<sup>95</sup>/Centros de Capacitación – Redes de IES, 5) Mentores, 6) Inversionistas Ángeles –Redes de Inversionistas Ángeles, 7) Inversionistas de Riesgo – Redes de Inversionistas de Riesgo y **los complementarios:** 1) Instituciones y Organismos Internacionales, 2) Fondos Semilla, 3) Organizaciones Gubernamentales, 4) Asociaciones Empresariales, 5) Parques Tecnológicos, 6) Amigos e 7) Interesados.
- La dinámica de articulación y fortalecimiento de los actores clave del emprendimiento, propiciada a partir de su vinculación en redes sociales, tiene lugar desde del desarrollo de la capacidad y la voluntad de los actores clave, relación que encuentra su síntesis en el desarrollo de una identidad para el emprendimiento. Esta transformación contribuye a la construcción de cultura de emprendimiento y alcanza a las personas, las instituciones, la sociedad, contribuye a la innovación, el desarrollo tecnológico, el espíritu emprendedor, a la inclusión y el empoderamiento, promoviendo la creación de iniciativas de

---

<sup>95</sup> Instituciones de Educación Superior



emprendimiento más pertinentes, eficaces y eficientes, con un mayor impacto en el desarrollo nacional y regional.

- En el ecosistema nacional de emprendimiento, esta red social de actores clave constituirá un “nodo emprendedor”, que dinamice la actividad emprendedora desde la articulación y fortalecimiento de los actores en toda su diversidad, roles y relaciones. Se visualiza que en dicho nodo se generen condiciones y cualidades (desarrollo de la voluntad, la capacidad, la identidad: conocimientos, valores, vínculos, información, procesos, servicios, grupos, actividades, entre otras), de forma tal que opere como atractor del sistema de emprendimiento.

De este modo ha de promover un sistema sinérgico, con relaciones sustentadas en la cooperación, la horizontalidad, el aprendizaje continuo, la responsabilidad social, entre otras, que promuevan la evolución de sus miembros desde sus roles particulares y consolide una actividad emprendedora nacional con visión global, que contribuya al desarrollo humano local y regional. Para la aplicación práctica de esta red social, se recomienda iniciar con un grupo piloto representativo de cada actor en los niveles correspondientes.

- Para la formulación de la red se recomienda la utilización de la metodología SIFT<sup>96</sup>, la cual se caracteriza por su cualidad participativa y colaborativa, que permita el diseño de una red social cuyos modos y medios de actuación (relaciones, procesos, servicios, actividades, contenidos, mecanismos, herramientas, funcionalidades, entre otras) satisfagan las necesidades y demandas de su miembros y usuarios y contribuyan al desarrollo sostenido del sistema nacional de emprendimiento.

---

<sup>96</sup> Social Impact from Technology

## 7.2 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURA

---

A partir de la investigación realizada, emergen diversas líneas de investigación, las cuales se proponen a continuación:

1. La formulación de una estrategia de articulación de los Centros de Acceso Público a las Tecnologías de Información y Comunicación, CAPT, en la República Dominicana, a fin de incrementar su pertinencia, cobertura, eficiencia, eficacia e impacto.
2. La creación de un modelo de redes sociales para el desarrollo emprendedor de pequeños empresarios con el acompañamiento y soporte de los Centros de Acceso Público a las Tecnologías de Información y Comunicación, CAPT, en la República Dominicana.
3. El diseño de un mecanismo de articulación y fortalecimiento de mujeres emprendedoras a partir de su participación en los programas de capacitación para el trabajo y los Centros Tecnológicos Comunitarios, auspiciados por el Despacho de la Primera Dama, en la República Dominicana, que parta del concepto de red social en la Sociedad de la Información y el Conocimiento.
4. Un estudio de seguimiento, monitoreo e impacto de la Red de Centros de Emprendimiento de las Universidades Dominicanas.
5. Desarrollo del modelo de redes sociales para la articulación y fortalecimiento de los actores clave del emprendimiento en la República Dominicana, partir de la formulación y el diseño de un plan estratégico para su implantación, monitoreo y medición de impacto.

**QUINTA  
PARTE:**

**RECURSOS  
BIBLIOGRÁFICOS**

## QUINTA PARTE: RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

### CAPITULO VIII: BIBLIOGRAFÍA

#### **OBRAS PUBLICADAS Y DOCUMENTOS.**

**Álvarez C. (2004).** “Epistemología del Caos”. Bolivia, Grupo Editorial Kipus.

**Basora, O.; L. Madera (2008):** “Innovación Tecnológica y Emprendimiento: Movilidad y Trabajo Colaborativo en la Web para el Desarrollo de Competencias Globales”. UNAPEC-SOCINFO

**Bonilla, M.; Cliche, G., editores (2001):** “Internet y Sociedad en América Latina y el Caribe: Investigaciones para sustentar el diálogo”. Flacso; Quito, Ecuador.

**Castells, M. (1999):** “La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura: La Sociedad Red”. Siglo XXI. México.

**CNC<sup>97</sup> (2008):** “Plan Nacional de Competitividad Sistémica”. Santo Domingo.

**Córdoba, J. R. (2005):** “Perspectivas para la sociedad de la información”. En: Pensamiento y Gestión No 19. Colombia. Universidad del Norte.

**De la Dehesa, G. (2003):** Globalización, desigualdad y pobreza. Alianza Editorial. Madrid.

**De Wit, H., I. Jaramillo, J. Gacel-Ávila, J. Knight, editores (2005):** “Educación Superior en América Latina. La dimensión Internacional”. Banco Mundial\_Mayol Ediciones, S.A. Bogotá.

**Dev Apanah, S.; Shrestha, S. (2007):** “Startup and Change the World. Guide for Young Social Entrepreneur”. Youth Social Enterprise Initiative (YSEI)-Global Knowledge Partnerships Programme (GKP). ISBN 983-2588-10-8. Kuala Lumpur.

**Díaz, L.; L. Madera; C. Miranda (2008):** “Redes Sociales en la Web: exploración y análisis”. UNAPEC-SOCINFO

**Drogos, K. (2007):** “RUNNING HEAD: The Wealth of Social Networks”. University of Illinois at Urbana-Champaign. USA.

**Dubois, A., J. Cortes (2005):** “Nuevas Tecnologías de la Comunicación para el Desarrollo Humano”. Proyecto Bantaba: Cuadernos de Trabajo de Hegoa Número 37.D.L.: Bi-1473-91 • ISSN: 1130-9962. Bilbao.

**Echegoyen, J. (1997):** “Filosofía Contemporánea”. Editorial Edinumen. Madrid

**Eco, U. (2006):** “Cómo se hace una tesis”. Editorial Gedisa, S.A. Barcelona.

---

<sup>97</sup> Consejo Nacional de Competitividad, Presidencia de la República Dominicana

**Escribano Francés, G. (2003):** “Concepto y Teorías Fundamentales del Desarrollo”. OEI-UNED. Madrid.

**Fernández, F. (2004):** “Guía para una globalización alternativa”. Ediciones B. Barcelona.

**Formichela, M. (2005):** “La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo”. Monografía. (Formato electrónico).

**Geertz, C. (2000):** “La interpretación de las culturas”. Ed. Gedisa, Barcelona.

**Joyanes, L. (1997):** “Cibersociedad”. McGraw-Hill. Madrid.

**Joyanes, L. (2008):** “Web 2.0 y Redes Sociales: Tecnología y Aplicaciones”. Universidad Carlos III. Madrid.

**Joyanes, L. (2008a):** “Redes Sociales: Retos y Estrategias (La Web 2.0 y la Empresa 2.0)”. Universidad Carlos III. Madrid.

**Kirkman G. Et al (2004):** “La República Dominicana. Preparación para el Mundo Interconectado”. Center for International Development. Harvard University-FUNGLODE. Santo Domingo.

**Lizardo J., editora. (2002):** “Articulación de las políticas económicas y sociales”. Santo Domingo.

**Lozares, C. (1996):** “La Teoría de las Redes Sociales”. Papers. 48. Barcelona.

**Madera, L. (2003):** “Educación a Distancia y TIC: Factores claves en los procesos de Internacionalización y Cooperación en las IES”. Memorias del Ier Congreso Internacional de Tecnologías de Información y Comunicación – Ier CREAD del Caribe (CD). Santo Domingo.

**Madera, L. (2007):** “Estrategia de internacionalización orientada hacia el desarrollo institucional universitario”. Tesis doctoral en Ciencias Pedagógicas. Santo Domingo-Camagüey- Santiago de Cuba. Biblioteca UNAPEC. Santo Domingo.

**Merejo, A. (2007):** “La República Dominicana en el ciberespacio de la Internet. Ensayo filosófico cibercultural y cibernético, 1995-2007”. ISBN: 978-994516-143-4. Santo Domingo.

**Miranda, C. (2005):** “Formulación de Estrategias de Tecnología de la Información en la Educación para el Desarrollo. Modelo para potenciar el desarrollo sostenible, participativo y equitativo a través de las personas, organizaciones, comunidades e instituciones”. Reuter Foundation. Digital Division Fellowship – SOCINFO.

**Miranda, C. (2006a):** “SIFT: Social Impact for Technology”. Stanford University. California- SOCINFO.

**Miranda, C. (2007):** “Public Access to Information & Communication Venues Research Design”. Center for Information & Society. University of Washington. Washington DC.

**Miranda, C. (2008b):** “ENLACES: Red de Inversionistas Angeles de la República Dominicana”. SOCINFO-Parque Tecnológico de Santo Domingo. Santo Domingo.

**Miranda, C. (2008c):** “Propuesta para el Desarrollo de la Página Web Maestra de la Red de Incubadoras y Centros de Emprendimiento de la República Dominicana”. SOCINFO-Parque Tecnológico de Santo Domingo. Santo Domingo

**Miranda, C.; L. Madera (2008a):** “ICT for Development in the Caribbean Region: ICT & Social Entrepreneurship”. UNAPEC-SOCINFO

**Miranda, C.; L. Madera (2008):** “Innovation, Social Entrepreneurship and Human Development. Perspectives and challenges in the Caribbean”. UNAPEC-SOCINFO

**Pieck, E., coordinador (2001).** “Los jóvenes y el trabajo: la educación frente a la exclusión social.” UIA/IML/UNICEF/Cinterfor-OIT, RET y CONAELP, México.

**SEECyT<sup>98</sup> (2008):** “Plan Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, 2008-2017”. Santo Domingo.

**SEECyT (2008a):** “Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación 2008-2018”. Santo Domingo.

**Sen, A. (2000):** “Desarrollo y libertad”. Editorial Planeta. Barcelona.

**Stiglitz, J. (2002):** “El malestar de la globalización”. Taurus. Madrid 2002

**Schumpeter, J. (1950):** “Capitalism, Socialism and democracy”. 3rd. ed. New York. Harper y Brothers).

### **PUBLICACIONES PERIÓDICAS**

**Albonies, A. (2001):** “Las dificultades para construir la empresa del conocimiento”. Harvard Deusto Business Review, p.46, Sep-Oct

**Cassidy, J. (2006).** “Me media: How hanging out on the Internet became big business”. THE NEW YORKER, 82 (13), 50.

**Haythornthwaite, C. (2005):** “Social networks and Internet connectivity effects”. INFORMATION, COMMUNICATION, & SOCIETY, 8 (2), 125-147.

**López, W.; M. Montilla; A. Girondo (2008):** “Empleo de la red social como alternativa para la obtención de recursos en el proceso de creación de empresas”. Visión Gerencial ISSN 1317-8822 • Año 7 • N° 1 • Enero - Junio • Pg: 110-125

**Madera, L. (2005).** “De la Entropía a la Autopoiesis: Universidad y Desarrollo Humano en un Entorno Global”. Revista Global - Enero. FUNGLODE, Santo Domingo.

---

<sup>98</sup> Secretaría de Estado de Educación Superior, Ciencia y Tecnología

**Martin, R.; S. Osberg (2007):** "Social Entrepreneurship: The Case for Definition". Stanford Social Innovation Review. Spring 2007. Standofd University. California.

**Sosa, M. S. (2005):** "Articulación en Red (partnership, networking) para el desarrollo local". Ide@ Sostenible. Año 2 N<sup>os</sup> 8 y 9, Enero y Marzo 2005.

### **RECURSOS WEB**

**AECOMO <sup>99</sup> (2008):** "El móvil: la nueva plataforma para las redes sociales". <http://www.aecomo.org/content.asp?ContentTypeID=2&ContentId=9822&CatTypeID=2&CatID=179> (Consultado Agosto, 2008)

**Aguado, M.; I. Martínez, coordinadores (2006):** "La mediatización de la telefonía móvil en el marco de la Sociedad de la Información". Eje Temático V - III Congreso ONLINE - Observatorio para la Cibersociedad. Conocimiento Abierto. Sociedad Libre. <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/gt.php?lengua=es&id=26> (Consultado Mayo, 2008)

**Amézquita, I; F. Navarro (2006):** "El software social, posible soporte tecnológico de la esfera pública global". Razón y palabra, ISSN 1605-4806, N<sup>o</sup>. 49, 2006 (Ejemplar dedicado a: V Bienal Iberoamericana de la Comunicación (2/2)), pág. 28. Guadalajara. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/extaut?codigo=1909085> (Consultado Junio, 2008)

**Arias, M. (2008):** "Las redes sociales en Internet como espacio de formación del profesorado". <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/n63/marea.html> (Consultado Julio, 2008)

**Aristizabal, P. (2007).** "Pasión, Aprendizaje y Creación en la Sociedad del Conocimiento" <http://www.ahciet.net/actualidad/revista/r.aspx?ids=10709&ids2=21753> (Consultado Abril, 2008)

**Aruguete, G. (2001):** "Redes sociales: Una propuesta organizacional alternativa". [http://practicasgrupales.com.ar/index.php?option=com\\_content&task=blogsection&id=8&Itemid=31](http://practicasgrupales.com.ar/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=8&Itemid=31) (Consultado Abril, 2007).

**Barbosa, Y. (2007),** "Emprendimiento" <http://milenitaleon.soy.es/2007/12/21/emprendimiento/> (Consultado agosto, 2008)

**Boyd, d.m.; Ellison, N. B. (2007):** "Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication", 13(1), article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (Consultado Mayo, 2008)

**Brandell, M. (2008):** "The new employee connection: Social networking behind the firewall". <http://www.computerworld.com/action/article.do?command=viewArticleBasic&articleId=322857&pageNumber=1> (Consultado Mayo, 2008)

---

<sup>99</sup> Asociación Española de Teléfonos Móviles.

**Castells, M. (2000):** "Internet y la Sociedad Red".

<http://www.uoc.es/web/cat/articles/castells/castellsmain2.html> (Consultado Marzo, 2008)

**Castillo, A. (1999).** "Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento"

[http://www.finam.cl/contenidos/aliciacastilloholley/estado\\_arte\\_emprendimiento.pdf](http://www.finam.cl/contenidos/aliciacastilloholley/estado_arte_emprendimiento.pdf)

(Consultado agosto, 2008)

**Cohen, R. (2003).** "Livewire: Web sites try to make internet dating less creepy. REUTERS.

<http://asia.reuters.com/newsArticle.jhtml?type=internetNews&storyID=3041934>

(Consultado Julio, 2008)

**Condór, V.; Elsa Cárdenas (2004).** "Equidad en el acceso al conocimiento a través de las TIC, la experiencia de la modalidad abierta y a distancia de la UTPL a través de la red de aulas virtuales." *Universidad Técnica Particular de Loja, UTPL (Ecuador)*

<http://www.utpl.edu.ec/ried/images/pdfs/vol7-1-2/equidad.pdf>

(Consultado Julio, 2008)

**Cox, C. (s/f):** "Educación y competencias para el emprendimiento contexto, conceptos y desafíos al inicio de un proyecto" Consorcio P. Universidad Católica - Fundación Chile.

<http://pedablogia.files.wordpress.com/2008/07/cox.pdf>. (Consultado Julio, 2008)

**Chomsky, N. (2003):** "Democracia y mercados en el Nuevo Orden Mundial".

<http://ar.geocities.com/veaylea2002/chomsky/nordenmundial.html>

(Consultado Mayo, 2008)

**De Ugarte, D. (2007):** "El Poder de las Redes".

[www.deugarte.com/gomi/el\\_poder\\_de\\_las\\_redes.pdf](http://www.deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf) - (Consultado Abril, 2008)

**Díaz, E. (2008).** "Modelo de cultura organizacional para promover la ventaja competitiva empresarial. El caso *papeles ponderosa*. (San Juan del río, Querétaro, México)". Universidad Autónoma de Querétaro

[http://www.usc.es/econo/RGE/Vol17\\_1/castelan/nb2c.pdf](http://www.usc.es/econo/RGE/Vol17_1/castelan/nb2c.pdf)

**Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española.** <http://www.rae.es/>

(Consultado Febrero a Julio, 2008)

**Estalella, A. (2005):** "La Folksonomía como sistema para clasificar contenidos en colaboración". El país.com. [http://www.elpais.com/articulo/elpcibred/20050908elpcibrenr\\_1/Tes/](http://www.elpais.com/articulo/elpcibred/20050908elpcibrenr_1/Tes/). (Consultado Mayo, 2008)

**Fernández, S; L. Otero; D. Rodeiro; A. Rodríguez (2006):** "Las patentes universitarias: Un motor de emprendimiento".

[www.dnp.gov.co/.../Las%20patentes%20universitarias%20un%20motor%20de%20emprendimiento.pdf](http://www.dnp.gov.co/.../Las%20patentes%20universitarias%20un%20motor%20de%20emprendimiento.pdf) (Consultado Mayo, 2008)

**Finquelievich, S. (2002):** "Tic, Desarrollo y Reducción de la Pobreza".

<http://redistic.org/brecha/es/5 - Susana Finquelievich.html> (Consultado Abril, 2008)



**Finkelievich, S. (2002).** “La informática y los jóvenes: redes sociales de inserción, acción y contención<sup>100</sup>”.

<http://www.links.org.ar/infoteca/lainformaticajovenes.pdf> (Consultado agosto 2008)

**Formichella, M. (2004).** “El concepto de emprendimiento y su relacion con la educacion, el empleo y el desarrollo local”.

[http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo\\_local/emprendydesarrollolocal.pdf](http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf). (Consultado Marzo, 208)

**Gamero, R. (2006):** “Servicios basados en redes sociales, la web 2.0”. Forum. Boletín de la Sociedad de la Información: Tecnología e Innovación.

<http://sociadaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=3147>

(Consultado, Julio 2008)

**Gerónimo, G.; V. Caseco (2002):** “Breve Introducción a los Sistemas Colaborativos: Groupware y Workflow”. [www.utm.mx/~temas/temas-docs/nfnotas518.pdf](http://www.utm.mx/~temas/temas-docs/nfnotas518.pdf). (Consultado Julio, 2008)

**Hogben, G., editor (2007,):** “Security Issues and Recommendationsfor Online Social Networks”. *European Network and Information Security Agency, ENISA*. Position Paper No.1. [http://www.enisa.europa.eu/doc/pdf/FACsheets/SNS\\_May\\_2008.pdf](http://www.enisa.europa.eu/doc/pdf/FACsheets/SNS_May_2008.pdf)

(Consultado Julio, 2008)

**Husson, T. (2007):** “Mobile Social Networks Complementary Communication Tools for Online Social Networking”. Jupiterresearch.

<http://www.jupiterresearch.com/bin/item.pl/research:concept/525/id=99707/>

(Consultado Mayo, 2008)

**INDOTEL (2005):** “República Dominicana navegando hacia el futuro. Estrategia Nacional para la Sociedad de la Información y el Conocimiento”. Comisión Nacional para la Sociedad de la Información y el Conocimiento - Instituto Dominicano de Telecomunicaciones Santo Domingo.

[http://www.indotel.org.do/\(ociudyud1ycko2555xtvzby\)/adjuntos/Libro-Tunez.pdf](http://www.indotel.org.do/(ociudyud1ycko2555xtvzby)/adjuntos/Libro-Tunez.pdf)

(Consultado Mayo, 2008)

**Jiménez, J. (2008):** “Beneficios que brindan las redes sociales”. Artículos. Internetips – Revista Digital.

<http://www.internetips.com/articulos/detalle.php?iid=138> (Consultado Julio, 2008).

**Kantis, H.; P. Angelli, F. Gatto (2001):** “Nuevos emprendimientos y emprendedores: de qué depende su creación y supervivencia? Explorando el caso argentino.

[www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/DT%2003-2001%20Kantis-Angellelli-Gatto.pdf](http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/DT%2003-2001%20Kantis-Angellelli-Gatto.pdf)

(Consultado Julio, 2008)

**Kertész, R. (2007),** “Características de los Emprendedores exitosos”.

---

<sup>100</sup> Este texto fue expuesto como ponencia en el Simposio Latinoamericano y del Caribe: “La Educación, la Ciencia y la Cultura en la Sociedad de la Información”, Ciudad de La Habana, Cuba, del 18 al 21 de febrero de 2002, Coloquio: La informática y los Jóvenes

<http://ventadirecta.wordpress.com/2007/11/20/caracteristicas-de-los-emprendedores-exitosos/> (Consultado agosto, 2008)

**Lago Martinez, S.; A. Jara (2001).** Ponencia: "Internet en el sector social", II Encuentro de Investigación y Desarrollo del Sector Social, Panel: Desarrollo tecnológico y tercer sector. <http://www.links.org.ar/infoteca/papercordoba.pdf> (Consultado agosto 2008)

**Larrea. G. (2003).**: "La sociedad, información y el conocimiento ante la difusión de las TIC" [www.littec.ungs.edu.ar/eventos/GUSTAVO%20APREA.pdf](http://www.littec.ungs.edu.ar/eventos/GUSTAVO%20APREA.pdf) (Consultado Junio, 2008)

**López, J. (2008).** "Mashups: sumando en la red". [www.ibercajalav.net/img/mashups.pdf](http://www.ibercajalav.net/img/mashups.pdf) (Consultado Julio, 2008)

**Lorca, J.; L. Pujols (2008):** "Redes Sociales: Descripción del Fenómeno, Situación Actual y Perspectivas". *Revistaesalud.com*, Vol 4, No 15. <http://www.revistaesalud.com/index.php/revistaesalud/article/viewArticle/248/563> (Consultado Julio, 2008)

**Lucas, J. (2006):** "Emprendimiento 2.0". <http://www.slideshare.net/lucasjuancarlos/emprendimiento-20-uca/> (Consultado Abril, 2008)

**Lucas, J. (2008):** "Empleados en Red: ¿Corporaciones enredadas?". <http://www.materiabiz.com/mbz/2020/nota.vsp?tok=1217532018192&nid=37163> (Consultado Julio, 2008)

**Maldonado, A. (2008):** "Las TIC: ¿una herramienta para acelerar el desarrollo humano?". *Revista Latinoamericana de Desarrollo Humano*. PNUD. <http://www.revistadesarrollohumano.org/temas95.asp> (Consultado Junio, 2008).

**Matus, P. (2008):** "El emprendimiento social: un valor en alza ". *Revista electronic de Trabajo Social*. [http://serviciosocialipp.bligoo.com/content/view/182410/El\\_emprendimiento\\_social\\_un\\_valor\\_en\\_alza.html](http://serviciosocialipp.bligoo.com/content/view/182410/El_emprendimiento_social_un_valor_en_alza.html) (Consultado Julio, 2008).

**Mella, P., S. Barone (2003):** "Acción educativa y desarrollo humano en la universidad de hoy". [http://biblioteca.universia.net/html\\_bura/ficha/params/id/1078992.html](http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/id/1078992.html) (Consultado Mayo, 2008).

**MINEDUC<sup>101</sup>(2003):** "Educación para el Emprendimiento". [www.educacionempresa.cl/archivos/descriptivo.doc](http://www.educacionempresa.cl/archivos/descriptivo.doc) (Consultado Abril, 2008).

**Miranda, C. (2008):** "Las Nuevas Tecnologías al Servicio de la Comunidad". <http://www.socinfo.com/es/comment/reply/120> (Consultado Mayo, 2008)

**O'Reilly, T. (2006).** ¿Qué es WEB 2.0? Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software.

---

<sup>101</sup> Ministerio de Educación de Chile

[//sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146](http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146)

(Consultado Abril, 2008)

**Petras, J. (2000).** “Globalización y ciudadanía” 1 y 2.

<http://ar.geocities.com/veaylea2002/petras/06-17-00globalizacion1.htm>,

<http://ar.geocities.com/veaylea2002/petras/06-19-00globalizacion2.htm>

(Consultado Marzo, 2008).

**Pimienta, D. (2007):** “Brecha Digital, brecha social, brecha paradigmática”.

[http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/tematica/brecha\\_paradigmatica.doc](http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/tematica/brecha_paradigmatica.doc)

(Consultado Marzo 2008)

**Prenol, M. (2007):** “Metodología propuesta para el proyecto de redes de aprendizaje de emprendedurismo”.

<http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:19347&dsID=n04prenol07.pdf>

(Consultado Julio, 2008)

**Pontes, H.; A. Falk; S. Calado; V. Bittencourt (2007):** “Asesorando redes de emprendedores: diagramación de los conceptos de los participantes de viveros de empresas tecnológicas en Brasil”. REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales Vol. 13, No.7 - Diciembre 2007. [revista-redes.rediris.es/html-vol13/Vol13\\_7e.htm](http://revista-redes.rediris.es/html-vol13/Vol13_7e.htm)

(Consultado Junio, 2008)

**Puig, J. (2007):** “Capital social reticular: empleo, autoempleo y emprendimiento, en los egresados de la educación superior”. En publicación: *Capital social reticular: empleo, autoempleo y emprendimiento, en los egresados de la educación superior* . ENS, Escuela Nacional Sindical, Medellín: Colombia.

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/colombia/ens/capital.pdf>

(Consultado Mayo, 2008)

**Real Access (2005 updated):** “Real Impact framework, overview. *bridges.org*, (updated)

<http://www.bridges.org/publications/94> (Consultado febrero, 2008).

**RedISTIC. (2003):** “Otro lado de la brecha. Perspectivas Latinoamericanas y del Caribe ante la CMSI”. En Red sobre el Impacto Social de las Tecnologías de la Información y Comunicación. <http://redistic.org/index.htm?body=proyectosj> (Consultado Abril, 2008)

**Ricci, G.; C. Sanz; A. de Giusti (2005):** “Herramientas de Comunicación Sincrónica Coordinada en Educación a Distancia”. Primeras Jornadas de Educación en Informática y TICS en Argentina. [cs.uns.edu.ar/jeitics2005/Trabajos/pdf/27.pdf](http://cs.uns.edu.ar/jeitics2005/Trabajos/pdf/27.pdf) (Consultado Julio, 2008)

**Rizo, M. (2005):** “Redes: una aproximación al concepto”. Universidad Autónoma de México. [http://vinculacion.conaculta.gob.mx/capacitacioncultural/b\\_virtual/tercer/13.pdf](http://vinculacion.conaculta.gob.mx/capacitacioncultural/b_virtual/tercer/13.pdf)

(Consultado Marzo, 2008).

**Rojas, J. (2006):** “Precisiones sobre el campo de la comunicación, cultura y las TIC en la promoción de iniciativas de desarrollo”.

<http://www.del.bo/foro/forodelcod/files/tics%20iniciativas%20de%20desarrollo.pdf>.

(Consultado Junio, 2008)

**Rojo, N. (2006):** “Nacen numerosos sitios web dedicados a ampliar el número de conocidos”.

<http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2004/07/19/106015.php>

(Consultado Junio, 2008)

**Romero, I. (2001):** “Innovación tecnológica a nivel de empresas privadas”. Foro: Responsabilidad Social en el Marco del Desarrollo del Emprendimiento. Red Universitaria de Ética y Desarrollo Social – RED - de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo. <http://www.monografias.com/trabajos54/tecnologia-empresa-privada/tecnologia-empresa-privada2.shtml>. (Consultado Junio, 2008)

**Rousseau, J. (1762):** “El Contrato Social”. <http://librexpresion.org/libroprimero>

(Consultado Junio, 2008)

**Ruiz, A.M.; Z. Cataldi; G. Kraus (2006).** “Internet en EGB y la necesidad de estrategias didácticas para el pmanejo eficiente de la información en la red.” Revista Electrónica de Tecnología Educativa N° 22

<http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec22/aruz.htm> (Consultado agosto, 2008)

**Santamaría, F. (2008):** “Comunidades virtuales y redes sociales en educación”.

<http://www.congresointernetenlaula.es/virtual/?q=node/545&espacio=10>

(Consultado Julio, 2008)

**Sen, A. (1997):** “Capital Humano y Capacidad Humana”.

<http://fce.unal.edu.co/download/cuadernos/29/29-04.pdf> (Consultado Marzo, 2008).

**Sen, A. (1998):** “Capacidad y Bienestar”. En “La Calidad de Vida”, II capítulo.

<http://www.geocities.com/WallStreet/Floor/9680/amartya3.htm>

(Consultado Marzo, 2008).

**Stuart, T. (2008 ):** “Seis grados de separación”.

[www.chicagogsb.edu/capideas/spanish/spr01stuart.pdf](http://www.chicagogsb.edu/capideas/spanish/spr01stuart.pdf) (Consultado Julio, 2008)

**Schopenhauer, A. (1819).** “El mundo como voluntad y representación”.

<http://www.ideasapiens.com/textos/Filosofia%20dcelmundocomovolyrepresent.%20schope nhauer.htm> (Consultado Junio, 2008)

**Tesaurus I S O C de Psicología.** Instituto de Estudios Documentales sobre Ciencia y Tecnología, Consejo Superior de Investigaciones Científicas. España.

[http://thes.cindoc.csic.es/index\\_PSICO\\_esp.html](http://thes.cindoc.csic.es/index_PSICO_esp.html) (Consultado Mayo, 2008)

**Torres, R. (2005).** “Sociedad de la Información/Sociedad del Conocimiento”.

[www.insumisos.com/lecturasinsumisas/Sociedad%20de%20la%20informacion%20y%20del%20conocimiento.pdf](http://www.insumisos.com/lecturasinsumisas/Sociedad%20de%20la%20informacion%20y%20del%20conocimiento.pdf) (Consultado Abril, 2008)

**Torres, J. (2008):** “Las Redes Sociales en Internet”.

[http://www.cibersociedad.net/recursos/art\\_div.php?id=262](http://www.cibersociedad.net/recursos/art_div.php?id=262) (Consultado Julio, 2008)

**Vargas, A. (2003):** “Innovación, Emprendimiento y el Triángulo Universidad-Empresa-Administración”. [www.uhu.es/alfonso\\_vargas/archivos/SCONE%20PROJECT.pdf](http://www.uhu.es/alfonso_vargas/archivos/SCONE%20PROJECT.pdf)  
(Consultado Mayo, 2008)

**Valenti, P. (2002):** “La Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe: TICs y un nuevo Marco Institucional”. Revista Iberoamericana de Tecnología, Ciencia, Sociedad e Innovación. Edita: Organización Iberoamericana para la Educación, la Ciencia y la Cultura, OEI. Número 2 / Enero - Abril 2002. Artículos.  
<http://www.oei.es/revistactsi/numero2/valenti.htm> (Consultado Abril, 2008)

**Velázquez, O.; N. Aguilar (2005):** “Manual Introductorio al Análisis de las Redes Sociales. Medidas de Centralidad. Ejemplos prácticos con UCINET 6.85 y NETDRAW 1.48”.  
<http://revista-redes.rediris.es> (Consultado Mayo, 2008)

**Vicentini, M. (2006):** “La Ingeniería Social: Oportunidades que le brindan las Nuevas Amenazas”. <http://www.pdf-search-engine.com/ingenieria-social-pdf.htm>  
(Consultado Junio, 2008)

**Villegas, C. (2004):** “Emprendimientos Colectivos: Las MYPES y las innovaciones para su inserción en la nueva economía”.  
<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/emp/empcolec.htm>  
(Consultado Mayo, 2008)

**Ward, B. (2008):** “Portable Social Networks, The Building Blocks Of A Social Web”. Digital Web Magazine. Articles.  
[http://www.digital-web.com/articles/portable\\_social\\_networks\\_building\\_blocks\\_of\\_a\\_social\\_web/](http://www.digital-web.com/articles/portable_social_networks_building_blocks_of_a_social_web/)  
(Consultado Julio, 2008)

**Weinberg, P. (2003):** “Emprendimiento Juvenil: Alternativa frente al Desempleo”.  
[www.ybiz.org/yabt/events/foro/eng/resources/Emprendimiento Juvenil.pdf](http://www.ybiz.org/yabt/events/foro/eng/resources/Emprendimiento_Juvenil.pdf)  
(Consultado Mayo, 2008)

**Yunes, M. (s/f):** “Apuntes sobre Marx”.  
<http://www.socialismo-o-barbarie.org/revista/sob4/apuntesmarx.htm>  
Consultado Junio, 2008)

**Zamora, M. (2006):** “Las Redes Sociales en Internet”.  
<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/> (Consultado Marzo, 2008).

#### **INFORMES Y DECLARACIONES.**

**Allen, I.; N. Langowitz;M. Minnitti (2006):** “Global Entrepreneurship Monitor, GEM – Women. [http://www3.babson.edu/CWL/upload/GEM Women Report.pdf](http://www3.babson.edu/CWL/upload/GEM_Women_Report.pdf)  
(Consultado Mayo, 2008).

**Banco Mundial (2002,2006):** “World Communication Development Report”.  
<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTINFORMATIONANDCOMMUNIC>

[ATIANANDTECHNOLOGIES/0,,contentMDK:20831214~pagePK:210058~piPK:210062~theSitePK:282823,00.html](http://www.iaandtechnologies.com/contentMDK:20831214~pagePK:210058~piPK:210062~theSitePK:282823,00.html) (Consultado Mayo, 2008)

**BID (2002):** “Más allá de las fronteras”.

[http://www.iadb.org/res/publications/pubfiles/pubB-2002S\\_4060.pdf](http://www.iadb.org/res/publications/pubfiles/pubB-2002S_4060.pdf)

(Consultado Marzo, 2008).

**Bricall, J.; J. Brunner (2000):** “Informe Universidad Siglo XXI. Europa y América Latina. Regulación y Financiamiento”. CINDA – Documentos Columbus sobre Gestión Universitaria. UNESCO. París.

**CEPAL (2002).** “Globalización y Desarrollo”. <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/6/10026/P10026.xml&xsl=/tpl/p9f.xsl&base=/dey/pe/tpl/top-bottom.xslt> (Consultado Marzo, 2008).

**COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2003).** El papel de las universidades en la Europa del conocimiento”. Bruselas.

<http://europa.eu/scadplus/leg/es/cha/c11067.htm> (Consultado Febrero, 2008).

**CUMBRE MUNDIAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (2004):** “Declaración de Principios”. Documento WSIS-03/GENEVA/4-S.

<http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/dop-es.html> (Consultado febrero, 2008)

**CUMBRE MUNDIAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (2006):** “Compromiso de Túnez”. Documento WSIS-05/TUNIS/DOC/7-S.

<http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/7-es.html> (Consultado Febrero, 2008)

**De Ferranti, D., G. Perry, (2002):** “Closing the Gap in Education and Technology”. World Bank Latin American and Caribbean Studies. ISBN: 9780821351727

**Miranda, C. (2006):** “Information Society and Public ICT Policies in the Caribbean”. Programa de Sociedad de la Información de la División Desarrollo Productivo y Empresarial - Oficina subregional del Caribe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), ONU.

**Nielsen Mobile (2008):** Critical Mass: The Worldwide State of the Mobile Web”.

[www.nielsenmobile.com/documents/CriticalMass.pdf](http://www.nielsenmobile.com/documents/CriticalMass.pdf) (Consultado Agosto, 2008)

**PNUD (2001):** “Informe sobre Desarrollo Humano: Poner el adelanto tecnológico al servicio del desarrollo humano”.

<http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2001/chapters/spanish/>

(Consultado Febrero, 2008)

**PNUD (1990, 2007).** “Human Development Report”.

<http://indh.pnud.org.co/files/rec/definiciondh.pdf>,

<http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2007-2008/> (Consultado Julio, 2008).

**PNUD (2005).** “Informe Nacional de Desarrollo Humano, República Dominicana 2005. Hacia una inserción mundial y renovada”. Santo Domingo.

<http://portal.onu.org.do/contenidos/archivos/INDH%20RepDominicana%202005%20-%20Sinopsis.pdf> (Consultado Marzo, 2008)

**PNUD (2008).** “Informe Nacional de Desarrollo Humano, República Dominicana 2008. Desarrollo Humano, una cuestión de poder”. Oficina de Desarrollo Humano. Santo Domingo. ISBN 978-9945-8595-7-7. (Consultado Julio, 2008)

**RapLeaf (2008):** “Study of Social Network Users vs. Age”.  
[http://business.rapleaf.com/company\\_press\\_2008\\_06\\_18.html](http://business.rapleaf.com/company_press_2008_06_18.html) (Consultado Julio, 2008)

**ONU, OCDE, FMI, BM. (2000):** “Un Mundo Mejor Para Todos. Objetivos del Milenio”.  
<http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/> (Consultado Febrero, 2008)

**UNESCO, (1998):** “Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI: Visión y acción”. París.  
[http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration\\_spa.htm](http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm)  
(Consultado Febrero, 2008)

**Van der Linde, G. y otros (2007):** “Global Entrepreneurship Monitor, GEM, 2007. Resorte Ejecutivo República Dominicana”.  
[www.gemconsortium.org/download.asp?fid=644](http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=644) (Consultado Junio, 2008)

## **SITIOS WEB**

### **INTERNACIONALES**

**Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, CMSI**

<http://www.itu.int/wsis/basic/about-es.html>

**Observatorio de la UNESCO sobre la Sociedad de la Información**

[http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL\\_ID=7277&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=7277&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

**El Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información**

<http://observatorio.red.es/>

**Agencia Europea de Seguridad en Redes e Información, ENISA**

[http://www.enisa.europa.eu/Pages/About\\_ENISA.htm](http://www.enisa.europa.eu/Pages/About_ENISA.htm)

**Mapa visual de la Web 2.0:** <http://www.internality.com/web20/>

**Anti Phishing Working Group, APWG :** <http://www.antiphishing.org/>

**UNESCO:** <http://www.unesco.org>

**PNUD:** <http://www.undp.org>

**IESALC - UNESCO:** <http://iesalc.unesco.org>

**OIT:** <http://www.oit.org/>

**ONU:** <http://www.un.org>

**CEPAL:** <http://www.cepal.org>

**BID:** <http://www.iadb.org>

**Mapsmaplecrof. com :** <http://www.mapsmaplecrop.com>

**Bridges:** <http://www.bridges.org>

**EDUCAR Argentina:** <http://www.educ.ar>

DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

**OBSERVATORIO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO**

<http://osicrd.one.gob.do>

**OFICINA NACIONAL DE ESTADÍSTICAS – ONE:** <http://www.one.gob.do>

**OFICINA PRESIDENCIAL DE TIC - OPTIC:** <http://www.optic.gob.do>

**INSTITUTO DOMINICANO DE LAS TELECOMUNICACIONES -INDOTEL:**

<http://www.indotel.gob.do>

**EMPRENDE:** <http://www.emprende.org.do>

**CONSEJO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD:** <http://www.cnc.gov.do>

**DESPACHO DE LA PRIMERA DAMA:** <http://www.primeradama.gob.do>

**PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA:** <http://www.presidencia.gob.do>

**SEE:** <http://www.see.gov.do>

**SEESCYT:** <http://www.seescyt.gov.do>

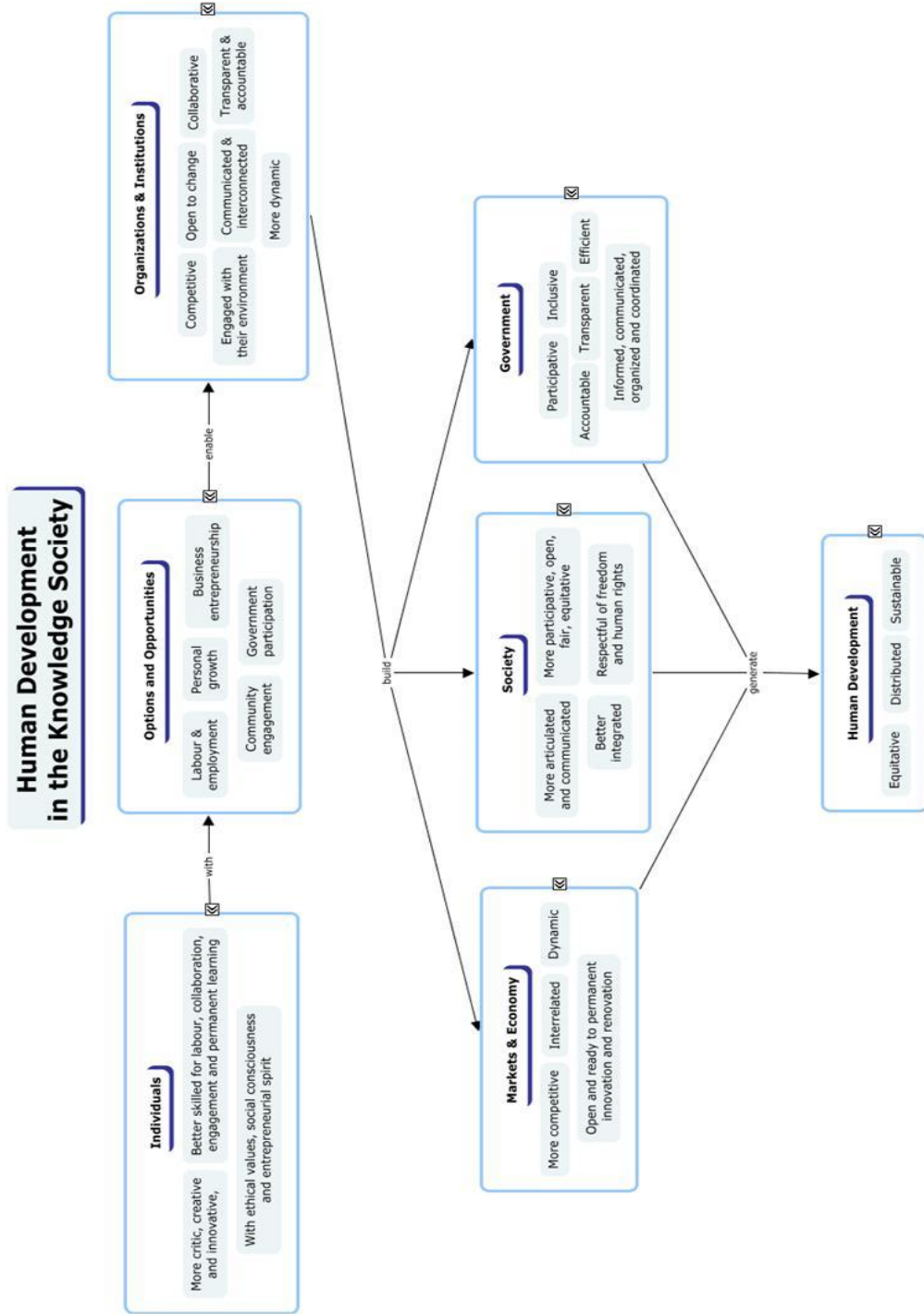
**SEJ:** <http://www.juventud.gov.do>



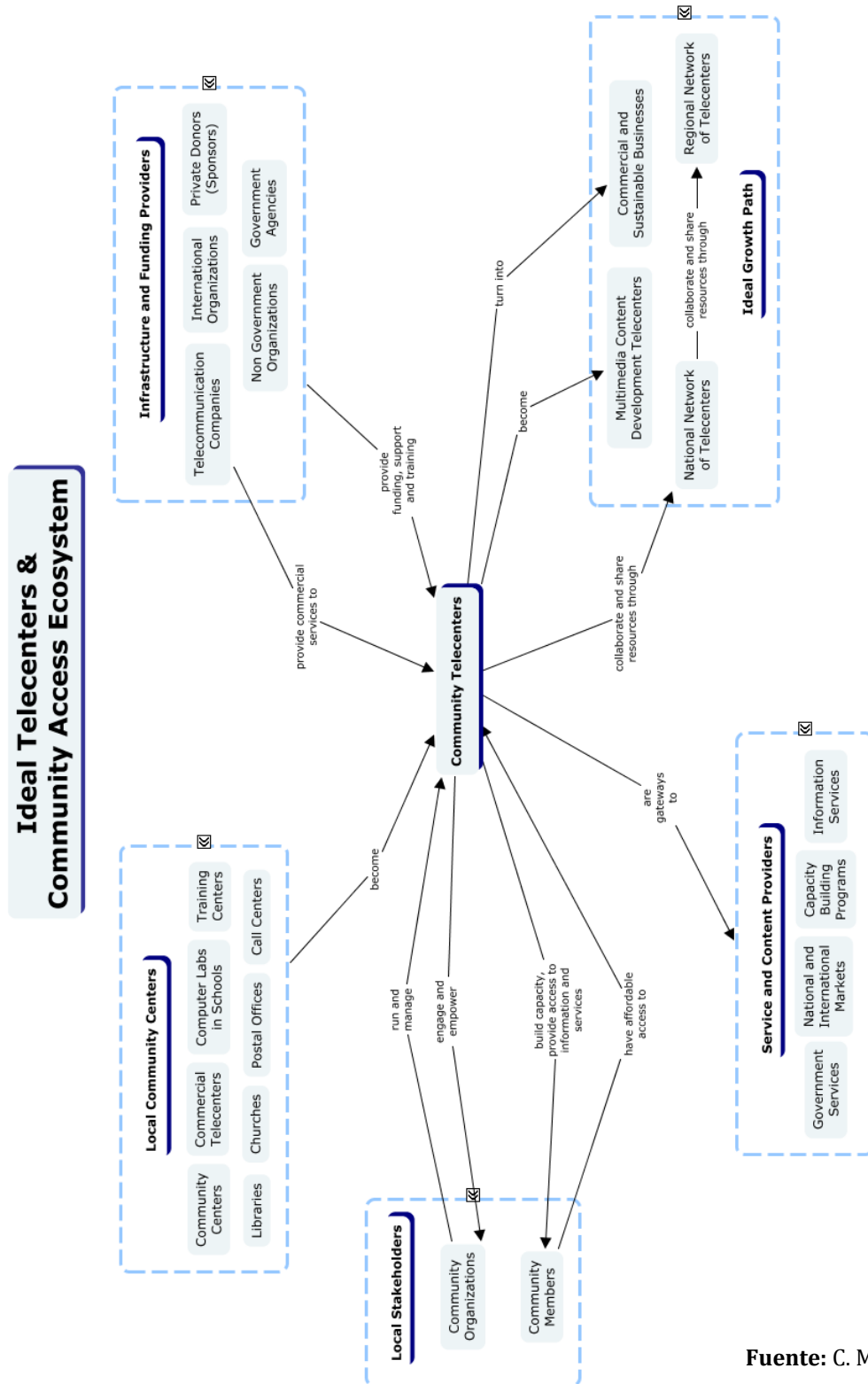
ANEXOS

**ANEXOS**

ANEXO I

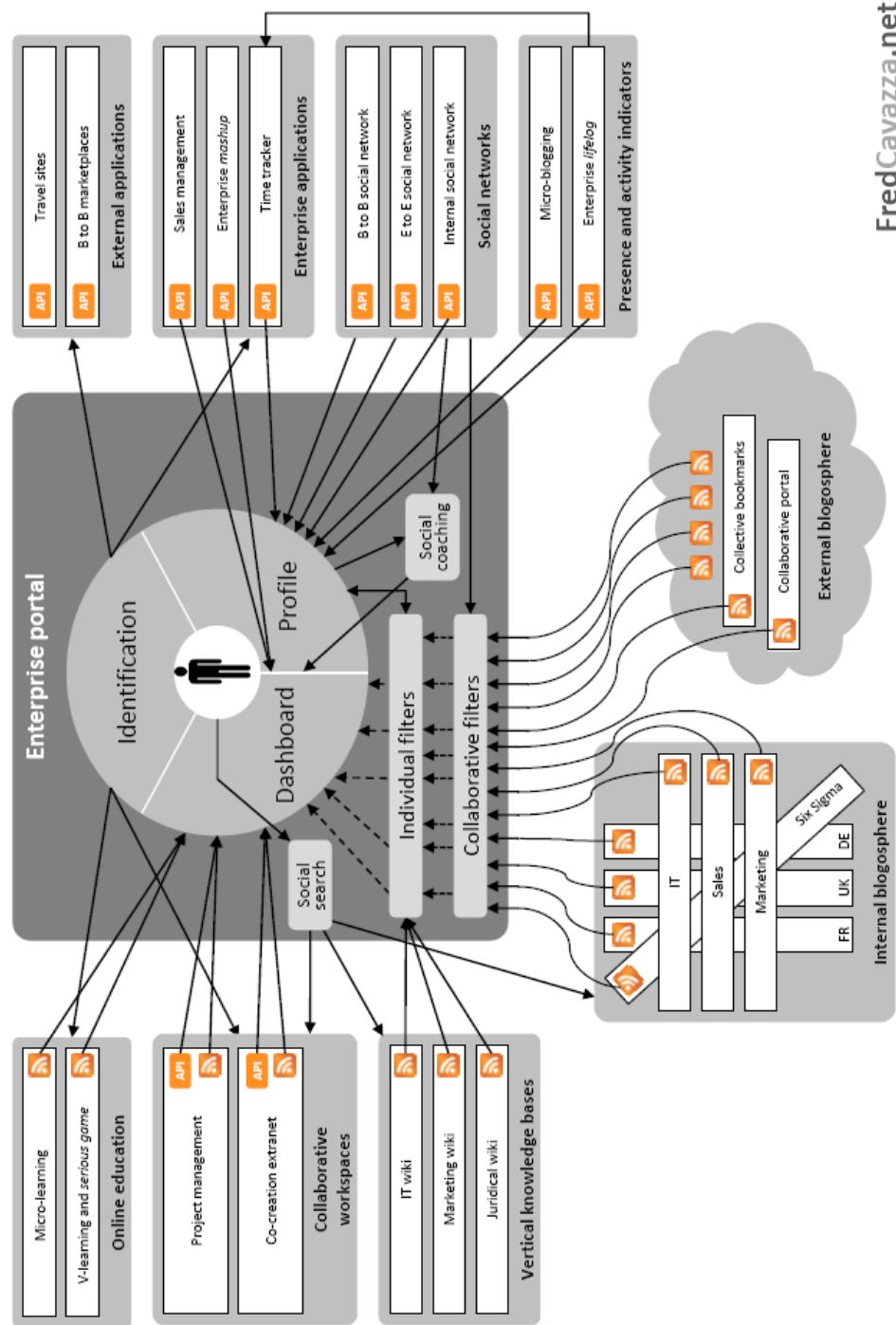


ANEXO II



Fuente: C. Miranda, 2006

ANEXO III



FredCavazza.net

Visión de la Empresa 2.0

Fuente: FredCavazza.net

## ANEXO IV

### DIRECTORIO REDES EMPRENDIMIENTO

---

African Business and Entrepreneurship Network

<http://aben.ayf.de/>

Angel Investment Networks

South Africa

<http://www.investmentnetwork.co.za/home>

Australia

<http://www.australianinvestmentnetwork.com/home>

China

<http://www.investmentnetwork.cn/home>

Honk Kong

<http://www.investmentnetwork.hk/home>

India

<http://www.investmentnetwork.in/home>

New Zeland

<http://www.newzealandinvestmentnetwork.co.nz/home>

Singapur

<http://www.investmentnetwork.sg/home>

Austria

<http://www.investmentnetzwerk.at/start>

Francia

<http://www.reseaufinancierfrancais.com/accueil>

Alemania

<http://www.reseaufinancierfrancais.com/accueil>

Irlanda

<http://www.irishinvestmentnetwork.ie/home>

Portugal

<http://www.ainportugal.com/home>

Escandinavia

<http://www.scandinavianinvestmentnetwork.com/home>

España

<http://www.angelesinversionistas.es/inicio>

Reino Unido

<http://www.angelinvestmentnetwork.co.uk/home>

Canada

<http://www.angelinvestmentnetwork.ca/home>

Caribe

<http://www.caribbeaninvestmentnetwork.com/home>

México

<http://www.angelesinversionistas.com.mx/inicio>

EEUU

<http://www.californiainvestmentnetwork.com/home>

<http://www.centralinvestmentnetwork.com/home>

<http://www.texasinvestmentnetwork.com/home>

<http://www.midwestinvestmentnetwork.com/home>

<http://www.floridainvestmentnetwork.com/home>

<http://www.midatlanticinvestmentnetwork.com/home>

<http://www.newyorkinvestmentnetwork.com/home>

<http://www.newenglandinvestmentnetwork.com/home>

Argentina

<http://www.angelesinversionistas.com/inicio>

Brasil

<http://www.ainbrasil.com/home>

Chile

<http://www.angelesinversionistas.cl/inicio>

Uruguay

<http://www.angelesinversionistas.com.uy/inicio>

CEN - Cornell Entrepreneur Network

<http://cen.cornell.edu>

Changemakers

<http://changemakers.net/es>

Chile Emprende!

<http://www.chileemprende.cl/>

Cultura-E Medellín

<http://www.culturaemedellin.gov.co/>

DEN: Dartmouth Entrepreneurial Network

<http://www.den.dartmouth.edu/>

Destapa Futuro – Red de Emprendedores Bavaria

<http://www.redemprendedoresbavaria.net/>

Echoing Green

<http://www.echoinggreen.org/>

EFMD

<http://www.efmd.org/component/efmd/?cmsid=040929nlgp>

## ANEXOS

Emprende: Incubadora de empresas tecnológicas en República Dominicana  
<http://www.emprende.org.do/>

Emprendedores Ashoka  
<http://spain.ashoka.org/emprendedores>

Emprendedores en Red  
<http://www.emprendedores.com.uy/>

Enlaces: Red de Inversionistas Ángeles en República Dominicana  
<http://www.enlaces.org.do/>

Entrepreneurs' Organization - Welcome to the Entrepreneurs' Organization  
<http://www.eonetwork.org/>

Escuela Virtual de Emprendimiento  
<http://www.medellin.gov.co/escuelaemprendimiento/>

FaroGlobal Investment  
<http://www.faroglobal.cl/>

Fundación Red Andalucía Emprende - Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa  
<http://www.a-emprende.net/>

Funding Universe  
<http://www.fundinguniverse.com/>

Global Entrepreneurship Network  
<http://www.genportal.org/>

Go 4 Funding  
<http://www.go4funding.com/>

Go BIG Network  
<http://www.gobignetwork.com/>

Houston Angel Network  
<http://houstonangelnetwork.angelgroups.net/>

Huil@ Emprende: Red de Emprendimiento en el Departamento del Huila  
<http://www.huilaemprende.org/>

Instituto internacional para la Innovación y el Emprendimiento (3IE) de la Universidad Técnica Federico Santa María (USM)  
<http://www.3ie.cl/>

Investors' Circle

<http://www.investorscircle.net/>

Irish Investment Network - Business Entrepreneurs & Angel Investors Ireland

<http://www.irishinvestmentnetwork.ie/>

Millikin Regional Entrepreneurship Network

<http://www.millikinren.org/>

My Way, The Entrepreneur Network , A FeedBurner Network

<http://networks.feedburner.com/mywaytheentrepreneurnetwork>

NEN Online

<http://www.nenonline.org/>

Princeton Entrepreneurship Network

<http://www.princetonen.org/>

Programa ProPymes

<http://www.programapropymes.com/>

Red Académica de apoyo al Emprendimiento Empresarial del Tolima

<http://www.emprendertolima.org/>

Red de Bloggers Emprendedores

<http://bloggers-emprendedores.ning.com/>

Red de Emprendedores Medellín

<http://redemprendedoresmed.wordpress.com/>

Red de Emprendimiento Tecnológico Virtual

<http://www.retev.net/moodle/>

Red INICIA

<http://www.redinicia.org.ar/>

Social Edge

<http://www.socialedge.org/>

Southern Angels

<http://www.southernangels.cl/>

Stanford Entrepreneurship Network

<http://sen.stanford.edu/>



The UK Angel Investment Network

<http://www.angelinvestmentnetwork.co.uk/>

UK Business Angels

<http://www.strategycorporatefinance.co.uk/business-angels.html>

UnLtdWorld

<http://www.unltdworld.com/>

VentureCast

<http://www.venturecast.net/>

Wisconsin Entrepreneurs' Network (WEN)

<http://www.wenportal.org/>

YouNoodle

<http://www.younoodle.com/>

**Fuente:** Díaz, L., L. Madera, L. y C. Miranda, 2008