

PROPUESTA, APLICACIÓN Y EVALUACIÓN DE UN INSTRUMENTO PARA IDENTIFICACION DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR EN LOS PRODUCTORES RURALES – UN ESTUDIO METODOLÓGICO

Valandro Soares, J.C.¹; Silva, A.C.de P.; Peixoto Junior, W.A.; Silveira, V.C.P.

¹ Docente do Departamento de Engenharia de Produção da UFG/CAC – j-cvs@hotmail.com

- Universidade Federal de Goiás/Campus Catalão (UFG/CAC) - Departamento de Engenharia de Produção - Avenida Dr. Lamartine Pinto de Avelar nº 1120, Setor Universitário - CEP: 75.704-020 – Catalão – Goiás/Brasil

INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la iniciativa empresarial, o la figura del emprendedor, ha sido objeto de considerable debate en la literatura, y etiquetado siguiendo numerosos estereotipos, sin llegar al establecimiento real de su concepto y significado. Según Carland et al. (1984), uno de los principales problemas en los estudios de la iniciativa empresarial es la definición y la identificación de lo que es ser "emprendedor", ya que, estos autores sugieren que, entre otras controversias, muchos estudios no distinguen adecuadamente entre los empresarios y los propietarios de pequeñas empresas. Esto puede ocurrir debido a la naturaleza de iniciativa empresarial, ya que los investigadores dicen que el tema no posee una teoría conceptual teórica universal consolidada (Souza, 2001; Fillion, 1999; Carland et al., 1984).

Giménez et al. (2001) consideran la iniciativa empresarial un atributo subjetivo y afirman que es "difícil de cuantificar un atributo subjetivo, no hay prueba o instrumento universal que pueda ser considerado como técnica de campo". En consecuencia, Souza y Lopez Júnior (2005) proclaman que la construcción y validación de instrumentos de investigación, con el objetivo de identificar las características y las capacidades empresariales, así como las lagunas en la formación de los empresarios, comienzan a jugar un papel en esta área de estudio así como para orientar las acciones de estímulo y consolidación de los nuevos desarrollos. Cooper et al. (1997) corroboran estas afirmaciones señalando que, a pesar de muchos intentos de definir y caracterizar el espíritu emprendedor, todavía hay una falta de consenso en la determinación de sus características y métodos de evaluación. Según Santos (2004), hay muchos instrumentos que se han desarrollado y probado en todo el mundo para tratar de evaluar el perfil emprendedor. Sin embargo, estos instrumentos no siempre muestran los mismos resultados en estudios comparativos, y muchas veces fallan los testes que intentan correlacionarlos.

En el caso de las zonas rurales, esta situación se agrava aún más, y la falta de estudios en este sentido es un hecho. Por lo tanto, a fin de contribuir a la discusión de este tema, el objetivo es evaluar una encuesta propuesta, sobre la base de datos, todavía incipientes, obtenidos de la aplicación de la encuesta estructurada para identificar el perfil empresarial de los agricultores de una cadena productiva de lechera de Brasil.

MATERIAL Y MÉTODOS

Este estudio se configura como un primer análisis de los datos obtenidos de la aplicación de una encuesta que fue construida deliberadamente para identificar el perfil empresarial de los productores rurales. En esta perspectiva, se realizó un pre-test el 25/11/2010 en una muestra no probabilística y de conveniencia de 37 agricultores que conforman una cadena productiva de leche del sureste de Goiás. Estos productores lecheros entregan su producción a la cooperativa de esa cadena, Coacal. Inicialmente se propuso una versión inicial del cuestionario basado en la bibliografía sobre la materia en cuestión. Esta primera versión tuvo 26 atributos (preguntas) para ser respondidas en una escala de Likert de 11 puntos. En el cuestionario había también aspectos cualitativos de naturaleza socio-económica. Esta primera versión se presentó a un examen de 48 investigadores de campo, de los que quince respondieron. A partir de estas respuestas, una nueva versión fue concebida. Esta segunda versión tenía diecinueve atributos que debían evaluarse en el

contexto de una escala de Likert de 5 puntos (Tabla 1), más allá de los aspectos cualitativos de naturaleza socio-económica antes mencionados. Esta versión fue sometida al pre-test, antes indicado, con el fin de obtener datos para permitir un refinamiento aún mayor en la escala, y de esta manera resultados más eficaces a la hora de aplicar el cuestionario en un contexto rural, más concretamente en los productores leche del sureste de Goiás.

Una vez recogidos los datos, se intentó verificar la fiabilidad de la escala utilizada por el estadístico de Alfa de Cronbach, con el objeto de evaluar las respuestas de los entrevistados utilizando los parámetros estadísticos de dispersión y tendencia central. Además, se solicitó evaluar las impresiones de los entrevistadores en el proceso de la entrevista (recogida de datos).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se presentan principalmente los aspectos descriptivos que mejor caracterizan e identifican los productores encuestados. Respecto a la edad, el 75% de los encuestados tenía más de 50 años y un 33% más de 60 años. La edad media de los encuestados es de 57 años. En lo que respecta a la educación, casi la mitad de los agricultores entrevistados han terminado la escuela secundaria, y el 65% incluso han completado el primer nivel. Sólo el 8% tiene un título universitario. En cuanto al tamaño de la propiedad de los encuestados, se encontró que casi el 40% de los mismos tienen hasta 22 ha, el 61,1% tenía hasta 85 ha, y menos del 10% tienen más de 200 ha. La superficie media de las propiedades objeto de este estudio es de 88 ha, pero con una variabilidad relativamente alta (coeficiente de variación (CV) = 109%).

En cuanto al cuestionario en sí, un primer ensayo se refiere a la fiabilidad y consistencia interna de la escala utilizada para identificar el perfil empresarial de los productores rurales. Con este fin, el parámetro utilizado fue el Alfa de Cronbach. Teniendo en cuenta la muestra de la encuesta, el valor medio para este parámetro fue de 0,79, lo que puede considerarse aceptable. Para Malhotra (2001), el valor umbral para este parámetro es de 0,60, es decir, por debajo de este valor la fiabilidad de la escala se considera insatisfactoria.

En cuanto a los resultados del cuestionario, se encontró una variabilidad importante. Sólo ocho de los diecinueve atributos mostraron coeficientes de variación por debajo del valor máximo recomendado para este criterio, que es de 30%. Esto señala que introducir mejoras en la recopilación de datos puede rendir resultados más homogéneos. En concordancia, los investigadores reconocieron dificultades cuanto a la interpretación de los discursos de los entrevistados, sugiriendo que debe haber mejor alineación entre los propios investigadores.

La elección de otras medidas de tendencia central en detrimento de la media es una alternativa, que debe ser analizada y respaldada por una mayor cantidad de datos. Además, una solución presentada por los investigadores es la incorporación, en cada atributo, de ejemplos prácticos de las zonas rurales, en términos de acciones y situaciones, como una manera de mejorar la comprensión por parte del entrevistado acerca de lo que se busca captar en términos de su perfil empresarial. Por último, debe resaltarse que en la estructuración del cuestionario, se buscó reducir el número de atributos con respecto a los modelos de evaluación del perfil emprendedor validados por la literatura, como una forma de adaptarlo al perfil característico de los agricultores, que permite obtener respuestas con mayor fiabilidad. Guiados por esta lógica, tenemos la intención de hacer uso de la técnica multivariada del análisis factorial, a fin de reducir el conjunto de variables (características empresariales). Esto verificará la adecuación de la muestra a través de las pruebas de la medida de Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación del muestreo (KMO), y también la prueba de esfericidad de Bartlett. Del mismo modo, hemos adoptado un método de componentes principales para la extracción de factores, y el método de rotación ortogonal Varimax, en la creencia de que es conveniente para el caso de esta investigación, basada en la revisión de otros estudios de género.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carland, J.W.; Boulton, F.H.W. R. Carland, J.A. 1984. *Academy of Management Review*, Vol 9, n. 2, p. 354-359.
- Cooper, A.C, Hornaday, J.A.; Vesper, K. H. 1997. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1997 Edition.
- Filion, L. J. 1999. *RAUSP* v. 34, n. 2, p.05-28, abr/jun.
- Gimenez, F. A. P., Inácio Jr, E.; Sunsini, L. A. de S. B. 2011. *ANPROTEC*, 2001, p. 9-24.
- Malhotra, N. 2001. 3. ed., Bookman.
- Santos, P.C.F. dos. 2004. Departamento de Administração e Contabilidade, UFAL
- Souza, E. C. L. de. 2001. *ANPROTEC*, pág. 28 – 41.
- Souza, E.C.L. de; Lopez Júnior, G.S. 2005. *XXIX ENANPAD*.

Agradecimientos: Este trabajo ha sido financiado por FAPEG – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás.

Tabla 1. Instrumento para identificación del espíritu emprendedor en los productores rurales

Total Desacuerdo	Neutro			Total Acuerdo	
1	2	3	4	5	
<hr/>					
Atributo					Puntuación
<hr/>					
1.Creo y pongo en práctica nuevas ideas, para mejorar el rendimiento de mi negocio.					...
2.Me esfuerzo por mejorar lo logrado en el pasado.					...
3.Establezco las metas para el futuro de mi negocio.					...
4.Cambio una estrategia, si es necesario, para alcanzar una meta.					...
5.Mis metas personales giran en torno a este negocio, siendo una de las cosas más importantes en mi vida.					...
6.Prefiero ser propietario/a de mi propio negocio de un empleado/a en una empresa/organización.					...
7.Veo el fracaso como una fuente de aprendizaje, para no repetir el mismo error.					...
8.Soy capaz de identificar oportunidades de negocio y beneficiarme de ellas.					...
9.Me anticipo antes de ser presionado por las nuevas demandas y nuevas situaciones.					...
10.Me mantengo informado acerca de mi línea de negocio para tomar decisiones.					...
11.Adopto procedimientos para garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad.					...
12.Me arriesgo a ampliar mi negocio para aumentar la producción.					...
13.Calculo los riesgos antes de acometer nuevas inversiones.					...
14.Uso los contactos personales para lograr mis metas.					...
15.La gente piensa que soy una persona fácil de relacionar.					...
16.Asumo la responsabilidad de finalizar los trabajos a tiempo.					...
17.Confío en mi capacidad como fuente de éxito de mi negocio.					...
18.Me considero el principal responsable de la realización de mi negocio.					...
19.Creo que el compromiso y el trabajo duro por lo general conducen al éxito.					...

PROPOSAL, APPLICATION AND EVALUATION OF AN INSTRUMENT FOR IDENTIFYING ENTREPRENEURSHIP IN RURAL PRODUCERS

ABSTRACT: The phenomenon of entrepreneurship, or the figure of the entrepreneur, has been the subject of considerable debate in the literature, labelling it as a phenomenon marked by numerous stereotypes, with no clear conceptual notion and meaning. The objective of this study is to evaluate the proposed survey instrument, based on data, still inchoate, obtained from the application of such a structured survey instrument to try to identify the entrepreneurial profile of farmers in a Brazilian dairy production chain. Early applications of the instrument indicate the need for adjustments in content, and in the very process of data collection, which could lead to more homogeneous and reliable results considering the peculiarities and idiosyncrasies inherent to the rural areas.

Keywords: entrepreneurship, rural context, farmers.