

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Iztapalapa
Ciencias Sociales y Humanidades
Departamento de Sociología

Exploración del Comercio Electrónico en Estudiantes de la UAM-I

Tesis que presenta:

Cruz García Lirios

96327267

Para obtener el grado de Licenciado en Psicología Social

Asesor: Miguel David Guzmán García

Junio del 2002

ÍNDICE

1. RESUMEN	5
2. INTRODUCCIÓN	6
3. COMERCIO ELECTRÓNICO (CE)	10
3.1. Tiendas Virtuales (TV)	19
3.2. Páginas Eróticas (PE)	20
3.3. Portales Científicos (PC)	21
4. MARCO TEÓRICO	24
4.1. Aceptación Individual de Tecnologías de Información (AITI)	26
4.1.1. Influencias Sociales (IS)	29
4.1.2. Influencias Situacionales (IS')	30
4.1.3. Intervenciones Implementadas (II)	31
4.1.4. Diferencias Individuales (DI)	32
4.1.5. Creencias y Actitudes (CA)	33
4.1.6. Aceptación (A)	34
4.2. Teoría de la Acción Razonada (TAR)	36
4.2.1. Creencias y Evaluaciones (CE)	36
4.2.2. Actitud hacia la Conducta (AC)	37
4.2.3. Creencias Normativas y Motivación para Cumplirlas (CNMC)	37
4.2.4. Norma Subjetiva (NS)	38
4.2.5. Intención Conductual (IC)	39
4.2.6. Conducta Real (CR)	40
4.3. Teoría de la Conducta Planeada (TCP)	41
4.3.1. Creencias Conductuales (CC)	42
4.3.2. Actitud hacia la Conducta (AC)	42

4.3.3. Creencias Normativas (CN)	43
4.3.4. Norma Subjetiva (NS)	44
4.3.5. Creencias de Control (CC)	45
4.3.6. Control Conductual Percibido (CCP)	46
4.3.7. Intención Conductual (IC)	46
4.3.8. Control Conductual Real (CCR)	48
4.3.9. Conducta Real (CR)	48
4.4. Modelo de Aceptación de la Tecnología (MAT)	50
4.4.1. Variables Externas (VE)	51
4.4.2. Utilidad Percibida (UP)	51
4.4.3. Facilidad de Uso Percibida (FUP)	52
4.4.4. Actitudes hacia el Uso (AU)	54
4.4.5. Intención Conductual (IC)	54
4.4.6. Uso Real (UR)	55
4.5. Teoría Cognitiva Social (TCS)	59
4.5.1. Autoeficacia (AE)	59
5. MÉTODO	63
5.1. Muestra	63
5.2. Planteamiento	63
5.3. Hipótesis	63
5.4. Instrumento	64
6. RESULTADOS	65
6.1. Datos Descriptivos	65
6.2. Cruce de Tablas	66
6.3. Análisis Factorial	68

6.4. Alfa de Cronbach	69
6.5. Análisis de Varianza	71
6.6. Regresión Lineal	72
7. CONCLUSIÓN	75
8. DISCUSIÓN	76
9. INTERVENCIÓN	78
10. REFERENCIAS	81
11. APÉNDICES	88
11.1. Cuestionario	88
11.2. Tabla Descriptiva	95

1. RESUMEN

Internet es un escenario virtual donde convergen tres procesos; exploración, innovación y difusión. El primero implica encontrar todo tipo de información y comunicación. El segundo es más específico, implica encontrar todo tipo de imágenes. El tercero es más interactivo, implica intercambio de mensajes con todo tipo de personas interesadas en todo tipo de símbolos.

Internet como escenario de esta triple convergencia es utilizado para el Comercio Electrónico. Este tipo de comercio ha sido delimitado en tres categorías; Tiendas Virtuales, Páginas Eróticas y Portales Científicos. Estas tres tienen en común sistemas de transferencia donde los usuarios pagan para obtener información específica.

En este sentido, la tesis contiene una descripción del proceso de exploración y propone un taller de búsqueda avanzada para establecer ventajas y desventajas de 12 sitios de Internet en la exploración, innovación y difusión de información científica.

2. INTRODUCCIÓN

Una tecnología integral nos comunicaría desde cualquier punto del universo con otra tecnología integral; pensamientos, sentimientos y acciones se trasladarían a través de imágenes, sonidos, olores, sabores. El software de esta tecnología nos transportaría desde y a cualquier parte del universo, innovaría todos los procesos de información y comunicación conocidos hasta entonces.

La aspiración de la humanidad es conocer el universo, cada partícula en relación con otra, cada relación que configura el cosmos, sólo exploramos.

Buscamos un punto X que nos enlace lo más pronto con el punto Y, después con el Z. Encontramos A, B, C hasta Z, seleccionamos X. Organizamos A, B, C...Z. Finalmente, nuestra contribución a la ciencia: X no es el punto más próximo a Y.

Todas las contribuciones son sintetizadas, las de hoy son actuales, relevantes y deberían estar abiertas al escrutinio de las comunidades científicas.

Sólo en las Tecnologías de Información y Comunicación se encuentran registradas las contribuciones, sólo a través de ellas es posible ponderar los caminos explorados.

Algunas contribuciones importantes están registradas en Internet porque las investigaciones de punta no son difundidas por las universidades, sólo es posible encontrar especulaciones entorno a estas contribuciones. En efecto, Internet es un escenario de especulación. Transferir dinero por algún objeto implica comprar especulación, quien adquiere una oferta también paga su difusión.

Tiendas Virtuales son lugares de ocio donde se puede comprar algún artículo e implica realizar una serie de transferencias todavía no muy confiables para usuarios acostumbrados a comprar en centros comerciales, bazares o tianguis. Páginas Eróticas

son zonas desconocidas por la World Wide Web (WWW) que ofrecen material erótico explícito. Portales Científicos son direcciones reconocidas por la WWW, consultadas por docentes y estudiantes para realizar trabajos y actualizar conocimientos; intercambiando información a través del correo electrónico.

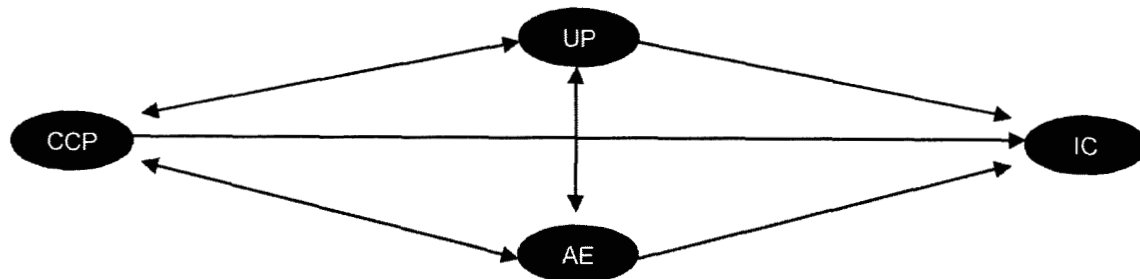
En tiendas virtuales, hábitos de consumo e incertidumbre hacia sistemas de pago, obstaculizan la transferencia de dinero por productos. Las paginas eróticas son visitadas por el interés que hay entorno a la sexualidad. Los portales científicos son poco difundidos, y su búsqueda es extenuante debido a que los usuarios no cuentan con las habilidades para utilizar buscadores, no saben cómo solicitar información puntual, actualizada, relevante y gratuita.

La UAM-I proporciona información científica actualizada; salas de Internet, revistas electrónicas, biblioteca, hemeroteca, ciclos de conferencia en vivo o a distancia, diplomados, seminarios y eventos organizados por las coordinaciones de todas las áreas. Al inicio de cada trimestre los docentes dejan los contenidos de la Unidad de Enseñanza Aprendizaje (UEA) en locales de fotocopias durante doce semanas. Consideran que los estudiantes no tienen el suficiente dinero para comprar libros, revistas, periódicos y la suficiente habilidad para intercambiarlos o venderlos como lo hacen estudiantes de universidades privadas. Piensan que 12 semanas no son suficientes para ver los contenidos de la UEA correspondiente. En consecuencia, suponen que los estudiantes no deben perder tiempo buscando la información y más bien deben invertir ese tiempo en estudiar los contenidos fotocopiados de la UEA correspondiente. A pesar de que la universidad edita investigaciones y literatura de docentes destacados, su alto costo y escasa difusión, hace que libros y revistas sean considerados como fuentes de información accesibles sólo mediante préstamo bibliotecario. Las asesorías son cátedras

en salones y la orientación de investigaciones en cubículos. En la primera están los procesos básicos de enseñanza aprendizaje entre estudiantes y docentes siendo el objetivo principal la acreditación y aprovechamiento de UEA's. La segunda implica la organización de grupos que investigan para alcanzar objetivos tales como; diseño de ponencias, exposiciones grupales, publicaciones en revistas, compilaciones para libros. La UAM-I cuenta con el patrocinio del periódico "El Financiero" que se distribuye a la comunidad universitaria dos veces al día de lunes a viernes. Internet tiene un costo promedio de un dólar por hora en los locales externos a la UAM-I, adentro cuenta con 5 salas para estudiantes inscritos.

A partir de componentes que explican relaciones entre creencias y percepciones se propone un modelo (Esquema 1) que incluye; Intención Conductual (IC) adquirido de la Teoría de la Acción Razonada (TAR), Control Conductual Percibido (CCP) extraído de la Teoría de la Conducta Planeada (TCP), Utilidad Percibida (UP) importado del Modelo de Aceptación Tecnológica (MAT) y Autoeficacia (AE) retomado de la Teoría Cognitiva Social (TCS) para describir la Exploración del Comercio Electrónico (ECE) de 12 sitios en Internet con alguna de las computadoras en UAM-I.

Esquema 1. Exploración del Comercio Electrónico



[García-Lirios, 2002]

La intervención entorno a la sexualidad es un trabajo que el Proyecto de Calidad y Bienestar (PICABI) ha venido realizando. Respecto a los hábitos de consumo y poder adquisitivo, el Sistema Universitario de Gestión Emprendedora (SURGE) es la mejor opción. Entorno a la investigación científica actualizada se propone un Taller de Búsqueda Avanzada de información puntual, actualizada, relevante y gratuita en Internet.

3. COMERCIO ELECTRÓNICO (CE)

El lenguaje no verbal es el primer sistema de información y comunicación; pictografías en cuevas, señas en humanos y acciones colectivas, son antecedentes del lenguaje verbal el cual fue estructurado mediante significados. Los humanos primitivos estructuraron conceptos para conocer, adaptarse y pretender dominar su entorno. Esto dio origen a uno más abstracto: el lenguaje matemático. Surgió la aritmética como representación de cosas mediante cantidades enteras y fraccionales, positivas y negativas. Al darse cuenta que estas podían simbolizarse mediante letras que asumían un valor determinado por el contexto de la operación matemática, inventan el álgebra. Al tener propiedades de superficie y volumen en un espacio cartesiano, crean la trigonometría y geometría. Finalmente, para establecer su origen, crean una serie de leyes preestablecidas; calculo diferencial e integral. La codificación analógica incluye éstas técnicas de descripción y predicción lineal; la representación de un elemento relacionado con otro en condiciones de causa y efecto. Por el contrario, sin importar condiciones de causa y efecto, la codificación binaria representa con un 0 la "ausencia" de relación y con un 1 la relación en múltiplos de 2 entre elementos. El número 16 implica dieciseisavos, octavos, cuartos y pares, Así el número 16 es codificado como 1000. Al recibir ordenes nuestra computadora no lee, mucho menos interpreta el número 16 como grados, kilos, litros, centímetros. Solo esta recibiendo impulsos conocidos como input "dentro", output "fuera", éstos activan su memoria y son presentados cuando se les requiere. Cada letra, número o símbolo que tecleamos es una solicitud de aparición o desaparición en la pantalla para nuestro ordenador.

Desde hace 6000 años a.C el cobre fue utilizado por el imperio Egipcio en las minas de Sinaí. 3800 a.C se descubren sus aleaciones con el estaño para crear bronce, inicia la

Era de Bronce con el Imperio Romano. Fue hasta el descubrimiento de la electricidad en el siglo XX cuando inicia la historia moderna del cobre que en comparación con la fibra óptica tiene un bajo costo, la señal se atenúa mientras más grande es la distancia de transmisión, sólo puede trasladar mil millones de bits por segundo (500 conversaciones telefónicas). En contraste, la fibra óptica tiene un alto costo pero puede transportar 60 000 conversaciones telefónicas sin interferencia electromagnética, emite 10 millones de bits por cada filamento de sus 140 (720 millones de llamadas o 57 600 bits) en un segundo, no produce cruces de línea y puede durar muchos años bajo el agua sin deteriorarse. Sin embargo, sólo personal especializado puede darle mantenimiento y estas reparaciones son costosas.

A partir de 1750 las innovaciones tecnológicas son cada vez más sofisticadas, los objetos individuales cada vez más eficientes (Cagliani, 2002g). El telégrafo es un avance del correo (Cagliani, 2002k), permite el intercambio de información entre dos entidades, posteriormente el teléfono será el artefacto encargado de codificar distintos tipos de señales en una sola a la velocidad de la luz (Cagliani, 2002j).

Las necesidades de información y comunicación en las guerras mundiales permitieron el desarrollo de objetos para espionaje, contraespionaje, propaganda, y contrapropaganda (Cagliani, 2002c). El procesamiento de esta información debía ser rápido y confidencial. La ciencia centró todas sus investigaciones en el campo de las telecomunicaciones, ARPANET fue el principal perímetro de información entre los militares de Estados Unidos.

Pascal en 1662 inventa una sumadora que 54 años más tarde Leibitz perfecciona, es el primer antecedente de la computadora (Cagliani, 2002b). Es hasta 1929 cuando Hollerith utiliza una cinta magnética para copiar tarjetas perforadas, invento que Aiken desarrolla en una calculadora que controla secuencias automáticas. A este invento Newman le

adiciona memoria y crea su Computadora de Integración Electrónica Numérica (ENIAC) en 1939. Sin embargo, fue en la década de los 50's cuando se desarrolla la primera generación de computadoras caracterizadas por su válvula de vacío capaz de realizar 1100 instrucciones por segundo, muy lentas comparadas con la segunda generación (1960-1965) que contienen transistores y realizan un millón de instrucciones por segundo. La tercera generación (1965-1975) incluye al circuito integrado, antecedente del microchip incluido en las computadoras de la cuarta generación (1975-1981), son los años 80's, la inteligencia artificial o simulación humana contiene; interfase de lenguaje natural, modulo de programación, modulo de resolución y dispositivo de gestión, es la quinta generación de computadoras.

1957 la Unión de Republicas Socialistas Soviéticas envía el satélite Sputnik al espacio cósmico y los Estados Unidos de América crean la Agencia de Proyectos de Búsqueda Avanzada (ARPA), se inicia una nueva era en tecnología (Cagliani, 2002a). Cuatro años más tarde, en el Instituto Tecnológico de Massachussets, Kleinrock publica su "teoría de conmutación de paquetes" y un año después Licklider y Clark proponen el primer sistema de trabajo en red que ARPA consolida en 1965 en redes cooperativas de computadoras en tiempo compartido. En esa misma fecha en el laboratorio Lincoln una computadora TX2 se enlaza con la Corporación de Sistema Desarrollados en una terminal AN/FSQ-32 y con la Corporación de Equipos Digitales, estas vinculaciones experimentales se realizan vía telefónica. Un año después Roberts plantea una red cooperativa de computadoras de tiempo compartido, surge ARPANET. Es una década de experimentos; en el Laboratorio Nacional de Física, Watts en 1967 propone los paquetes conmutados a través de la línea telefónica, un año después en la Universidad de California, Beranek y Newman a través de interfaces procesan los mensajes conmutados por paquetes, esto sería suficiente para

que ARPANET invirtiera en la investigación de este tipo de redes un años después. En 1970 la AT&T realiza en primer vínculo de costa a costa entre la Universidad de California y el Instituto Tecnológico de Massachussets, una simple conexión que ejemplifica la capacidad de transmitir información a grandes distancias, información que todavía es simple pero que con sucesivos inventos se consolida como la opción más viable. En 1971, Tomlinson experimenta con un programa para transferir archivos, este es el primer antecedente del correo electrónico y el chat, dos años después ARPANET realiza la primera conexión internacional con la Universidad de Londres. 1974 aparece TELNET competidora de ARPANET, los primeros enlaces satelitales de 1975 hacen posible la conexión del Reino Unido con Hawai, USENET cuatro años más tarde, BINET en 1981, EUNET (Unión de trabajo en red Europea), MINET (Movimiento de Información) en 1982, JUNET (Trabajo en red japonés) en 1984 y WELL (conexión electrónica de toda la tierra) en 1985 compiten por la supremacía en y por la red. El primer virus que pone en peligro a toda la red se registra en 1988, más 100 000 portales están registrados en 1989 y un año después ARPANET deja de funcionar para dar paso a la propuesta de Berners conocida como World Wide Web que registra un millón de portales en 1992, los cuales corren peligro un año más tarde debido a gusanos, arañas, vagabundos, orugas y serpientes que análogamente a los virus desestabilizan los sistemas de Internet. Más aún, en 1994 Levin transfiere millones de dólares del Citibank, se convierte en el primer ladrón virtual de banca electrónica y se pueden hacer pedidos en Pizza Hut on line. En 1995 se comercializa el programa Java, los usuarios lo utilizan para charlar en un mismo sitio con infinidad de personas, es hasta 1998 cuando se formaliza el mercado electrónico, comercio electrónico y subastas electrónicas. 1999 internet2 aparece, la información es comprimida en ZIP, la música es procesada en formato MP3, los bancos ya son virtuales, se realizan transacciones en línea y aparece el virus "Melissa" que pone en peligro a una

parte de la red (Valverde, 2002). En el 2002 hay economía electrónica; dinero electrónico y tarjetas virtuales que permiten realizar transferencias desde cualquier lugar del mundo con una computadora conectada a Internet, y sistemas de certificación electrónica para la declaración de impuestos (Almagro, 2002).

Se estiman 400 millones de usuarios de Internet en el mundo; 12% están en Latinoamérica (15 millones) y crecerá en el 2005 a 38% (75 millones) de usuarios con ganancias de 5 mil millones de dólares a 79 mil millones de dólares. 37% en EU, 28.7% en Japón, 29.7% Canadá y 19.3% Europa.

Las posibles configuraciones en las computadoras para el año 2003: un procesador de 64 bits con un desempeño de 3,000 MIP (millones de instrucciones por segundo), 1 GB de RAM, un DVD de lectura y escritura con capacidad de almacenamiento de 10 GB, un disco duro de 16 GB, sistema natural de reconocimiento de voz y cable o DSL módem. Se estiman 900 millones de usuarios en la Red -100 millones de ellos serán niños -, y las computadoras promedio tendrán una configuración de procesador de 32 bits con desempeño de 1,000 MIP, 256 MB en RAM, tarjeta flash de 1 GB, display de proyección de retina, teléfono inalámbrico con conexión a Internet y tablilla para escribir y dibujar.

Desarrolladas desde la robótica homínida, inteligencia artificial, microelectrónica, nanotecnología y neurobiología. La historia de las maquinas inteligentes se inicia en la segunda guerra mundial, se diseñan computadoras analógicas para controlar cañones antiaéreos y en la navegación, en 1950 surge la inteligencia artificial, 20 años después los sistemas expertos. Durante este tiempo aparecen, se desarrollan, consolidan y desplazan cuatro paradigmas; redes neuronales, algoritmos genéticos, sistemas borrosos y computación evolutiva. Las maquinas inteligentes deben ser capaces de procesar un lenguaje natural para establecer una comunicación satisfactoria con los humanos,

representar el conocimiento para guardar la información obtenida, razonar en forma automática para utilizar la información almacenada, responder preguntas, obtener conclusiones y auto aprender para adaptarse a nuevas circunstancias. Ray Kurzweil en su libro *The Age of the Spiritual Machines* señala que en el año 2009 una PC de 1000 USD tendrá un billón de cálculos por segundo, en el 2019 con el mismo precio tendrá la misma capacidad que el cerebro humano, para el 2029 la capacidad de mil cerebros humanos y en el año 2099 se fusionara con el cerebro humano (Valdiosera, 2002b).

La compañía IBM ha iniciado el desarrollo de la computación cuántica. Una PC común y corriente utiliza cinco átomos para que su procesador y memoria funcionen. La tecnología cuántica contradice toda lógica y sentido común respecto al funcionamiento de las cosas; las PC operan sin prenderse, los objetos se encuentran sin buscarlos, una sola molécula puede construir una PC de potencia inimaginable y la información se desplaza entre dos mundos de forma instantánea sin redes. Michael Crichton en su libro *Rescate en el Tiempo*, describe el desarrollo tecnológico cuántico para avanzadas aplicaciones científicas. A mediados de la década de los noventa las empresas realizan investigaciones cuánticas. Richard Feynman en 1981 al proponer los procesos nanotecnológicos observo que muchos problemas no podían resolverse con computadoras ordinarias porque no tenían la capacidad de hacer cálculos infinitos. David Deutsch de la Universidad de Oxford en 1985 establece que los procesos cuánticos son equiparables a gigantescas maquinas sumadoras. Es decir, las computadoras cuánticas manejan cantidades infinitas en segundos. Peter Shor de los Laboratorios AT&T propone que las computadoras cuánticas podrían fragmentar en factores rápidamente cualquier número sin importar su longitud. En contraste, una PC de Turing reduce a factores los números grandes mediante un ensayo de acierto y error, si éstos rebasan los 200 dígitos

este proceso tardaría varias décadas. 1600 computadoras conectadas entre si tardarían 8 meses para descomponer en factores un número de 129 dígitos. Esto es, 10^{500} sólo en el universo visible hay 10^{80} , sería imposible descomponer un número de 250 dígitos en computadoras normales que utilizan bits (codificación 0 y 1) registrados en una cinta. En cambio, una computadora cuántica con qbits (quantum bits) al sustituir esa cinta por una secuencia de átomos, puede estar entre el 0 y 1 para realizar operaciones complejas. Una computadora de Turing necesita que sus sondas espaciales estén limpias de polvo para no alterar los giroscopios. Una computadora cuántica además, debe aislar partículas subatómicas (Valdiosera, 2002b).

Burbujas especulativas que han hecho crack en las bolsas de valores en el mundo. La Gran Depresión de 1929, las empresas eléctricas General Motors, RCA y General Electric tienen un auge económico reflejado en una alta tasa de empleo porque la tecnología estaba transformando la economía. Sin embargo, el mercado se colapso; acciones sobrevaluadas, sobreendeudamiento de los inversionistas para reinvertir en la bolsa después de 8 años consecutivos de ganancias. Por ejemplo, en 1929 el índice Dow Jones tuvo ganancias en las 21 veces que cotizo, cifra alta en aquella época si se compara con las 25 veces que hoy cotiza el índice. El índice Nikei de Japón en 1989 tuvo un cierre record de 38 815.9 puntos con un alza de 42%, una sobrevaloración similar a la que hoy tienen las empresas de Internet en EU, para 1999 el índice Nikei cerro en 18 934.3 puntos, cifra menor a la mitad de la que se registro hace diez años. De 1929 a 1932 RCA descendió un 98%, IBM 80% durante 1969-1970, Intel y Compaq 46% en 1990. Tres han sido las grandes fusiones; América on Line compra Time Warner en 157 mil millones de dólares el 10 de enero del 2000, Verisign a Network Solutions en 21 mil millones de dólares el 7 de marzo del 2000 y Terra a Lycos en 12 500 millones de dólares el 16 de

mayo del 2000. Lo anterior implica; un alto valor bursátil, pocos beneficios reales, valor bursátil basado en pronósticos de mercado –expectativas exorbitantes– y grandes inversiones en su ciberespacio.

Para acceder a Internet se necesita una computadora conectada a una línea telefónica, crece desmesuradamente, se ha convertido en un escenario donde toda la información converge, la mayoría de la información esta en ingles, se desactualiza con el paso del tiempo, los servicios de correo son limitados y es invadido por Demo's de software, música, videos y programas. Este es el escenario donde el comercio electrónico no desplazó al comercio tradicional y se desarrolló (Carpentier, 2002).

A mediados de los noventa la telefonía móvil cumplía 10 años de haber desplazado a la telefonía estática, empieza a competir con computadoras personales y portátiles para ofrecer los servicios de Internet. Es un formato muy práctico para consulta y envío de mensajes escritos, la publicidad que aparece es de acuerdo a las características del usuario, y sus planes de pago lo hacen cada vez más accesible. Lo anterior es el escenario donde el comercio móvil desplazará al comercio electrónico y se consolidará como la alternativa más práctica, rápida, eficiente y barata de transferir dinero y/o productos (Valdiosera, 2002c).

El protocolo del comercio electrónico no sólo es la transferencia de dinero por algún objeto, quien entra a un sitio, ve los anuncios de alguna oferta y/o hace clic en para ver la oferta, ha consumido una parte del producto: su difusión (Castells, 2002c).

Si después de ver el producto, leer sus características y encargarlo el consumidor se arrepiente de comprarlo, será muy probable que la próxima vez compre algún producto (Gutiérrez, 2001).

El protocolo es el mismo en todos los sitios de Internet. En consecuencia, comercio electrónico implica búsqueda; acceso, selección, elaboración, compra y difusión.

3.1 Tiendas Virtuales (TV)

A pesar de ser visitadas por millones de usuarios, sólo tres se han consolidado; Amazon, Yahoo y America on line. La primera obtiene el 100 por ciento de sus ingresos a través de transferencias electrónicas, la segunda en la venta de espacios publicitarios y la tercera de suscripciones.

Las tiendas virtuales no han sido muy redituables porque los sistemas de transferencia son percibidos como no confiables; registran información y transfieren dinero sin emitir certificado alguno, los hábitos de consumo están muy arraigados en centros comerciales, los bancos cobran altas comisiones por transferir dinero, todo lo anterior eleva el costo de los productos y son más costosos que en cualquier otro lugar.

3.2 Paginas Eróticas (PE)

10 mil millones de dólares se estiman como ganancias para los sitios que proporcionan material erótico explícito (Valdiosera, 2002a). Existen dos tipos de consumo, el visitante y la membresía. El primero implica un número muy reducido de material explícito, son muchas imágenes donde pornstars aparecen en semidesnudes, casi siempre quitándose sus ropas, aparecen en desnudes total con muy pocas imágenes. La segunda implica imágenes en desnudes total, aparecen varias personas en actos de sexo oral, anal y vaginal, se escuchan sus voces y si el procesador de la PC es lo suficientemente veloz se podrán ver imágenes continuas y a través de una web cam el programa hará como si la transmisión fuera en vivo. De acuerdo al tipo de espectáculo es la membresía, alrededor de 10 dólares por cada acceso incluye todo tipo de imágenes, hasta 100 dólares se podrá

ver a la scort que viaja a cualquier parte del mundo con un pago previo de 500 dólares. Otro tipo de sitios sólo proporcionan programas java para charlar en línea con personas de distintas partes, en algunos se podrán bajar programas para web cam y messenger. En otros sitios no es necesario bajar algún programa, no es posible establecer conexiones en web cam pero se pueden intercambiar mensajes instantáneos con otros sitios o dentro de la sala de charla. El registro de los participantes permite establecer alguna comunicación con alguna persona a través de correo electrónico y messenger. O bien, si el usuario quiere anonimato puede elegir la opción nick en donde se escribe un seudónimo y una clave que permitirá aparecer siempre con ese u otro (s) seudónimo (s).

3.3 Portales Científicos (PC)

Los portales científicos, a pesar de ser los primeros sitios que aparecen en la red no han desarrollado sistemas de transferencia para costearse. La mayoría, pertenecen a universidades, su contenido esta basado en los trabajos de sus investigadores, reportes de conferencias, invitación a congresos, educación a distancia y apuntes para estudiantes. Actualizar esta información les implica una inversión que prefieren ahorrar dejando en el descuido la actualización de sus portales. Estos sitios promocionan los servicios de su universidad; tramites, convocatorias, simposios, diplomados, seminarios, conferencias, eventos, propuestas, intercambios, financiamiento, biblioteca y hemeroteca.

Las revistas electrónicas son la parte más desarrollada. El sistema de consulta a través de abstracts y el sistema de envío de la información en revistas, discos compactos o archivos, consolidan a estos sitios como las opciones más viables para consultar y adquirir información científica relevante y actualizada.

Un tercer tipo de portales científicos es controlado por hackers y ciberpunks. Los primeros entran a los sitios, extraen información y la difunden en la red para que los segundos

construyan sitios donde se discutan e intercambien los contenidos de la información extraída. Ambos plantean que la información en la red es libre y debe ser accesible para los usuarios. Por el contrario los crackers extorsionan a empresas y usuarios, roban dinero electrónico y extraen información confidencial para venderla al mejor postor.

Hacktivismo; utiliza la tecnología de forma creativa, tienen sus orígenes a mediados de los 80, son movimientos sociales alternativos contra el poder económico, su aparición oficial fue en octubre de 1988 en la portada del New York Times. Desobediencia Civil Electrónica (DCE); Su origen esta en el libro de Henry Thoreau "El Deber de la Desobediencia Civil" publicado en 1854, en ella se plantea la libertad individual a ultranza, es acuñado por la Critical Art Ensemble quienes editan dos libros; Electronic Disturbance (1994) y Electronic Civil Disobedience an Other Unpopular Ideas (1996). Su escenario de acción es Internet, trasladan las protestas de la calle a la red. Manifestaciones electrónicas; son acciones colectivas para colapsar un determinado servidor, el primer software diseñado para realizar tal función fue Floodnet en una manifestación de apoyo a los zapatistas el 8 de septiembre de 1998. Ésta fue promovida por Edit y financiada por RTMark contra webs de Ernesto Zedillo, el pentágono y la bolsa de Frankfurt, cada tres o cuatro segundos este programa recargo una página y se multiplicó con más personas. The Cult of the Dead Cow; herramienta de administración remota para Windows creada en 1984 por Back Orifice 2000 (BO2K), se instala de manera silenciosa en el sistema operativo del destinatario y realiza operaciones a través del ordenador abordado (Valdiosera, 2002d).

4. MARCO TEÓRICO

Globalización es Integración de un número creciente de mercados nacionales en uno mundial; Trabajo de especialistas multidisciplinarios; Espontaneidad de objetivos ante problemas emergentes; El objetivo ya no es lucrar sino maximizar la riqueza (Castells, 2002d). En lo tecnológico; desarrollo global, una unidad en tiempo real a nivel interplanetario a través de una red de interconexiones de información. En consecuencia, empresa y trabajo son más flexibles, se adaptan a la rapidez de la demanda en el mercado. Empresa red y trabajo autoprogramable, redefinido conforme va cambiando la tecnología, contrario al trabajo cualificado en donde el trabajador es capacitado para realizar eficientemente una sola función dentro de la empresa. O bien, contrario al trabajo genérico donde el empleado tiene conocimientos básicos y se limita a recibir instrucciones (Castells, 2002b).

Finlandia con un modelo de trabajo en red y tecnología de punta, produce el 30 por ciento de la telefonía móvil en el mundo. La estructuración de sus empresas es innovadora, hay un consejo asesor, después un sector de profesionistas creativos y al final obreros que trabajan horas proporcionales a la demanda del mercado; si éste demanda móviles con acceso a Internet la producción es dirigida a esta telefonía.

Las empresas; inglesas, norteamericanas, alemanas, japonesas y finlandesas tienen el control del mercado tecnológico mundial. Sus filiales están concentradas en México, Brasil, China, Corea, Tailandia, Taiwán y Singapur. Estos países se encuentran en zonas estratégicas y su mano de obra que cobra 32 centavos de dólar norteamericano por hora, es la más barata del mundo.

El desempleo aumenta en los países productores de tecnología, su mano de obra es muy calificada para el trabajo de ensamble, y los 16 dólares por hora que cobra es muy costosa comparada con la mano de obra en los países de Asia, México y Brasil.

México es un país que se encuentra en una zona estratégica, con mano de obra barata, política económica ajustada a los requisitos del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, instituciones ineficientes, grupos y organizaciones sociales intrascendentes, con más del 80 por ciento de jóvenes menores de 30 años, de los cuales el 60 por ciento son mujeres, representa un escenario muy atractivo.

Las teorías cognitivas describen conductas a través de algún proceso que puede ser espontáneo o elaborado. El primero implica un proceso heurístico, el segundo un proceso razonado, planeado y eficaz.

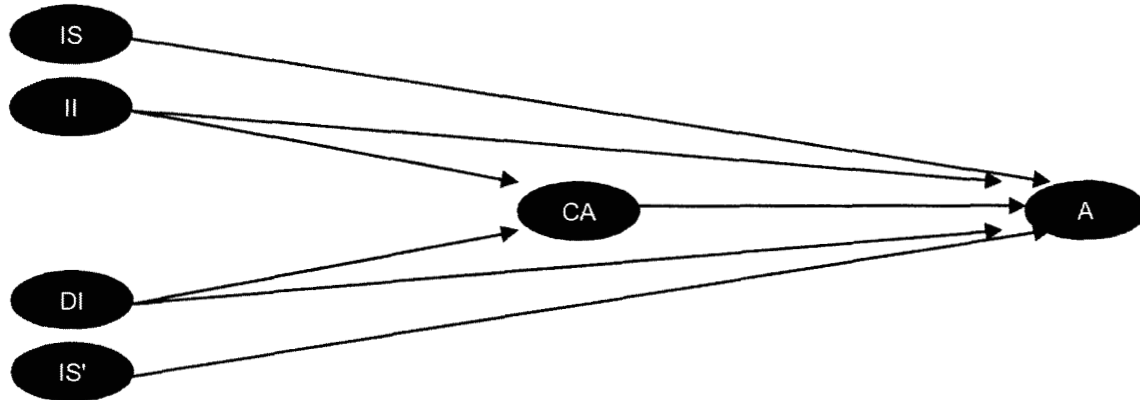
A través de actitudes, creencias, intenciones, normas y percepciones las personas razonan, planean y son eficaces.

Las personas con procesos espontáneos y/o elaborados se retroalimentan; tienen actitud, creen, perciben y en sus acciones: fracasan o tienen éxito.

4.1 Aceptación Individual de Tecnologías de Información (AITI)

Respecto a las Tecnologías de Información y Comunicación existen dimensiones que determinan su aceptación o rechazo (esquema 2).

Esquema 2. Aceptación Individual de Tecnologías de Información



[Agarwal, 2002]

Estas cuatro dimensiones influyen en la aceptación y rechazo de alguna Tecnología de Información y Comunicación en la Empresa Global, Universidad Privada y Universidad Pública.

La primera es estratificada en grupos para la toma de decisiones, grupos para la innovación y grupos para la producción en red/serie.

La segunda al formar estudiantes para trabajar en los puestos claves de la Empresa Global, tiene un modelo complementario que incluye; consejo académico, consejo financiero y comunidad universitaria.

La tercera forma estudiantes que pueden trabajar en los tres grupos de la Empresa Global, con un modelo colectivo esta formada por un consejo académico, una burocracia y comunidad universitaria.

Ambos modelos de universidad tienen un consejo académico y una comunidad universitaria. La primera instancia evalúa proyectos y decide su viabilidad. La segunda instancia esta formada por docentes, estudiantes y trabajadores, la mayoría de los

proyectos surgen de los docentes y son aceptados o rechazados por otros docentes destacados.

Lo que hace diferente a la universidad privada de la universidad pública es la difusión. Mientras la primera tiene un consejo financiero que recauda fondos para impulsar los proyectos que emprende su universidad, la segunda cuenta con una burocracia que estanca los proyectos.

El nivel de excelencia académica y formación tiene su principal indicador en los proyectos que emprende la comunidad universitaria. No es suficiente con realizar investigaciones de punta, su difusión es igual de importante.

En universidades privadas existen kioscos informativos donde estudiantes acceden, seleccionan, elaboran y difunden trabajos que se desarrollarán hasta convertirse en proyectos puntuales, actualizados, relevantes y en ocasiones, gratuitos.

En universidades públicas sólo hay portales científicos donde algunos proyectos aparecen, otros más aparecen comentados en revistas electrónicas y la mayoría son una breve noticia en un pequeño párrafo.

Esta difusión tiene un impacto en la formación de estudiantes, los kioscos informativos permiten proyectos continuos y los portales científicos proyectos fragmentados. Esto implica, formación continua y formación fragmentada.

Estudiantes destacados de universidades privadas producen proyectos continuos sin considerar el contexto, y los destacados en públicas producen proyectos basados en el contexto pero no saben cómo acceder, seleccionar, elaborar y difundir información científica de manera puntual, actualizada, relevante y gratuita.

Los proyectos deben ser integrales, estudiantes de universidades privadas descontextualizan los fenómenos que les impide producirlos, estudiantes de universidades públicas tienden sólo a contextualizar los fenómenos que les impide producirlos.

En efecto, los proyectos integrales implican exploración, son Información y comunicación, pertenecen a la Era de Información y Comunicación, están registrados en alguna Tecnología de Información y Comunicación, deberían estar en Internet, y gratuitos en el Comercio Electrónico de alguna Tienda Virtual, Pagina Erótica o Portal Científico.

Los proyectos integrales no sólo aportan algo a la ciencia sino a la humanidad porque la toman en cuenta, no la descontextualizan y no la reducen sólo a eso. Para producir proyectos integrales es necesario un Sistema de Información y Comunicación Científica (SICC), en este sentido las universidades privadas están a la vanguardia. Consejo académico, consejo financiero y comunidad universitaria han aceptado, invierten y utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación que les permiten acceder, seleccionar, elaborar y difundir información científica; puntual, actualizada y relevante. Sin embargo, SICC ha sido desarrolla sin considerar el contexto en el que fue inventada. En este otro sentido, las universidades públicas, su comunidad universitaria, ha sido crítica a ultranza. Docentes y estudiantes desde teorías económicas, políticas, sociológicas, psicológicas, antropológicas, y filosóficas, van más allá de una simple descripción o explicación de los fenómenos, pueden ver las relaciones entre ellos, sus causas y efectos, pueden ver ambos procesos ordenados y desordenados, individuales y colectivos.

4.1.1 Influencias Sociales (IS)

Awargal (2002):

“...derivan de una variedad de recursos que son generalmente el contexto dependiente.”

<http://www.pinnaflex.com/pdf/framing/CH06.pdf>

En la Empresa Global administradores y psicólogos planearán un ambiente favorable para fomentar la innovación en puestos claves.

En la universidad privada, la comunidad universitaria difícilmente influirá en las decisiones del consejo académico y el consejo financiero.

En este sentido la universidad pública había intentado establecer una diferencia, los movimientos estudiantiles influían no sólo en la universidad sino en la sociedad. Sin embargo, estos proyectos contextuales nunca se complementaron con proyectos continuos para formar un proyecto integral y se han ido extinguiendo poco a poco. Los movimientos estudiantiles se estaban convirtiendo en movimientos sociales y hoy sólo son huelgas estudiantiles donde un amplio número de estudiantes sólo declaran consignas en contra del sistema, el gobierno, los medios de comunicación, la rectoría y a los estudiantes que no simpatizan con alguna huelga.

4.1.2 Influencias Situacionales (IS')

Agarwal (2002):

“...refiere a la idiosincrasia de las personas y situaciones que pueden influir en la aceptación de alguna tecnología.” <http://www.pinnaflex.com/pdf/framing/CH06.pdf>

Para la Empresa Global esta dimensión será aplicable al grupo de producción. Siempre en situaciones donde la empresa tendrá que interrumpir su producción debido a fechas festivas o eventos importantes para obreros.

La Universidad Privada y la Universidad Pública comparten en sus comunidades universitarias esta dimensión. La aceptación de alguna tecnología no está muy determinada por las fechas festivas que todos festejan o eventos importantes para docentes, estudiantes y trabajadores.

Dos de éstas cuatro dimensiones influyen directamente e indirectamente a través de creencias y actitudes la aceptación o rechazo de alguna Tecnología de Información y Comunicación.

4.1.3 Intervenciones Implementadas (II)

Awargal (2002):

“...son acciones implementadas y políticas para influir en la aceptación de alguna tecnología a través de dos mecanismos directos e indirectos mediados por creencias y actitudes.” <http://www.pinnaflex.com/pdf/framing/CH06.pdf>

Esta variable ha sido derivada de un modelo de empresa cualificada donde al obrero se le adiestra para cumplir eficientemente la función encomendada. Ésta dimensión aplica solo a este grupo de producción, es innecesaria para el grupo de innovación; publicistas, ingenieros y ejecutivos no pueden ser previamente adiestrados para realizar sus funciones porque ellos deben proporcionar nuevas ideas aplicables al grupo de decisión y grupo de producción.

El adiestramiento en la Universidad Privada es una dimensión que fue llevada a cabo hace 25 años cuando el modelo de Empresa Cualificada determinaba el perfil de ejecutivos, publicistas, ingenieros, psicólogos y empleados.

En la Universidad Pública sólo en algunos carreras fue posible ese adiestramiento; contabilidad y administración, tenían un plan de estudio basado en la Empresa Cualificada, posteriormente estos se orientaron a formar estudiantes que además de realizar actividades específicas, investiguen el rol de la mujer en la empresa, el impacto de tecnologías, el comportamiento del mercado, los hábitos de consumo, la personalidad del empresario, la planeación estratégica y la organización de la empresa eficiente.

4.1.4 Diferencias Individuales (DI)

Awargal (2002):

“...incluye diferencias en percepciones, conductas, personalidad y variables de educación y experiencias.” <http://www.pinnaflex.com/pdf/framing/CH06.pdf>

Esta es la única dimensión aplicable a los tres grupos dentro de la Empresa Global, la Universidad Privada y la Universidad Pública. Precisamente son sus grupos los que causan ideas innovadoras aplicables a la toma de decisiones, producción de proyectos integrales y producción en red/serie según sea el caso. En esta dimensión se produce la innovación que hace eficiente a la Empresa Global, la Universidad Privada y la Universidad Pública. Más aún, hace eficaces a los tres grupos incluidos en cada una.

Esta dimensión es interna y externa a cada individuo que pertenece a alguno de las tres instancias incluidas en las tres entidades. Engloba los procesos creativos de cada individuo, los procesos innovadores de cada grupo y los procesos eficientes de cada empresa o universidad.

La creatividad en individuos se refiere a la asociación de ideas o a la producción de ellas. La innovación en grupos se refiere a la concreción de una idea creativa y la eficiencia en la empresa o universidad es el ambiente organizacional en el que conviven los tres grupos.

En la Empresa Global, ingenieros producen una idea que los publicistas retomarán para trasladarla a un escenario donde será el elemento más importante, la convertirán en un símbolo de la empresa, a partir de ella diseñaran logotipos y/o algún slogan para promover un producto que represente la eficiencia de la compañía.

En la Universidad Privada docentes proponen un proyecto, el consejo académico evalúa y recomienda al consejo financiero su promoción. Los creativos de este consejo financiero realizan carteles y spots publicitarios basados en la idea, producto, sistema o tecnología innovadora.

Lo anterior es poco frecuente en la Universidad Pública, normalmente la investigación de punta en colaboración con alguna universidad extranjera es difundida.

4.1.5 Creencias y Actitudes (CA)

Son canales intermedios por los cuales algún adiestramiento y personalidad de las personas aceptan o rechazan una tecnología. Para establecer los efectos de un adiestramiento se utilizan creencias y actitudes como los principales indicadores. Previo a un adiestramiento fue recomendable un diagnóstico de creencias y actitudes, posterior al adiestramiento se utilizaba el mismo método de diagnóstico para saber si había alguna diferencia antes y después de un adiestramiento.

En este sentido, el modelo AITI debería presentar esta dimensión en otra relación con las otras dimensiones. Si se considera que en la Empresa Global, una innovación debe ser lo más sencilla de entender y ejecutar, no será necesario ningún tipo de adiestramiento. Más bien será necesario invertir en proyectos integrales enfocados en la educación básica

para fomentar la creatividad en estudiantes, innovación en grupos y eficiencia en universidades o instituciones. La Empresa Global no gastaría dinero en la búsqueda de talentos, esto cambiaría la forma de contratar a la gente.

En la Universidad Privada el adiestramiento ha sido abandonado poco a poco con la desaparición de la Empresa Cualificada y la aparición de la Empresa Global. Hace 25 años se adiestraba a las personas para que realizarán siempre una actividad en un período de 8 horas. En consecuencia, la producción estaba determinada por estudios muy generalizados de mercado que describían tardíamente a la demanda del mercado. Ahora en la Empresa Global la producción esta basada en estudios de mercado que describen inmediatamente la tendencia de la demanda en los centros comerciales o tiendas virtuales.

Administradores, Ingenieros y Psicólogos formados en ambas universidades ya no son adiestrados para capacitar a empleados. Investigan cómo sería el impacto de alguna tecnología, inciden en el diseño de las innovaciones tecnológicas, recomiendan las características que deben tener y sobre todo deberían describir el contexto cada vez más complejo de la humanidad, el ambiente, la ciencia, la tecnología, la empresa y la universidad.

4.1.6 Aceptación (A)

Esta dimensión surge cuando el grupo de decisión y el grupo de producción necesitan aceptar la Tecnología de Información Comunicación que el grupo de innovación propone para ser más eficiente a la Empresa Global.

Tanto en la Universidad Privada como en la Universidad Pública la aceptación de alguna tecnología tiene antecedentes interesantes que contrastan con la Empresa Global. Estudiantes de ambos modelos de universidad nacieron en años donde radio y televisión son los principales entretenimientos, crecieron escuchando radio y viendo televisión, sin

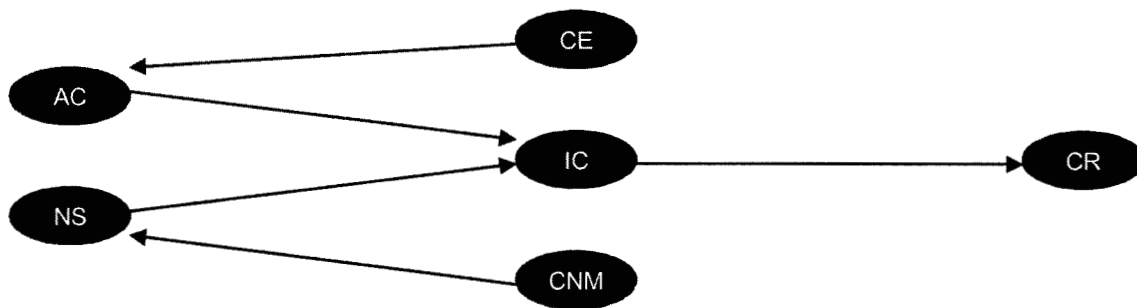
darse cuenta aceptaron esas cajas, una chica y otra más grande donde pueden darle vuelta a la perilla hasta encontrar una canción que les guste o una imagen que les llame la atención. Después usaron y compraron otras cajas como algún walkman, discman, celular, beeper y computadora.

Estos antecedentes no son los mismos para el grupo de producción en la Empresa Global. Quizá desde niños tuvieron que trabajar para más o menos comer, vestirse, estudiar y divertirse. Esto pudo haberlo vivido algún estudiante de ambos modelos de universidad. Sin embargo, la situación precaria del país en los últimos 25 años donde de cada 9 niños que inician la primaria sólo uno llegará a la universidad y el 60% de estudiantes inscritos en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) tienen ingresos familiares superiores a 7 salarios mínimos, nos indican que en el grupo de producción de la Empresa Global esta formado por personas que muy probablemente, sólo podían acceder a un nivel técnico de educación media superior.

4.2 TEORÍA DE LA ACCIÓN RAZONADA (TAR)

El inicio del proceso de elaboración esta en el razonamiento de una acción que incluye intenciones hechas de actitudes y normas (Esquema 3). Ante un objeto los sujetos lo evalúan favorable o desfavorablemente, sea directamente o través de terceras personas. Ellas también han evaluado al objeto y se la comunicarán al sujeto, entonces el sujeto sólo podrá creer que si acepta o rechaza al objeto será rechazado o aceptado por las personas a su alrededor. Sus creencias influirán en su actitud y norma subjetiva, ambas

Esquema 3. Teoría de la Acción Razonada



[Fishbein & Ajzen, 1975]

en su intención y ésta en la ejecución o no de su acción.

4.2.1 Creencias y Evaluaciones (CE)

Las creencias de posibles consecuencias derivadas de una evaluación favorable o desfavorable hacia una tecnología están relacionadas con la actitud.

El grupo de innovación diseña una tecnología, creen que esta ha sido lo suficientemente desarrollada para satisfacer las evaluaciones del grupo de decisión. La tecnología es financiada y presentada al grupo de producción, ellos usarán la tecnología antes de evaluarla, creerán que algún beneficio les traerá su uso, se han formado una actitud.

Algunos docentes están a punto de inventar una tecnología antes de ser válida y confiable, el consejo financiero la promueve basado en la creencia de que beneficiará a la imagen de la universidad, el grupo burocrático la detiene basado en la creencia de que cambiará la organización de la universidad, el consejo académico la evalúa, acepta y financia basado en la creencia de que dará prestigio a la universidad. O bien, la rechaza basado en la creencia de que cambiará la estructura organizacional de la universidad.

4.2.2 Actitud hacia la Conducta (AC)

Esta es una asociación entre evaluaciones favorables o desfavorables hacia alguna tecnología. En los tres grupos incluidos de la empresa o universidad se forman actitudes posteriores a una creencia y/o evaluación. Los principales indicadores están en sus opiniones acerca de la tecnología, si ha funcionado sin problema alguno, si no ha sido tan costosa, si ha hecho más eficaz la producción, entonces se han formado actitudes favorables. Por el contrario, si constantemente se descompone, si tarda en producir, si es muy costosa y de difícil mantenimiento, se han formado actitudes desfavorables.

4.2.3 Creencias Normativas y Motivación para Cumplirlas (CNM)

Al interior de los grupos de decisión y producción sus creencias entorno a la aceptación o rechazo de una tecnología que supuestamente los hará más eficaces determina su norma subjetiva.

Al interior de la comunidad universitaria, en docentes y estudiantes se forman creencias entorno a un proyecto, se piensa que un grupo de docentes tienen el control de becas o financiamientos, se promueve la idea de que existen grupos de poder en la comunidad universitaria y que estos son cómplices del consejo académico que determina las becas y financiamiento de proyectos. El rumor es tan grande que ante cualquier noticia, ésta es atribuida al supuesto grupo de poder. Las cátedras son el escenario idóneo para propagar ideas en contra del supuesto grupo de poder.

4.2.4 Norma Subjetiva (NS)

Al interior del grupo de innovación el ingeniero que creó la idea consideró la aceptación o rechazo de esta idea por parte de sus colegas. Posteriormente, el diseño de una tecnología por parte del grupo de innovación estuvo determinada por las creencias entorno a la aceptación o rechazo de la tecnología en los grupos de decisión y producción. Finalmente, al interior de cada grupo, está la creencia de aceptación o rechazo por parte de los compañeros. En el grupo de decisión quien voto a favor de la tecnología espera que quien voto en contra rectifique y la acepte. En el grupo de innovación quien propuso la idea espera que quien no la aceptaba ahora lo apoye y en el grupo de producción quienes manejan adecuadamente la tecnología, esperan que quienes no la manejan muy bien lo puedan hacer para que la mayoría de la producción no la realicen ellos.

En estos casos, el más interesante para ambos modelos de universidad es la propaganda que entre docentes y estudiantes circula respecto a un supuesto grupo de poder. La Universidad Privada se desprestigia y la Universidad Pública se estanca, afecta aún más a la primera porque su dinámica se distorsiona, en cambio en una universidad sin dinámica alguna, los efectos apenas y pueden percibirse, esta propaganda es muy constante en la segunda y poco frecuente en la primera.

4.2.5 Intención Conductual (IC)

La síntesis de todo lo anterior esta en IC, en el se filtran actitudes, creencias, evaluaciones, normas y percepciones. Para determinar la aceptación o rechazo de una tecnología es necesario ponderar este componente.

Dillon, Garner, Kuilboer y Quinn, 1998; Malhotra y Galleta, 1998; Chircu, Davis y Kauffman, 2000; Tan y Teo, 2000; Zettel, 2001; Chu y Chiu, 2002; utilizaron IC para explicar la aceptación de una tecnología de información.

Agarwal y Karahana (1998); Dillon, Ganer, Kuilber y Quinn (1998); Eikebbrokk y Sorebo (1998); Malhotra y Galleta (1998); Chircu, Davis y Kauffman (2000); Lim (2000); Piguet y Peraya (2000); Shillewart, Ahearne y Frambach (2000); Tan y Teo (2000); Lee, Park y Ahn (2001); Pavlou (2001); Verschera, Kersten y Kosegi (2001); Chu y Chiu (2002); Johnson e Hignite (2002); utilizaron CCP, UP y AE a través de IC, para predecir la aceptación tecnológica de Información y Comunicación.

Estas investigaciones reportan dos resultados. En primera instancia, los componentes CCP, UP y AE predicen indirectamente la aceptación tecnológica a través de IC. En segunda instancia predicen directamente la aceptación tecnológica sin el componente IC.

Chu y Chiu (2002) entorno a los factores que determinan la conducta ($R^2_{Cr}=0.38$) de reciclaje. Intención Conductual ($R^2_{ICr}=0.78$), Actitud ($R^2_{Ar}=0.77$), Norma Subjetiva ($R^2_{NSr}=0.31$) y Control Conductual Percibido ($R^2_{CCPr}=0.61$) tienen consistencia interna en las varianzas extraídas de todos los componentes con una significancia menor a 0.05

4.2.6 Conducta Real (CR)

El grupo de innovación propone una tecnología, después de evaluar, el grupo de decisión invertirá en el desarrollo de esta nueva tecnología. El uso de la nueva tecnología será por parte del grupo de producción.

Proyectos de docentes son difundidos por el consejo financiero o estancados por el grupo burocrático, después evaluados por el consejo académico, la mayoría aceptados en la Universidad Privada y rechazados en la Universidad Pública.

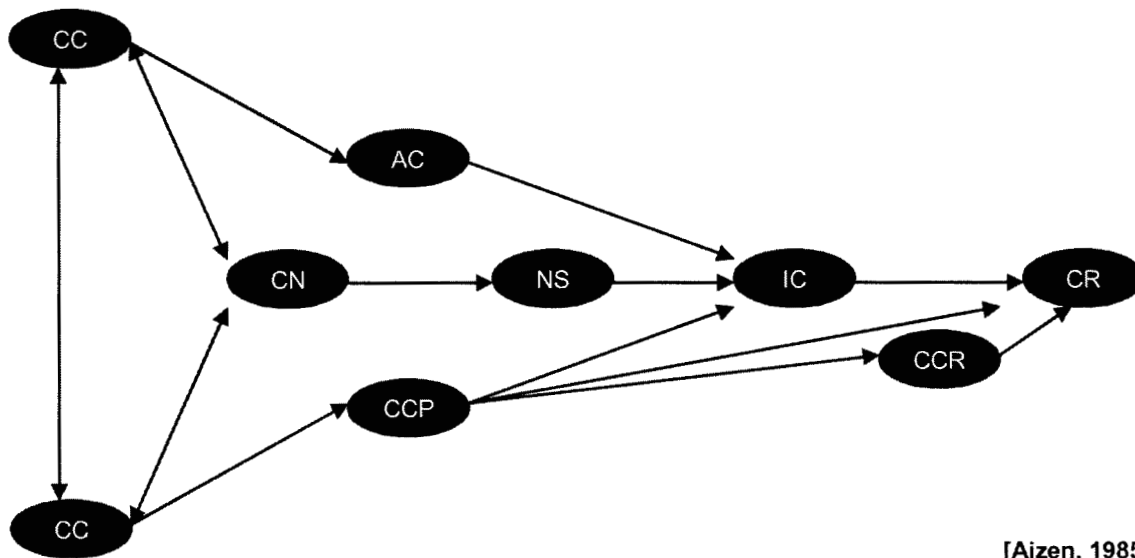
Lo anterior sería suficiente para las personas con elaboración cuando los fenómenos que se le presentan son generales. Sin embargo, existen situaciones específicas de éxito o fracaso en donde necesitan ir más allá de un simple razonamiento. La planeación de una conducta es la siguiente fase del proceso elaborado.

4.3 TEORÍA DE LA CONDUCTA PLANEADA (TCP)

El Control Conductual Percibido aunado a la Actitud y Norma Subjetiva a través de la intención configuran una fase planeada del proceso elaborado. Las creencias entorno a las cosas que impiden o facilitan la ejecución de una conducta la hacen más probable. En una situación específica las personas con elaboración razonarán para tener éxito o fracaso, para alcanzar lo primero y evitar lo segundo tendrán que planear. Esto no les garantizará éxito pero estarán cada vez más cerca de lograrlo si ese es su objetivo (Ajzen, 2002a).

A pesar de que la Empresa Global es más innovación que planeación, el modelo TCP (Esquema 4) ha sido utilizado por administradores y psicólogos para evaluar el

Esquema 4. Teoría de la Conducta Planeada



[Ajzen, 1985]

desempeño del grupo de producción.

4.3.1 Creencias Conductuales (CC)

Ajzen (1991):

“...implica los resultados probables de la conducta y la evaluación de estos resultados...”

<http://home.attbi.com/~ajzen/tpb.obhdp.pdf>

Análogamente al modelo TAR, estas creencias determinan la asociación de evaluaciones favorables o desfavorables hacia una tecnología. Prácticamente, en las tres entidades, en sus tres instancias existen creencias conductuales que influyen en sus actitudes hacia el uso de una tecnología. Más aún, estas se relacionan con otras para configurar un conjunto poderoso de creencias que inciden en actitudes, normas y percepciones (Ajzen, 2002b).

4.3.2 Actitud hacia la Conducta (AC)

Ajzen (1991):

“...refiere al grado hacia el cual una persona tiene una favorable o desfavorable evaluación de la conducta en cuestión...” <http://home.attbi.com/~ajzen/tpb.obhdp.pdf>

Siendo las actitudes una parte importante del grupo de producción, este componente es utilizado para predecir la aceptación y uso de una tecnología. La asociación de evaluaciones hacia el uso de una tecnología es distinta en las instancias de las tres entidades. Deben ser favorables en la Empresa Global y Universidad Privada, si acaso llegarán a ser desfavorables producirán un desprestigio en ambas y llegarían a crear un ambiente hostil. Ambiente que caracteriza a la Universidad Pública desde hace 35 años.

4.3.3 Creencias Normativas (CN)

Ajzen (1991):

“...son expectativas normativas de otros y la motivación para cumplir estas expectativas...” <http://home.attbi.com/~aizen/tpb.obhdp.pdf>

En la Empresa Global, las creencias entorno al consenso de aceptación determinan la toma de decisiones para invertir en el desarrollo de una tecnología.

Es a través de propaganda entorno a la supuesta existencia de un grupo de poder donde incide en la Universidad Pública, gran parte del ambiente hostil que la pernea se debe a esta propaganda, la explicación de su estancamiento se debe a ella, gran parte de su fracaso se debe explicar a través de este componente.

Por el contrario, la difusión de una calidad educativa donde todos ganan es el presunto éxito de la Universidad Privada, la difusión de que la Empresa Global es eficiente y genera beneficios a sus grupos explica porque no se puede pensar negativamente, porque sus grupos se consideran una solución no un problema, porque presumen de ser personas ganadoras; con alta autoestima, asertividad, habilidades y conocimientos.

Autoestima es cómo creen las personas que son evaluadas por los demás, es una parte de las creencias entorno a la aceptación o rechazo de sus conductas. Una muy alta repercute en una evaluación favorable de capacidades percibidas ante el uso de una tecnología. Estudiantes de Universidades Privadas se gradúan creyendo que su formación es la más ideal de todas, cuando menos esto se complementa con la baja autoestima de estudiantes en Universidades Públicas.

Asertividad en los consejos académicos de ambos modelos de universidad no debería implicar diferencias significativas. La diferencia entre una privada y una pública no está en sus dirigentes, la primera tiene un grupo financiero y la segunda un grupo burocrático, esa es la diferencia. Ambas tienen dirigentes destacados que estudiaron e impartieron cátedra en ellas. Pero quienes ocupan puestos intermedios son promotores en una y un lastre en otras.

Habilidades y conocimientos son distintos en estudiantes, unos son más críticos y otros más digitales, quizá porque unos prefieren consultar fuentes de información crítica y algunos otros sólo fuentes de información sintetizada.

4.3.4 Norma Subjetiva (NS)

Ajzen (1991):

“...es la presión social percibida para llevar a cabo o no la ejecución de la conducta...”

<http://home.attbi.com/~ajzen/tpb.obhdp.pdf>

Es la toma de decisión basada en creencias de consenso. En el grupo de innovación puede haber consenso entorno a una tecnología X que es mejor a una Y, que la fusión de ambas es mejor o que ninguna es pertinente. En el grupo de producción el sindicato puede argumentar que una nueva tecnología dejará sin trabajo a algunos obreros. O bien, que tecnología hará más capaces a los obreros y entonces podrán pedir mejores tecnologías junto a un mejor salario.

Algo similar ocurriría con los trabajadores que pertenecen a la comunidad estudiantil en ambos modelos de universidad. En docentes y estudiantes los beneficios de alguna tecnología son sustanciales en privadas y mucho más en públicas.

4.3.5 Creencias de Control (CC)

Ajzen (1991):

“...acerca de la presencia de factores que pueden facilitar o impedir la ejecución de la conducta y el poder percibido de estos factores...”

<http://home.attbi.com/~aizen/tpb.obhdp.pdf>

Ponderar lo que impide o facilita la aceptación y/o ejecución de una tecnología será benéfico para el grupo de producción y comunidad universitaria. Sus creencias entorno a lo anterior les ayudará a establecer los principales obstáculos en la ejecución de la nueva tecnología en situaciones de trabajo específicas.

El ambiente digital en el que viven obliga a las tres instancias a creer en el control de alguna tecnología, si esta no se puede aprender a usar en un corto tiempo es mejor dedicarse al deporte, el arte o alguna otra actividad.

Quienes están inmersos en la Empresa Global, la Universidad Pública y la Universidad Privada necesitan creer que controlarán alguna tecnología para desempeñar su trabajo. No hay muchos pretextos para no manejar una tecnología, estas cada vez son más inteligentes y sustituirán a las personas que no aprendan a controlarlas.

4.3.6 Control Conductual Percibido (CCP)

Ajzen (1991):

“...refiere a las percepciones de la gente de la facilidad o dificultad de llevar a cabo la conducta y esta es asumida para reflejar la experiencia pasada bien como impedimentos y obstáculos anticipados.” <http://home.attbi.com/~aizen/tpb.obhdp.pdf>

Percibir más ventajas que desventajas será la pertinencia del CCP para las tres instancias de las tres entidades. Una tecnología sólo será un medio por el cual se alcanzarán los objetivos de eficiencia. Si la tecnología es innovadora, tiene un bajo costo y es fácil de ejecutar es un asunto de actitudes, creencias y percepciones por parte de los miembros. Más aún, es un asunto de su CCP.

Tan y Teo, 2000; Chu y Chiu, 2002; utilizaron este componente con AE y UP para explicar la aceptación de una tecnología de información.

El CCP es un componente de una conducta planeada pero podría serlo de una conducta innovadora. Más aún, sería el único componente de la conducta planeada que se incluiría en una conducta innovadora. En las tres entidades analizadas, la planeación fue importante hace 30 años, ante la incertidumbre del contexto complejo en que vivimos, es necesario innovar, cuando menos improvisar. CCP es un componente que permite la creación y asociación de ideas, las delimitaría y orientaría en el proceso de innovación.

4.3.7 Intención Conductual (IC)

Ajzen (1991):

“...como rol general, la actitud más favorable y subjetiva, y el grado de control percibido, la fuerza de la intención de las personas de llevar a cabo la conducta en cuestión. Dado un suficiente grado de control real sobre la conducta, la expectativa de la gente para facilitar sus intenciones donde la oportunidad lo amerite.”

<http://home.attbi.com/~ajzen/tpb.obhdp.pdf>

Este componente es aplicable a las tres instancias incluidas en las tres entidades que ejecutarán la nueva tecnología. Un diagnóstico de sus intenciones permitirá establecer su aceptación hacia una tecnología.

No podría ser IC un componente de la conducta innovadora, esta no se explicaría a través de intenciones, una acción innovadora es impronta y no hay tiempo de planearla. Las ideas creativas vienen de pronto y no hay intención que las transporte a una tecnología para guardarlas. Sólo hasta su depuración habrá algo de intención pero es mejor considerar que consiste en más ideas improntas que van moldeando una idea general, original y estética.

La creatividad, si acaso puede reducirse a un modelo, tendría componentes que por si solos no podrían explicarla, mucho menos a través de un filtro intermediario como lo es IC.

4.3.8 Control Conductual Real (CCR)

Ajzen (1991):

“...extiende el control conductual percibido...esto puede servir como una aproximación para el control real y contribuir hacia la predicción de la conducta en cuestión...”

<http://home.attbi.com/~ajzen/tpb.obhdp.pdf>

En ocasiones, una tecnología ha sido implementada y con el transcurso de su utilización ha sido desarrollada, este componente permitirá establecer como ha sido este proceso de aceptación.

Por definición CCR no es aplicable a una aceptación de alguna tecnología porque implica una experiencia previa con esa tecnología. CCR es un componente aplicable a una conducta planeada en tanto que permite corroborar estadísticamente las creencias, actitudes, evaluaciones y percepciones hacia una tecnología. en este sentido, lo que se dice debe corresponder con lo que se hace.

4.3.9 Conducta Real (CR)

En TCP es posible medir el uso de una tecnología a través de este componente. Al interior del grupo de producción puede suceder que algunos ya han usado alguna tecnología similar, para establecer esta experiencia se recurre a este componente.

Es pertinente CR posterior a la aceptación de alguna tecnología, estadísticamente es importante en modelos de regresión lineal. Para predecir este componente es necesario tener un nivel de medición en intervalos, a través de alguna escala se podrán medir las conductas de uso reales de alguna tecnología. Esta experiencia previa se podrá correlacionar con actitudes, creencias, controles, evaluaciones, normas y percepciones.

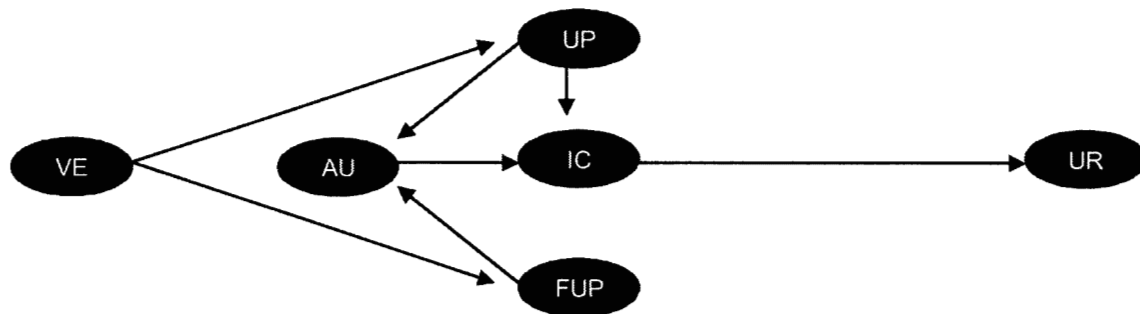
El modelo TCP resulta pertinente para medir actitudes, creencias, controles, evaluaciones, normas y percepciones del grupo de producción en la Empresa Global. Es parcialmente idóneo para el grupo de decisión y poco idóneo para el grupo de innovación.

La pertinencia de este modelo en la comunidad universitaria y el consejo financiero, evidencia la ineficacia del grupo burocrático y proporciona información para la toma de decisiones en el consejo académico.

4.4 MODELO DE ACEPTACIÓN DE LA TECNOLOGÍA (MAT)

El Modelo de Aceptación Tecnológica (MAT) es una innovación del TAR, especial para Tecnologías de Información y Comunicación (Esquema 5). Ha sido ampliamente utilizado en la Empresa Global, la Universidad Privada y la Universidad Pública para establecer la aceptación de algún software. Las innovaciones tecnológicas son producidas gracias al patrocinio de la Empresa Global, sus laboratorios e instalaciones, por parte de científicos que son docentes e investigadores en alguna universidad privada o pública. En consecuencia, el MAT surgió para medir el grado de aceptación en estas tres instancias incluidas en estas tres entidades. Otras entidades como los medios de comunicación, pueden aplicar el MAT que ha sido valido y confiable en la Empresa Global, la Universidad Privada y la Universidad Pública.

Esquema 5. Modelo de Aceptación Tecnológica



[Davis, 1989]

4.4.1 Variables Externas (VE)

Son dentro de la Empresa Global; adiestramientos, demanda de mercado, estándares de calidad, normas de seguridad, indicadores de impacto ambiental, cotización de valores, tecnología de punta, trabajo en red, especulaciones financieras, estabilidad política, toma

de decisiones, fusiones con otras empresas y transferencia de tecnología. Estas influyen en la percepción de utilidad y facilidad de uso de alguna tecnología.

Al interior de la Universidad Privada son; colegiatura ajustada a la inversión de la universidad, sistemas digitales, sistemas de estacionamiento y sistemas de seguridad.

En la Universidad Pública; propaganda desfavorable hacia un supuesto grupo de poder, pensamiento crítico, burocracia, ineficiencia de sistemas digitales, huelgas de estudiantes y trabajadores.

4.4.2 Utilidad Percibida (UP)

Davis (1989):

“...el grado hacia el cual las personas creen que usando un particular sistema realzaría su o nuestro trabajo...” <http://www.pinnaflex.com/pdf/framing/CH06.pdf>

Las tres instancias incluidas en las tres entidades están interesadas en saber si una nueva tecnología los hará más eficaces para hacer más eficiente a su entidad. Éste componente permite establecer su percepción en torno a un futuro que pretende ser mejor.

En el grupo de decisión se podrá establecer si los objetivos de la Empresa se lograrán con la ayuda de la nueva tecnología a corto, mediano y largo plazo. En el grupo de innovación, si la tecnología puede ser desarrollada o cambiada por otra totalmente distinta. En el grupo de producción, si la tecnología les permite acceder a puestos exclusivos del grupo de innovación o decisión.

En la comunidad universitaria, si la búsqueda avanzada de información científica incidirá en la calidad de sus trabajos. En el consejo financiero, si la difusión de un proyecto es una buena inversión. En el grupo burocrático, si afectará o no su partida en el presupuesto de

la universidad. En el consejo académico, si la decisión de apoyar el proyecto será lo mejor para la universidad.

Dillon, Garner, Kuilboer y Quinn, 1998; Malhotra y Galleta, 1998; 2000; Lim, 2000; Shillewaert, Ahearne, Frambach y Moenaert, 2000; Tan y Teo, 2000; utilizaron este componente con AE y CCP para explicar la aceptación de una tecnología de información.

Lee, Park y Ahn (2001) predicen la Conducta de Compra (CC) en Internet a través de la Utilidad Percibida con una significancia menor a 0.05 y .493 de path análisis. Donde UP ($R^2=.580$) y CC ($R^2=.334$).

4.4.3 Facilidad de Uso Percibida (FUP)

Davis (1989):

“...el grado hacia el cual las personas creen que usando un sistema particular estarán libres de esfuerzo...” <http://www.pinnaflex.com/pdf/framing/CH06.pdf>

Este componente es aplicable a los tres grupos, pero ha sido diseñado para los grupos de innovación y producción. Se puede establecer en el grupo de decisión su percepción entorno a una posible inversión para la aplicación de la nueva tecnología basada en FUP. Es decir, si el consejo directivo percibe que la nueva tecnología será fácil de usar por parte de los obreros es lógico pensar que invertirán. Respecto al grupo de innovación se pueden establecer sus percepciones de cómo han diseñado la tecnología para su facilidad de uso. En el grupo de producción este componente es utilizado para conocer cómo percibe en grados de dificultad el uso de la nueva tecnología.

En las tres instancias de ambos modelos de universidad FUP es indispensable para establecer si la tecnología es viable. La comunidad universitaria estaría más dispuesta a conocer el funcionamiento de la tecnología porque de ella dependería su desarrollo

científico en docentes y estudiantes. El consejo académico no necesitaría de una tecnología en demasía, debido a que son en si mismos su propia fuente de información, no tendrían que buscarla en algún abstracts o artículos de algunas revistas electrónicas. Más bien, su experiencia les proporciona información que difícilmente se encuentra registrada en alguna tecnología porque difícilmente ha sido difundida. Me refiero principalmente a su creatividad, observación, crítica, valores y sensibilidad, todos ellos se encuentran en el disco duro de su conciencia, difícilmente se digitalizarán, es la parte humana a la que nadie tiene acceso, ni siquiera el propio ser que la produce. En efecto, la digitalización de los humanos esta en sus resultados o productos, no en sus procesos, aún a pesar de que en el 2099 alguna computadora se fusione con el cerebro humano en un nivel neuronal. La ciencia es producida por un proceso elaborado que se llama cognición, pero también por procesos espontáneos que se llaman sentimientos.

4.4.4 Actitudes hacia el Uso (AU)

Este es aplicable para los grupos de decisión y producción. Las evaluaciones favorables o desfavorables entorno al uso de la nueva tecnología contienen UP y FUP para incidir directamente en IC. En los primeros, la toma de decisión estará basada en AU y la aceptación-ejecución en los segundos. Para ambos grupos es importante establecer evaluaciones favorables porque si alguno evalúa desfavorablemente puede ocurrir que no se invierta en la tecnología. O bien, ocurrirá una probable huelga.

En la comunidad universitaria AU es indispensable, docentes y estudiantes necesitan casi siempre asociar evaluaciones favorables hacia alguna tecnología que les proporcione la información suficiente para elaborar trabajos más o menos buenos. Lo contrario sólo sería permitido cuando se trata de innovar, una posible propuesta implicaría una actitud desfavorable hacia alguna tecnología que se pretende sustituir.

4.4.5 Intención Conductual (IC)

Debido a que los docentes son el grupo que produce innovaciones, este componente debería ser más frecuente. La función y con ella la intención principal de los docentes debería ser innovadora en sus cátedras y asesorías pero sobre todo en sus proyectos. Sus intenciones deben estar enfocadas en realizar investigación de punta, con ello contribuirían al desarrollo de la comunidad universitaria, universidad, país, ciencia y humanidad. Deberían transmitir esta intención a sus estudiantes para que años más tarde ellos continúen con sus proyectos innovadores y/o investigaciones de punta.

Análogamente, el consejo académico debería complementar su experiencia con la intención de aceptar, proponer y desarrollar alguna tecnología, es cierto que su trabajo es cien por ciento teórico, humanista y existencial, pero esta producción debería difundirse y complementarse con la producción de los docentes.

La Empresa Global, Universidad Privada y Universidad Pública arriesgan su inversión en cada nueva propuesta tecnológica, desarrollo y/o aplicación. Son las intenciones el principal indicador de este riesgo.

4.4.6 Uso Real (UR)

Una vez que ha sido aceptada se usará la nueva tecnología. Éste componente permitirá establecer si el uso es como se había pronosticado a partir de UP, FUP, AU y IC.

El MAT permite establecer dos tipos de percepciones que determinan actitudes antes y después de proponer una tecnología, invertir en ella, aceptarla y usarla. Cada componente ayuda a las tres instancias incluidas en las tres entidades a establecer un pronóstico global entorno a la aceptación o rechazo de alguna Tecnología de Información y Comunicación.

Este modelo fue desarrollado en el contexto de la Universidad Pública Norteamericana, su validez y confiabilidad fueron establecidas con reactivos que contestaron las comunidades universitarias. Posteriormente se aplicó en la Empresa Global Norteamericana con excelentes resultados que orientaron la inversión de tecnología durante la década de los noventa.

No existe reporte alguno de su aplicación en alguna empresa o universidad de Latinoamérica, España, Portugal, Italia, Francia y Europa del Este. Esto puede deberse a que tanto empresas como universidades se han quedado rezagadas respecto a las Norteamericanas, Canadienses, Inglesas, Alemanas, Japonesas, Coreanas, Australianas y Finlandesas.

En México empresas y universidades son ineficientes, a excepción de Cementos Mexicanos (Cemex) y la Cervecería Modelo (Modelo, S.A.) todas las demás incluyendo las corporaciones Vitro, Carso y Televisa se encuentran en un contexto donde la protección del estado a través de monopolios, favorece su permanencia en el mercado.

Respecto a universidades destacan la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) que produce el 60 por ciento de la investigación en el país, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) que fue el primero en conectarse a Internet, el Instituto Politécnico Nacional (IPN) con el mejor promedio estudiantil de conocimientos en ciencias físico-matemáticas, la Universidad de Sonora (UNSON) cuyo modelo de universidad fue seleccionado para reproducirlo en el proyecto de universidad para el siglo XXI y la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) que tiene el mayor nivel de egresados trabajando en la iniciativa privada.

Sin embargo, ninguna empresa que no sea Cemex o Modelo se puede comparar con las empresas que cotizan en el índice Nasdaq de la bolsa de valores en Wall Street. No solo

en términos financieros y publicitarios hay diferencias significativas, también en la organización de trabajo. Las empresas mexicanas están en el mejor de los casos, en la transición del trabajo cualificado al trabajo global, reaccionan tardíamente a la demanda del mercado, establecen campañas de publicidad sin continuidad, no han definido un modelo de empresa que las diferencie de las extranjeras, sus accionistas están poco capacitados y han acumulado capital porque el Estado no permitió la entrada de capital extranjero para hacerlas competentes. En consecuencia, el mercado se estancó y no se desarrollaron como Empresa Global.

Algo similar ocurrió en las universidades privadas, con la excepción de que su publicidad estuvo orientada a difundir la idea de que las universidades públicas tenían un nivel deficiente de docentes y sus estudiantes se dedicaban a pensar críticamente. Así, la mejor opción estaba en la universidad privada donde los maestros nunca faltarían y por algún proceso especial, los estudiantes aprenderían. En parte tenían razón, pero la presunta calidad educativa; nivel de excelencia, modernas instalaciones y sistemas de becas, no han establecido diferencias significativas entre estudiantes. Quienes se han formado en ambos modelos de universidad sólo han desarrollado una parte digital en privadas y colectiva en públicas que no les permite ver cómo se complementan ambos procesos.

El proceso elaborado es un sistema de planeación que pretende tener éxito, ser siempre eficaz. Así la tercera fase del proceso elaborado implica autoeficacia.

4.5 TEORÍA COGNITIVA SOCIAL (TCS)

Los agentes que inciden en el éxito o fracaso del proceso elaborado son descritos por esta teoría. Más aún, la permanencia, consistencia y generalidad del éxito, depende de estos agentes (Bandura, 2001).

Esta teoría permite establecer los agentes externos e internos al individuo. a las tres instancias y a las tres entidades, estos agentes son derivados del contexto. Debido a que el contexto es la Era de Información y Comunicación los agentes implican; acceso, selección, elaboración y difusión de investigación científica; puntual, actualizado, relevante y en el mejor de los casos gratuita en Internet.

No existe un modelo a través del cual se pueda vislumbrar la relación entre estos agentes. Sin embargo, hay un único componente que indica la tercera fase del proceso elaborado.

4.5.1 Autoeficacia (AE)

Autoeficacia es la capacidad percibida de las personas. Este componente hace referencia principalmente a las variables internas al individuo, englobando la percepción de habilidad "soy capaz de" y la percepción de eficacia, cumplimiento de las expectativas tras la ejecución de la acción (Bandura, 2002).

Este componente permite establecer las habilidades y conocimientos hacia alguna tecnología de las tres instancias incluidas en las tres entidades. Las primeras indican caminos cortos en el manejo de alguna tecnología, en el caso de una computadora quienes la manejen sin utilizar el mouse tendrán habilidades competentes en el manejo de un ordenador. Esta autoeficacia aumentará sus conocimientos respecto a un mejor y rápido manejo de la computadora.

En la Empresa Global son el grupo de innovación y el grupo de producción quienes desarrollan mejor estas habilidades. Docentes y estudiantes en ambos modelos de universidad.

En consecuencia, autoeficacia es un componente que ha sido aplicado en ingenieros, ejecutivos, técnicos, docentes y estudiantes.

Lim, 2000; Shillewaert, Ahearne, Frambach y Moenaert, 2000; Tan y Teo, 2000; Chu y Chiu, 2002; utilizaron este componente con UP y CCP para explicar la aceptación de una tecnología de información.

La fuerza de relación entre estos componentes y la variable dependiente es explicada por la correlación. Con un nivel de significancia menor a .05 y una correlación de 0.15 el componente de Autoeficacia Computacional se encuentra relacionado con la variable dependiente. 0.52 y una sinificancia menor a .001 es la fuerza de asociación entre Utilidad Percibida y el uso del Sistema de Información.

Las teorías explican en general la función de una Empresa Global, la Universidad Privada y la Universidad Pública, los modelos predicen la aceptación o rechazo de alguna TIC y los componentes establecen este proceso de aceptación.

Debido al poder adquisitivo y hábitos de consumo en estudiantes de la UAM-I, no es pertinente medir transferencias de dinero por objetos. Mucho menos plantear una investigación entorno al Comercio Móvil que tiene como principal escenario la telefonía móvil. En consecuencia, esta investigación se refiere a la Exploración del Comercio Electrónico en Tiendas Virtuales, Páginas Eróticas y Portales Científicos.

La idea surgió a partir de una investigación previa entorno a fuentes de información. Internet indicó actitudes favorables en estudiantes de CBI y desfavorables en CSH. El

componente actitud fue el único utilizado, esto delimito el estudio a un simple aspecto del proceso elaborado, el contexto y la historia correspondiente a las fuentes de información.

En la intervención sólo se propuso un cambio de actitudes desfavorables hacia Internet en CSH. La importancia de los sistemas digitales no podía establecerse con estos resultados, mucho menos la incidencia del contexto tecnológico, las implicaciones de las tecnologías y el escenario en el que se difunden.

Utilidad Percibida (UP), Control Conductual Percibido (CCP), Autoeficacia (AE) e Intención Conductual (IC) fueron seleccionados porque su ontología, epistemología y metodología es ordenada y elaborada. UP configura CCP, este AE y los tres IC. Esto tiene alguna concordancia en un contexto tecnológico, donde estudiantes de una universidad pública como la UAM carecen de un pensamiento crítico como la UNAM y un pensamiento digital como el ITESM. Sin embargo, construyen su identidad sin ella, no necesitan pertenecer a la máxima casa de estudios o la casa de estudios más costosa para formarse una identidad. Poseen una alternativa a la influencia de estas dos identidades.

Determinar IC a través de UP, CCP y AE podría ser la antesala al punto de convergencia entre ambos procesos. Una vez establecida la estructura y trayectoria de los componentes es necesario conocer lo común en ellos, lo constante y variable en los tres.

5. MÉTODO

5.1 Muestra

188 Estudiantes; 65 Alumnos y 123 alumnas de la UAM-I; 182 cursan alguna licenciatura, 4 maestría y 1 doctorado; 47 están en CBI, 85 en CBS y 54 en CSH.

Debido a que el muestreo es difícil de establecer en UAM-I, los datos han sido recopilados con 54 personas que contestaron el cuestionario a través de su correo electrónico y/o 134 en una fotocopia. La mayoría ha colaborado contestando el cuestionario en la semana 10 del trimestre invierno 2002.

Debido a que los estudiantes de maestría y doctorado difícilmente se encuentran en las instalaciones de la universidad, no han contestado proporcionalmente a los estudiantes de licenciatura.

5.2 Planteamiento

¿UP, CCP y AE determinan IC?

Esto implica la búsqueda de una estructura en el proceso elaborado. Esta estructura quizá tenga una trayectoria que dirija la investigación al punto donde el proceso espontáneo termina y el proceso elaborado comienza, al momento en que se interceptan, al espacio en el que desaparecen.

5.3 Hipótesis

CCP, UP y AE determinan IC

Esta hipótesis de regresión lineal estadística derivó de dos hipótesis de trabajo.

La primera establece que todos los procesos derivan de nuestra esencia por explorar algún universo, de nuestra cognición por describirlos, de nuestros sentimientos por encontrarlos y de nuestras acciones por buscarlos.

La segunda se refiere a que esta esencia debe ser dirigida al orden y descrita con elaboración. Es dentro de este proceso elaborado que las teorías cognitivas, sus modelos y componentes son pertinentes.

5.4 Instrumento

Contiene 75 reactivos que registran datos académicos, conductas, intenciones; utilidad percibida, control conductual y capacidad percibida medidos a través de una escala tipo Likert y estructuradas en grupos de tres; la primera refiere a Tiendas Virtuales, la segunda a Páginas Eróticas y la tercera a Portales Científicos.

El diseño del cuestionario considera un escenario de exploración desde que aparece en la pantalla la opción de escoger alguno (s) de los 12 sitios más explorados en Internet durante el 2002, el tipo de contenido y el formato de consulta.

6. RESULTADOS

6.1 Datos Descriptivos

Los sitios más explorados tienen los siguientes porcentajes de afirmación; www.yahoo.com (71.8), www.hotmail.com (52.7), www.google.com (47.9), www.altavista.com (28.7), www.terra.com (26.1), www.starmedia.com (17.0), www.esmas.com (16.5), www.todito.com (13.3), www.aol.com (7.4), www.elfoco.com (6.4), www.elsitio.com (6.4) y www.latinmail.com (6.4).

Los contenidos más explorados; ciencia (84.6), mail (59.6), tienda (59.6), cartelera (22.9), chat (16.0), erotismo (11.7) y empleo (11.7).

El número de ventanas que abren estudiantes tiene porcentajes en una (17.0), dos o tres (42.6), más de tres (35.6) y missing (4.8).

Encontrar, seleccionar y guardar información tiene porcentajes con menos de 25 minutos (28.7), más de 25 (64.9) y missing (6.4).

Missing con (47.3) es la principal respuesta ante la tardanza del servidor por proporcionar información. Otros porcentajes indican; esperar instrucciones en la pantalla (9.6), esperar 3 minutos (9.5), ir a otro sitio (6.4), hacer clic en back (5.3), esperar más de 3 minutos (4.8), hacer clic en stop (4.3), cerrar la ventana (3.7), reiniciar la PC (2.1), pedir ayuda al ingeniero de soporte técnico (.5), pedir ayuda a otra persona (0.5), teclear ← (0.5) y buscar otra PC (0.5).

La búsqueda de información tiene los siguientes porcentajes de afirmación en; Word (88.3), Inglés (33.0), otro sitio diferente al de revistas electrónicas (31.9), Acrobat (28.7), Español (28.7), otro idioma diferente al español e inglés (13.8), artículos completos de revistas electrónicas (9.0), abstracts de revistas electrónicas (7.4) y otro formato diferente a Word y Acrobat (7.4).

6.2 Cruce de Tablas

El cruce de tablas indica la trayectoria de la muestra, cómo van siendo sus características. Ésta asociación de variables nominales con ordinales proporciona cantidades que coinciden en una distribución.

Los cruces indican que en la muestra de estudiantes 25 hombres están en CBI, 26 en CBS y 14 en CSH. 22 mujeres están en CBI, 59 en CBS y 40 en CSH.

Sólo en CBI hombres y mujeres tienen una distribución semejante, en CBS las mujeres duplican a los hombres y en CSH son tres veces más.

Hombres y mujeres en CBS casi duplican a la cantidad de hombres y mujeres en CBI. Al ser una división donde se realizan investigaciones de punta, se esperaría que alumnos y alumnas utilizaran Internet para actualizar sus conocimientos.

Google es un sitio de búsqueda avanzada que ha sido galardonado como el mejor en su tipo. En contraste, AOL es el peor de Internet en búsqueda avanzada porque son limitadas las opciones que proporciona.

En esta muestra; 33 hombres y 57 mujeres utilizan Google. Mientras tanto, AOL fue preferido por 9 alumnos y 5 alumnas. Estos datos permiten establecer puntos de partida para posibles cursos de búsqueda avanzada. Al conocer la búsqueda avanzada de Google

alumnos y alumnas podrán acceder a información científica puntual, actualizada, relevante y gratuita en la red.

16 estudiantes en CBI, 52 en CBS y 22 en CSH utilizan Google. En mucho menor medida, AOL es utilizado por 5 estudiantes de CBI, 5 de CBS y 4 de CSH. Debido a que la búsqueda de información científica esta casi siempre en los contenidos de revistas electrónicas, es importante que estudiantes de las tres divisiones puedan acceder a estos sitios.

83 estudiantes buscan información científica a través de Google y sólo 10 en AOL. Este dato es consistente porque un buscador normalmente es utilizado para acceder a información científica.

Acceder, seleccionar y guardar información científica a través de Google en menos de 25 minutos indica la eficacia del estudiante y la eficiencia del buscador. En esta muestra 24 estudiantes tienen esta característica. En contraste, sólo 6 en AOL.

Al ser el idioma ingles el lenguaje oficial del mundo globalizado, la mayoría de las investigaciones de punta se encuentran en este idioma. Un nivel más especializado de búsqueda avanzada implica contenidos en ingles. 45 estudiantes en esta muestra buscan información científica a través de Google y sólo 5 en AOL. La mayoría de la información en la WWW esta en ingles tener acceso a este tipo de contenidos implica actualización.

El nivel más especializado de búsqueda avanzada se encuentra en los formatos de Acrobat Rider tipo pdf. Este comprime la información y su sistema de codificación hace inmodificable al documento que ocupa poco espacio en la computadora, estas son las razones por las cuales la mayoría de revistas electrónicas en portales científicos utilizan este formato.

Sólo 28 estudiantes buscan información en Acrobat a través de Google y 6 en AOL. Estos no necesitan algún curso de búsqueda avanzada porque acceden a información especializada.

6.3 Análisis Factorial

J1, K1, K2, L1, L2, N1, O1, O3, P1, Q1, Q2, Q3, R1, S1, T1, T3, U2, V1, V2, W1, W2 y W3 fueron los reactivos seleccionados para realizarles análisis factorial. Este tratamiento estadístico agrupa los elementos de alguna variable en factores (Aldás, 2001c).

Tabla 1; Análisis Factorial de Utilidad Percibida (UP)

Código	Reactivo	Peso
P1	Explorando alguno de estos sitios fácilmente encontraré algunas cosas.	.808
O1	Al explorar alguno de estos sitios mejoraré mis criterios de compra.	.786
N1	Explorando alguno de estos sitios rápidamente encontraré algunas cosas.	.738
Q2	Al explorar alguno de estos sitios tendré más frases para chatear.	.547
Q1	Al explorar alguno de estos sitios tendré más información de algunas cosas.	.361
O3	Al explorar alguno de estos sitios mejoraré mis estrategias de investigación.	.310
Q3	Al explorar alguno de estos sitios tendré más habilidades de investigación.	

Tabla 2; Análisis Factorial de Control Conductual Percibido (CCP)

Código	Reactivo	Peso
T1	Explorando alguno de estos sitios tendré mucho control en interrumpir la aparición de ventanas que anuncian ofertas.	.822
S1	Al explorar alguno de estos sitios controlaré el número de ventanas que anuncian ofertas.	.792
T3	Explorando alguno de estos sitios tendré mucho control en la solicitud de búsqueda avanzada.	.566
R1	Explorando alguno de estos sitios tendré poco control en la aparición de ventanas que	.556

	anuncian ofertas.	
--	-------------------	--

Tabla 3; Análisis Factorial de Autoeficacia (AE)

Código	Reactivo	Peso
V2	Explorando alguno de estos sitios estaré capacitado para chatear con muchas personas.	.817
U2	Al explorar alguno de estos sitios estaré poco capacitado para bloquear mensajes que me molestan a través del chat.	.787
W2	Al explorar alguno de estos sitios estaré muy capacitado para chatear con cualquier persona.	.717
V1	Explorando alguno de estos sitios estaré capacitado para interrumpir la aparición de ventanas con ofertas.	.692
W1	Al explorar alguno de estos sitios estaré muy capacitado para encontrar información general de algunas cosas.	.642
W3	Al explorar alguno de estos sitios estaré muy capacitado para solicitar una búsqueda general de información científica.	

Tabla 4; Análisis Factorial de Intención Conductual (IC)

Código	Reactivo	Peso
L1	Explorando alguno de estos sitios mi máxima intención será establecer los precios más baratos de algunas cosas.	.785
L2	Explorando alguno de estos sitios mi máxima intención será chatear con la (s) misma (s) persona (s).	.785
K2	Al explorar alguno de estos sitios normalmente intentaré chatear con alguna (s) persona (s) especial (es).	.765
K1	Al explorar alguno de estos sitios normalmente intentaré buscar los precios más baratos de algunas cosas.	.740

J1	Explorando alguno de estos sitios mi intención mínima será checar los precios de algunas cosas	
----	--	--

Para realizar alfa de cronbach, análisis de varianza y regresión lineal se utilizaron los factores:

Utilidad Percibida hacia Tiendas Virtuales (UPTV) con N1, O1, O3, P1, Q1 y Q2.

Control Conductual Percibido hacia Tiendas Virtuales (CCPTV); R1, S1, T1, T3.

Autoeficacia hacia Páginas Eróticas (AEPE); U2, V1, V2, W1 y W2.

Intención Conductual hacia Tiendas Virtuales (ICTV) que incluye K1, K2, L1 y L2.

6.4 Alfa de Cronbach

Los factores tienen las siguientes alfas de Cronbach;

UPTV (0.6386)

CCPTV (0.6360)

AEPE (0.7845)

ICTV (0.7616)

6.5 Análisis de Varianza

El análisis de varianza permite establecer diferencias significativas entre dos o más grupos (Aldás, 2001c).

La tabla 13 muestra diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto a los factores IC y AE. Esto indica que las intenciones y Autoeficacia de explorar Tiendas Virtuales y Páginas Eróticas (chats) son diferentes entre hombres y mujeres. En utilidad y control conductual no hay diferencias entre estudiantes.

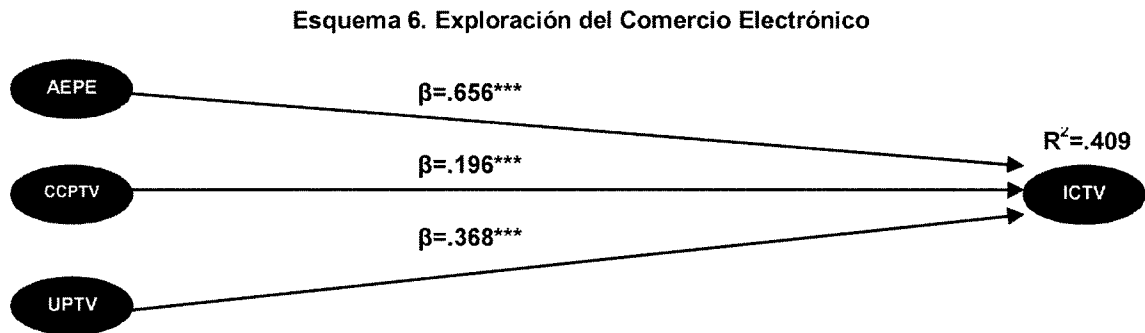
Tabla 5; Análisis de Varianza en División

Factor	División	N	Media	Desviación Estándar	F	Significancia
UPTV	CBI	35	1.60	.50	1.825	.166
	CBS	45	1.40	.50		
	CSH	29	1.41	.50		
	TOTAL	109	1.47	.50		
CCPTV	CBI	19	1.58	.51	.157	.855
	CBS	45	1.51	.51		
	CSH	28	1.50	.51		
	TOTAL	92	1.52	.50		
AEPE	CBI	20	1.55	.51	1.541	.220
	CBS	45	1.33	.48		
	CSH	32	1.47	.51		
	TOTAL	97	1.42	.50		
ICTV	CBI	29	1.66	.48	3.879	.024
	CBS	50	1.34	.48		
	CSH	35	1.43	.50		
	TOTAL	114	1.45	.50		

Respecto a la división no hay diferencias entre los cuatro factores. Esto permite establecer puntos de partida para una posible intervención donde alumnos y alumnas de las tres divisiones tienen las mismas intenciones, utilidad, control y autoeficacia hacia tiendas virtuales y chats.

6.6 Regresión Lineal

La regresión lineal permite establecer el componente que predice a la variable dependiente (Aldás, 2001a). El factor AEPE predice a la variable dependiente ICTV (esquema 6).



[García-Lirios, 2002]

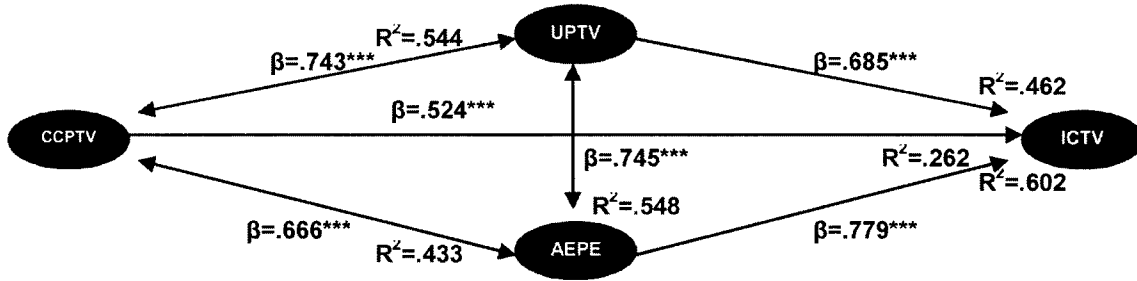
Lo anterior indica que la capacidad percibida de exploración en páginas eróticas incide directamente en la intención de explorar tiendas virtuales.

La capacidad percibida de exploración en chats determina la intención de buscar los precios más baratos de algunas cosas.

Sus intenciones de buscar los precios más baratos de algunas cosas, chatear con alguna (s) persona (s) especial (es), establecer los precios más baratos de algunas cosas y chatear con la misma (s) persona (s) están determinadas por sus habilidades que consisten en interrumpir la aparición de ventanas que anuncian ofertas, chatear con muchas personas, encontrar información general de algunas cosas y chatear con cualquier persona.

En la regresión lineal entre todos los factores (Esquema 7), cada uno predice a cada otro, cada componente es variable dependiente al ser causado por otro y es variable independiente al predecir a otro componente.

Esquema 7. Exploración del Comercio Electrónico



[García-Lirios, 2002]

Se puede establecer que los factores UPTV, CCPTV y AEPE por si solos predicen satisfactoriamente a ICTV.

Esto indica que las creencias entorno a obstáculos, facilidades para explorar tiendas virtuales y la capacidad percibida de explorar páginas eróticas determinan la intención de explorar tiendas virtuales.

7. CONCLUSIÓN

La exploración del Comercio Electrónico en estudiantes de la UAM-I esta enfocado en Tiendas Virtuales y Paginas Eróticas. La primera consiste en buscar y establecer los precios de algunas cosas, la segunda en chatear con cualquier persona, persona (s) especial (es) y chatear con la (s) misma (s) persona (s).

La intención Conductual hacia Tiendas Virtuales (ICTV) en estudiantes de la UAM-I esta determinada por su Autoeficacia en Paginas Eróticas (AEPE). En esta muestra, percepciones de capacidad son la causa por la cual estudiantes exploran tiendas virtuales.

El componente de Autoeficacia para explorar chats debe ser aprovechado y orientarse en el acceso, selección, elaboración y difusión de información científica; puntual, actualizada, relevante y gratuita en la red.

8. DISCUSIÓN

La ciencia es un proceso elaborado que ha descrito los procesos ordenados. En física han descrito la configuración de partículas, en biología la configuración del código genético y en psicología social la configuración del proceso elaborado. La parte ordenada de la realidad ha sido descrita sin tomar en cuenta su parte desordenada.

La Teoría de Supercuerdas en Física y Autopoiesis en Biología son alternativas que pretenden describir ambos procesos (De la Peña, 2001). En Psicología Social sólo hay intentos de teorías para explicar ambos procesos.

Algunos psicólogos sociales han retomado conceptos básicos de teorías en física y biología para poder aplicarlos en la dinámica intersubjetiva pero han fracasado. El contexto en el que los conceptos básicos de física y biología han sido trasladados a la intersubjetividad se conoció como Posmodernidad (Munné, 2001). Los psicólogos sociales posmodernos fueron evidenciados en el affaire Sokal.

Una alternativa de teoría cada vez más lejana para describir ambos procesos pudo desarrollarse en el enfoque constructivista. Consumo y sexualidad no son sólo discurso; escenario y escenografía. En Internet, Tiendas Virtuales y Páginas Eróticas no son sólo sitios donde la gente acude para pasársela bien, divertirse, distraerse.

La parte desordenada es algo más que discurso; símbolos y significados (Ibáñez, 2001). El constructivismo, toda la tradición hermenéutica, las ciencias del espíritu y metodologías comprensivas no han podido explicar por qué las personas entre más elaboran terminan haciendo algo que pensaron-sintieron en un momento, en un instante.

El punto de partida implica exploración. La teoría psicosocial que pretenda describir ambos procesos deberá realizar una observación de segundo orden. Una teoría de

exploración deberá establecer alguna metodología que registre indicadores de búsqueda, acceso, selección elaboración y difusión en las personas.

El discurso y la aceptación-uso de tecnologías serán las fuentes de información mediante las cuales se explicarán procesos espontáneos y elaborados, ordenados y desordenados.

Mediante entrevistas a profundidad y cuestionarios estructurados se recopilarán los indicadores de exploración. A través de análisis del discurso y estadísticas descriptivas inferenciales se explicarán fenómenos intersubjetivos. Reorientar la exploración intersubjetiva de las personas será el objetivo de las intervenciones psicosociales.

9. INTERVENCIÓN

Material; Computadora conectada a Internet, fotocopidora, impresora y scanner.

Buscador; www.google.com

Tabla 6; Taller de Búsqueda avanzada

Hora	Tema	Objetivo	Estrategia
08:00	Portales Científicos	Establecer los principales portales científicos de Universidades en Estados Unidos, Unión Europea, Asia Pacífico y Latinoamérica	Palabras Claves
10:00	Revistas Electrónicas	Establecer las principales revistas electrónicas de Universidades en Estados Unidos, Unión Europea, Asia Pacífico y Latinoamérica	Efecto "Bola de nieve"
12:00	Hackers y Ciberpunks	Establecer los principales hackers y ciberpunks de Universidades en Estados Unidos, Unión Europea, Asia Pacífico y Latinoamérica	Efecto "Cascada"

La sesión se realizará en la sala de Internet del edificio H en UAM-I con la participación de 15 estudiantes.

Los últimos 10 minutos de la sesión serán ocupados para comentarios por parte del psicólogo digital.

Se les otorgará un reconocimiento firmado por el rector de la UAM-I, la coordinadora de servicios a usuarios y el coordinador de la licenciatura en Psicología Social a estudiantes que participen en el Taller de Exploración.

10. REFERENCIAS

- Agarwal, R. (2002) Individual Acceptance of Information Technologies. 85-104.
<http://www.pinnaflex.com/pdf/framing/CH06.pdf>
- Agarwal, R. y Karahanna, E. (1998) on the multi-dimensional nature of compatibility beliefs in the technology acceptance. 1-16 <http://disc-nt.cba.uh.edu/chin/digit98/first.pdf>
- Ajzen, I. (1991) Theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes 50, 179-211. <http://home.attbi.com/~aizen/tpb.obhdp.pdf>
- Ajzen, I. (2002a) Attitude Assessment. 1-15. <http://www-unix.oit.umass.edu/~psyc661/pdf/att.assess.pdf>
- Ajzen, I. (2002b) Behavioral interventions based on the theory of planned behavior 1-6.
<http://www-unix.oit.umass.edu/~aizen/pdf/tpb.intervention.pdf>
- Ajzen, I. (2002c) Constructing a TPB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations. 1-14. <http://www-unix.oit.umass.edu/~aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Aldás, J (2001a) El análisis de regresión. 1-27 <http://www.uv.es/~aldas/jdocen3.pdf>
- Aldás, J (2001b) El análisis multivariable. 1-23 <http://www.uv.es/~aldas/jdocen3.pdf>
- Aldás, J. (2001c) El análisis de varianza. 1-21 <http://www.uv.es/~aldas/jdocen3.pdf>
- Aldás, J. (2001d) El análisis factorial. 1-16 <http://www.uv.es/~aldas/jdocen3.pdf>
- Almagro, M. (2002) La Seguridad en la Banca a Distancia
<http://www.iec.csic.es/criptonomicon/articulos/expertos76.html>
- Bandura, A. (2001) Social Cognitive Theory. Annual Reviews 52, 1-26.
<http://www.emory.edu/EDUCATION/mfp/BanduraARP2001r.PDF>
- Bandura, A. (2002) Self-Efficacy. <http://www.emory.edu/EDUCATION/mfp/BanEncy.html>

Barron, M. (2001) El ocaso de la Ciencia. Cinta de Moebio No. 10. Marzo. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Chile.

<http://rehue.csociales.uchile.cl/publicaciones/moebio/10/frames04.htm>

Cagliani, M. (2002a) Historia de Internet. <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/>

Cagliani, M. (2002b) Historia de la Computadora. <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/>

Cagliani, M. (2002c) Historia de la fotografía. <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/>

Cagliani, M. (2002d) Historia de la Imprenta. <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/>

Cagliani, M. (2002e) Historia de la Publicidad. <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/>

Cagliani, M. (2002f) Historia de la Televisión. <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/>

Cagliani, M. (2002g) Historia del Correo. <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/>

Cagliani, M. (2002h) Historia del Libro. <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/>

Cagliani, M. (2002i) Historia del Papel. <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/>

Cagliani, M. (2002j) Historia del Teléfono.

<http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/htelefono.htm>

Cagliani, M. (2002k) Historia del Telégrafo.

<http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/htelegrafo.htm>

Carpentier, R. (2002) Comercio Tradicional vs Comercio Electrónico.

<http://www.emprendedores.cl/esp24.htm>

Castells, M. (2002a) Ciudadanía e Internet.

www.mujeresdeempresa.com/actualidad/actualidad020101.htm

Castells, M. (2002b) Empleo, Trabajo y Sindicatos en la Nueva Economía Global.

www.aquibaix.com/factoria/articulos/castell1.htm

Castells, M. (2002c) e-negocios: La Nueva Economía.
www.analitica.com/cyberanalitica/enegocios/8506062.asp

Castells, M. (2002d) Globalización y Antiglobalización.
www.sociedadcivil.cl/nuevodiario/sitio/informaciones/documento.asp?Id=188

Castells, M. (2002e) La Ciudad Multicultural.
www.aquibaix.com/factoria/articulos/borjcas2.htm

Chircu, A., Davis, G. y Kauffman, R. (2000) Role of trust and expertise in the adoption of electronic commerce intermediaries. 1-7
http://www.misrc.umn.edu/wpaper/WorkingPapers/TrustExpertiseAdoptionECIntermediaries_MISRC_WP_2000.pdf

Chu, P. y Chiu, J. (2002) Factors influencing household waste recycling behavior: test of an integrated model. Journal of Applied Social Psychology 1-27.
<http://designer.mech.yzu.edu.tw/vchu/article/Research/Factors%20influencing%20Household%20Waste%20recycling%20Behavior%20--%20test%20of%20an%20integrated%20Model.htm>

Compeau, D. y Higgins, C. (2002) Computer Self-Efficacy: Development of a measure and initial test. <http://www.misq.org/archivist/vol/no19/issue2/vol19n2art4.html>

De la Peña, J. A. (2001) La Complejidad de la Complejidad. Cinta de Moebio No. 10. Marzo. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Chile.
<http://rehue.csociales.uchile.cl/publicaciones/moebio/10/frames06.htm>

Dillon, T., Garner, M., Kuilboer, J. y Quinn, J. (1998) Accounting Student Acceptance of Tax Preparation Software. http://www.swcollege.com/acct/jac13/jac13_article3.html

- Eikebrokk, T. R. y Sorebo, O. (1998) Technology acceptance in situations with alternative technologies. 89-97 www.bi.no/dep2/infomgt/nokobit/nokobit98/papers/s22a.pdf
- Fernández-Christlieb, P. (2001) La Estructura Mítica del Pensamiento Social. <http://www.blues.uab.es/athenea/Revista/Articulos/pablo.htm>
- Gutiérrez, C. (2001) Comercio Electrónico. <http://www.mincomex.gov.co/ecommerce/>
- Ibáñez, T. (2001) ¿Fondear en la objetividad o navegar hacia el placer? <http://www.blues.uab.es/athenea/Revista/Articulos/tomas.htm>
- Johnson, R. y Hignite, M. (2002) Applying the Technology Acceptance Model to the WWW. http://courses.smsu.edu/raj127f/RJohnson/tam_www.htm
- Lee, D., Ahn, J. y Park, J. (2001) on the explanation of factors affecting e-commerce adoption. 109-120 http://www.mislee.com/doc/ICIS_eCAM.pdf
- Lim, N. (2000) Customers' Beliefs behind Business-to-Consumer Electronic Commerce. 1-13. <http://www2.fit.qut.edu.au/ACIS2000/ACIS%20papers/progress%20lim.pdf>
- Malhotra, Y. y Galleta, D. (1998) Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influences: Theoretical Bases and Empirical Validation. <http://www.computer.org/proceedings/hicss/0001/00011/00011006abs.htm>
- Montero, M. (2001) Etica y Política en psicología. Las Dimensiones no Reconocidas. <http://www.blues.uab.es/athenea/Revista/Articulos/maritza.htm>
- Munné, F. (2001) El Declive del Posmodernismo y el devenir de la psicología. <http://rehue.csociales.uchile.cl/publicaciones/moebio/10/frames05.htm>

- Piguet, A. y Peraya, D. (2000) Creating Web-Integrated Learning Environments: An Analysis of WebCT Authoring tools in respect Usability.
<http://cleo.murdoch.edu.au/ajet/ajet16/piguet.html>
- Shillewaert, N., Ahearne, M., Frambach, R. y Moenaert, R. (2000) The Acceptance of information in the sales force. E-Business Research Center Working Paper 7, 1-49
<http://www.ebrc.psu.edu/publications/papers/pdf/2000-07.pdf>
- Tan, M. y Teo, T. (2000) Factors influencing the adoption of internet banking.
<http://www.uqtr.ca/~raymond/GAE6008/banquel.pdf>
- Valdiosera, C. (2002a) El Cibersexo y la Censura en la Red.
<http://www.cimac.org.mx/noticias/semanal01/s01010301.html>
- Valdiosera, C. (2002b) El Devenir Digital.
<http://canal.sayrols.com.mx/antecedentes/agosto/columna1.html>
- Valdiosera, C. (2002c) El futuro del m-Commerce.
http://www.t1msn.sayrolsnet.com/columna/saycol_010903.htm
- Valdiosera, C. (2002d) Hackers, Crackers y la contrarevolucion digital.
<http://skyscraper.fortunecity.com/enigma/539/hacker.html>
- Valverde, A. (2002) Seguridad en los Medios de Pago.
<http://www.iec.csic.es/cryptonomicon/articulos/expertos30.html>
- Vetschera, R., Kersten, G. y K szegi, S. (2001) Determinants of user attitudes towards web-based negotiation support system: an exploratory analysis. 1-30
www.bs.ac.ecu.edu.au/josit/v3i2p3.pdf

11. APÉNDICE

11.1 Cuestionario

Los siguientes reactivos son para conocer tus creencias entorno a tu capacidad, control, intención y utilidad para explorar 12 sitios de Internet con alguna de las computadoras en UAM-I.

Marca tus respuestas con una X en una opción.

Género:

Masculino ()

Femenino ()

División:

CBI ()

CBS ()

CSH ()

Nivel:

Licenciatura ()

Maestría ()

Doctorado ()

Marca tus respuestas con una X en una o más de las siguientes opciones.

La próxima semana exploraré:

www.aol.com ()

www.altavista.com ()

www.elfoco.com ()

www.elsitio.com ()

www.esmas.com ()

www.google.com ()

www.hotmail.com ()

www.latinmail.com ()

www.starmedia.com ()

www.terra.com ()

www.todito.com ()

www.yahoo.com ()

Explorando alguno de estos sitios:

Leeré y escribiré mensajes en mi correo electrónico. ()

Averiguaré los precios de algunas cosas. ()

Recopilaré información científica. ()

Consultaré alguna cartelera. ()

Veré imágenes eróticas. ()

Buscaré empleo. ()

Chatearé. ()

Marca tus respuestas con una X en una opción.

Al explorar alguno de estos sitios abriré...

...una ventana. ()

...dos o tres ventanas. ()

...más de tres ventanas. ()

Explorando alguno de estos sitios encontraré, seleccionaré y guardaré información en:

Menos de 25 minutos. ()

Más de 25 minutos. ()

Al explorar, alguno de estos sitios tardará en mostrarme información entonces...

...esperaré una ventana con preguntas e instrucciones. ()

...seleccionaré un sitio en la barra de dirección. ()

...llamaré al ingeniero de soporte técnico. ()

...pediré ayuda a quien este cerca. ()

...presionaré ● en mi teclado. ()

...esperaré más de 3 minutos. ()

...utilizaré otra computadora. ()

...esperaré como 3 minutos. ()

...presionaré Alt+ Ctrl+ Supr ()

...apagaré la computadora. ()

...utilizaré otro buscador. ()

...cerraré la ventana. ()

...haré clic en back. ()

...presionaré stop. ()

Marca tus respuestas con una X en una o más de las siguientes opciones.

Explorando alguno de estos sitios buscaré información en:

Word. ()

Ingles. ()

Acrobat. ()

Español. ()

Resúmenes. ()

Otro formato diferente a Word y Acrobat. ()

Otro idioma diferente al español e ingles. ()

Artículos completos de revistas electrónicas. ()

Otro sitio diferente al de revistas electrónicas. ()

Escribe tus respuestas con un solo número en cada paréntesis considerando:

5 = Siempre

4 = Casi siempre

3 = A veces

2 = Casi Nunca

1 = Nunca

Explorando alguno de estos sitios mi intención mínima será:

Revisar los precios de algunas cosas. ()

Chatear con cualquier persona. ()

Encontrar revistas electrónicas. ()

Al explorar alguno de estos sitios normalmente intentaré...

...buscar los precios más baratos de algunas cosas. ()

...chatear con alguna (s) persona (s) especial (es). ()

...leer abstracts de investigaciones científicas actualizadas. ()

Explorando alguno de estos sitios mi máxima intención será:

Establecer los precios más baratos de algunas cosas. ()

Chatear con la (s) misma (s) persona (s). ()

Revisar artículos publicados en revistas electrónicas. ()

Al explorar, alguno de estos sitios me servirá para...

...ver algunas cosas. ()

...chatear. ()

...consultar información científica. ()

Explorando alguno de estos sitios rápidamente:

Encontraré algunas cosas. ()

Encontraré chats. ()

Encontraré información científica. ()

Al explorar alguno de estos sitios mejoraré...

...mis criterios de compra. ()

...mis frases para chatear. ()

...mis estrategias de investigación. ()

Explorando alguno de estos sitios fácilmente:

Encontraré algunas cosas. ()

Entraré en algún chat. ()

Entraré en una página científica. ()

Al explorar alguno de estos sitios tendré más...

...información de algunas cosas. ()

...frases para chatear. ()

...habilidades de investigación. ()

Explorando alguno de estos sitios tendré poco control:

En la aparición de ventanas que anuncian ofertas. ()

En los mensajes que me escriben a través del chat. ()

En la búsqueda avanzada. ()

Al explorar alguno de estos sitios controlaré...

...el número de ventanas que anuncian ofertas. ()

...el número de mensajes que me escriben a través del chat. ()

...el número de resultados en la búsqueda avanzada. ()

Explorando alguno de estos sitios tendré mucho control:

En interrumpir la aparición de ventanas que anuncian ofertas. ()

En los mensajes que envío a través del chat. ()

En la solicitud de búsqueda avanzada. ()

Al explorar alguno de estos sitios estaré poco capacitado para...

...seleccionar una página donde no aparecen ventanas con ofertas. ()

...bloquear mensajes que me molestan a través del chat. ()

...seleccionar información científica, relevante, puntual, actualizada y gratuita. ()

Explorando alguno de estos sitios estaré capacitado para:

Interrumpir la aparición de ventanas con ofertas. ()

Chatear con muchas personas. ()

Encontrar revistas electrónicas. ()

Al explorar alguno de estos sitios estaré muy capacitado para...

...encontrar información general de algunas cosas. ()

...chatear con cualquier persona. ()

...solicitar una búsqueda general de información científica. ()

Gracias por tus respuestas

11.2 Tabla Descriptiva

Tabla 9; Estadísticas Descriptivas y Prueba "t"

C	Reactivo	n%	cn%	av%	cs%	s%	m%	xg	sg	xb	sb	xa	sa	Sig.
J1	Explorando alguno de estos sitios mi intención mínima será revisar los precios de algunas cosas	2.7	.5	14.9	23.4	49.5	9.0	4.28	.96	3.86	1.18	4.55	.68	.000 ***
J2	Explorando alguno de estos sitios mi intención mínima será chatear con cualquier persona.	48.4	20.2	14.4	3.2	2.7	11.2	1.78	1.04	1.37	.82	2.47	1.12	.012
J3	Explorando alguno de estos sitios mi intención mínima será encontrar revistas electrónicas.	16.5	21.3	33.0	14.4	4.3	10.5	2.65	1.10	1.84	.95	3.14	1.04	.805
K1	Al explorar alguno de estos sitios normalmente intentaré buscar los precios más baratos de algunas cosas.	48.9	19.7	11.7	5.3	1.6	12.8	1.75	1.02	1.19	.75	2.51	1.12	.000 ***
K2	Al explorar alguno de estos sitios normalmente intentaré chatear con alguna (s) persona (s) especial (es).	55.3	17.0	9.6	3.7	1.6	12.8	1.62	.97	1.22	.63	2.40	1.16	.000 ***
K3	Al explorar alguno de estos sitios normalmente intentaré leer abstracts de investigaciones científicas actualizadas.	21.8	17.0	27.1	17.6	5.9	10.1	2.65	1.23	1.87	1.15	3.21	1.17	.765
L1	Explorando alguno de estos sitios mi máxima	55.9	14.4	11.2	4.8	2.1	11.7	1.67	1.05	1.00	.00	2.63	1.25	.000

O1	Al explorar alguno de estos sitios mejoraré mis criterios de compra.	50.5	14.4	11.7	4.3	3.2	16.0	1.85	1.11	1.21	.78	2.46	1.27	.000
O2	Al explorar alguno de estos sitios mejoraré mis frases para chatear.	42.0	17.6	14.9	6.9	4.3	14.4	1.99	1.20	1.49	1.04	2.92	1.27	.097
O3	Al explorar alguno de estos sitios mejoraré mis estrategias de investigación.	6.9	3.7	17.0	33.0	28.7	10.6	3.82	1.16	3.02	1.22	4.40	.84	.046
P1	Explorando alguno de estos sitios fácilmente encontraré algunas cosas.	47.9	14.9	13.3	6.4	2.1	15.4	1.82	1.11	1.29	.84	2.67	1.28	.000
P2	Explorando alguno de estos sitios fácilmente entraré en algún chat.	58.5	18.1	4.8	2.1	2.1	14.4	1.50	.90	1.42	1.05	1.98	1.04	.708
P3	Explorando alguno de estos sitios fácilmente entraré en una página científica.	9.0	8.5	21.3	27.7	20.2	13.3	3.48	1.24	2.51	1.26	4.08	.99	.010
Q1	Al explorar alguno de estos sitios tendré más información de algunas cosas.	6.9	5.9	16.5	25.5	32.4	12.8	3.81	1.23	3.32	1.32	4.31	.88	.007
Q2	Al explorar alguno de estos sitios tendré más frases para chatear.	38.3	18.1	13.8	8.5	6.4	14.9	2.14	1.30	1.21	.48	2.98	1.25	.000
Q3	Al explorar alguno de estos sitios tendré más habilidades de investigación.	4.3	3.7	12.8	28.2	38.8	12.2	4.07	1.09	3.26	1.31	4.48	.80	.000
R1	Explorando alguno de estos sitios tendré poco control en la aparición de ventanas que anuncian	6.4	7.4	25.4	25.0	23.4	12.8	3.59	1.18	2.94	1.34	4.22	.86	.030

W2	Al explorar alguno de estos sitios estaré muy capacitado para chatear con cualquier persona.	47.9	18.1	9.6	5.9	3.7	14.9	1.82	1.15	1.28	.92	2.68	1.25	.001
W3	Al explorar alguno de estos sitios estaré muy capacitado para solicitar una búsqueda general de información científica.	21.8	23.4	21.3	10.6	12.2	10.6	2.64	1.34	1.91	1.05	3.05	1.36	.030

c = código, s = siempre, cs = casi siempre, av = a veces, cn = casi nunca, n =nunca, xg = media general, sg = desviación estándar general, xb = media de reactivos bajos, sb = desviación estándar de reactivos bajos, xa = media de reactivos altos, sa = desviación estándar de reactivos altos, t = prueba t student. El área sombreada se refiere a los porcentajes más altas de la escala. En la columna de significancia se encuentran con un asterisco los reactivos con significancia menor a 0.05, con dos asteriscos menores a 0.01 y con tres menores a 0.001