



Ra Ximhai

ISSN: 1665-0441

raximhai@uaim.edu.mx

Universidad Autónoma Indígena de México
México

Figuroa-Rodríguez, Benjamín; Figuroa-Rodríguez, Katia Angélica; Ríos Carmenado, Ignacio de los;
Figuroa-Sandoval, Benjamín; Hernández-Rosas, Francisco

LA EMPRESARIALIDAD EN PRESTADORES DE SERVICIOS PROFESIONALES
AGROPECUARIOS DEL ESTADO DE CAMPECHE, MEXICO

Ra Ximhai, vol. 6, núm. 3, septiembre-diciembre, 2010, pp. 355-364

Universidad Autónoma Indígena de México
El Fuerte, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46116015004>

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

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

LA EMPRESARIALIDAD EN PRESTADORES DE SERVICIOS PROFESIONALES AGROPECUARIOS DEL ESTADO DE CAMPECHE, MEXICO

ENTREPRENEURSHIP IN PROVIDERS OF FARMING PROFESSIONAL SERVICES OF THE STATE OF CAMPECHE, MEXICO

Benjamín Figueroa-Rodríguez¹; Katia Angélica Figueroa-Rodríguez²; Ignacio de los Ríos-Carmenado³; Benjamín Figueroa-Sandoval⁴ y Francisco Hernández-Rosas⁵.

¹Estudiante del Programa Doctoral Planificación y Gestión de Proyectos de Desarrollo Rural Sostenible. Universidad Politécnica de Madrid. ²Profesor Investigador Asociado del Colegio de Postgraduados Campus Córdoba, Área de Negocios Agroalimentarios. ³Profesor Titular del Programa Doctoral Planificación y Gestión de Proyectos de Desarrollo Rural Sostenible. Universidad Politécnica de Madrid. ⁴Profesor Investigador Titular del Colegio de Postgraduados Campus San Luis Potosí. ⁵Profesor Investigador Asociado del Colegio de Postgraduados Campus Córdoba.

RESUMEN

La empresarialidad definida como la capacidad o competencia para generar y crear nuevas iniciativas empresariales tiene su relevancia en el desarrollo territorial y económico. Por lo que los gobiernos estatales buscan apoyar a los productores agropecuarios en el desarrollo de sus competencias empresariales basados en una red de prestadores de servicios profesionales (PSP). El objetivo del artículo fue analizar la construcción del concepto de empresarialidad derivado de auto-percepciones (actitudes positivas) y características de los PSP del medio agropecuario (edad y años como prestadores). Se aplicó un cuestionario con 60 afirmaciones evaluadas en una escala de Likert de 0 a 6, a 105 PSP del estado de Campeche, México; de los que sólo se retuvieron 71 observaciones completas y validas y con las cuales se generó un índice de empresarialidad. El índice se obtuvo como la suma de los valores individuales de cada reactivo, donde 0 era el mínimo y 360 el máximo posible ($M= 279.23$, $DS= 35.30$, $Min= 62$, $Max= 339$). A fin de reducir el número de variables, frases que reflejaban actitudes positivas y que explicaban el índice de empresarialidad, se realizó un análisis factorial obteniéndose 14 constructos, se conservaron dos frases independientes, así como la edad y el número de años como PSP, para ser utilizados en un análisis de regresión jerárquica. Los resultados muestran que las variables de persistencia, innovación, autoestima, independencia, compromiso, y preferir estar sólo, así como otras características están positiva y significativamente asociadas con mayores niveles de empresarialidad ($p<0.001$), mientras que las variables que no explicaron la misma fueron el riesgo y tomar la iniciativa. La edad y los años de experiencia no estuvieron significativamente asociados con mayores niveles de empresarialidad. Por lo que se concluye que las actitudes positivas son importantes para explicar la autopercepción de empresarialidad, mientras que esta última no depende de la edad de los sujetos. La consecuencia del estudio para los gobiernos estatales radica en fomentar proyectos productivos que impliquen el desarrollo de competencias relacionadas con ser emprendedor, ya que se logran actitudes positivas en los actores locales que repercutirán en una mayor competitividad.

Palabras clave: Autoestima, autopercepción, competencias, competitividad, extensionismo.

SUMMARY

Entrepreneurship, defined as the ability or competence to generate and create new business initiatives has its relevance on the economic and territorial development. Nowadays, state governments seek to support farmers in the development of their entrepreneurship skills based on a network of providers of farming professionals services (PSP). The objective of the article was to analyze the construction of the entrepreneurship concept based on self-perception affirmations (positive attitudes) and the characteristics of the PSP (age and years on service). A questionnaire with 60 affirmations, using a 6-point Likert-type scale (0 to 6), was applied to 105 PSP of the state of Campeche, México; from which only 71 observations were complete and useful for creating an individual entrepreneurship index. The index was the product of the addition of the total of scores of each item, where 0 was the minimum and 360 the maximum possible ($M= 279.23$, $DE= 35.30$, $Min= 62$, $Max= 339$). With the aim to reduce the 60 variables, a factor analysis was carried out and 14 constructs were developed; only two phrases were left independent as well as the age and years of service as a PSP. This all were used to run a hierarchical regression analysis. Results show that the variables of persistence, innovation, self-esteem, independence, commitment and "I'd rather be alone", as well as other characteristics, were positively and significantly related to higher levels of entrepreneurship ($p<0.001$), whilst the variables that did not explain it were undergoing risk and taking the initiative. Age and years of experience were not significant associated with the level of entrepreneurship. It was concluded that positive attitudes are important in explaining entrepreneur self-perception, on the contrary age or experience as a PSP seems to be irrelevant. The implication of the study for the states governments is to stimulate the development of projects that imply the use of business related competences, as these generate positive attitudes on the local actors that should foster the increase on the local competitiveness.

Keywords: Competence, competitiveness, rural professional services, self-esteem, self-perception.

INTRODUCCIÓN

Debido a la globalización económica y a las grandes transformaciones de las políticas públicas en el medio rural a partir de los 80's, se dio origen a la privatización de la asistencia técnica en el medio rural, dando lugar a los Prestadores de Servicios Profesionales (PSP).

Dichos profesionales trabajan en asesoramiento, asistencia técnica, organización social del medio rural, y formulación de proyectos productivos y estratégicos. Es de vital importancia que el prestador tenga una formación adecuada y desarrolle no sólo las competencias necesarias para dicha profesión sino las competencias empresariales que le ayuden a enfrentar las dificultades laborales, económicas y culturales que se le presenten en su quehacer profesional, buscando que desarrolle sus habilidades, conocimientos y sus capacidades emprendedoras, garantizando así la correcta ejecución de programas y proyectos estratégicos en el medio rural.

Por otra parte, la Ley de Desarrollo Rural Sustentable de los Estados Unidos Mexicanos (2010), incluye la planeación y organización de la producción agropecuaria, su industrialización y comercialización, establece así las obligaciones gubernamentales hacia los sujetos de los ejidos, comunidades y las organizaciones o asociaciones. Dentro de dichas obligaciones se menciona que la capacitación y asistencia técnica rural será llevada a cabo por el Sistema Nacional de Capacitación y Asistencia Técnica Rural Integral, conformado entre otros por prestadores de servicios de capacitación. En este sentido, los actores del medio rural se apoyan en una red de PSP que cumplen con la obligatoriedad de la ley y que sirven de enlace entre los productores y las instituciones gubernamentales cumpliendo papeles como los mencionados anteriormente de asesoría tanto técnica como económica o simplemente para ayudarles a solicitar los apoyos.

Por ejemplo, Fernández *et al.* (2009) establecen que los programas de extensionismo que se han desarrollado para apoyar a productores en diferentes sistemas productivos

del estado de Coahuila comprenden, entre otros, la venta a tiendas de autoservicio, la búsqueda de mejores precios y la concertación de acuerdos comerciales, actividades que requieren de profesionales con formación o competencias de tipo empresarial o de negocios, además de mayores competencias de acuerdo a las exigencias del mercado, lo que se refleja en nuevos perfiles profesionales.

Estas habilidades se agruparon bajo el concepto de empresariedad, entendida como la capacidad o competencia para generar y crear nuevas iniciativas empresariales (Lozano, 2009). En contraparte, existen autores como Castellanos *et al.* (2003), que definen a la empresariedad como la aplicación de conocimiento y técnicas administrativas y que conceptualizan el emprendimiento basados en las competencias de liderazgo, trabajo en equipo e innovación y otras actitudes asumidas; en este caso utilizaremos la concepción de Castellanos *et al.* de emprendimiento como un componente de nuestra definición de empresariedad. Mientras que Belso (2004), define la empresariedad como el número de empresas dividida por la población activa medida en miles de personas, esta definición pertenece más al enfoque macroeconómico y no nos permite explicar las razones por las cuales los actores se autoperciben con características empresariales.

Se utiliza el enfoque de competencia en el sentido de Russo (2009: 89), al establecer que: “cuando la realidad exige seleccionar entre el universo de conocimientos, capacidades y habilidades relacionadas con la misma, aquellas que se requieren para su comprensión y transformación son una competencia”. De tal manera que un PSP será capaz de apoyar a un productor a incursionar en los mercados cuando tenga primeramente esa habilidad, es decir, cuando sea capaz de dar respuesta a los problemas que implican los agronegocios. No obstante lo relevante del tema existen pocas investigaciones que permitan conocer las características de los actuales PSP.

La empresariedad tiene relevancia al contribuir al desarrollo económico, al generar

empleos y producir ideas nuevas e innovadoras que dinamicen la producción local, más aún si se considera que es un fenómeno local que permite el desarrollo territorial (Lozano, 2009). De hecho, las áreas geográficas con mayor natalidad de empresas y dinamismo empresarial están relacionadas con una mayor disposición de recursos económicos (Valdivieso, 2009).

Según López (2010), uno de los componentes de la competitividad empresarial es el estilo de dirección, que implica la manera en que las personas manejan las responsabilidades ante el trabajo. Esto se define como una orientación emprendedora y que implica características personales como la proactividad, necesidad de logro, visión empresarial, innovación, locus de control y tolerancia a la ambigüedad. La proactividad puede definirse como tomar el control, tener iniciativa, ser decisivo, firme y consistente. Sus características implican el buscar oportunidades, crear oportunidades, tener iniciativa, ser promotor de las circunstancias, anticipar problemas y tener una actitud de control. Así mismo, existe una relación positiva entre esta y la visión empresarial.

Por otra parte, la autopercepción es importante ya que el menospreciar las habilidades propias reduce la probabilidad de lograr objetivos, mientras que aquellos que se sobrestiman tampoco logran las metas debido a que las establecen muy por encima de sus capacidades (Ackerman y Wolman, 2007), en general, se ha encontrado que la autopercepción se relaciona con reacciones y motivaciones (Armstrong y Fukami, 2010), más que con las competencias *per se*, sin embargo, la visión propia repercute en el desempeño profesional, por lo que finalmente afecta la calidad de la competencia en sí.

El artículo tiene como objetivo analizar la construcción del concepto de empresarialidad basado en auto-percepciones y características de los prestadores de servicios profesionales del medio agropecuario. Para el logro de tal fin, se propone evaluar las hipótesis que se presentan a continuación.

El tener la característica de ser emprendedor implica una serie de actitudes positivas frente a los retos, por lo que se espera que exista una relación positiva entre la empresarialidad y dichas actitudes:

Hipótesis 1: La persistencia, innovación, riesgo, autoestima, independencia, compromiso, tomar la iniciativa y preferir estar sólo, así como otras características de actitud están positiva y significativamente asociadas a mayores niveles de empresarialidad.

La edad es otro factor que nos interesa analizar, así como el tiempo que se tiene como PSP, pues se presupone que con la experiencia se logran incrementar las competencias de empresarialidad, por lo que:

Hipótesis 2: La edad y los años de experiencia están positiva y significativamente asociados con mayores niveles de empresarialidad.

MATERIALES Y MÉTODOS

Datos

Se aplicaron un total de 105 cuestionarios a prestadores de servicios profesionales rurales del estado de Campeche durante mayo del 2010 y que participaban en un diplomado sobre desarrollo territorial del Colegio de Postgraduados. Del total, 97 eran hombres y únicamente 8 mujeres, con un rango de edad de entre 24 a 59 años ($M= 37$, $DE= 9.99$) y un promedio de 6.6 años ($DE= 5.96$) de experiencia como prestadores. El instrumento aplicado fue un cuestionario destinado a conocer su tendencia a ser emprendedores, componiéndose de 60 frases que debían evaluar utilizando una escala de Likert de 0 a 6, donde 0 significaba que la frase no correspondía con sus características y 6 que la frase describía exactamente su personalidad. Sólo se retuvieron 71 observaciones completas para la construcción del modelo.

Mediciones

Con el objetivo de reducir el número de variables se realizó un análisis factorial de donde se conservaron 14 factores (Cuadro 1), a la vez, se creó un índice de empresarialidad que se obtuvo como la suma de todas las afirmaciones, donde cero fue el mínimo y 360 el máximo posible ($M= 279.23$, $DE= 35.30$,

Min= 62, Max= 339). Sólo dos frases resultaron independientes: “Me gusta tomar la iniciativa” y “Frecuentemente me gusta estar solo” (prefiero estar solo).

Cuadro 1. Detalles de los constructos y mediciones

Constructos (Número)	Número de ítems	α de Cronbach	Descripción
Persistencia (3)	13	0.861	Ejemplo: “Cuando quiero conseguir algo, tengo muy claros los objetivos en mi cabeza”
Innovación (1)	6	0.778	Ejemplo: “Tengo ideas innovadoras”
Riesgo (2)	6	0.765	Ejemplo: “Me parece que si no asumo riesgos, me quedo estancado/a”
Autoestima (2)	8	0.780	Ejemplo: “Estoy seguro de mi mismo/a”
Independencia (1)	3	0.705	Ejemplo: “Normalmente hago las cosas a mi manera”
Compromiso (2)	10	0.820	Ejemplo: “Me gusta la responsabilidad”
Otras (3)	11	0.674	Afirmaciones: “Generalmente, estoy motivado/a”; “Acostumbro situarme en posiciones de liderazgo”; “Soy reticente a pedir ayuda”, “Me gusta conservar el control”; “Para mí la libertad personal es muy importante”, “Cuando un proyecto me interesa, necesito dormir menos”, “Si se ha de hacer un trabajo, lo hago aunque no me resulte muy agradable”, “Soy curioso”, “Generalmente, estoy motivado/a”, “Soy una persona ambiciosa”, “Vivo al máximo”, “Con tal de aprender cosas nuevas frecuentemente entro en temas sobre los que no tengo experiencia o conocimiento”.

Nota: Sólo en el caso de “Otras” se incluyeron todas las afirmaciones para que el lector tuviese una mejor idea de su construcción, para el resto contactar a los autores.

Los valores del α de Cronbach para los constructos se encontraron entre 0.7 y 0.8, lo que indica un buen nivel de confiabilidad, sólo en caso del constructo construido a base de diversas afirmaciones el valor fue de 0.67 que es valor marginal pero aceptable.

Análisis

Con los constructos se realizó un análisis de regresión jerárquico preliminar utilizando el paquete estadístico SPSS 17 a fin de establecer la importancia de cada factor (Figuerola *et al.*, 2011). En virtud, de que los factores fueron significativos, se anexaron las variables de edad en años y años como PSP así como “me gusta tomar la iniciativa” y “frecuentemente me gusta estar solo/a”, que se manejaron como variables independientes debido a que no fue posible reducirlas por medio del análisis factorial. Posteriormente, se realizó un segundo análisis de regresión jerárquico, utilizando el método de *stepwise*. Este procedimiento no sólo nos permite estimar el

nivel de significancia estadística de los coeficientes de las variables, sino que también establece cambios en las proporciones de la varianza explicada (R^2) y la significancia estadística de los cambios cuando se introduce cada uno de los bloques de variables. Conceptualmente, el análisis puede representarse en la siguiente ecuación:

$$\begin{aligned}
 \text{Empresariedad} = & b_0 + b_1 \text{Persistencia} + b_2 \text{Innovación} + b_3 \text{Riesgo} \\
 & + b_4 \text{Autoestima} + b_5 \text{Independencia} + b_6 \text{Compromiso} \\
 & + b_7 \text{Varios} \\
 & + b_8 \text{Iniciativa} + b_9 \text{Estar solo} + b_{10} \text{Edad} + b_{11} \text{Experiencia}
 \end{aligned}$$

Cuadro 2. Estadísticas descriptivas y correlaciones de orden cero entre los constructos ($n=71$)

	Constructo	Media	Desvia- ción estándar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Empresari alidad ^a	280.1	39.62	1.00											
2	Persistenci a_1	0.00	1.11	0.67***	1.00										
3	Persistenci a_2	0.05	1.07	0.39***	0.02	1.00									
4	Persistenci a_3	-0.05	1.08	0.51***	0.04	-0.02	1.00								
5	Innovació n	-0.10	1.13	0.71***	0.49***	0.21*	0.346*	1.00							
6	Riesgo_1	-0.08	1.14	0.63***	0.47***	0.23*	0.264**	0.97***	1.00						
7	Riesgo_2	-0.10	1.08	0.50***	0.21*	0.06	0.34*	0.19	-0.02	1.00					
8	Autoestim a_1	0.00	1.03	0.78***	0.60***	0.37***	0.261**	0.67***	0.64***	0.27*	1.00				
9	Autoestim a_2	0.03	0.99	0.51***	0.21*	0.21*	0.431	0.32**	0.29**	0.23*	0.12	1.00			
10	Independe ncia	0.04	1.04	0.28**	0.27***	-0.26*	0.148	0.05	-0.02	0.32**	0.12	0.03	1.00		
11	Compromi so_1	-0.08	1.09	0.54***	0.45***	0.29***	0.161	0.46***	0.45***	0.14	0.60***	0.08	-0.02	1.00	
12	Compromi so_2	0.06	1.06	0.71***	0.44*	0.45***	0.299*	0.38**	0.33**	0.35**	0.54***	0.35**	0.02	0.1	1.00
13	Otras_1	0.04	1.09	0.72***	0.67***	0.35***	0.158	0.64***	0.64***	0.08	0.55***	0.34**	0.1	0.39***	0.45***
14	Otras_2	0.06	0.927	0.50***	0.16	0.23*	0.283*	0.24*	0.15	0.42***	0.32**	0.16	0.18	0.14	0.49***
15	Otras_3	-0.13	1.07	0.29**	-0.02	0.22*	0.285*	0	-0.04	0.33**	0.13	0.18	0.01	0.24*	0.17
16	Iniciativa_ 4 ^a	4.8	1.25	0.50***	0.54***	0.17*	0.096	0.33**	0.38**	0.11	0.38**	0.28***	0.29*	0.18	0.35**
17	Solo_5 ^a	2.2	1.98	0.06	0.07	0.01	-0.1	-0.07	-0.09	0.08	-0.03	-0.1	0.19	0.09	-0.05
18	Edad ^a	35.9	8.95	-0.05	0.05	-0.02	-0.09	-0.06	-0.06	-0.1	0.07	0.1	0.05	0.12	-0.18
19	Años PSP ^a	6.1	5.89	0.09	0.12	-0.05	-0.07	0.03	0.01	0.14	0.09	0.04	0.21*	0.01	0.12

* significativo a una $p < 0.05$, ** significativo a una $p < 0.01$, *** significativo a una $p < 0.001$ ^a Media y desviación estándar para las variables sin transformar, el resto son con variables transformadas

RESULTADOS

Para comprender mejor la competencia empresariedad se elaboró un modelo utilizando 19 constructos que lo explicaban, el Cuadro 2 presenta las correlaciones de orden cero. Como se observa, la multicolinealidad no es un problema. En el Cuadro 3 se integran los resultados del análisis de regresión jerárquico, sólo se incluyen los valores del último modelo.

Cuadro 3. Resultados del análisis de regresión jerárquico (n=71)

Modelo	Variable Dependiente: Empresarialidad		
R^2	0.994		
F	672.679		
Sig. F	0.000		
ΔR^2	0.003		
Sig. R^2	0.000		
Variables			
dependientes	b	SE	β
(Constante)	277.749	.641	
Autoestima_1	6.246	.781	.163***
Autoestima_2	5.399	.533	.135***
Otras_1	7.475	.627	.206***
Riesgo_2	3.287	.483	.090***
Otras_2	4.912	.572	.115***
Persistencia_3	6.170	.528	.168***
Persistencia_1	5.905	.685	.166***
Otras_3	3.379	.459	.091***
Persistencia_2	3.099	.595	.084***
Independencia	4.708	.476	.124***
Innovación	3.628	.595	.104***
Compromiso_1	6.372	.685	.170***
Compromiso_2	3.990	.586	.110***
Solo_5	1.129	.218	.056***

*** Significativo a una $p < 0.001$

La *Hipótesis 1* se acepta parcialmente. Las variables de persistencia, innovación, autoestima, independencia, compromiso, y

preferir estar sólo, así como Otras características están positiva y significativamente asociadas con mayores niveles de empresariedad. Mientras que las variables que no la explicaron fueron el riesgo y tomar la iniciativa.

La *Hipótesis 2* se rechaza. La edad y los años de experiencia no están positiva y significativamente asociados con mayores niveles de empresariedad, ya que no fueron estadísticamente significativos.

DISCUSIÓN

La política actual hacia el medio rural se encuentra influenciada por los preceptos neoliberales, donde se pretende impulsar a la población rural a la sustentabilidad económica y la viabilidad de oportunidades de desarrollo productivo (Herrera Tapia *et al.*, 2009). Para ello, los gobiernos estatales cuentan con PSP que apoyan a los productores en la búsqueda de nuevos mercados o en aspectos relacionados con la comercialización. En virtud de lo anterior, las características y competencias de los asesores locales deben ser observadas, un aspecto que resulta fundamental es la empresariedad, misma que fue analizada en el presente artículo.

Actitudes positivas

Los coeficientes para la mayoría de las actitudes positivas resultaron significativos en el modelo. De hecho, la autoestima y algunas características de persistencia y compromiso fueron las de mayor peso. En el caso de Castellanos *et al.* (2003), la autoestima no fue tan relevante, ubicándose al mismo nivel de ser persistente y cumplir con los compromisos contraídos. Para estos autores exigir eficiencia y calidad fue la más relevante del perfil, sin embargo, esta variable no fue considerada en nuestro análisis.

El hecho de que la autoestima juegue un papel importante en la autopercepción del índice de empresarialidad puede explicarse debido al hecho de que entre más amor propio tenemos tendemos a vernos con características positivas, es decir, sobrevaloramos nuestras capacidades. Esto puede generar sesgos al momento de determinar las capacidades que se tienen en la realidad (Cricher y Dunning, 2009). Por el contrario, la autoestima juega un papel importante en los negocios y las organizaciones, en especial en las decisiones de planeación, contratación, motivación y otras actividades relacionadas con el manejo de recursos humanos, tiene también una relación positiva con la satisfacción en el trabajo, el compromiso y la necesidad de logro pues los individuos tienden a tener una imagen positiva de sí mismos que desean conservar (Kundu y Rani, 2007).

Por otra parte, el riesgo y la innovación tuvieron un menor peso, para el caso del riesgo se excluyó uno de los dos constructos que integraban la variable. Esto coincide con lo reportado por Castellanos *et al.* (2003) sobre las capacidades críticas del emprendimiento donde encontraron que la característica con menor valor es precisamente correr riesgos. De igual manera, Macko y Tyszka (2009), no encontraron evidencias de que los emprendedores o estudiantes que deseaban poner un negocio en el corto plazo tendieran más al riesgo que los estudiantes que no deseaban poner un negocio. Por lo que ser tomador de riesgos no parecer definir al emprendimiento, al contrario los empresarios parecen preferir evitar tomar riesgos (Miner y Raju, 2004).

De igual manera, el perfil innovador parece de menor relevancia a lo esperado ya que se considera como una ventaja de los emprendedores su propia capacidad de innovar (Lozano, 2009), al ser los que adoptan nuevos métodos de producción como resultado de su participación en el mercado y

de la difusión que hacen de las nuevas tecnologías (Valdivieso, 2009). Los resultados pueden explicarse debido al perfil de los PSP al dedicarse al sector agropecuario que es un mercado maduro donde no se está constantemente innovando comparativamente con sectores como el de la informática.

Finalmente, la frase “me gusta tomar la iniciativa” también se excluyó del modelo, esta variable era hipotetizada como positiva y significativa. Los resultados coinciden ligeramente con lo observado por Castellanos *et al.* (2003), que encontraron en su encuesta esta variable como la tercera menos importante de las características de los participantes.

Edad y experiencia

Se introdujeron las variables de edad en años y experiencia en años como PSP para determinar su importancia en los niveles de empresarialidad, se encontró que ninguna de las dos explica el nivel de empresarialidad, de hecho, esta última parece explicarse de mejor manera por actitudes positivas ante los retos que se enfrentan.

Delmar y Davidsson (2000), no hallaron que existiese una relación entre la edad y convertirse en emprendedor. De igual manera, estudios como el de Meccheri y Pelloni (2006), encontraron que no existe una relación significativa entre la edad y la adopción de instrumentos de apoyo institucional diseñados para productores en áreas rurales, es decir que explotar los apoyos a empresas rurales no depende de la edad del productor, por lo que no se adquiere más experiencia y habilidades de búsqueda y negociación con la edad.

Contrario a nuestros resultados referentes a los años como PSP y la empresarialidad, en el estudio de Castro (2004), se encontró que los estudiantes a punto de graduarse tienen una baja autopercepción de sus competencias con respecto a aquellos con una carrera más

avanzada, es decir, que el tiempo de experiencia mejora la autopercepción. Esto se explica debido a que con el incremento en la experiencia no se mejora la empresariedad pero sí las variables como autoestima o la persistencia. Sin embargo, si los PSP que atienden a los productores rurales no se enfrentan a nuevos retos, la experiencia no se incrementa y por ende tampoco sus habilidades, en este caso, las que explican la empresariedad.

CONCLUSIONES

El extensionismo, según lo define Russo (2009), es un proceso de comunicación que conlleva transferencia tecnológica a una población rural, donde no basta con la transmisión de conocimientos, sino que debe darse el fortalecimiento de las capacidades de autoaprendizaje e innovación permanente de las comunidades rurales hacia la competitividad y sostenibilidad. En este sentido, para que las competencias de los productores puedan desarrollarse, especialmente aquellas orientadas hacia la empresariedad, se deben conocer y fortalecer aquellas de sus asesores o facilitadores en sus procesos de aprendizaje.

Este artículo integra las autoafirmaciones de actitudes positivas, edad y experiencia para explicar la empresariedad. Los resultados empíricos apoyan la idea de que existe un componente importante de la actitud personal explicando la tendencia a ser empresario, mientras que la edad y los años de experiencia en el sector como PSP no explican dicha cualidad.

Aunado al potencial actual de los PSP, un factor importante del desarrollo rural son los gobiernos locales al fomentar los proyectos productivos que impliquen el desarrollo de competencias relacionadas con ser emprendedor. Este es un reto para los actores rurales debido a las limitaciones como son el tamaño de las empresas o unidades de

producción, la falta de acceso a recursos financieros, la falta de tecnología y otros factores estratégicos para el desarrollo de un negocio así como los bajos niveles de capital humano de los que disponen (Meccheri y Pelloni, 2006).

BIBLIOGRAFÍA

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. 2010. **Ley de Desarrollo Rural Sustentable**. Últimas Reformas DOF 18-06-2010.
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/235.pdf>.
- Ackerman, P.L., y Wolman, S.D. 2007. **Determinants and validity of self-estimates of abilities and self-concept measures**. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 13 (2), junio, pp. 57-78.
- Armstrong, S.J., y Fukami, C.V. 2010. **Self-assessment of knowledge: A cognitive learning or affective measure? Perspectives from the management learning and education community**. *Academy of Management Learning & Education*, 9 (2), junio, pp. 335-341.
- Belso Martínez, J.A. 2004. **Tasa óptima de empresariedad y desarrollo económico**. *Estudios de Economía*, 31 (002), diciembre, pp. 207-225.
- Castellanos D., O.F., Chávez P., R.D., y Jiménez H., C.N. 2003. **Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento**. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* (022), julio-diciembre, pp. 145-156.
- Castro Solano, A. 2004. **Las competencias profesionales del psicólogo y las necesidades de perfiles profesionales en los diferentes ámbitos laborales**. *Interdisciplina*, 21 (002), pp. 117-152.
- Critcher, C.R., y Dunning, D. 2009. **How chronic self-views influence (and mislead) self-assessments of task performance: Self-views shape bottom-up experiences with the task**. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97 (6), diciembre, pp. 931-945.
- Delmar, F.d.r., y Davidsson, P. 2000. **Where do they come from? Prevalence and**

- characteristics of nascent entrepreneurs.** Entrepreneurship & Regional Development, 12 (1), enero-marzo, pp. 1-23.
- Fernández Aguirre, H., Pérez Mata, L.E., Godoy Avila, S., Reyes López, A., Valdés Rodríguez, V.M., Prado Delgado, A., Lagarda Murrieta, Á., Castro Medina, R., y Ramírez Contreras, C.E. 2009. **Programa de extensionismo agropecuario de la Secretaría de Fomento Agropecuario del gobierno del estado de Coahuila.** Revista Mexicana de Agronegocios, XIII (024), enero-junio, pp. 734-743.
- Figueroa Rodríguez, K.A., Hernández Rosas, F., y Figueroa Sandoval, B. 2011. **Analysis of managerial self-perception's skills of technicians advising producers in the rural area of Campeche, Mexico.** IAMA Conference, Alemania.
- Herrera Tapia, F., Lutz Bachère, B., y Vizcarra Bordi, I. 2009. **La política de desarrollo rural en México y el cambio institucional 2000-2006.** Economía, Sociedad y Territorio, IX (029), enero-abril, pp. 89-117.
- Kundu, S.C., y Rani, S. 2007. **Human resources' self-esteem across gender and categories: a study.** Industrial Management & Data Systems, 107 (9), diciembre, pp. 1366-1390.
- López Salazar, A. 2010. **La proactividad empresarial como elemento de competitividad.** Ra Ximhai, 6 (2), mayo-agosto, pp. 303-312.
- Lozano Uvario, K.M. 2009. **Los procesos de desarrollo local y el fomento de la empresarialidad: Experiencias a partir del análisis en la industria mueblera del estado de Jalisco.** Revista Pueblos y Fronteras Digital (6), diciembre-mayo, pp. 1-33.
- Macko, A., y Tyszka, T. 2009. **Entrepreneurship and risk taking.** Applied Psychology: An International Review, 58 (3), junio, pp. 469-487.
- Meccheri, N., y Pelloni, G. 2006. **Rural entrepreneurs and institutional assistance: an empirical study from mountainous Italy.** Entrepreneurship & Regional Development, 18 (5), septiembre, pp. 371-392.
- Miner, J.B., y Raju, N.S. 2004. **Risk propensity differences between managers and entrepreneurs and between low- and high-growth entrepreneurs: A reply in a more conservative vein.** Journal of Applied Psychology, 89 (1), febrero, pp. 3-13.
- Russo, R.O. 2009. **Reseña de "Capacidades y competencias del extensionsista agropecuario y forestal en la globalización".** Comunicación, 18 (2), agosto-diciembre, pp. 86-91.
- Valdivieso Ocampo, G.S. 2009. **Reflexiones en torno a la empresarialidad y el desarrollo económico local.** Revista Pueblos y Fronteras Digital (6), diciembre-mayo, pp. 1-26.
- Benjamín Figueroa Rodríguez**
Estudiante del Programa Doctoral Planificación y Gestión de Proyectos de Desarrollo Rural Sostenible. Universidad Politécnica de Madrid, E.T.S.I. Agrónomos, Ciudad Universitaria s/n, C.P. 28040, Madrid, España. Correo electrónico: b.figueroa@alumnos.upm.es.
- Katia Angélica Figueroa Rodríguez**
Profesor Investigador Asociado del Colegio de Postgraduados Campus Córdoba, Área de Negocios Agroalimentarios. Carretera Federal Córdoba-Veracruz Km. 348, Congregación Manuel León, C.P. 94946, Amatlán de los Reyes, Veracruz. Apdo. Postal 143, Col. Centro, C.P. 94500, Córdoba, Veracruz, México. Correo electrónico: fkatia@colpos.mx.
- Ignacio de los Ríos Carmenado**
Profesor Titular del Programa Doctoral Planificación y Gestión de Proyectos de Desarrollo Rural Sostenible. Universidad Politécnica de Madrid. Correo electrónico: ignacio.delosrios@upm.es
- Benjamín Figueroa Sandoval**
Profesor Investigador Titular del Colegio de Postgraduados Campus San Luis Potosí. Correo electrónico: benjamin@colpos.mx.
- Francisco Hernández Rosas**

Profesor Investigador Asociado del Colegio de
Postgraduados Campus Córdoba. Correo
electrónico: fhrosas@colpos.mx.

AGRADECIMIENTOS

Los autores desean agradecer a la Secretaría de
Desarrollo Rural del Estado de Campeche, en
especial al Dr. Everardo Aceves Navarro, por su
apoyo para la realización de la presente
investigación.