

Redes de colaboración y efectos institucionales en la orientación emprendedora

Neftali Parga Montoya¹

María de los Ángeles Silva Olvera²

Introducción

La capacidad de orientación emprendedora que tienen los agronegocios es un tema relevante debido a la explicación que ésta tiene sobre el éxito conseguido al adoptar una postura emprendedora (Juan, 2016). La literatura relacionada con el emprendimiento en agronegocios se ha incrementado en los últimos años debido a las implicaciones al dirigir las acciones del sector productivo hacia el mercado agroalimentario (Pindado

1 Profesor-Investigador, Departamento de Agronegocios. Centro de Ciencias Empresariales, Campus Sur, UAA. Av. Prolongación Mahatma Gandhi No. 6601, Col. El Gigante, Ejido Arellano. C.P. 20392. Aguascalientes, Ags. México. neftali.parga@edu.uaa.mx

2 Coordinadora de la Maestría en Gestión Administrativa. Instituto Tecnológico de Aguascalientes, Av. Adolfo López Mateos No. 1801, Fracc. Bona Gens, C.P. 20256. Aguascalientes, Ags. México. posgradoitama@gmail.com. Autor por correspondencia

y Sánchez, 2017; Rwehumbiza & Marinov, 2019; Suvanto, Niemi & Lähdesmäki, 2020). En efecto, la orientación emprendedora permite a las empresas innovar, ser más competitivas y arriesgar su capital cuando se detectan oportunidades de negocio (Al Mamun, Fazal, Mohiuddin & Su, 2019; De la Garza, Soria y Estrada, 2016). La orientación emprendedora contribuye a la identidad de los agronegocios para tomar decisiones empresariales con mayor facilidad (Suvanto *et al.*, 2020). Ciertamente, la orientación emprendedora tiene efectos en el desempeño de las empresas en contextos de mercados emergentes (Luu & Ngo, 2019) debido a la dificultad que estos ambientes dinámicos y competitivos representan a la oferta global (Cuevas-Vargas, Parga-Montoya y Fernández-Escobedo, 2019).

Varios estudios han señalado que para tener una orientación emprendedora un elemento importante son las cargas institucionales, puesto que éstas definen las reglas del juego con las que las empresas se rigen, se norman y se habilitan para comprender el entorno empresarial (Chowdhury, Audretsch & Belitski, 2019; C., Shu, De Clercq, Zhou & Liu, 2019). En este sentido, la literatura hace poco énfasis en estudios que implican el sector de los agronegocios con una perspectiva institucional. Autores que han señalado la importancia del marco institucional para definir la orientación emprendedora en este contexto han sido: Moreira, Kureski y Pereira Da Veiga (2016), Pindado y Sánchez (2017), Wolz, Golovina, Nilsson y Hess (2016), quienes ponen atención en el proceso general que llevan a los dueños de los agronegocios hacia las habilidades de emprendimiento. Asimismo, hay un especial interés en definir la influencia de las redes comerciales e institucionales que tienen los agronegocios como un factor relevante para incentivar la capacidad proactiva, agresiva e innovadora de las empresas (Asitik, Sharpley & Phelan, 2016; R., Shu, Ren & Zheng, 2018). El capital social que usan los agronegocios robustece el proceso emprendedor para alcanzar las oportunidades de mercado que surgen, debido a que reduce los costos de transacción y facilita la acepción de la competitividad en el mercado (Asitik *et al.*, 2016; Luu & Ngo, 2019).

El contexto mexicano del agronegocio promedio se caracteriza por tener una heterogeneidad evidente (Boll, 2019), ya que el sector presenta: 1) un número alto de operaciones sin registrar con una población en pobreza rural (Jacques, Fred & Sacha, 2018); 2) una constitución del núcleo económico de una base productiva dislocada con la infraestructura disponible (Chaddad & Iliopoulos, 2013); 3) un acceso a recursos desiguales en el sentido humano, financiero y

natural para llevar a cabo su actividad económica (Dougherty, 2015); y 4) una composición familiar que ayudaría a la integración empresarial, pero afectaría la visión estratégica del negocio (Boza, Mora, Osorio & Muñoz, 2018).

Partiendo de lo anterior, el principal objetivo de esta investigación es analizar el impacto que tienen las cargas institucionales y las redes tanto comerciales e institucionales sobre la orientación emprendedora de los agronegocios del estado de Aguascalientes. Con sentido de atender la premisa, se probaron las hipótesis de estudio con información recabada por medio de un cuestionario aplicado a 283 agronegocios en Aguascalientes.

Materiales y métodos

Se utilizó la técnica estadística regresión lineal múltiple para medir la influencia de las variables independientes sobre la dependiente. La población objetivo fueron los agronegocios del sector primario, secundario y terciario del estado de Aguascalientes. Para el sector primario, en primer lugar, se extrajo la localización de los productores de chile del Consejo de Productores de Chile del estado de Aguascalientes (CEPROCH), para recolectar información de enero a marzo del año 2019. Segundo, para la localización de los productores de vid se contactó al Consejo de Viticultores de Aguascalientes, con esto, se encuestó a los agricultores de abril a junio del año 2019. Por último, para los agronegocios del sector secundario y terciario se recurrió a buscar la ubicación de las empresas en el Directorio Agroalimentario de Aguascalientes 2018 que publica la Secretaría de Desarrollo Rural y Agroempresarial. El instrumento se probó a partir de un panel de expertos del sector rural pertenecientes al CEPROCH y al Consejo de Viticultores del estado de Aguascalientes, así como investigadores relacionados con el desarrollo rural agropecuario. El procedimiento de la entrevista fue de manera personal con los productores en la localización de los cultivos y mediante asambleas semanales durante el tiempo de la encuesta.

Variables

La escala que se utilizó para medir las redes de colaboración fue la desarrollada por Yiu, Lau & Bruton (2007), en la que consideran la cercanía que se tiene con otros actores económicos relacionados con su actividad económica por

medio de una escala Likert de cinco puntos en dos dimensiones: redes empresariales y redes institucionales. El constructo de orientación emprendedora es medido a través de una adaptación del instrumento de estrategia emprendedora de Covin y Slevin (1989). Mide con tres dimensiones la orientación emprendedora: innovación, proactividad y toma de riesgo. Cada dimensión está hecha de tres ítems con una escala Likert de cinco puntos. Para las cargas institucionales se consideró el instrumento desarrollado por Kostova y Roth (2002), adaptado en 14 indicadores con una escala Likert de cinco puntos. Se compone de tres dimensiones que miden la percepción del contexto institucional de acuerdo con lo planteado previamente por Scott (2013): regulatorio (cuatro ítems), normativo (cinco ítems) y cognitivo (cinco ítems).

Resultados

Se presentan los resultados descriptivos de las variables analizadas, así como el factor de inflación de varianza, el cual indica la ausencia de problemas de multicolinealidad para las variables de estudio (Tabla 1). En relación con los resultados descriptivos, se observa una carga normativa de 4.27 como promedio y .67 de desviación estándar, siendo ésta la menos variable de las cargas institucionales. De la misma manera, se muestra la relación más alta, que fue la orientación emprendedora con la carga normativa ($r=.41$; $r^2=.17$).

Tabla 1. Resumen estadístico y correlaciones bivariadas.

	Media	D.E.	VIF	1	2	3	4	5	6
1 Orientación emprendedora	3.76	.89	--	(.78)					
2 Redes empresariales	3.49	.97	1.28	.36***	(.82)				
3 Redes institucionales	2.61	1.03	1.27	.25***	.41***	(.86)			
4 Carga regulatoria	3.91	1.04	2.35	.32***	.04	-.17***	(.88)		
5 Carga normativa	4.27	.67	2.13	.41***	.20***	-.04	.62***	(.76)	
6 Carga cognitiva	4.07	1.09	2.78	.38***	.06	-.19***	.74***	.70***	(.95)

Observaciones = 283; Coeficientes de Cronbach son reportados entre paréntesis * $p<.1$; ** $p<.05$; *** $p<.01$.

Ahora, en la Tabla 2 se observan los resultados obtenidos del análisis de regresión lineal múltiple calculado con los 283 agronegocios. El efecto total de las dimensiones de las variables independientes: redes de colaboración y las cargas institucionales. De igual forma, se calculan los modelos con las variables de control: sexo, edad, educación y tipo de agronegocio.

Para el modelo A, las dimensiones redes empresariales e institucionales junto con las dimensiones cargas regulatoria, normativa y cognitiva, se tuvo un incremento en la variación de la orientación emprendedora de manera significativa ($r^2=.315$; $F=25.5000^{***}$), que se explica con mayor proporción por la carga normativa ($B = .201^{**}$, $E.E = .095$). Los resultados del modelo B contemplan las variables de control con nulos efectos en la orientación emprendedora. El modelo B fue estadísticamente significativo y con poder de predicción ($r^2=.318$; $F=14.155^{***}$), con efectos mayores por parte de la carga cognitiva ($B = .225^{***}$, $E.E = .084$). En el modelo C, se observa la influencia de las cargas institucionales de forma estadísticamente significativa ($r^2=.194$; $F=9.430^{***}$), teniendo la carga normativa mayor impacto sobre la orientación emprendedora ($B = .343^{***}$, $E.E = .104$). El resultado obtenido en el modelo D fue estadísticamente significativo ($r^2=.244$; $F=14.883^{***}$), donde se probó la influencia de las redes de colaboración sobre la orientación emprendedora. El efecto que tuvo mayor proporción fueron las redes con instituciones ($B = .230^{***}$, $E.E = .056$).

Tabla 2. Análisis de regresión lineal múltiple.

	A	B	C	D
Constante	.608 (.418)	.489 (.630)	1.332 (.639)	3.260 (.384)
<i>Variables de control</i>				
<i>Sexo</i>		-.106 (.145)	-.067 (.156)	-.252* (.149)
<i>Edad</i>		-.001 (.004)	-.003 (.004)	.002 (.004)
<i>Educación</i>		-.006 (.035)	.033 (.036)	-.026 (.036)
<i>Tipo de agronegocio</i>		.071 (.080)	.060 (.081)	-.221*** (.059)
Redes con empresas	.192*** (.051)	.205*** (.055)		.183*** (.056)
Redes con instituciones	.197*** (.048)	.187*** (.054)		.230*** (.056)
Carga regulatoria	.061 (.065)	.071 (.067)	.040 (.073)	
Carga normativa	.219** (.095)	.216** (.098)	.343*** (.104)	
Carga cognitiva	.195*** (.067)	.225*** (.084)	.192** (.090)	
R ²	.315	.318	.194	.244
R ² -Ajustada	.303	.296	.173	.228
F	25.500***	14.155***	9.430***	14.883***
Observaciones	283			

Variable dependiente: Orientación Emprendedora. Los coeficientes y errores estándar son reportados entre paréntesis.

*p<.1; **p<.05; ***p<.01;

Conclusiones

En este trabajo se analizó de manera comprensiva el rol de las cargas institucionales y las redes de colaboración en la orientación emprendedora de los agronegocios. Los resultados muestran efectos positivos y significativos de las cargas institucionales y las redes de trabajo sobre la orientación emprendedora de los agronegocios; aunque hubo una excepción en la influencia de la carga regulatoria con nula relación causal. Un resultado crucial que juega en la comprensión teórica de la orientación emprendedora fue la carga normativa, por su alta correspondencia con la aceptación del rol del empresario en el crecimiento económico de una sociedad.

La investigación contribuye a dimensionar el papel que tienen las redes de colaboración en la asimilación del marco institucional en la literatura previa. Mientras que las cargas normativas y cognitivas fueron significativas, las redes de colaboración promueven tanto las comerciales como las institucionales, el establecimiento de capacidades efectivas en los agronegocios de ser proactivos al establecer una actividad económica, con las cuales aprovechan las oportunidades de negocio con una postura agresiva y siendo tolerantes al riesgo de inversión.

Referencias

- Al Mamun, A., Fazal, S.A., Mohiuddin, M. & Su, Z. (2019). Strategic orientations, the mediating effect of absorptive capacity and innovation: a study among Malaysian manufacturing SMEs. *International Journal of Innovation Management*, 23(2), 1-25. DOI: 10.1142/S1363919619500166.
- Asitik, A.J., Sharpley, R. & Phelan, C. (2016). Establishing the link between entrepreneurship, built capital and poverty reduction in rural northern Ghana. *International Journal of Arts & Sciences*, 9(2), 493-507. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=afh&AN=124905274&site=ehost-live&authtype=sso&custid=ns192260>.
- Boll, H. (2019). *Atlas Agroindustria*. 64.
- Boza, S., Mora, M., Osorio, F. & Muñoz, J. (2018). Family farmers' reluctance toward incorporating into the formal economy. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 18(2), 75-92. DOI: 10.7201/earn.2018.02.04.

- Chaddad, F. & Iliopoulos, C. (2013). control rights, governance, and the costs of ownership in agricultural cooperatives. *Agribusiness*, 29(1), 3-22. DOI: 10.1002/agr.21328.
- Chowdhury, F., Audretsch, D.B. & Belitski, M. (2019). Institutions and entrepreneurship quality. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(1), 51-81. DOI: 10.1177/1042258718780431.
- Covin, J.G. & Slevin, D.P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87. DOI: 10.1002/smj.4250100107.
- Cuevas-Vargas, H., Parga-Montoya, N. & Fernández-Escobedo, R. (2019). Effects of entrepreneurial orientation on business performance: the mediating role of customer satisfaction —a formative– reflective model analysis. *SAGE Open*, 9(2). DOI: 10.1177/2158244019859088.
- De la Garza Carranza, M.T., Soria, E.G. & Estrada, C.R. (2016). Entrepreneurial orientation of mexican small business managers. *International Business Research*, 9(11), 157. DOI: 10.5539/ibr.v9n11p157.
- Dougherty, S. (2015). *Boosting Growth and Reducing Informality in Mexico*. Jacques, C., Fred, G. & Sacha, W.V. (2018). Measuring innovation in the informal economy—formulating an agenda for Africa. *Journal of Intellectual Capital*, 19(3), 536-549. DOI:10.1108/JIC-11-2016-0126.
- Juan, P.Y. (2016). Entrepreneurial orientation and service innovation on consumer response: a b&b case. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 532-545. DOI: 10.1111/jsbm.12156.
- Kostova, T. & Roth, K. (2002). Adoption of an organizational practice by subsidiaries of multinational corporations: institutional and relational effects. *Academy of Management Journal*, 45(1), 215-233. DOI: 10.2307/3069293.
- Luu, N. & Ngo, L.V. (2019). Entrepreneurial orientation and social ties in transitional economies. *Long Range Planning*, 52(1), 103-116. DOI: 10.1016/j.lrp.2018.04.001.
- Moreira, V.R., Kureski, R. & Pereira Da Veiga, C. (2016). Assessment of the economic structure of brazilian agribusiness. *Scientific World Journal*. DOI: 10.1155/2016/7517806.
- Pindado, E. & Sánchez, M. (2017). Researching the entrepreneurial behaviour of new and existing ventures in European agriculture. *Small Business Economics*, 49(2), 421-444. DOI: 10.1007/s11187-017-9837-y.

- Rwehumbiza, D. & Marinov, M.A. (2019). Development of entrepreneurial orientation of export manufacturers from emerging economies. *International Entrepreneurship and Management Journal*. DOI: 10.1007/s11365-019-00580-x.
- Scott, W.R. (2013). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities*. Sage publications.
- Shu, C., De Clercq, D., Zhou, Y. & Liu, C. (2019). Government institutional support, entrepreneurial orientation, strategic renewal, and firm performance in transitional China. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(3), 433-456. DOI: 10.1108/IJEBR-07-2018-0465.
- Shu, R., Ren, S. & Zheng, Y. (2018). Building networks into discovery: the link between entrepreneur network capability and entrepreneurial opportunity discovery. *Journal of Business Research*, 85(71372064), 197-208. DOI: 10.1016/j.jbusres.2017.12.048.
- Suvanto, H., Niemi, J.K. & Lähdesmäki, M. (2020). Entrepreneurial identity and farmers' protein crop cultivation choices. *Journal of Rural Studies*, 75, 174-184. DOI: 10.1016/j.jrurstud.2020.01.022.
- Wolz, A., Golovina, S., Nilsson, J. & Hess, S. (2016). Reviewing changing institutional conditions for private farming in Russia. *Outlook on Agriculture*, 45(2), 111-116. DOI: 10.1177/0030727016651214.
- Yiu, D.W., Lau, C.M. & Bruton, G.D. (2007). International venturing by emerging economy firms: The effects of firm capabilities, home country networks, and corporate entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 519-540. DOI: 10.1057/palgrave.jibs.8400278.

