



Investigación y Ciencia

ISSN: 1665-4412

ISSN: 2521-9758

revistaiyc@correo.uaa.mx

Universidad Autónoma de Aguascalientes

México

Parga-Montoya, Neftalí; Vega-Martínez, Javier Eduardo; Miramontes-Acevedo, Guillermo
Intención emprendedora en los productores de chile del estado de
Aguascalientes: Perspectiva desde las relaciones de colaboración
Investigación y Ciencia, vol. 28, núm. 79, 2020, pp. 62-74
Universidad Autónoma de Aguascalientes
México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67462875007>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

UAEVA redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Intención emprendedora en los productores de Chile del estado de Aguascalientes: Perspectiva desde las relaciones de colaboración

Entrepreneurial intention in chili producers in Aguascalientes state: A perspective from collaborative networks



Neftalí Parga-Montoya*✉, Javier Eduardo Vega-Martínez*, Guillermo Miramontes-Acevedo*

Parga-Montoya, N., Vega-Martínez, J. E., & Miramontes-Acevedo, G. (2020). Intención emprendedora en los productores de Chile del estado de Aguascalientes: Perspectiva desde las relaciones de colaboración. *Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*, 28(79), 62-74.

RESUMEN

Las redes de colaboración son un tópico relevante para el desarrollo económico, social e individual de los emprendedores. Se tiene como base la teoría de los recursos y capacidades para analizar las redes que tienen los productores de Chile con otros actores del sector. El estudio tiene como objetivo principal medir los efectos de las redes de colaboración, tanto empresariales como institucionales sobre las intenciones emprendedoras. Se realizó un estudio empírico con 94 agricultores ubicados en el estado de Aguascalientes, México. Las hipótesis planteadas se contrastaron a partir de regresiones multivariantes. Los resultados obtenidos más relevantes se centran en las redes institucionales como detonantes de la intención emprendedora, teniendo efectos diferentes entre sí al conjuntar la escolaridad y la

experiencia en el modelo. De la misma manera, las contribuciones teóricas recaen en el desarrollo de una perspectiva de la intención emprendedora sustentada en la formación académica con implicaciones importantes en los productores.

ABSTRACT

Collaborative networks is a relevant topic for the economic, social and individual development of entrepreneurs. It is based on the neo-institutional theory with which the producers of Chile in Mexico are analyzed. The main objective of the study is to measure the effects of both business and institutional collaborative networks on entrepreneurial intentions. An empirical study was conducted with 94 farmers located in the state of Aguascalientes. The hypotheses raised were contrasted from multivariate regressions. The most relevant results obtained focus on institutional networks as triggers of entrepreneurial intent, having different effects from each other by combining schooling and experience in the model. In the same way, theoretical contributions lie in the development of an entrepreneurial intention perspective based on academic training with important implications for producers.

Palabras clave: agricultura; desarrollo rural.
Keywords: agriculture; rural development.

Recibido: 8 de marzo de 2019 Aceptado: 29 de octubre de 2019

* Departamento de Agronegocios, Centro de Ciencias Empresariales, Campus Sur, Universidad Autónoma de Aguascalientes. Av. Prolongación Mahatma Gandhi 6601, Col. El Gigante, Ejido Arellano, C. P. 20340, Aguascalientes, Aguascalientes, México. Correo electrónico: neftali.parga@edu.uaa.mx; javier.vega@edu.uaa.mx; gmirac82@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4832-4103>; <https://orcid.org/0000-0001-9599-9387>; <https://orcid.org/0000-0002-7366-0312>

✉ Autor para correspondencia

INTRODUCCIÓN

Los emprendedores son considerados un elemento clave en la promoción de innovación (Lasso, Mainardes, & Motoki, 2019; Zhai et al., 2018), creación de empleo (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017;

Singh & DeNoble, 2003) y crecimiento económico (Manimala & Wasdani, 2015; Neneh & Vanzyl, 2014). En ciertas ocasiones origina beneficios sociales debido a que logran cubrir necesidades particulares de desigualdad social en las economías.

De acuerdo con el último reporte del Global Entrepreneurship Monitor (Naranjo, Campos, & López, 2016), los mexicanos opinan que la mayoría no percibe buenas oportunidades de negocio (51.7% hombres y 58.7% mujeres), consideran que no se tienen las habilidades, experiencias y conocimientos para iniciarlo (50.1% hombres y 58.8% mujeres); también señalan que los mexicanos que han percibido oportunidades no emprenden por miedo al fracaso (68% hombres y 65.8% mujeres). Este análisis es crucial para el entendimiento del comportamiento emprendedor absolutamente crítico para la creación de empresas a partir de la identificación de oportunidades y no por necesidad (Shu, Ren, & Zheng, 2018).

El contexto del emprendedor juega un papel importante para el desarrollo personal y profesional de los individuos, puesto que la conexión con otros actores opera tanto de manera informal como formal (Urban & Kujinga, 2017). En este sentido, desde un marco teórico que contribuya al análisis de las relaciones que establece el emprendedor, se considera la teoría de los Recursos y Capacidades, para evaluar la capacidad que tienen las empresas para relacionarse con los demás entes económicos y obtener ventajas competitivas de las mismas (Khadhraoui, Lakhali, Plaisent, & Prosper, 2016; Lau & Bruton, 2011; Naminse & Zhuang, 2018; Srećković, 2018). En el sector agrícola la configuración de las redes es importante, puesto que de manera habitual están en contacto con diferentes actores, tanto públicos como privados, con el fin de crear una comunidad de soporte a los bienes generados a partir de la agricultura o ganadería (Migliore, Schifani, Romeo, Hashem, & Cembalo, 2015).

La plausibilidad de las redes de colaboración en el capital social es debida al conocimiento valioso que es transferido, además de la posibilidad de adoptar tecnología por medio de la conjunción de diversos recursos dentro de la cadena de valor (Kühne, Gellynck, & Weaver, 2015). Desde este punto, la heterogeneidad constituye un elemento primordial para los términos sociológicos, económicos y geográficos en el comportamiento emprendedor de

los productores (Hayter, 2016). Bajo este argumento, las redes de colaboración delinean los esfuerzos de los agricultores hacia un marco de motivación y aspiración empresarial (Heberer & Schubert, 2018), puesto que son la vena principal de oportunidades de negocio para los emprendedores, proveyendo de conocimiento sobre posibles riesgos de capital, así como apoyándolos a tomar decisiones acertadamente (Opper, Nee, & Holm, 2017).

Para la construcción de la variable IE, el estudio contribuye a la concepción del término desde la perspectiva del capital social al considerar la interacción de los vínculos que se tienen con otros actores (Lang & Fink, 2019; Migliore et al., 2015; Ruiz-Ortega, Parra-Requena, García-Villaverde, & Rodrigo-Alarcon, 2017), reconocido por varios autores en la literatura como aspecto clave para tomar decisiones (Hunecke, Engler, Jara-Rojas, & Poortvliet, 2017); adoptar el riesgo (Wossen, Berger, & Di Falco, 2015); desarrollar innovación agrícola (Michiels & Nolan, 2016); promover el bienestar social (Raymond-Flesch, Auerswald, McGlone, Comfort, & Minnis, 2017); resuelve problemas de recursos escasos como el uso del agua en el riego (Yoder & Roy Chowdhury, 2018) y contribuye al desarrollo sostenible (He, Zhang, Feng, Hu, & Zhang, 2016).

Redes de colaboración

La literatura científica de las redes de colaboración está construida a partir de diferentes teorías. Pfeffer (1987) consideró que las organizaciones en el contexto social desarrollan un comportamiento que ejerce poder interorganizacional después convertido en intraorganizacional, como una dependencia a ese recurso para sobrevivir y desempeñarse mejor, esto eleva las probabilidades de cohesión sin las expectativas de las demás empresas (Davis & Cobb, 2010). La teoría expuesta por Gulati (1998) concibe el impacto de eventos críticos en la toma de decisiones, proponiendo que las empresas exitosas evolucionan en breves periodos de tiempo acompañadas de arreglos voluntarios con empresas con las que comercializan, cooperan o codesarrollan productos, servicios o tecnología. Por otro lado, la teoría de recursos y capacidades examina las relaciones como habilidades que solventan las carencias de las empresas y dan soporte a las consecuencias de las decisiones tomadas (Street & Cameron, 2007). Burt (1993, 1997) liga a las relaciones de la empresa como una de las capacidades que detonan la competitividad; esta capacidad es primordial, porque a pesar de contar con capital financiero o humano,

sin el social se reducen las oportunidades para invertir, comprar o vender donde la competencia es regularmente imperfecta y se tiene que recurrir a una estructura social, en la cual se debe confiar, depender y soportar a los demás jugadores.

Redes de colaboración e Intención emprendedora

El papel de las redes de colaboración en el comportamiento emprendedor están directamente asociadas a la consecución de recursos tangibles e intangibles, con el fin de asumir riesgos de forma individual y compartida (Hoang & Antoncic, 2003; Shane & Cable, 2002; Wills-Johnson, 2008). Por tanto, el aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocios son gracias a las conexiones que se establecen antes y durante la puesta en marcha de las operaciones productivas y/o empresariales (Danis, De Clercq, & Petricevic, 2011; Ferreira, Garrido, & Fernández, 2011), aunque de cierta forma deben ser proporcionales a la fuerza de dependencia entre cada actor, ya que el anclaje excesivo de un eslabón con otro provocaría una relación limitada y perniciosa para aquel actor que no busca el desarrollo individual (Burt & Burzynska, 2017).

En el área de los agronegocios, las colaboraciones con otros actores son proclives a establecer esta dependencia, por ende, es menester analizar la influencia del establecimiento de redes de colaboración en las intenciones emprendedoras de los productores, puesto que el soporte colaborativo inhibe, en ocasiones, el éxito empresarial. En estudios como el de Mehta, Marezki y Semali (2011) las iniciativas emprendedoras en el este de África son descritas como una dinámica interdependencia de aventuras empresariales que son condicionadas por el rol y las capacidades de ciertos actores de la cadena que provocan una composición de integración, aunque al mismo tiempo dispersadas entre sí; debido a que aquellos actores clave son los únicos que desarrollan sus propios recursos y capacidades, mientras que los demás son restringidos a sus propios factores productivos sin tener la intención de quererlos mejorar.

En el caso del México rural las redes de colaboración son escasas, se reducen a grupos cerrados que aprovechan los recursos, información y mecanismos de interpretación (Pérez-Hernández, Núñez-Espinoza, & Figueroa-Sandoval, 2017). De acuerdo con Macías Macías (2016), las redes de los agricultores

mexicanos no han generado ventajas competitivas en la dinámica económica, principalmente por la visión a corto plazo que se ha seguido a lo largo de los años.

La relación entre los agricultores en el contexto mexicano es superficial -a un nivel de identificación y aportación- con alta desconfianza que limita las actividades de emprendimiento (Flores-Trejo, Almaguer-Vargas, Aguilar-Ávila, Rendón-Medel, & Márquez-Berber, 2016). Sin embargo, en casos específicos las relaciones han permitido el desarrollo de grupos marginados, como las mujeres de extracción rural (Pérez-Hernández et al., 2017; Robinson Trápaga, Díaz-Carrión, & Cruz Hernández, 2019) y comunidades indígenas (Chong-González, 2016; D'Aubeterre Buznego & Rivermar Pérez, 2019; Jiménez Martínez, 2016), por tanto, para fomentar el emprendimiento las relaciones son importantes (Chong-González, 2016; Macías Macías, 2016).

Este estudio reflexiona sobre la intención del emprendimiento en el sector agroalimentario en México, como el énfasis que tiene un individuo de formalizar su unidad agrícola reconociéndola como una empresa constituida. Diversos autores han estudiado la intención emprendedora de diferentes maneras (e.g., orientación de carrera) (Aloulou, 2016; Dehghanpour Farashah, 2015; Gorgievski, Stephan, Laguna, & Moriano, 2017), aspiraciones vocacionales (Purwana & Suhud, 2017), emprendedores próximos a crear la empresa (Davidsson & Honig, 2003; Hopp & Sonderegger, 2015; Lasso et al., 2019) y el autoempleo (Ostapenko, 2017; Sánchez, 2011; Vancea & Utzet, 2017).

Ligthelm (2008) ha señalado que medir la intención emprendedora en negocios informales permite definir las motivaciones que tiene un emprendedor para crear una empresa con potencial de crecimiento bajo planeación y administración del negocio (Brinckmann, Grichnik, & Kapsa, 2010). Aspectos como tener planes para iniciar el negocio formal, el aprendizaje necesario para darla de alta y reunir los recursos que se requieren para abrir la empresa. La comunidad científica delimita la intención de crear una empresa desde un gran rango de individuos, existen estudios que se relacionan con la IE con estudiantes de grados universitarios como una orientación de carrera (Dehghanpour Farashah, 2015; Fragoso, Rocha-Junior, & Xavier, 2019; Gorgievski et al., 2017) o vocaciones aspiracionales

(Bacq, Ofstein, Kickul, & Gundry, 2016; Fragoso et al., 2019; Rosique-Blasco, Madrid-Guijarro, & García-Pérez-de-Lema, 2018).

La necesidad de incrementar la complejidad de los procesos de la agricultura es un tema muy estudiado (Berthet, Barnaud, Girard, Labatut, & Martin, 2016; Dolinska & d'Aquino, 2016; Meijer, Catacutan, Ajayi, Sileshi, & Nieuwenhuis, 2015). Sin embargo, el locus de este esfuerzo debe ser comprendido desde el horizonte principal que tienen los productores actualmente, el cual es supeditado a los aprendizajes aplicados en la intención emprendedora, ya que la formación de aspiraciones emprendedoras en los productores es un indicador cognitivo de las habilidades y conocimientos de una persona que son necesarias para lograr el éxito a lo largo de nuevos procesos, tanto productivos como de gestión (Yusoff, Ahmad, & Halim, 2016).

Siguiendo este orden, Naminse y Zhuang (2018) concluyeron que las redes de colaboración de los agricultores chinos son de las capacidades más significativas para el crecimiento de las actitudes hacia el emprendimiento que reducen la pobreza rural. De igual forma, de acuerdo con Migliore et al. (2015), la inferencia social y comercial de los agricultores italianos afecta sus objetivos y aspiraciones emprendedoras, ya que esto le permite interpretar las fallas del mercado y la conciencia del ambiente institucional. En este sentido, Mehta et al. (2011) recalcó que los contactos guían a los agricultores de Kenia hacia el éxito empresarial, robusteciendo los componentes de información valiosa y recursos esenciales.

Por un lado, estudios como los anteriormente citados demuestran que los emprendedores requieren un proceso cognitivo que les ayude a tomar decisiones de manera concienzuda, puesto que los comportamientos habituales de los emprendedores relacionados al campo regularmente no poseen un entendimiento adecuado de la influencia que tienen las actividades empresariales en los negocios de cultivos (Yaseen, Somogyi, & Bryceson, 2017); mientras que por el otro, las redes de colaboración en el sector agrícola coadyuvan a la minimización de costos que surgen al establecer intercambios comerciales, ya que existen estructuras ambientales y comportamentales que generan incertidumbre; las prácticas de colaboración disminuyen sus efectos y favorecen la interpretación correcta de los merca-

dos y jerarquías (Standifird & Marshall, 2000).

Yiu, Lau y Bruton (2007) consideran dos clases de redes con las que trabajan las empresas:

1. Empresariales, se refieren a los enlaces que se configuran para establecer una interrelación donde habitualmente existen transacciones de información, recursos, capacidades: proveedores, clientes y competidores que existen de manera formal o informal (Boso, Story, & Cadogan, 2013; Lau y Bruton, 2011; Yiu et al., 2007).
2. Institucionales, son vínculos que también proveen ventajas críticas que representan con varios organismos públicos: oficinas de gobierno, bancos y universidades, así como asociaciones empresariales o civiles. Estas redes son recursos de las empresas, de las cuales dependen para operar en el mercado (Boso et al., 2013; Gupta et al., 2012; Haggard, Lee, & Noland, 2011; Lau & Bruton, 2011).

Bajo este planteamiento, es menester investigar cuál es el efecto de la relación de las redes empresariales y redes institucionales en la intención emprendedora de los productores. Se postulan las siguientes hipótesis para dar respuesta:

H1: Existe influencia de las redes empresariales en la intención emprendedora de los productores de Chile del estado de Aguascalientes.

H2: Existe influencia de las redes institucionales en la intención emprendedora de los productores de Chile del estado de 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 productores de Chile del estado de Aguascalientes, debido a que no hay información gubernamental de la ubicación de los agricultores de la entidad se contactó al Comité Estatal del Producto Chile de Aguascalientes (CEPROCH) para localizar a los campesinos que cultivaron diferentes tipos de Chile en la región durante 2018. Con base en la lista proporcionada por la organización se realizó el periodo de recolección de información desde

octubre hasta diciembre de 2018, para levantar información censal estatal de los productores de Chile.

Se consiguió información para identificar la productividad en cuanto a hectáreas cultivadas en los municipios del estado; se obtuvo que Cosío y Rincón de Romos tienen la mayor cantidad, Tepezalá y Asientos la menor, mientras que los municipios de San José de Gracia, Calvillo y El Llano no tuvieron actividad productiva en 2018 (figura 1).

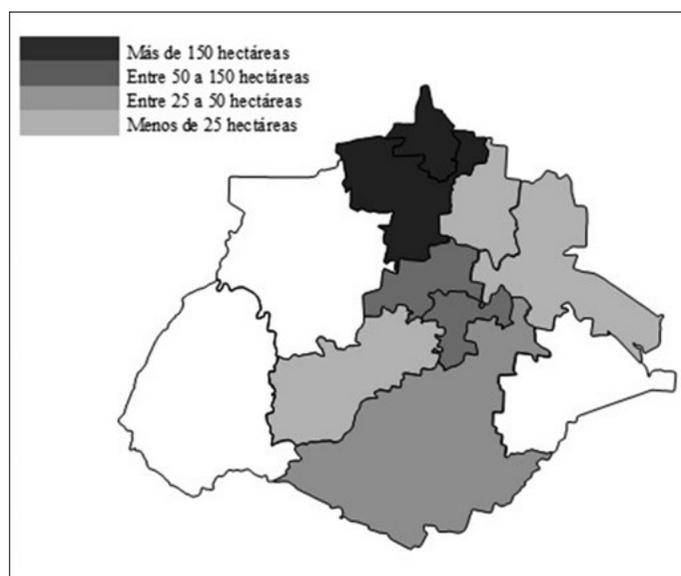


Figura 1. Territorio cultivado en Aguascalientes. Elaboración propia.

Como datos destacados de la distribución de las 819 ha cultivadas -8.7 hectáreas por agricultor-: 1) 30% corresponde a Chile jalapeño fresco; 2) el territorio de cultivo de chiles con secado apenas representa 21% -i.e. el cultivo de producto procesado-, aunque falta considerar que la mayoría de los productores no realizan el proceso de secado, llevando su producto fresco al eslabón que se encargará de hacer la transformación -jalapeño, ancho y pasilla-, con lo que pierden la oportunidad de darle valor agregado (figura 2); y 3) para los productores el Chile es cultivo secundario, ya que dan prioridad a maíz, lechuga y brócoli, mismos que representan 78% de la tierra cultivada, además de que cada vez se presentan oportunidades de conversión de cultivos a frutillas, espárragos, entre otros. Con respecto al perfil del productor se tiene que: 1) todos son hombres; 2) 58% tienen una edad de entre 45 a 64 años

y solo 2% tiene menos de 24 años; 3) 21% no tiene escolaridad; por otro lado, 50% de los agricultores tienen educación básica, mientras que apenas 3% tiene posgrado como formación académica.



Figura 2. Chile para secado. Fotografía del equipo de investigación.

Variables

Con referencia a la intención emprendedora se construyó una variable a partir del promedio de los datos obtenidos de cada uno de los indicadores de la escala de Thompson (2009), la cual consta de 10 indicadores en una escala Likert de 5 puntos que miden la convicción de los individuos para iniciar una nueva empresa de manera concienzuda si se consideran la planeación financiera y de gestión que realiza, la búsqueda de oportunidades y recopilación de información para la toma de decisiones.

Se ajustaron los indicadores para la interpretación adecuada de la terminología utilizada por los agricultores.

La escala que se utilizó para medir las redes de colaboración fue la de Yiu et al. (2007), en la que considera la cercanía con otros actores económicos relacionados con su actividad económica por medio de una escala Likert dividida en dos dimensiones: redes empresariales y redes institucionales. En este caso, se midió el agricultor con empresas e instituciones, tanto públicas como privadas. Se generaron las variables redes empresariales y redes institucionales calculando el promedio de los diferentes actores; para las redes empresariales se tomó en consideración a los proveedores, clientes y competidores; mientras que para las redes institucionales se consideraron al gobierno, universidades, bancos, gremios, comisiones legislativas y dueños de empresas de otros giros.

Las variables de control agregadas al planteamiento del estudio son la experiencia y la escolaridad (logaritmo natural), con el objetivo de indicar si tienen efectos compartidos con las redes de colaboración. Por un lado, la experiencia proporcionará al modelo la posibilidad de medir los efectos de aquellos que han trabajado en el sector y, como estos, tienen mayor intención emprendedora. Por otro lado, la escolaridad es un elemento esencial en la toma de decisiones que tienen los productores, por lo que su medición permite al estudio otorgar mayor importancia a la repercusión que tiene la educación en las aspiraciones a emprender.

RESULTADOS

Se presentan los resultados descriptivos de las variables analizadas, así como el factor de inflación de varianza, que indica la ausencia de problemas de multicolinealidad (tabla 1). En relación con los resultados descriptivos, se pudo observar que la experiencia promedio fue de 28 años con una desviación estándar de 16.34; mientras que la escolaridad promedio fue de escuela secundaria (1= Sin escolaridad; 2= Primaria; 3= Secundaria; 4= Media superior; 5= Educación superior; 6= Posgrado). Con respecto a las unidades económicas rurales (UER) se estratificaron de la siguiente forma (SAGARPA & FAO, 2014): 16% son E1 (UER Familiares de subsistencia sin vinculación al mercado); 6% son E3 (UER en transición); 15% son E4 (Empresarial con rentabilidad frágil); 53% son E5 (Empresarial pujante) y 9% son E6 (Empresarial dinámico).

En el caso de las variables independientes, las redes empresariales fueron relaciones cercanas con proveedores, clientes y competidores; por su parte, las redes institucionales tuvieron una media de relaciones lejanas. Por su parte, la intención emprendedora tuvo un promedio de 4.47 (Importante). De la misma manera se presentan las correlaciones, de donde se desprende que las correlaciones positivas significativas estadísticamente tienen un rango de .24 a .43.

Se observó que las correlaciones con la intención emprendedora fueron significativas con las redes empresariales ($r = .26$; $r^2 = .07$) e institucionales ($r = .37$;

Tabla 1

Descriptivos y correlaciones bivariadas

	Media	D. E.	VIF	1	2	3	4	5
1 Experiencia	28.35	16.34	1.363	1				
2 Escolaridad	2.92	1.39	1.870	-.47***	1			
3 Redes Empresariales	4.06	.6	1.089	-.14	.14	(.77)		
4 Redes Institucionales	2.36	1.04	1.353	-.03	.43***	.24**	(.87)	
5 Intención Emprendedora	4.47	.65		-.35***	.40***	.26**	.37***	(.90)

Nota: Observaciones= 94; Coeficientes de Cronbach son reportados entre paréntesis. * $p < .1$; ** $p < .05$; *** $p < .01$.

Elaboración propia.

$r^2 = .14$). Estas correlaciones reflejan las relaciones de las variables sin ser afectadas por la experiencia y escolaridad de los productores. Previos estudios han señalado el efecto de la interrelación empresarial en las aspiraciones emprendedoras (Harun, 2017; Yaseen, Saleem, Zahra, & Israr, 2018), por lo que son consistentes con los resultados presentados.

En la tabla 2 se presentan los resultados obtenidos del análisis de regresión lineal múltiple calculado con los 94 productores de Chile. El efecto total de las dos dimensiones de redes de colaboración controladas por las variables de experiencia y escolaridad fueron significativas (D). Combinando la influencia de las dos dimensiones de las redes de colaboración (A) se tiene un incremento en la variación de la intención emprendedora significativo

estadísticamente ($r^2 = .169$; $F = 9.549^{***}$), que en mayor proporción es explicado por las redes institucionales.

Con referencia a los modelos con las variables de control de manera alterna, las redes institucionales (columna B) fueron significativas positivamente ($B = .208^{***}$; $E.E. = .057$), no obstante, la experiencia tuvo efectos significativos negativos ($B = -.013^{***}$; $E.E. = .004$), mientras que las redes empresariales se mantuvieron constantes; el modelo fue igualmente significativo estadísticamente ($r^2 = .274$; $F = 11.565^{***}$). El papel de la escolaridad (C) fue positiva y estadísticamente significativa ($B = .138^{***}$; $E.E. = .048$), así como las dos dimensiones de las redes de colaboración: las redes empresariales ($B = .178^*$; $E.E. = .102$) y las redes institucionales ($B = .130^*$; $E.E. = .048$), el modelo en su totalidad fue estadísticamente significativo ($r^2 = .234$; $F = 9.364^{***}$).

Tabla 2
 Regresión lineal múltiple

	A	B	C	D
Constante	3.208 (.418)	3.620 (.326)	3.040 (.412)	3.563 (.459)
<i>Variables de Control</i>				
Experiencia		-.013*** (.004)		-.010** (.004)
Escolaridad			.138*** (.048)	.073 (.053)
Redes con empresas	.192* (.098)	.142 (.099)	.178* (.102)	.143 (.100)
Redes con instituciones	.205*** (.061)	.208*** (.057)	.130* (.048)	.166** (.066)
R ²	.169	.274	.234	.284
R ² -Ajustada	.151	.250	.209	.252
F	9.549***	11.565***	9.364***	8.906***
Observaciones	94			

Nota: Variable dependiente: Intención emprendedora. Los coeficientes y errores estándar son reportados entre paréntesis. * $p < .1$; ** $p < .05$; *** $p < .01$.

Elaboración propia.

DISCUSIÓN

La perspectiva de este estudio desde las redes de colaboración facilita la comprensión del impacto que tiene el contexto y las interacciones que tienen los productores con él. Las variaciones encontradas entre los diversos modelos aportan soporte empírico para discutir sobre la importancia de un tipo de red de colaboración y otra, puesto que la fuerza de la relación es más significativa dependiendo las características del productor, tanto su experiencia como escolaridad. El objetivo del estudio se logró a partir de contrastar las hipótesis con la técnica estadística, lo cual se explica a continuación.

Redes institucionales como causa de intención emprendedora

Observando los efectos compartidos de las redes de colaboración sin la influencia de las variables de control, se constató que de manera general las redes institucionales fungen como un elemento importante para la visión emprendedora del productor, ya que este tipo de interrelaciones le proveen no solo de insumos complementarios para el ejercicio de su actividad económica, sino la posibilidad de desarrollar habilidades como la planeación de futuro, búsqueda de oportunidades, gestión de negocios y planeación financiera para la ejecución de nuevos emprendimientos.

Tanto el estudio empírico como la literatura previamente presentada asumen que las redes institucionales encauzan las decisiones tomadas de los agricultores hacia objetivos específicos de emprendimiento, los cuales se ven robustecidos significativamente cuando se conjunta la experiencia en el sector (B), aunque se interpreta que existe una cierta dependencia del agricultor con las redes institucionales -principalmente, las instancias gubernamentales- para aprovechar oportunidades de negocio. Al agregar la escolaridad y la experiencia (D), de igual forma, las redes institucionales tuvieron significancia, por lo que hay insinuación de darles contactos importantes para aproximarse al contexto económico del campo.

Sin embargo, un hallazgo valioso que dejan entrever los resultados es una gran dependencia hacia las redes institucionales, puesto que en todos los modelos postulados la influencia de las mismas está presente, lo que condiciona el éxito individual de los productores en el ámbito empresarial, ya que

las capacidades que no se desarrollan son aquellas que dan soporte a las competencias de la integración de la cadena, lo que disminuye una respuesta fehaciente de los factores de entrada de la industria (Boso et al., 2013; Guillén, 2002; Human & Provan, 1996; Lau & Bruton, 2011; Yiu et al., 2007).

Así como en el estudio de Naminse y Zhuang (2018), los resultados demuestran que los agricultores que se asocian con empresas les permite identificar e interpretar las fallas del mercado a través de información valiosa y recursos esenciales para tomar decisiones de nuevos emprendimientos, aunque mejor provechados en aquellos con mayor escolaridad, en el estudio de Yúnez Naude y González Andrade (2008) se comprobó que este tipo de cultivos básicos padecen de una interdependencia en los enlaces de producción.

Experiencia e influencia de las redes empresariales

Los resultados que se obtuvieron de plantear a la experiencia como variable de control en la influencia de las redes de colaboración (B) sirvieron para dejar antecedente empírico de los efectos negativos que tiene el conocimiento acumulado por haber desempeñado la actividad. Aunque la experiencia facilita la asociación (Šumane et al., 2018), los resultados se contraponen a lo mencionado en los estudios realizados por Hockerts (2017), Si et al. (2015), Vancea y Utzet (2017), en donde se señaló la influencia de la experiencia de manera positiva, sirviendo como un elemento que proporciona tolerancia al riesgo, autoeficacia y deseabilidad por emprender.

Escolaridad e influencia de las redes empresariales

Cuando la escolaridad se considera en el análisis de manera individual (C), ambas redes de colaboración -empresariales e institucionales- son relevantes para sus aspiraciones emprendedoras puesto que estos traen consigo recursos y capacidades para operar en el mercado de manera holística. Esto se observa de igual forma en el estudio de Naminse y Zhuang (2018), quienes demuestran que a los agricultores que se asocian con empresas les permite identificar e interpretar las fallas del mercado, les da información valiosa y recursos esenciales para perseguir objetivos e intentar emprender. Para Mehta et al. (2011) y para este estudio el involucramiento cercano con clientes, proveedores y competidores representó el soporte necesario para dirigir esfuerzos del productor hacia actividades de nueva creación de empresas.

Efectos en el caso de México

De acuerdo con la literatura consultada y los resultados obtenidos, en el contexto mexicano se pudo constatar que las redes institucionales son lejanas, como lo concluyó Macías Macías (2016) en su estudio; sin embargo, este tipo de relación tuvo mayores efectos sobre el emprendimiento de los agricultores, como lo señaló anteriormente Chong-González (2016). Una contribución importante fue soportar los resultados manifestados por Pérez-Hernández et al. (2017), en el que se identificaron los grupos cerrados que aprovechan los vínculos institucionales para obtener recursos, información y mecanismos de interpretación del contexto.

CONCLUSIONES

Dados los resultados obtenidos se concluye que no se rechaza la hipótesis de estudio planteada, la cual aseveraba la existencia de los efectos de las redes de colaboración en la intención emprendedora de los productores de Chile del estado de Aguascalientes. Los hallazgos encontrados en los modelos de regresión en los que se consideran las variables escolaridad y experiencia muestran el claro posicionamiento del sector primario en el estado: 1) el desarrollo de una perspectiva empresarial en aquellos productores que tienen mayor escolaridad; 2) la dependencia de los agricultores hacia las redes institucionales -conformadas generalmente de las instancias gubernamentales-, especialmente por aquellos que tienen mayor experiencia en el sector agrícola, los cuales reconocen el papel de estos colaboradores como promotores de su actividad económica y las tendencias a las que deben regirse; y 3) cómo la experiencia afecta negativamente las intenciones emprendedoras de los productores.

Lo anterior posiciona a los actores económicos que se desenvuelven dentro del sector primario

en una situación complicada para la toma de decisiones empresariales. Por ende, el estudio de las intenciones emprendedoras es necesario para comprender las necesidades que tienen tanto los productores como los involucrados en la cadena de valor para fortalecer las competencias emprendedoras y de colaboración sin una dependencia evidente en las instituciones, puesto que la propuesta de estas hoy día ha sido la de forzar la dirección de los agricultores sin fomentar las capacidades de relación interempresarial. Muchos de los encuestados están por terminar su vida productiva en el campo; sin embargo, aún sigue presente el desconocimiento del potencial económico y comercial de su actividad.

El presente estudio es una premisa de la situación actual del campo aguascalentense, por esto se recomienda analizar la asociatividad de los productores y su efecto en las capacidades para emprender. De igual forma, se considera indagar cómo el contexto institucional está afectando las oportunidades de negocio de los agricultores. Además, es conveniente conocer si la pobreza rural ha sido combatida adecuadamente por medio de las directrices públicas desarrolladas por los gobiernos nacional y estatal enfocadas al emprendimiento en el campo de Aguascalientes.

Agradecimientos

Los autores desean agradecer al Programa para el Desarrollo Profesional Docente, su subvención fue menester para cumplir los objetivos de la investigación. De igual forma, se reconoce la participación del Comité Estatal del Producto Chile del estado de Aguascalientes, ya que su colaboración oportuna permitió el levantamiento de información, así como la pertinencia de sus dirigentes para apoyar la intervención de la Universidad Autónoma de Aguascalientes en el sector agricultor.

REFERENCIAS

- Aloulou, W. J. (2016). Predicting entrepreneurial intentions of freshmen students from EAO modeling and personal background: A Saudi perspective. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(2), 180-203. doi: 10.1108/JEEE-09-2015-0050
- Bacq, S., Ofstein, L. F., Kickul, J. R., & Gundry, L. K. (2016). Perceived entrepreneurial munificence and entrepreneurial intentions: A social cognitive perspective. *International Small Business Journal*, 35(5), 639-659. doi:10.1177/0266242616658943
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial motivation and self-employment: evidence from expectancy theory. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1097-1115. doi: 10.1007/s11365-017-0441-z
- Berthet, E. T. A., Barnaud, C., Girard, N., Labatut, J., & Martin, G. (2016). How to foster agroecological innovations? A comparison of participatory design methods. *Journal of Environmental Planning and Management*, 59(2), 280-301. doi: 10.1080/09640568.2015.1009627
- Boso, N., Story, V. M., & Cadogan, J. W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 708-727. doi: 10.1016/j.jbusvent.2013.04.001
- Brinckmann, J., Grichnik, D., & Kapsa, D. (2010). Should entrepreneurs plan or just storm the castle? A meta-analysis on contextual factors impacting the business planning-performance relationship in small firms. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 24-40. doi: 10.1016/j.jbusvent.2008.10.007
- Burt, R. S. (1993). The social structure of competition. En R. Swedberg (Ed.), *Explorations in Economic Sociology* (pp. 65-103). NY, US: Russell Sage Foundation.
- _____ (1997). The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), 339-365.
- Burt, R. S., & Burzynska, K. (2017). Chinese entrepreneurs, social networks, and guanxi. *Management and Organization Review*, 13(2), 221-260. doi: 10.1017/mor.2017.6
- Chong-González, E. G. (2016). El emprendedurismo femenino rural. *Entramado*, 12(1), 30-36.
- D'Aubeterre Buznego, E., & Rivermar Pérez, L. (2019). Movilidades y cadenas de valor en una localidad nahua de la Sierra Norte de Puebla, México. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 55-73. doi: 10.17141/iconos.63.2019.3378
- Danis, W. M., De Clercq, D., & Petricevic, O. (2011). Are social networks more important for new business activity in emerging than developed economies? An empirical extension. *International Business Review*, 20(4), 394-408.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331. doi: 10.1016/S0883-9026(02)00097-6
- Davis, G. F., & Cobb, J. A. (2010). Chapter 2 Resource dependence theory: Past and future. En C. B. Schoonhoven & F. Dobbin (Eds.), *Research in the Sociology of Organizations: Vol. 28. Stanford's Organization Theory Renaissance 1970-2000* (pp. 21-42). Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited.
- Dehghanpour Farashah, A. (2015). The effects of demographic, cognitive and institutional factors on development of entrepreneurial intention: Toward a socio-cognitive model of entrepreneurial career. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(4), 452-476. doi: 10.1007/s10843-015-0144-x
- Dolinska, A., & d'Aquino, P. (2016). Farmers as agents in innovation systems. Empowering farmers for innovation through communities of practice. *Agricultural Systems*, 142, 122-130. doi: 10.1016/j.agsy.2015.11.009
- Ferreira, J., Garrido, S., & Fernández, R. (2011). Contribution of resource-based view and entrepreneurial orientation on small firm growth. *Cuadernos de Gestión*, 11(1), 95-116.
- Flores-Trejo, A., Almaguer-Vargas, G., Aguilar-Ávila, J., Rendón-Medel, R., & Márquez-Berber, S. R. (2016). Redes sociales y confianza entre productores de rambután en el Soconusco, Chiapas. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 7(esp. 15), 3009-3021.
- Fragoso, R., Rocha-Junior, W., & Xavier, A. (2019). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1-25. doi: 10.1080/08276331.2018.1551459
- Gorgievski, M. J., Stephan, U., Laguna, M., & Moriano, J. A. (2017). Predicting Entrepreneurial Career Intentions: Values and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Career Assessment*, 26(3), 457-475. doi: 10.1177/1069072717714541

- Guillén, M. F. (2002). Structural inertia, imitation, and foreign expansion: South Korean firms and business groups in China, 1987-95. *The Academy of Management Journal*, 45(3), 509-525.
- Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, 19, 293-317.
- Gupta, V. K., Guo, C., Canever, M., Yim, H., Sraw, G., & Liu, M. (2012). Institutional environment for entrepreneurship in rapidly emerging major economies: The case of Brazil, China, India, and Korea. *International Entrepreneurship and Management Journal*. doi: 10.1007/s11365-012-0221-8
- Haggard, S., Lee, J., & Noland, M. (2011). Integration in the absence of institutions: China-North Korea cross-border exchange. En *Working Paper Series*. Washington, DC: US: Peterson Institute for International Economics. Recuperado de <http://www.piie.com/publications/wp/wp11-13.pdf>
- Harun, R. (2017). Entrepreneurial intention among rural community. A case study of Kurdistan regional government. *ProEnvironment*, 10(32), 225-229.
- Hayter, C. S. (2016). Constraining entrepreneurial development: A knowledge-based view of social networks among academic entrepreneurs. *Research Policy*, 45(2), 475-490. doi: 10.1016/j.respol.2015.11.003
- He, K., Zhang, J., Feng, J., Hu, T., & Zhang, L. (2016). The impact of social capital on farmers' willingness to reuse agricultural waste for sustainable development. *Sustainable Development*, 24(2), 101-108. doi: 10.1002/sd.1611
- Heberer, T., & Schubert, G. (2018). Weapons of the rich: Strategic behavior and collective action of private entrepreneurs in China. *Modern China*, 45(5), 471-503. doi: 10.1177/0097700418808755
- Hoang, H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 165-187.
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130. doi: 10.1111/etap.12171
- Hopp, C., & Sonderegger, R. (2015). Understanding the dynamics of nascent entrepreneurship—prestart-up experience, intentions, and entrepreneurial success. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1076-1096. doi: 10.1111/jsbm.12107
- Human, S., & Provan, K. (1996). External resource exchange and perceptions of competitiveness within organizational networks: An organizational learning perspective. In *Frontiers of Entrepreneurship Research*. US: BABSON College.
- Hunecke, C., Engler, A., Jara-Rojas, R., & Poortvliet, P. M. (2017). Understanding the role of social capital in adoption decisions: An application to irrigation technology. *Agricultural Systems*, 153, 221-231. doi: 10.1016/j.agsy.2017.02.002
- Jiménez Martínez, B. E. (2016). Alternativas de organización para emprendedores indígenas: Procesos de apropiación social del conocimiento a través de su cosmovisión. *Entretextos*, 8(23). Recuperado de <http://entretextos.leon.uia.mx/num/23/PDF/ENT23-4.pdf>
- Khadhraoui, M., Lakhel, L., Plaisent, M., & Prosper, B. (2016). The impact of entrepreneurial orientation on performance and customer satisfaction: The moderator effect of network capabilities. *Journal of Economic Development, Management, Information Technology, Finance & Marketing*, 8(2), 66-76.
- Kühne, B., Gellynck, X., & Weaver, R. D. (2015). Enhancing innovation capacity through vertical, horizontal, and third-party networks for traditional foods. *Agribusiness. An International Journal*, 31(3), 294-313. doi: 10.1002/agr.21408
- Lang, R., & Fink, M. (2019). Rural social entrepreneurship: The role of social capital within and across institutional levels. *Journal of Rural Studies*, 70, 155-168. doi: 10.1016/j.jrurstud.2018.03.012
- Lasso, S., Mainardes, E., & Motoki, F. (2019). Why do entrepreneurs open tech startups? A comparative study between Brazilian and foreign enterprises. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(1), 233-255. doi: 10.1007/s11365-017-0445-8
- Lau, C. M., & Bruton, G. D. (2011). Strategic orientations and strategies of high technology ventures in two transition economies. *Journal of World Business*, 46(3), 371-380.
- Ligthelm, A. A. (2008). A targeted approach to informal business development: The entrepreneurial route. *Development Southern Africa*, 25(4), 367-382. doi: 10.1080/03768350802316138
- Macías Macías, A. (2016). Los clusters en la hortofruticultura: Oportunidad para fomentar el desarrollo rural en México. *Carta Económica Regional*, 15(84), 44-52.
- Manimala, M. J., & Wasdani, K. P. (Eds.). (2015). *Entrepreneurial ecosystem. Perspectives from emerging economies*. New Delhi, India: Springer.

- Mehta, K., Marezki, A., & Semali, L. (2011). Trust, cellphones, social networks and agricultural entrepreneurship in East Africa: A dynamic interdependence. *African Journal of Food, Agriculture, Nutrition and Development Online*, 11(6). Recuperado de <https://www.ajfand.net/Volumel1/No6/Mehta11270.pdf>
- Meijer, S. S., Catacutan, D., Ajayi, O. C., Sileshi, G. W., & Nieuwenhuis, M. (2015). The role of knowledge, attitudes and perceptions in the uptake of agricultural and agroforestry innovations among smallholder farmers in sub-Saharan Africa. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 13(1), 40-54. doi: 10.1080/14735903.2014.912493
- Micheels, E. T., & Nolan, J. F. (2016). Examining the effects of absorptive capacity and social capital on the adoption of agricultural innovations: A Canadian Prairie case study. *Agricultural Systems*, 145, 127-138. doi: 10.1016/j.agsy.2016.03.010
- Migliore, G., Schifani, G., Romeo, P., Hashem, S., & Cembalo, L. (2015). Are farmers in alternative food networks social entrepreneurs? Evidence from a behavioral approach. *Journal of Agricultural & Environmental Ethics*, 28(5), 885-902. doi: 10.1007/s10806-015-9562-y
- Naminse, E. Y., & Zhuang, J. (2018). Does farmer entrepreneurship alleviate rural poverty in China? Evidence from Guangxi Province. *PLOS ONE*, 13(3), e0194912. doi: 10.1371/journal.pone.0194912
- Naranjo, E. E., Campos, M. E., & López, L. N. (2016). Global Entrepreneurship Monitor: *Reporte Nacional 2015 México* [Documento en pdf descargable]. Monterrey, México: Tecnológico de Monterrey. Recuperado de <https://www.gem-consortium.org/report/gem-mexico-2015-national-report>
- Neneh, B. N., & Vanzyl, J. (2014). Growth intention and its impact on business growth amongst Smes in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(20), 172-183. doi: 10.5901/mjss.2014.v5n20p172
- Opper, S., Nee, V., & Holm, H. J. (2017). Risk aversion and guanxi activities: A behavioral analysis of CEOs in China. *Academy of Management Journal*, 60(4). doi: 10.5465/amj.2015.0355
- Ostapenko, N. (2017). Do informal institutions affect entrepreneurial intentions? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(3), 446-467. doi: 10.1108/JSBED-12-2016-0192
- Pérez-Hernández, L. M., Núñez-Espinoza, J. F., & Figueroa-Sandoval, B. (2017). Redes sociales y mujeres organizadas para la producción de ovinos en Salinas, San Luis Potosí. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 14(3), 325-345.
- Pfeffer, J. (1987). A resource dependence perspective on *intercorporate relations*. En M. Mizuchi, & M. Schwartz (Eds.), *Intercorporate relations: The structural analysis of business* (pp. 25-55). NY, US: Cambridge University Press.
- Purwana, D., & Suhud, U. (2017). Entrepreneurship education and taking/receiving & giving (TRG) motivations on entrepreneurial intention: Do vocational school students need an entrepreneurial motivator. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 15(22), 349-363.
- Raymond-Flesch, M., Auerswald, C., McGlone, L., Comfort, M., & Minnis, A. (2017). Building social capital to promote adolescent wellbeing: a qualitative study with teens in a Latino agricultural community. *BMC Public Health*, 17(1), 177. doi: 10.1186/s12889-017-4110-5
- Robinson Trápaga, D. G., Díaz-Carrión, I. A., & Cruz Hernández, S. (2019). Empoderamiento de la mujer rural e indígena en México a través de grupos productivos y microempresas sociales. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 91-108. doi: 10.17163/ret.n17.2019.06
- Rosique-Blasco, M., Madrid-Guijarro, A., & García-Pérez-de-Lema, D. (2018). The effects of personal abilities and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 1025-1052. doi: 10.1007/s11365-017-0469-0
- Ruiz-Ortega, M. J., Parra-Requena, G., García-Villaverde, P. M., & Rodrigo-Alarcon, J. (2017). How does the closure of interorganizational relationships affect entrepreneurial orientation? *Business Research Quarterly*, 20(3), 178-191. doi: 10.1016/j.brq.2017.04.003
- Sánchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239-254. doi: 10.1007/s11365-010-0156-x
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación & Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2014). *Diagnóstico del sector rural y pesquero de México 2012*. México: SAGARPA-FAO. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-bc980s.pdf>
- Shane, S., & Cable, D. (2002). Network ties, reputation and the financing of New Ventures. *Management Science*, 48(3), 364-381.
- 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, 197-208. doi: 10.1016/j.jbusres.2017.12.048

- Si, S., Yu, X., Wu, A., Chen, S., Chen, S., & Su, Y. (2015). Entrepreneurship and poverty reduction: A case study of Yiwu, China. *Asia Pacific Journal of Management*, 32(1), 119-143. doi: 10.1007/s10490-014-9395-7
- Singh, G., & DeNoble, A. (2003). Views on self-employment and personality: An exploratory study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(3), 265-281.
- Srećković, M. (2018). The performance effect of network and managerial capabilities of entrepreneurial firms. *Small Business Economics*, 50(4), 807-824. doi: 10.1007/s11187-017-9896-0
- Standifird, S. S., & Marshall, R. S. (2000). The transaction cost advantage of guanxi-based business practices. *Journal of World Business*, 35(1), 21-42. doi: 10.1016/S1090-9516(99)00032-2
- Street, C., & Cameron, A. F. (2007). External relationships and the small business: A review of small business alliance and network research. *Journal of Small Business Management*, 45(2), 239-266.
- Šūmane, S., Kunda, I., Knickel, K., Strauss, A., Tisenkops, T., de los Rios, I., . . . Ashkenazy, A. (2018). Local and farmers' knowledge matters! How integrating informal and formal knowledge enhances sustainable and resilient agriculture. *Journal of Rural Studies*, 59, 232-241. doi: 10.1016/j.jrurstud.2017.01.020
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x
- Urban, B., & Kujinga, L. (2017). The institutional environment and social entrepreneurship intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(4), 638-655. doi: 10.1108/IJEBr-07-2016-0218
- Vancea, M., & Utzet, M. (2017). Does unemployment and precarious employment lead to increasing entrepreneurial intentions among young people? Results from a survey-based study in Spain. *Central European Business Review*, 2, 5-17.
- Wills-Johnson, N. (2008). The networked firm: a framework for RBV. *Journal of Management Development*, 27(2), 214-224. doi: 10.1108/02621710810849344
- Wossen, T., Berger, T., & Di Falco, S. (2015). Social capital, risk preference and adoption of improved farm land management practices in Ethiopia. *Agricultural Economics*, 46(1), 81-97. doi: 10.1111/agec.12142
- Yaseen, A., Saleem, M. A., Zahra, S., & Israr, M. (2018). Precursory effects on entrepreneurial behaviour in the agri-food industry. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 10(1), 2-22. doi: 10.1108/JEEE-08-2016-0029
- Yaseen, A., Somogyi, S., & Bryceson, K. (2017). Entrepreneurial behaviour formation among farmers: Evidence from the Pakistani dairy industry. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 8(1), 124-143. doi: 10.1108/JADEE-01-2017-0002
- 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, 519-540.
- Yoder, L., & Roy Chowdhury, R. (2018). Tracing social capital: How stakeholder group interactions shape agricultural water quality restoration in the Florida Everglades. *Land Use Policy*, 77, 354-361. doi: 10.1016/j.landusepol.2018.05.038
- Yúnez Naude, A., & González Andrade, S. (2008). Efectos multiplicadores de las actividades productivas en el ingreso y pobreza rural en México. *El Trimestre Económico*, 75(298), 349-377.
- Yusoff, A., Ahmad, N. H., & Halim, H. A. (2016). Entrepreneurial orientation and agropreneurial intention among Malaysian agricultural students: The impact of agropreneurship education. *Advances in Business-Related Scientific Research Journal*, 7(1), 77-92.
- Zhai, Y. M., Sun, W. Q., Tsai, S. B., Wang, Z., Zhao, Y., & Chen, Q. (2018). An empirical study on entrepreneurial orientation, absorptive capacity, and SMEs' innovation performance: A sustainable perspective. *Sustainability*, 10(2). doi: 10.3390/su10020314