

LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA COMO FACTOR INFLUYENTE EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS FIRMAS EMPRENDEDORAS EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

Jorge Armando LÓPEZ-LEMUS
Universidad de Guanajuato
(México)

Cecilia MOZQUEDA ZAVALA
Universidad de Guanajuato
(México)

**María Teresa
DE LA GARZA CARRANZA**
Instituto Tecnológico de Celaya
(México)

RESUMEN:

Objetivo: en la presente investigación se pretendió conocer el grado de influencia de la orientación emprendedora sobre la competitividad de las firmas emprendedoras del estado de Guanajuato, México. La metodología utilizada fue cuantitativa, explicativa, observacional y transversal, donde se consiguió una muestra de 257 firmas emprendedoras. Para la prueba de hipótesis se desarrolló un modelo de ecuación estructural. De acuerdo con los índices de bondad y ajuste del modelo SEM ($\chi^2=204.76$, $gl=85$; $\chi^2/gl=2.409$ $p \leq 0.01$, CFI=0.946, TLI=0.933, RMSEA= 0.074) fueron absolutamente aceptables. Los resultados obtenidos en la investigación se comprueban que la orientación emprendedora es un factor influyente positiva y significativamente en la competitividad de las firmas emprendedoras.

Palabras clave: Orientación emprendedora – competitividad – emprendedora – startups - Emprendimiento

INTRODUCCIÓN :

El emprendimiento juega un papel importante actualmente como impulso a la economía en el México actual, debido a que permite que la sociedad obtenga ingresos, autonomía empresarial, es decir el individuo es su propio jefe, por lo tanto, trabaja a su ritmo, entre otras ventajas de emprender según lo plantea López (2018).. El estado de Guanajuato ha tenido un gran auge en cuanto a emprendimiento, el cual se ve reflejado en su crecimiento económico dado en los últimos años, siendo la 5 economía más fuerte en el país: México y siendo notorio principalmente en la región sur con el emprendimiento del área textil y comercio, así como en el bajío con el sector cuero y calzado, siendo de las principales áreas de crecimiento económico impulsado por emprendedores. Por lo tanto, el

emprendimiento representa un área de oportunidad para impulsar la economía de regiones y países y así brindar mejor calidad de vida a la población (Almanza, 2019).

Sin embargo, el emprendedor enfrenta grandes retos, de los cuales el más desafiante es: el fracaso, de acuerdo con el instituto del fracaso el 75% de los emprendedores fracasan en la primera etapa de desarrollo de su empresa, sin embargo, existen ciertos factores influyentes para el caso contrario de los emprendimientos exitosos que inciden en el triunfo empresarial de los mismos, por lo que el presente trabajo pretende abordar la importancia de la orientación emprendedora como factor influyente en la competitividad empresarial de las firmas emprendedoras para alcanzar un mejor crecimiento y posicionamiento empresarial (Almanza, 2019; López-Lemus & De La Garza Carranza, 2019). Por lo tanto, el objetivo principal de la presente investigación radica en conocer el grado de influencia que ejerce la orientación emprendedora sobre la competitividad empresarial de las firmas emprendedoras

MARCO TEÓRICO

Orientación Emprendedora

La orientación emprendedora tiene como principio base que el emprendedor debe ser capaz de poseer cualidades que le permiten una mejor toma de decisiones misma que tiene resultados positivos en éxito organizacional, esto para crear una ventaja competitiva que le permita al emprendedor implementar estrategias para la empresa que accedan a alcanzar sus objetivos, mantenerse en el mercado y tener un crecimiento significativo a mediano plazo (Kulikov, 2010).

Las empresas en la actualidad se enfrenan a un sin número de dificultades, debido a las altas exigencias del mercado y los múltiples competidores, mismo que al momento de emprender se tiene una alta propensión al fracaso si no se adecua de las herramientas necesarias para enfrentar grandes retos empresariales. Para ello el emprendedor que cuenta con orientación emprendedora es capaz de competir en la demanda de los consumidores y consolidar su empresa (Leiva, Alegre, & Monge, 2014).

De acuerdo con Caseiro y Coelho (2018) existen factores que describen tres dimensiones que conforman la orientación emprendedora que permiten al emprendedor consolidar una ventaja competitiva y fortalecer a la empresa en el entorno en el cual se encuentra emprendiendo. Estas dimensiones son: (1) innovación, (2) proactividad y (3) toma de riesgos (Caseiro & Coelho, 2018; Clausen & Korneliussen, 2012; Covin & Miller, 2014; Smart & Conant, 1998).

Innovación: Representa una actividad empresarial que consiste en abrir nuevos mercados mediante la detección de necesidades y creación de nuevos productos o mejorar significativamente los existentes. Por tanto, la innovación representa uno de los factores principales en el emprendimiento debido a que promueve una ventaja competitiva a través de los productos y/o servicios que se ofertan en el mercado (Alcaraz, 2012; Fernandez & Alegre, 2012)

Asimismo, Alarcón, Parra y García (2014) consideran que innovación y competitividad están relacionadas con el emprendimiento como los *startups* que son empresas caracterizadas por un crecimiento rápido debido al uso de las tecnologías emergentes en sus procesos productivos. De la misma forma, un

startup es un emprendimiento basado en la innovación que es escalable para llegar ser un corporativo y líder en su rama mismos que iniciaron en su primera etapa de desarrollo con la innovación como uno de los pilares en su desarrollo del emprendimiento (Alarcón, Parra, & García, 2014).

Proactividad: incide en la capacidad del emprendedor de tomar la iniciativa al identificar oportunidades de negocio (Rosique-Blasco, Madrid-Guijarro, García-Pérez-de-Lema, McCracken, & Matlay, 2016), mismas que utilizara para obtener resultados de proyección y crecimiento empresarial (Trong Luu, Dinh, & Qian, 2015) como también identificar las necesidades del mercado al corto, mediano y largo plazo, para anticipar el desarrollo de un bien que satisfaga las misma y posicionarse en el mercado mucho antes que los competidores y con ello generar productividad en su emprendimiento (Calza, Cannavale, & Tutore, 2016; Kuivalainen, Sundqvist, & Cadogan, 2010; Ostapenko, 2015)

Toma de riesgos: es una característica personal del emprendedor (Zeffane, 2015) que cuenta con el carácter para tomar de decisiones de iniciar operaciones dentro de la organización (Zeffane, Gender, trust and risk-taking: a literature review and proposed research model , 2015), afrontando los retos empresariales mediante la búsqueda de soluciones y estrategias (Tipu, 2017) para proyectar la empresa a corto, mediano y largo plazo el crecimiento empresarial (Kuivalainen, Sundqvist, & Cadogan, 2010; Lumpkin, Wales, & Ensley, 2006)

De acuerdo con Lumpkin, Wales y Ensley (2006) existen tres tipos de toma de riesgos enfocados a para identificar oportunidades de negocio (Kuivalainen, Sundqvist, & Cadogan, 2010) de los cuales son (1) Toma de riesgo empresarial: tomar la iniciativa de poner en marcha una actividad empresarial, pese a desconocer la propensión de fracaso o éxito. Esto difiriera del tipo de bien ofertado y la demanda, (2) Riesgos financieros: el emprendedor busca el conducto de financiar su proyecto empresarial, tomando en cuenta las obligaciones que conlleva el mismo en cuanto a pagos de interés por préstamos, pagos a accionistas, cubrir gastos y costos empresariales y (3) Riesgos personales: el emprendedor asume las consecuencias de sus acciones y repercusiones en la empresa y su vida personal, en un equilibrio, y de las mismas crear una búsqueda de oportunidades para la organización (Kuivalainen, Sundqvist, & Cadogan, 2010; Lumpkin, Wales, & Ensley, 2006).

Competitividad de las firmas emprendedoras. Para que una empresa se consolide es necesario que se mantenga competitiva en el mercado donde se desempeña, es decir, debe crear una propuesta de valor que la diferencie de las demás empresas que trabajan en el mismo ámbito para aumentar su cartera de clientes y desarrollarse en cuanto a la demanda atendida por la misma (Ling & Jaw, 2011; Ratten, 2019; Yu-Wu, Wang, Chen, & Pan, 2008).

Dicho esto, las empresas deben crear estrategias e implementarlas para obtener un mejor desempeño que sus competidores y así cumplir las metas de la organización (Cyrino, Parente, Dunlap, & De Góes, 2017), para ello se plantea realizar un análisis crítico de la situación actual de la empresa y el plan de acción para mejorar y consolidar la ventaja competitiva de la misma (Porter, 2010; Yu-Wu, Wang, Chen, & Pan, 2008).

Porter (2010) propone 3 estrategias para alcanzar la competitividad desde que se consolida la creación de la empresa hasta cada una de las etapas de

crecimiento de la misma (Al Serhan, Julian, & Ahmed, 2015), dichas estrategias se pondrán en el plan de acción empresarial una vez evaluadas cada una de las situaciones actuales de la empresa y tomando de base los objetivos a corto, mediano y largo plazo, de las cuales, las principales a considerar son las siguientes: (1) Liderazgo de costes, (2) Diferenciación y (3) Enfoque al cliente (Yu-Wu, Wang, Chen, & Pan, 2008)

La empresa debe plantearse la solución de problemas reales a los retos que le toca enfrentar manteniéndose posicionada en la demanda de mercado al cual incursiona desde el momento del inicio de operaciones de esta. Por lo tanto, desde el emprendimiento el emprendedor debe ser capaz de crear estrategias que le permitan ser competitivo en el mundo globalizado empresarial (Maune, 2014).

Para ello los emprendedores deben establecer las metas y objetivos organizacionales desde el punto de vista del crecimiento empresarial, el cual tendrá mayor éxito si se cuenta con la orientación emprendedora como habilidad para llevar a cabo dicho plan de acción, del cual existen los siguientes puntos base para crear solución de problemas organizacionales desde la creación de la empresa (Maune, 2014): (1) Crear una identidad mediante la consolidación de la filosofía empresarial como razón de ser de la empresa y objetivo general de su creación. (2) Examinar el contexto en el que se desenvuelve el mercado. (3) Identificar las oportunidades y amenazas. (4) Analizar los patrimonios con los que cuenta la empresa en la actualidad actualmente y crear un plan de optimización de estos. (5) Identificar las fortalezas y debilidades internas de la empresa. (6) Considerar el enfoque la filosofía empresarial. (7) Crear estrategias que permitan a la organización desempeñarse en su mercado objetivo. (8) Efectuar las estrategias formuladas. (9) Valorar los resultados obtenidos y retroalimentar.

Las habilidades natas del emprendedor, la orientación emprendedora, más la experiencia adquirida en el desarrollo de la firma empresarial consolidan una ventaja competitiva futura y la habilidad de permanencia en el mercado demandante donde se desenvuelve la organización para lograr resultados positivos en cuanto al éxito empresarial (Ibrahim & Masud, 2016).

METODOLOGÍA

El tipo de investigación del presente trabajo fue cuantitativo, explicativo y observacional, así como también fue un estudio de tipo transversal con la finalidad de obtener la información necesaria para el análisis y medición de las variables. Asimismo, de acuerdo con los objetivos planteados para esta investigación, se establecieron las siguientes hipótesis para el análisis de la información:

H₁: La orientación emprendedora tiene una correlación significativa y positiva sobre la competitividad empresarial en el estado de Guanajuato.

H₂: La orientación emprendedora influye positiva y significativamente sobre la competitividad de emprendedora en el estado de Guanajuato.

Para comprobar de las hipótesis establecidas en la presente investigación y a su vez respaldar los argumentos dados, se realizó un modelo de ecuación estructural (SEM) hipotético para el estado de Guanajuato como nuestro caso de estudio.

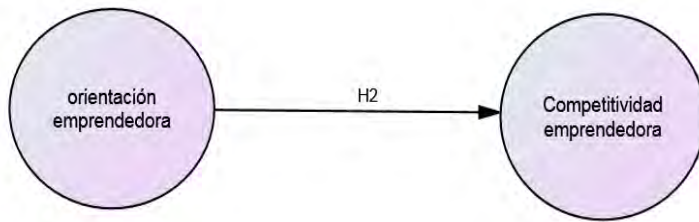


Figura 1: modelo hipotético del SEM. Elaboración propia (2019)

En cuanto a la muestra tomada fueron emprendedores del estado de Guanajuato, mujeres y hombres, con un total de 257 participantes, de los cuales 48.90% (n=115) fueron hombres y 55.3% (n=142) mujeres, con una escolaridad de 8.6% (n=22) de secundaria, 20.6% (n=53) de bachillerato, con un 67.7% de licenciatura y 3.1% (n=8) por el tamaño de empresa emprendida fue microempresa con 58.4% (n=150), pequeña 21% (n= 54), mediana 7.8% (n=20), grande 12.8% (n=33), en cuanto al tipo de sector empresarial se clasifican en comercio con 50.2% (n=129), industria 18.3% (n=47), servicios 31.5% (n=81).

Para probar la H₁, se realizó una correlación de Pearson para ambas variables estudiadas, con el propósito de demostrar su correlación ($r=0.648$; $p < 0.001$) entre la orientación y la competitividad emprendedora misma que resultó ser positiva y significativa (Pearson, 1929, 1931). En base a los resultados obtenidos de este análisis estadístico se aprueba la H₁.

Tabla 1. Estadística descriptiva y correlación de variables. Elaboración propia (2019).

** $p < 0.001$.

Variables Latentes	Media	Ds	Varianza	1	2
Orientación emprendedora	3.71	0.82	0.68	1	
Competitividad Emprendedora	3.89	0.80	0.64	.648**	1

Orientación emprendedora: Para evaluar este constructo se recurrió a un cuestionario desarrollado por Clausen y Korneliussen (2012); Covin y Miller (2014) como también Smart y Conant (1998). El cuestionario está conformado por 9 ítems divididos en cada una de las dimensiones que conforman este constructo: innovación, proactividad de los cuales solo se consideraron los de carga factorial satisfactoria para medición del constructo. Así mismo, emplea una escala de Likert de 5 puntos: 1 (Muy en desacuerdo) a 5 (Muy de acuerdo). Para evaluar la confiabilidad del instrumento se empleó el Alfa de Cronbach ($\alpha=0.902$) misma que resultó ser satisfactoria (Cronbach, 1951).

Para la validez del instrumento se desarrolló análisis factorial confirmatorio (CFA) a través de un modelo de ecuación estructural (SEM). Asimismo, se validó el SEM a través de los índices de bondad y ajuste (ver tabla 2). Por lo que resultaron ser satisfactorios (Jöreskog & Sörbom, 1981; Muthén & Muthén, 1998-2007). De esta manera se obtuvieron cargas factoriales

estandarizadas en primer orden de entre 0.56 a 0.84. Asimismo, se obtuvo cargas factoriales de segundo orden de entre 0.88 a 0.99.

Tabla 2: Índices de bondad y Ajuste del Modelo de Orientación Emprendedora

χ^2	gl	CFI	TLI	RMSEA
64.83	24	0.965	0.947	0.082

Nota: Basado en *Nota: Basado en Clausen y Korneliusen (2012); Covin y Miller (2014) como también Smart y Conant (1998).*

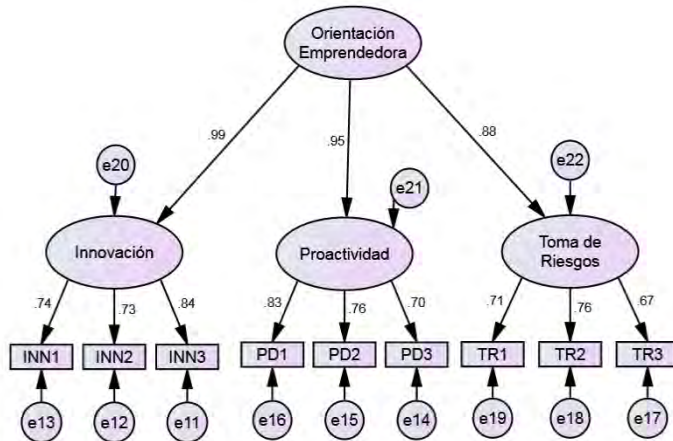


Figura 1: CFA de orientación emprendedora. basado en por Clausen y Korneliusen (2012), Covin y Miller (2014) así como Smart y Conant (1998)

Competitividad de las firmas emprendedoras: Para evaluar este constructo se recurrió a un cuestionario desarrollado por Lei-Yu et al. (2008) El cuestionario está conformado por 6 ítems de los cuales solo se consideraron los de carga factorial satisfactoria para medición del constructo. Así mismo, emplea una escala de Likert de 5 puntos: de 1 (Mucho peor que los competidores) a 5 (Mucho mejor que los competidores). Para evaluar la confiabilidad del instrumento se empleó el Alfa de Cronbach ($\alpha=0.890$) misma que resultó ser satisfactoria (Cronbach, 1951). Para la validez del instrumento se desarrolló análisis factorial confirmatorio (CFA) a través de un modelo de ecuación estructural (SEM). Asimismo, se validó el SEM a través de los índices de bondad y ajuste (ver tabla 3). Por lo que resultaron ser satisfactorios (Jöreskog & Sörbom, 1981; Muthén & Muthén, 1998-2007). De esta manera se obtuvieron cargas factoriales estandarizadas en primer orden de entre 0.69 a 0.78.

Tabla 3: Índices de bondad y Ajuste del Modelo de Competitividad de las firmas emprendedoras

χ^2	GI	CFI	TLI	RMSEA
7.23	8	1.000	1.000	0.000

Nota: Basado en Lei-Yu et al. (2008)

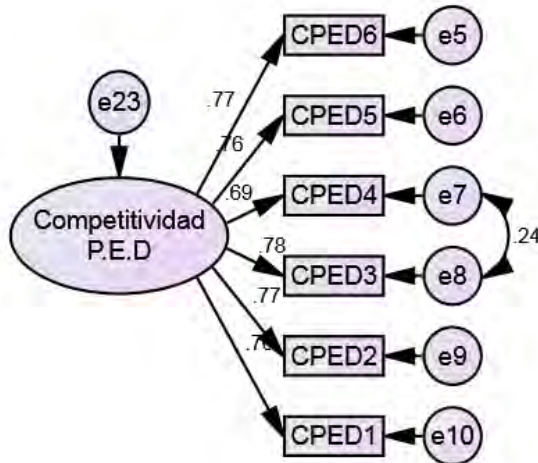


Figura 2: CFA de competitividad de las firmas emprendedoras. basado en basado en Lei-Yu et al. (2008)

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para probar la hipótesis establecida se construyó un modelo de ecuación estructural (SEM), mismo que, para validar el modelo se consideraron los índices de bondad y ajuste del modelo La prueba de Chi-cuadrado ($\chi^2=204.76$, $gl= 85$; $\chi^2/ gl = 2.409$ $p \leq 0.01$) prueba que resultó ser satisfactoria. Así mismo, se consideró el Índice de Ajuste Comparativo (CFI = 0.946) como también el índice de Turkey y Lewis (TLI=0.933) y por último, la Aproximación de la Raíz Cuadrada del Error Cuadrático Medio (RMSEA= 0.074) por lo tanto, los modelos analizados resultaron ser aceptables y viables (Jöreskog & Sörbom, 1981; Muthén & Muthén, 1998-2007). (Véase Figura 3).

Para evaluar el objetivo planteado en la investigación se tiene suficiente evidencia estadística para aprobar la hipótesis H_2 , misma que se afirma la influencia positiva y significativa del factor orientación emprendedora sobre la competitividad de las firmas emprendedoras del estado de Guanajuato ($\beta_1=0.85$; $p<0.0001$), por lo tanto, se aprueba la H_2 .

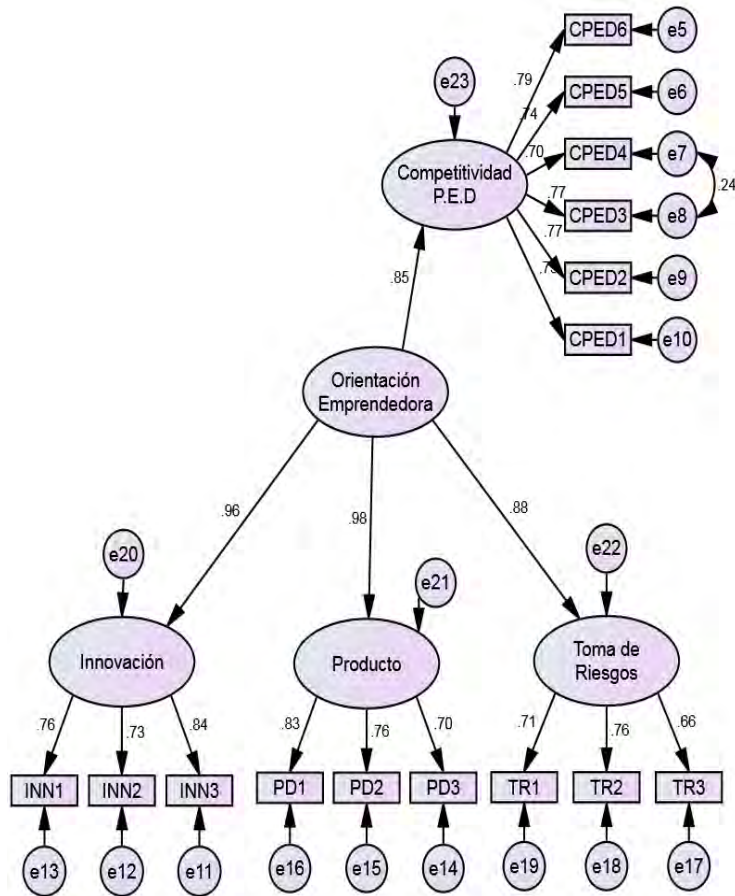


Figura 3. Modelo de SEM hipotético. Diseño propio 2019

CONCLUSIONES

De acuerdo con la investigación realizada se puede concluir que la orientación emprendedora tiene una correlación positiva y significativa sobre la competitividad de las firmas emprendedoras, lo cual indica que para que una firma emprendedora sea exitosa debe contar con una orientación emprendedora, misma que respalda con investigaciones posteriores (Monferrer, Blesa, & Ripolles, 2013)

Así como se encontró un grado de influencia positivo y significativo de la orientación emprendedora a la competitividad de las firmas emprendedoras, demostrando que un emprendimiento en crecimiento y competitivo es aquel que conlleva la orientación emprendedora en el desarrollo del negocio dentro de la muestra analizada: el estado de Guanajuato, México, tal como se plantea en investigaciones anteriores acerca de la influencia de la orientación emprendedora en cuanto a mercado y competencia (Hernández-Perlines & Mancebo-Lozano, 2017).

El emprendimiento en la actualidad es un factor que incide en crecimiento económico del estado y por ende del país. Por ello es importante razonar los

factores que ayuden al emprendedor a construir una organización sólida capaz de mantenerse en el mercado (Yu-Wu, Wang, Chen, & Pan, 2008).

La orientación emprendedora se basa en una serie de habilidades con las que debe contar el emprendedor para ser competitiva en el mercado en el cual se desempeña como organización empresarial, por lo que su grado de influencia es relativamente alta. Por lo tanto, ambas variables van a la par de éxito empresarial de las firmas emprendedoras (Jimenez, Toledo, & Nieto, 2017).

En este caso según la investigación desarrollada sugiere al emprendedor considerar la orientación emprendedora como medio para lograr ser competitivo en el mercado empresarial (Alcarcon, Parra-Requena, & Garcia-Villaverde, 2014).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- López-Lemus, J., & De La Garza Carranza, M. T. (2019). Las prácticas de gestión empresarial, innovación y emprendimiento: factores influyentes en el rendimiento de las firmas emprendedoras . *Nova Scientia*, 357 - 383 doi.org/10.21640/ns.v11i22.1795 .
- Al Serhan, Y., Julian, C., & Ahmed, Z. (2015). Using time to gain competitive advantage: a framework and analysis of propositions. *International Journal of Commerce and Management*, Vol. 25 No. 4, pp. 456-465. <https://doi.org/10.1108/IJCoMA-05-2013-0043>.
- Alarcón, R., Parra, G., & García, P. (2014). Efectividad de la orientación emprendedora: el papel del capital social y las capacidades. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, (20) pp. 131-139 doi.org/10.1016/j.iedee.2013.09.002.
- Alcaraz, R. (2012). *Emprendedor de éxito*. Ciudad de México: McGrawHill.
- Alcarcon, J., Parra-Requena, G., & Garcia-Villaverde, P. (2014). Efectividad de la orientación emprendedora: el papel del capital social social y las capacidades. *Investigaciones Europeas de direccion y economía de empresas* , 20 (2014) 131–139.
- Almanza, L. (25 de Octubre de 2019). *El Financiero*. Obtenido de Guanajuato, el quinto estado del país con mayor crecimiento: <https://www.elfinanciero.com.mx/bajio/guanajuato-el-quinto-estado-del-pais-con-mayor-crecimiento>
- Calza, F., Cannavale, C., & Tutore, I. (2016). The important effects of national culture on the environmental proactivity of firms. *Journal of Management Development*, 35 (8), pp. 1011-1030. Doi:10.1108/JMD-10-2015-0145.
- Caseiro, N., & Coelho, A. (2018). BUSINESS INTELLIGENCE AND COMPETITIVENESS: THE MEDIATING ROLE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, pp: 1-14 doi.org/10.1108/CR-09-2016-0054.
- Clausen, T., & Korneliusen, T. (2012). The relationship between entrepreneurial orientation and speed to the market: The case of incubator firms in Norway. *Technovation*, pp: 550-567, doi.org/10.1016/j.technovation.2012.05.004.

- Covin, J. G., & Miller, D. (2014). International Entrepreneurial Orientation: Conceptual Considerations, Research Themes, Measurement Issues, and Future Research Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), pp: 11–44. doi.org/10.1111/etap.12027.
- Cronbach, L. (1951). Coefficient Alpha internal structure of test. *Psycho-metrica*, pp: 297-335 / doi: 10.107/BF02310555.
- Cyrino, A., Parente, R., Dunlap, D., & De Góes, B. (2017). A critical assessment of Brazilian manufacturing competitiveness in foreign markets. *Competitiveness Review* , Vol. 27 No. 3, pp. 253-274. Doi: 10.1108/CR-08-2016-0046.
- Fernandez, A., & Alegre, J. (2012). Orientación emprendedora, Capacidad de Aprendizaje organizativo y desempeño innovador. *Journal of Technology management & Innovation* , (7) pp. 15-170 ISSN: 0718-2724.
- Hernández-Perlines, F., & Mancebo-Lozano, E. (2017). Conditional mediation of competitive strategy and environment in international entrepreneurial orientation of family businesses. *EUROPEAN JOURNAL OF FAMILY BUSINESS*, (6) pp: 86-98 <http://dx.doi.org/10.1016/j.ejfb.2017.05.001>.
- Ibrahim, N., & Masud, A. (2016). Moderating role of entrepreneurial orientation on the relationship between entrepreneurial skills, environmental factors and entrepreneurial intention: a PLS approach. *Management Science*, 6(3), 225-236.
- Jimenez, J., Toledo, A., & Nieto, M. (2017). El desempeño de los negocios de artesanía bajo un enfoque de orientación emprendedora. *Congreso internacional de investigación en ciencias administrativas* , pp: 371- 387.
- Jöreskog, K., & Sörbom, D. (1981). LISREL: Analysis of linear structural relationships by maximum likelihood and least squares methods. *Chicago, IL: National Educational Resources*.
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S., & Cadogan, J. (2010). Entrepreneurial orientation and international performance: A contingent approach. En P.-B. J., & J. (. Alegre, *Reshaping the Boundaries of the Firm in an Era of Global Interdependence (Progress in International Business Research, Vol. 5)* (págs. pp. 271-298. Doi: 0.1108/S1745-8862(2010)0000005016). Emerald Group Publishing Limited, Bingley, .
- Kulikov, A. S. (2010). *Vnutrifirmennie orientatsii i ih vliyanie na rost: opitrossiyskih malih I srednih predpriyatii (Intra-firm orientation and their impact on growth: experience of Russian SMEs)*. Moscú: Russian Management Journal, Vol. 8 No. 3, pp. 3-40.
- Leiva, C., Alegre, J., & Monge, R. (2014). *Los emprendedores surgidos de las empresas multinacionales de inversión extranjera directa: un estudio exploratorio en Costa Rica*. Costa Rica: ELSEIVER Estudios Gerenciales.
- Ling, Y., & Jaw, B. (2011). Entrepreneurial leadership, human capital management, and global competitiveness An empirical study of Taiwanese MNCs. *Journal of Chinese Human Resource*, (2)(2) pp. 117-135/DOI 10.1108/20408001111179168.
- López, J. (10 de 10 de 2018). *El Financiero: Fracasan en México 75% de emprendimientos*. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx>:

- <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/fracasan-en-mexico-75-de-emprendimientos>
- Lumpkin, G. T., Wales, W. J., & Ensley, M. (2006). Entrepreneurial orientation effects on new venture performance: The moderating role of venture age. *Academy of Management*.
- Luu, N., & Viet Ngob, L. (2018). Entrepreneurial orientation and social ties in transitional economies. *Long Range Planning*, pp. 1-14 doi.org/10.1016/j.lrp.2018.04.001.
- Maune, A. (2014). Competitive Intelligence and Firm Competitiveness: an Overview. *Corporate Ownership & Control*, 11(1), 533-542.
- Monferrer, D., Blesa, A., & Ripolles, M. (2013). ORIENTACIÓN AL MERCADO DE LA RED CAPACIDADES DINÁMICAS DE ABSORCIÓN E INNOVACIÓN COMO DETERMINANTES DEL RESULTADO INTERNACIONAL DE LAS NUEVAS EMPRESAS INTERNACIONALES. *REVISTA ESPAÑOLA DE INVESTIGACION DE MARKETINGESIC*, ol. 17, n.º 2 (29-52).
- Muthén, B., & Muthén, L. (1998-2007). *Mplus Version 5.0 statistical analysis with latent variables: User's Guide (Fourth Ed.)*. Los Angeles, CA: Muthén & Muthén.
- Ostapenko, N. (2015). National culture, institutions and economic growth: The way of influence on productivity of entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 4 (3), pp. 331-351. Doi: 10.1108/JEPP-11-2014-0040.
- Porter, M. (2010). *Estrategia competitiva*. México: Patria .
- Ratten, V. a. (2019). Societal Entrepreneurship and Competitiveness. En L. a. Dana, *ocietal Entrepreneurship and Competitiveness* (págs. pp. 1-4. Doi: 10.1108/978-1-83867-471-720191002). Emerald Publishing Limited, .
- Rosique-Blasco, M., Madrid-Guijarro, A., García-Pérez-de-Lema, D., McCracken, M., & Matlay, H. (2016). Entrepreneurial skills and socio-cultural factors: an empirical analysis in secondary education students. *Education + Training*, 58 (7/8). Doi: 10.1108/ET-06-2015-0054.
- Smart, D., & Conant, J. (1998). Entrepreneurial Orientation Distinctive Marketing Competencies and Organizational Performance. *Journal of Applied Business Research*, (10)(3) pp: 28-38 DOI <https://doi.org/10.19030/jabr.v10i3.5921> .
- Smart, D., & Conant, J. (1998). Entrepreneurial orientation, distinctive marketing and competencies and organizational performance. *Journal of Applied Business Research*.
- Tipu, S. (2017). Entrepreneurial risk taking: themes from the literature and pointers for future research. *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 25 No. 3, pp. 432-455. Doi: 10.1108/IJOA-08-2015-0898.
- Trong Luu, T., Dinh, K., & Qian, D. (2015). Ambidextrous leadership, entrepreneurial orientation and job crafting. *European Business Review*, (31)(2) pp.260-282, doi.org/10.1108/EBR-06-2015-0061.
- Yu-Wu, L., Wang, C., Chen, C., & Pan, L. (2008). Internal Resources External Network and Competitiveness during the Growth Stage: A Study of Taiwanese High-Tech Ventures. *Entrepreneurship theory and practice*, pp: 529-549 .

- Zeffane, R. (2015). Gender, trust and risk-taking: a literature review and proposed research model . *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 9 No. 3, pp. 221-232. <https://doi.org/10.1108/JEC-03-2014-0004>.
- Zeffane, R. (2015). Trust, personality, risk taking and entrepreneurship: Exploring gender differences among nascent and actual entrepreneurs in the United Arab Emirates. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 11 No. 3, pp. 191-209. Doi: 10.1108/WJEMSD-08-2014-0025.