

RESUMEN

MODELO CAUSAL DE CREACIÓN DE VALOR ECONÓMICO
PERCIBIDO POR EMPRESARIOS DE LA CÁMARA DE LA
INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACIÓN DE NUEVO
LEÓN, EN MONTERREY, NUEVO LEÓN, MÉXICO

por

Adriana Pérez Cáceres

Asesor principal: Pedro Gonzáles Urbina

RESUMEN DE TESIS DOCTORAL

Universidad de Morelos

Facultad de Ciencias Empresariales y Jurídicas

Título: MODELO CAUSAL DE CREACIÓN DE VALOR ECONÓMICO PERCIBIDO POR EMPRESARIOS DE LA CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE TRANSFORMACIÓN DE NUEVO LEÓN, EN MONTERREY, NUEVO LEÓN, MÉXICO

Nombre de la investigadora: Adriana Pérez Cáceres

Nombre y título del asesor principal: Pedro Gonzales Urbina, Doctor en Administración

Fecha de culminación: Marzo 2021

Problema

El modelo empírico en el cual el nivel de las competencias emprendedoras influye directamente en el nivel de la competitividad empresarial y ambas influyen directamente en el grado de creación de valor económico y el grado de capacidad innovadora influye indirectamente en el grado de creación de valor económico según la percepción de los empresarios voluntarios del staff de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León ¿tiene bondad de ajuste con el modelo teórico?

Metodología

La investigación fue considerada de tipo cuantitativo, explicativo, transversal, descriptivo, exploratorio, de campo y causal. El muestreo realizado en este estudio fue

no probabilístico, dirigido intencional y por conveniencia. En esta investigación se seleccionó intencionalmente a los empresarios voluntarios del staff de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León. La muestra fue de 125 empresarios voluntarios de CAINTRA. Para la recolección de los datos se utilizaron cuatro instrumentos; se validaron los constructos mediante la técnica de análisis factorial con resultados de varianza total explicada muy aceptables mayores al 50%. La confiabilidad, medida con el coeficiente alfa de Cronbach para cada instrumento, fue muy alta (capacidad innovadora, $\alpha = .884$; competitividad empresarial, $\alpha = .968$; competencias emprendedoras, $\alpha = .931$; creación de valor económico, $\alpha = .913$). En general, todos los valores de alfa de Cronbach fueron considerados como medidas de confiabilidad muy aceptables para cada una de las variables.

Resultados

Para el análisis de la hipótesis, se utilizó la técnica estadística de modelos de trayectoria (path analysis); se consideró como variable exógena a nivel de competencias emprendedoras (CE) y como variable endógena fue competitividad empresarial (COM), capacidad innovadora (CI) y creación de valor económico (CVE). Al realizar el análisis path se encontró que el modelo tuvo una buena bondad de ajuste con el modelo empírico y los resultados son los siguientes: $X^2 = .001$ $p = .975$, RMSEA = .000, GFI = 1.000, NFI = 1.000, CFI = 1.000. En las hipótesis secundarias de esta investigación, se encontró que el nivel de competencias emprendedoras predice al nivel de capacidad innovadora en un 9%, mientras que las competencias emprendedoras y capacidad innovadora predicen a la competitividad empresarial en un 44%. Por último,

el nivel de competencia emprendedora y el nivel de competitividad empresarial predicen el grado de creación de valor económico en un 53.4%.

Conclusión

El modelo teórico y empírico mostraron que el nivel de las competencias emprendedoras influye directamente en el nivel de la competitividad empresarial y ambas influyen directamente en el grado de creación de valor económico y el nivel de la capacidad innovadora influye indirectamente en el grado de creación de valor económico, según empresarios de CAINTRA de Monterrey, Nuevo León.

Universidad de Morelos
Facultad de Ciencias Empresariales y Jurídicas

MODELO CAUSAL DE CREACIÓN DE VALOR ECONÓMICO
PERCIBIDO POR EMPRESARIOS DE LA CÁMARA DE LA
INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACIÓN DE NUEVO
LEÓN, EN MONTERREY, NUEVO LEÓN, MÉXICO

Tesis
presentada en cumplimiento parcial
de los requisitos para el grado de
Doctorado en Administración de Negocios

por

Adriana Pérez Cáceres

Marzo de 2021

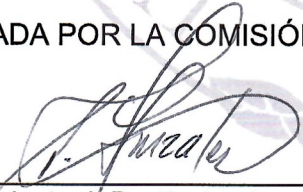
MODELO CAUSAL DE CREACIÓN DE VALOR ECONÓMICO PERCIBIDO POR
EMPRESARIOS DE LA CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACIÓN
DE NUEVO LEÓN, (CAINTRA) EN MONTERREY, MÉXICO

Tesis
presentada en cumplimiento parcial
de los requisitos para el título de
Doctorado en Administración
de Negocios


por

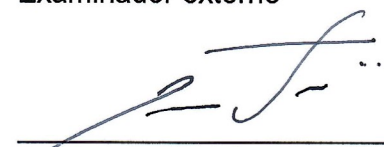
PEREZ CACERES ADRIANA

APROBADA POR LA COMISIÓN:


Asesor principal: Dr. Pedro Armengol
Gonzales Urbina


Dra. Felicitas Ortiz García
Examinador externo


Miembro: Dr. Omar A. Flores Laguna


Dr. Ramón Andrés Díaz Valladares
Director de Posgrado e Investigación


Miembro: Dra. Karla Sarai Basurto G.

12 de Abril de 2021

Fecha de aprobación

DEDICATORIA

Con todo mi corazón dedico mi tesis

A Dios, por ser nuestro Creador y mi Guía espiritual, por permitirme culminar con éxito esta gran meta de mi vida y brindarme su bendición y protección.

A mis padres, Irma Julieta y José Víctor, por ser un pilar fundamental en mi vida, inculcarme buenos valores y darme la mejor educación. A ti madre, por tu bendición a diario que a lo largo de mi vida me protege y me lleva por el camino del bien, por tu amor madre mía, te amo.

A mis tesoros, Andy y Andreita, ustedes fueron mi mayor inspiración e impulso para seguir adelante y lograr mis metas, por darme su fortaleza y ánimo para ser mejor cada día, los amo profundamente.

A Andrés, por aportar sus conocimientos a mi trabajo y estar siempre presente.

A mi familia, por siempre estar para mí en todo momento.

TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE FIGURAS	viii
LISTA DE TABLAS	ix
RECONOCIMIENTOS	xi
Capítulo	
I. DIMENSIÓN DEL PROBLEMA	1
Introducción	1
Antecedentes conceptuales	2
Competencias emprendedoras	2
Capacidad de innovación.....	5
Competitividad empresarial	6
Creación de valor económico	8
Definición de términos.....	10
Planteamiento del problema	11
Declaración del problema	14
Hipótesis	15
Hipótesis secundarias.....	16
Objetivos del estudio	16
Justificación	16
Limitaciones	18
Delimitaciones	18
Marco filosófico	19
Organización del estudio	24
II. MARCO TEÓRICO	25
Introducción	25
Competencias emprendedoras	25
Importancia	25
Dimensiones	28
Capacidad innovadora	31
Importancia	31
Dimensiones	33
Competitividad empresarial.....	35
Importancia	35
Dimensiones	37

Creación de valor económico	38
Importancia	38
Dimensiones	40
Investigaciones realizadas	41
Competencias emprendedoras, capacidad innovadora y competitividad empresarial	42
Competencias emprendedoras, capacidad innovadora y creación de valor económico	44
Capacidad innovadora y competitividad empresarial.....	46
Competitividad empresarial y creación de valor económico	47
 III. MARCO METODOLÓGICO	 49
Introducción	49
Tipo de investigación	49
Población	50
Muestra	51
Instrumentos de medición	51
Variables	51
Elaboración del instrumento	52
Validez del instrumento.....	53
Validez de contenido	53
Validez de constructo	54
Capacidad innovadora	54
Competitividad empresarial	57
Competencia emprendedora	61
Creación de valor económico	66
Confiabilidad de los instrumentos	68
Operacionalización de las variables	69
Hipótesis nulas	70
Hipótesis nulas	70
Hipótesis nulas secundarias	70
Operacionalización de las hipótesis nulas	71
Índices de bondad de ajuste	71
Medidas incrementales de ajuste	72
Medidas de ajuste de parsimonia	73
Recolección de datos	74
Análisis de los datos.....	74
 IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	 75
Introducción	75
Población y muestra	75
Descripción demográfica.....	76

Género	76
Edad	76
Ocupación de los padres	77
Nivel académico	77
Educación	78
Cargo que desempeña	78
Sector	79
Número de empleados.....	79
Antigüedad de la empresa	80
Edad de inicio de la idea de emprender	80
Edad de creación de la empresa	80
Cuántos negocios ha establecido	81
Ocupación previa al emprendimiento.....	82
Motivación por emprender	83
Número de fracasos antes de tener éxito	83
Número de éxitos en innovación.....	83
Tablas cruzadas.....	84
Ocupación de los padres con la edad de inicio de la idea de emprender	84
El nivel académico con tipo de educación	85
La educación con la edad de la creación de la empresa	85
Educación con la idea de emprender	87
Negocios establecidos con número de fracasos.....	87
Negocios establecidos con número de éxito de innovación.....	88
Medias aritméticas	88
Capacidad innovadora	89
Competitividad empresarial	90
Competencia emprendedora	91
Creación de valor económico	94
Análisis path.....	94
Supuestos.....	97
Hipótesis nulas	97
Resumen del capítulo.....	100
 V. CONCLUSIONES, DISCUSIÓN Y RECOMENDACIONES	 102
Discusión	102
Conclusiones.....	105
Capacidad innovadora	107
Competencias emprendedoras.....	108
Competitividad empresarial	109
Creación de valor económico	110
Recomendaciones	111
A los empresarios	111
A la academia	112
Al gobierno.....	112

A la Iglesia Adventista del Séptimo Día	113
Para futuras investigaciones	113
Apéndice	
A. BATERÍA DE INSTRUMENTOS	114
B. ANÁLISIS FACTORIAL	122
C. CONFIABILIDAD DE LOS CONSTRUCTOS	131
D. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	133
E. DESCRIPTIVOS DE LOS DATOS DEMOGRÁFICOS	141
F. HIPÓTESIS NULAS	147
REFERENCIAS	152
CURRICULUM VITAE.....	162

LISTA DE FIGURAS

1. Modelo teórico.....	15
2. Modelo económico para la prosperidad	23
3. Modelo con los coeficientes path estandarizados.	96
4. Modelo de investigación con resultados ($\chi^2 = .001$, $p = .975$, $RMSEA = .001$, GFI= 1.000 y CFI= 1.000).	100

LISTA DE TABLAS

1. Teorías propuestas por David McClelland	29
2. Matriz de componentes rotados de capacidad innovadora	56
3. Matriz de componentes rotados de competitividad empresarial.....	59
4. Matriz de componentes rotados de competencia emprendedora.....	64
5. Matriz de componentes rotados de creación de valor económico.....	68
6. Operacionalización de la variable de creación de valor económico	69
7. Operacionalización de las hipótesis.....	71
8. Distribución de los participantes por edad.....	76
9. Distribución de los participantes por ocupación de los padres.....	77
10. Distribución de los participantes por nivel académico.....	77
11. Distribución de los participantes por educación	78
12. Distribución de los participantes por cargo que desempeñan	78
13. Distribución de los participantes por sector al que pertenecen	79
14. Distribución de los participantes por número de empleados de las empresas.....	79
15. Distribución de los participantes por antigüedad de la empresa.....	80
16. Edad de inicio de la idea de emprender de los participantes	81
17. Edad de creación de la empresa.....	81
18. Cuántos negocios ha establecido los participantes.....	82
19. Ocupación previa al emprendimiento de los participantes	82

20. Motivación para emprender de los participantes	83
21. Número de fracasos antes de tener éxito de los participantes.....	84
22. Número de éxitos obtenidos por innovación de las empresas	84
23. Tabla cruzada de ocupación de los padres con inicio de la idea de emprender	85
24. Tabla cruzada del nivel académico con tipo de educación.....	86
25. Tabla cruzada del tipo de educación con la edad de la creación de la empresa.....	86
26. Tabla cruzada del tipo de educación con la edad de inicio de la idea de emprender.....	87
27. Tabla cruzada de número de negocios con número de fracasos obtenidos	88
28. Tabla cruzada de negocios establecidos con número de éxito en innovación ...	89
29. Media y desviación de capacidad innovadora.....	90
30. Media y desviación de competitividad empresarial	92
31. Media y desviación de competencias emprendedoras.....	93
32. Media y desviación de creación de valor económico	95
33. Estadísticos de bondad de ajuste	97
34. Efectos totales (T), directos (D) e indirectos (I) de las variables incluidas en el modelo	100

RECONOCIMIENTOS

Querido Dios, solo quiero darte las gracias por todo lo que has hecho por mí, por ser mi fortaleza y fuente de sabiduría en todo momento. En especial, durante el proceso de elaboración de este proyecto he visto tu bendición.

Al doctor Pedro Armengol Gonzales Urbina, asesor principal en el desarrollo de esta investigación, quien con su conocimiento, apoyo y amistad me guió a través de cada una de las etapas de esta investigación.

Al doctor Omar Flores Laguna, asesor metodológico, quien cordialmente me brindó su apoyo y dedicación en la aclaración de cualquier dificultad presentada durante la elaboración de la investigación.

A la Universidad de Montemorelos, por su modelo educativo con una fuerte relación con la Biblia, fuente de sabiduría y de todo conocimiento superior.

A mis maestros y compañeros del programa del doctorado, que durante este tiempo del proyecto fueron un gran apoyo e inspiración para seguir adelante.

¡Muchas gracias a todos!

CAPÍTULO I

DIMENSIÓN DEL PROBLEMA

Introducción

De acuerdo con el Banco de México (2020a), en el país se ha observado una variación negativa del Producto Interno Bruto (PIB) desde el 2019. Desde finales de marzo de 2020, se estableció una emergencia sanitaria frente a la epidemia de enfermedad generada por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19), exacerbando aún más la actividad económica de México. A partir del segundo trimestre 2020, se ha presentado una caída sin precedentes del PIB del -17.3%, lo cual indica que el país se enfrenta a una crisis que impactará negativamente a la economía de México.

Considerando la baja actividad económica aunado con las brechas existentes en el mercado laboral, en particular, en términos de acceso al empleo y condiciones laborales, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) alerta que la tasa de desempleo en México al final del 2020 podría llegar a ser del 11.7% de la Población Económicamente Activa (PEA), lo que equivaldría aproximadamente 6 millones de personas, el 44% de la población ocupada en México se enfrenta al riesgo de sufrir reducción de horas de trabajo o salarios, la ocupación informal descendió hasta en 47.7% por la importante pérdida de trabajos informales. En los meses de marzo a julio 2020, se han perdido 1,117,584 empleos formales o permanentes, destruyéndose más empleos formales que los que fueron creados en todo 2019, lo que contribuye al aumento de la

pobreza por ingreso laboral.

Las proyecciones de esta nota técnica ha usado como fuente principal de su análisis datos provenientes de la ENOE (Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo) y de la ETOE (Encuesta Telefónica de Ocupación y Empleo) del INEGI (Organización Internacional del Trabajo, 2020).

Antecedentes conceptuales

En esta sección se abordan definiciones conceptuales de los constructos de esta investigación que abarca los siguiente: (a) competencias emprendedoras, (b) capacidad innovadora, (c) competitividad empresarial y (d) creación de valor económico.

Competencias emprendedoras

Tocar el concepto de emprendedor es relevante porque abre un amplio análisis en el campo de la economía por el gran impacto que tiene este en la incidencia de generación de autoempleo y empleo hacia otros y desarrollo regional y nacional, así como la innovación en productos y procesos. En esta investigación, se toma como punto de partida los orígenes etimológicos de la palabra emprendimiento. De acuerdo con Toro Lasso y Ortegón Álvarez (1999), el emprendimiento proviene del latín *in*, que significa (hacia dentro) y *prendére* (agarrar, coger, atrapar) y para la Real Académica Española (2020) significa que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras.

García del Junco, Álvarez Martínez y Reyna Zaballa (2007) indican que el primero en popularizar el término emprendedor en los años treinta del siglo XX fue el austríaco Joseph Schumpeter, señalando que el emprendedor es un ente generador

de crecimiento económico, es aquel que crea una nueva industria y toma decisiones cruciales (Schumpeter, 1934) y hasta en el año 1995, los estudios como los de Johnson, Mitchell y Jorgensen (1995), demuestran la importancia del desarrollo de las economías de mercado a través de los emprendedores de éxito, así como otros investigadores constatan que la creación de nuevos negocios tienen como principal recurso la figura del emprendedor.

El emprendimiento es un término poliédrico, ya que está directamente relacionado con la acción de la persona. En este sentido, se puede entender el emprendimiento como el conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil personal orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo (Salinas Ramos y Osorio Bayter, 2012).

Alcaráz Rodríguez (2015) manifiesta que se denomina emprendedor a aquella persona con confianza en sí misma y con ciertas características que le permiten ver oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el mejor empleo de recursos.

De acuerdo con Torres Valladares y Torres Lajo (2013), la capacidad se relaciona directamente con las habilidades que las personas desarrollan de la enseñanza o por la experiencia. Los individuos que poseen la capacidad emprendedora están preparados para asumir riesgos y afrontar retos que ocasionan la actividad del emprendimiento dentro de su proceso de desarrollo y sostenibilidad. Por lo tanto, el desarrollo de ésta permite tener mayor oportunidad de emprender con éxito, creando nuevas oportunidades y haciéndolas productivas para beneficio propio. Los individuos

que poseen capacidades emprendedoras también pueden actuar con iniciativa y perseverancia siendo agentes de cambio junto a los que rodean, aportando soluciones innovadoras a organizaciones productivas y sociales (Yépez Mora, Frías Campos y Asunción Parrales, 2019).

Para Formichella (2004), una persona emprendedora tiene capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo mirar su entorno, sino también ver y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, así como tiene capacidad de convocatoria; incluso, de ser necesario, sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Sánchez Aguilar (2013) refiere que la capacidad emprendedora es la mentalidad y ánimo con que una persona afronta la creación de un negocio. Se trata de la predisposición (o anticipación de su comportamiento) a actuar que adopta un emprendedor para afrontar sus retos y la convierte en una tendencia antes y durante el proceso de creación.

La capacidad emprendedora lleva a una dimensión diferente en el terreno de la creatividad, de la capacidad de anticipación, de mirar hacia adelante para hacer surgir lo que vendrá y movilizar la energía suficiente para convertir esa visión en realidades efectivas (Sagredo, 1996).

Por otro lado, las capacidades emprendedoras están definidas por el alto grado

de confianza en sí mismo y una serie de habilidades y características como la creatividad, la innovación, el trabajo en equipo, la autoestima y otras que le permiten al emprendedor detectar oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, innovación o el mejor empleo de los recursos para alcanzar objetivos (De Pablo López, Santos Urda y Bueno Hernández, 2004).

Para Rodríguez Moreno y Gomez Murillo (2014), el emprendimiento, de manera funcional, se toma como una actitud que requiere de competencias, dicho de otra manera, las personas que emprenden una idea de negocio poseen ciertas competencias. El emprendedor se mueve por deseo, necesidad u oportunidad. Así, las competencias emprendedoras implican capacidades, destrezas, habilidades y aptitudes, cualidades que hacen posible un desempeño idóneo de las personas al querer emprender.

Las competencias emprendedoras consisten en la capacidad de armonizar sus cualidades y recursos individuales con la cambiante situación económica (Acuña Salinas, 2014).

Capacidad de innovación

Con respecto a la capacidad de innovación diversos autores han escrito, como un proceso de búsqueda y selección, exploración y síntesis, con ciclos de pensamiento diferentes, seguidos por un proceso de convergencia; que se destacan en la investigación como un mecanismo de búsqueda y aprendizaje (Solé Parellada, Del Palacio Aguirre y Areyuna Santiago, 2007).

Para Formichella (2004), la innovación es un camino fructífero para la sociedad en el que las ideas se convierten en un proceso de producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad.

Según Robbins y Coulter (2010), la innovación es una nueva idea que se aplica para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio, de esta forma se observa que la innovación es llevar a cabo actividades o cosas de una manera diferente.

La innovación, según Vesga (2009), es el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones. Este proceso debe llevar a resultados concretos y medibles y está asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor en los individuos, es decir, a una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la permanente búsqueda de oportunidades y por la capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlas.

La capacidad innovadora es la capacidad de una empresa de utilizar el conocimiento internamente, independientemente de la novedad del conocimiento para la empresa (Lee y Hsieh, 2010) y su capacidad de igualar los resultados de su innovación con las expectativas finales del mercado en las necesidades cambiantes del mercado (Szeto, 2000).

La capacidad innovadora representa las capacidades subyacentes al desempeño innovador de una empresa que puede definirse como la aplicación de ideas en forma de productos, procesos, organización del trabajo, gestión o sistemas de comercialización (Weerawardena y O'Cass, 2004).

Competitividad empresarial

Labarca (2007) señala que la competitividad en esta era exige a las organizaciones ser eficientes y eficaces en el manejo de sus recursos, ya sean financieros, humanos, naturales, tecnológicos entre otros, para enfrentar el reto que representa el

mercado local y el internacional porque la competitividad de una empresa es la capacidad para generar bienes y prestar servicios igual o más eficaz y eficiente que sus rivales.

Para Ivancevich, Lorenzi y Skinner (1997), la competitividad es la medida en que un país, bajo condiciones de mercado libre y leal, produce bienes y servicios que superan con éxito mercados internacionales, manteniendo y/o aumentando al mismo tiempo la renta real de sus ciudadanos.

World Economic Forum (2010) menciona que la competitividad es el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país. El crecimiento de esta productividad permitirá que el nivel de ingresos de un país se incremente, logrando así, aumento en los niveles de calidad de vida y prosperidad para los ciudadanos.

Para Padilla (2006), la competitividad se relaciona con la capacidad de aumentar el nivel de vida de las personas, incrementar la productividad, de adentrarse exitosamente en los mercados internacionales, entre otros conceptos como el crecimiento económico.

La competitividad muestra la medida en que un país, en un sistema de libre comercio e igualdad de condiciones en el mercado, produce bienes y servicios que superan la prueba de los mercados internacionales en la medida que mantiene e incrementa el ingreso real de su población a largo plazo (Saavedra Garcia, 2012).

Dussel (2001) menciona que la competitividad se define como la integración dinámica de países y productos a los mercados internacionales, dependiendo de las condiciones de oferta y demanda.

Ibarra Cisneros, González Torres y Demuner Flores (2017) menciona que la competitividad empresarial es desagregar la competitividad internacional y sentarlo al plano nacional-local interpretando que la competitividad empresarial es parte integrante de la competitividad de los países, por lo que, no son excluyentes.

En el ámbito empresarial, la competitividad involucra la adaptación y flexibilidad en un entorno cada vez más dinámico donde prevalece el aseguramiento de un posicionamiento y superar a la competencia, aprovechando las tecnologías actuales (Arriagada y González, 2012).

La competitividad empresarial cada vez toma más relevancia en su campo, esto se deriva de las exigencias del entorno económico actual el cual se enmarca en el proceso de globalización (Saavedra García, 2012).

Creación de valor económico

Bonmatí Martínez (2011) dice que el valor de una empresa es el valor del conjunto de elementos materiales, intangibles y humanos que integran o forman una empresa. El objetivo de toda buena gerencia hasta ahora ha sido la maximización de beneficio, pero este ha sido sustituido por el de creación de valor. Se crea valor en la empresa cuando la utilidad que se genera es tan grande que cubre el costo de las fuentes de financiamiento de los recursos invertidos.

Medina Giacomozzi, Gallegos Muñoz y Lara Hadi (2008) mencionan que el valor económico creado nace de comparar el valor económico de la empresa en un periodo determinado (periodo 2) con el valor obtenido en un momento anterior (año 1), en donde, para que se cumpla esta generación de valor, debe darse la condición de que el valor económico final sea mayor al valor económico inicial.

Un incremento en el valor económico de la empresa conlleva directamente a un aumento del valor económico distribuido a los que intervienen con ella, es decir, clientes, trabajadores y quienes las financian, por lo que se cumple la igualdad de valor económico creado igual a valor económico distribuido (Medina Giacomozzi et al., 2008).

Ramírez Molinares, Carbal Herrera y Zambrano Meza (2012) afirman que, en términos financieros, una decisión, acción, inversión o transacción se inclinan por la creación de valor cuando es capaz de retornar un monto de dinero superior a lo invertido inicialmente, cubriendo todos los costos asociados, involucrando los costos de oportunidad de los recursos invertidos.

La creación de valor es importante en las empresas y ésta se puede obtener con aportes por medio de la cadena de valor, la cual es una herramienta de análisis que permite ver la posición de la empresa dentro de su entorno e internamente en sus procesos que la componen, abriendo paso a una serie de posibilidades que se refieren a su diseño, la incorporación o no de actividades, sus interrelaciones y la subcontratación, por mencionar algunos (Eguren Martí, 2015).

Para Bonmatí Martínez (2011), el valor de una empresa se trata de un valor o precio de la organización que incluye el valor en el presente de los bienes, derechos y obligaciones que integran su patrimonio y las expectativas con respecto a los beneficios que se espera que la empresa obtenga en el futuro.

Ramírez Molinares et al. (2012) mencionan que una medida de desempeño basada en valor es Valor Económico Agregado (EVA). Este indicador económico com-

para la rentabilidad de la empresa con el costo de los recursos utilizados para alcanzarla. Teniendo en cuenta lo anterior, si el EVA es positivo, la empresa crea valor (la rentabilidad es mayor al costo) para los accionistas. De lo contrario, si el EVA es negativo, lo cual significa que no se alcanza a cubrir el costo de capital, por lo que, la riqueza de los accionistas decrece y se destruye el valor en la empresa.

Definición de términos

En esta sección, se presenta una serie de términos que deben ser percibidos con claridad para los propósitos del estudio.

Competencia emprendedora: son aquellas cualidades y características necesarias para dar inicio y liderar cambios, tanto en su entorno profesional como personal asociados a diversas características capaces de asumir un riesgo al poner en juego recursos propios al detectar una oportunidad de negocio para obtener un beneficio.

Capacidad de innovación: es toda empresa que tenga la capacidad de implementar, por su experiencia, productos (servicios o bien) y procesos nuevos o mejorados, un nuevo método en marketing u organizacionativo, en el ámbito empresarial, planteando con ello nuevas soluciones y creando nuevos recursos productores de riqueza.

Competitividad empresarial: es la capacidad de producir productos y servicios con mayor eficacia y eficiencia frente a sus competidores.

Creación de valor económico: es la capacidad que tienen las empresas en la generación de utilidades. Este consiste en hacer máximo el valor de mercado de la Empresa. Como si la empresa estuviera constantemente en venta. Esto significa hacer máximo el valor de la inversión de los accionistas, que debe ser el objetivo perenne.

Planteamiento del problema

Bajo este escenario de desaceleración económica acentuada por la contingencia sanitaria COVID-19 que implicó choques que afectaron de forma generalizada a todos los países con repercusiones en las actividades económicas, la inflación y las condiciones financieras globales de acuerdo con el informe trimestral julio-septiembre de 2020 de BANXICO y ante la falta de oportunidades de trabajo, el país enfrentará una crisis económica con impacto mucho mayor que durante y después de la crisis de 2008-2009. Y de acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2020), el desempleo es un problema que agobia a los países en Latinoamérica donde uno de cada cinco jóvenes es desempleado, tasa de desocupación que triplica a la de los adultos y tasa cinco veces mayor al desempleo en general, así que se presentan retos significativos para la recuperación económica del 2020 y 2021 (Banco de México, 2020b).

La prosperidad económica de un país y la estabilidad de su mercado laboral dependen de las actividades en torno al emprendimiento, por lo que el impulso a este se ha convertido en una de las prioridades de los países, entre ellos México, se ha observado que el emprendedor es el elemento clave para elevar el desarrollo, donde a través de iniciativas innovadoras crea o mejora productos, procesos, métodos o prácticas, dando como resultado final un incremento de competitividad en su región de influencia. Ahora bien, el estudio de la empresariedad ha sido abordado desde distintas perspectivas y disciplinas, dentro de las distintas aproximaciones está el reconocimiento de que la conducta (individual o colectiva), son el centro del proceso de desarrollo, es decir, a través de sus acciones contribuyen al desarrollo de una organización.

Monterrey es una ciudad identificada por su desarrollo industrial, formación de clase mundial, ubicación importante para el comercio internacional, altos estándares en salud, calidad de vida y su desarrollo de negocios. Esas características han permitido que la ciudad sea competitiva y reconocida en diversas instancias. Desde su fundación en el año 1596, los habitantes de Monterrey tuvieron que aprender a adaptarse al clima extremo y sus diferencias geográficas para impulsar el comercio entre el norte y el sur de México.

La industrialización de la ciudad de Monterrey se aceleró en el año 1890 con la apertura de la Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma. En el año 1900, se fundó la Compañía Fundidora de Fierro y Acero de Monterrey. Estas compañías dieron trabajos a miles de personas. Además, dieron paso a la apertura de nuevas industrias como Vidriera Monterrey, Corcho y Lata de Monterrey, Fábricas Monterrey, Grafo Regia, Malta y Empaques de Cartón Titán, la cual proveía de materia prima a la Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma.

Actualmente, Nuevo León es una de las economías más grandes de México, pues aporta el 7.5% del producto interno bruto total del país, produce el 10.9% de los bienes manufacturados en México y tiene un Ingreso Per Cápita de 15,975 dólares americanos. Nuevo León es el segundo estado en atracción de inversión extranjera directa en el país, siendo Estados Unidos, Alemania, Canadá, Francia, Inglaterra y Japón los mayores socios comerciales. Monterrey conserva una economía sólida de manufactura e industria y ha dado grandes pasos hacia una economía basada en el conocimiento y los servicios (Secretaría de Economía, 2020a).

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2016) menciona que hoy en día las Pymes constituyen la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y, asimismo, por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. En México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales el 99.8% son Pymes, las cuales generan el 52% del producto interno bruto y el 72% del empleo en el país.

La Secretaría de Economía (2019) brinda información estadística de México para el cálculo de indicadores importantes como el de la productividad, la competitividad o las capacidades gerenciales, entre otros; estos representan una herramienta fundamental para el seguimiento del desempeño de las empresas y los sectores económicos a los que pertenecen. Entre los resultados dados a conocer en el 2018, destacan los siguientes: (a) 4,057,719 microempresas con una participación en el mercado de 97.3%, (b) 111,958 pequeñas y medianas empresas (pymes), con una participación de 2.7% en el mercado y (c) 4,169,677 micro, pequeñas y medianas empresas clasificadas en los sectores de manufacturas, comercio y servicios privados no financieros.

En esta investigación, se consideró importante trabajar con la Cámara de la Industria de Transformación de Nuevo León (CAINTRA), ya que es un organismo empresarial que representa a los industriales de Nuevo León, que promueve y brinda servicios que fomentan las mejores condiciones para elevar la competitividad de sus Socios. Tiene como misión ser la voz colectiva y el espacio de unión de estos y actuar como contrapeso ante políticas públicas y acciones de gobierno a nivel local, estatal y federal en temas de competitividad industrial. Ayudan a los socios a entender su

entorno y ser parte de los cambios necesarios para mejorarlo. CAINTRA busca, de manera colaborativa con sus miembros, aprovechar, enfrentar, atender y resolver oportunidades y amenazas comunes dentro de la industria de Nuevo León de manera efectiva. Buscan contribuir al crecimiento, la sustentabilidad, la competitividad y el liderazgo económico de los industriales de Nuevo León.

Es por eso, que los empresarios de CAINTRA de Monterrey, la ciudad más industrializada en México, necesitan aportar y transferir su conocimiento a las micro, pequeñas y medianas empresas para incrementar acciones que mejoran su creación de valor y mantenerse funcionando en el país; con el objetivo de construir a su establecimiento, crecimiento y consolidación. La presente investigación propone un modelo teórico que será analizado con un modelo empírico, según la percepción de empresarios de CAINTRA.

Declaración del problema

A continuación, se presenta el problema de investigación:

El modelo empírico en el cual el nivel de las competencias emprendedoras influye directamente en el nivel de la competitividad empresarial y ambas influyen directamente en el grado de creación de valor económico y el grado de capacidad innovadora influye indirectamente en el grado de creación de valor económico según la percepción de los empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León ¿tiene bondad de ajuste con el modelo teórico?

En la Figura 1, se presenta el modelo teórico que trata de identificar las relaciones lineales de las cuatro variables latentes en estudio: competencias emprendedoras, capacidad innovadora, competitividad empresarial y creación de valor económico.

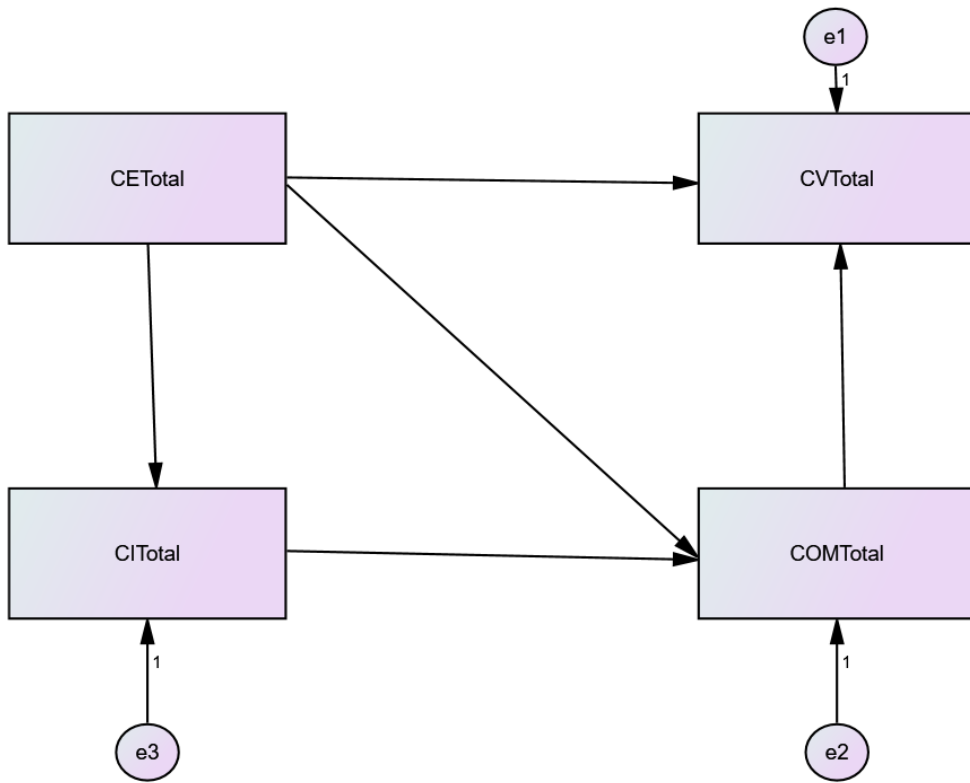


Figura 1. Modelo teórico.

Hipótesis

En esta investigación, se plantea la siguiente hipótesis:

H₁ El modelo empírico en el cual el nivel de las competencias emprendedoras influye directamente en el nivel de la competitividad empresarial y ambas influyen directamente en el grado de creación de valor económico y el grado de capacidad innovadora influye indirectamente en el grado de creación de valor económico según la percepción de los empresarios de CAINTRA Nuevo León, tiene bondad de ajuste con el modelo teórico.

Hipótesis secundarias

H2. El nivel de competencia emprendedora (CE) es predictor significativo del grado de capacidad innovadora (CI) percibido por empresarios de CAINTRA, Nuevo León.

H3. El nivel de competencia emprendedora (CE) y el grado de capacidad innovadora (CI) son predictores significativos de la competitividad empresarial (COM) percibido por empresarios de CAINTRA Nuevo León.

H4. La competencia emprendedora (CE) y la competitividad empresarial (COM) son predictores significativos de la creación de valor económico (CV) percibido por empresarios de CAINTRA, Nuevo León.

Objetivos del estudio

Para la validación de este modelo, se establecieron los siguientes objetivos:

1. Evaluar la bondad de ajuste del modelo.
2. Elaborar un instrumento para medir cada una de las variables del estudio: la capacidad emprendedora, capacidad innovadora, competitividad empresarial y creación de valor económico.
3. Evaluar descriptivamente cada uno de los constructos para encontrar las fortalezas y debilidades.

Justificación

La presente investigación se justifica debido a que en el mundo se está gestando un nuevo orden económico mundial en donde existen países productores de conocimiento y tecnología, países productores de bienes y servicios, siendo evidente

un alto índice de desempleo, restricciones en el sector público, reducción de corporaciones y programas de reestructuración, con una población joven que representa un 70% en muchos países en vías de desarrollo y casi un tercio de la población de economías emergentes, donde cada año miles de estudiantes que terminan sus estudios secundarios y superiores no tienen posibilidades de unirse al mundo laboral (Diez de Medina, 2004).

El emprendimiento es un término muy importante que contribuye en el desarrollo económico y social de un país donde los individuos son capaces de generar empleo mediante nuevas combinaciones de los medios de producción (Matiz, 2009). Por otro lado, numerosos estudios afirman que existe una relación positiva entre la capacidad emprendedora y el resultado empresarial (Rauch, Wiklund, Lumpkin y Frese, 2009).

Para Lasio, Caicedo, Ordeñana e Izquierdo (2015), la capacidad emprendedora es uno de los tres principales factores que influyen en el emprendimiento donde se crean nuevas ideas de negocio.

El Global Entrepreneurship Monitor (2016), en su reporte global, menciona que la mayoría de los políticos y académicos coinciden en que el espíritu emprendedor es fundamental para el desarrollo y el bienestar de la sociedad. Los emprendedores crean puestos de trabajo. Conducen y le dan forma a la innovación, acelerando los cambios estructurales en la economía. Al introducir nueva competencia, contribuyen indirectamente a la productividad. El espíritu empresarial es un catalizador del crecimiento económico y la competitividad nacional.

En América Latina y en el mundo, se ha dado prioridad a las acciones de emprendimiento, ya que las empresas son el motor que impulsa el crecimiento y la competitividad en el desarrollo de las economías y coadyuvan en el bienestar de la sociedad, en general. Algunos autores consideran que el crecimiento de las economías depende de las capacidades de innovación y emprendimiento (Scheel, 2012).

Se pretende que este estudio sea pionero en medir cómo las competencias emprendedoras, la capacidad de innovación y la competitividad empresarial influyen en la creación de valor económico de las empresas.

Limitaciones

En la elaboración de esta investigación, se consideraron algunas limitaciones pertinentes para el desarrollo de este estudio:

1. Algunos de los empresarios voluntarios no mostraron disposición a participar en este estudio.
2. Por cuestiones de tiempo, se les dieron las encuestas a los empresarios de CAINTRA para ser contestadas en sus casas y muchas encuestas no fueron regresadas.
3. Como se dependía de terceras personas para la aplicación, los ítems no fueron contestados en su totalidad y se tuvieron que rechazar algunas encuestas incompletas.

Delimitaciones

A continuación, se mencionan algunas delimitaciones en esta investigación:

1. El estudio se realizó con empresarios de CAINTRA, Nuevo León.

2. El instrumento que se usó en esta investigación fue administrado en el periodo de septiembre a noviembre de 2020.

Marco filosófico

Esta investigación tiene un fundamento bíblico, por lo que se asientan una exposición y declaraciones de creencias teológicas, basadas en la Biblia. El enfoque que presenta las Sagradas Escrituras revela a Dios y expone la dificultad que presenta la humanidad y revela su solución a través de principios que con llevan prosperidad y desarrollo económico a una nación.

“En el principio creó Dios...” (Génesis 1:1) son las primeras palabras de la Biblia. Dios es el Creador del universo y lo creó perfecto, su complejidad refleja tanto un diseño como un Diseñador creativo y ordenado. Por lo tanto, Dios creó todos los activos de creación de riqueza en la tierra (Isaías 45:12, Salmos 8:3) y sostiene todas las cosas por la palabra de su poder (Hebreos 1:3).

Así también, creó al ser humano a imagen de Dios, aunque caídos, cada hombre y mujer son capaces de pensar racionalmente con una variedad de dones, habilidades y destrezas únicas (capacidades) de creatividad, aprendizaje, valentía, comunicación, negociación, perseverancia, ingenio, iniciativa, fijación de metas, juicio, liderazgo y asumir riesgos, entre otros. Él da la sabiduría, el conocimiento y la inteligencia. (Proverbios 2:6).

Dios dio al hombre dominio sobre el mundo y la responsabilidad de cuidar de él (Génesis 1:28), por lo tanto, todo lo que se es y se tiene se ha recibido como encargo (Fernández, 2011) y le ha concedido libre albedrío, es decir, la facultad para tomar sabias decisiones. Por lo tanto, la Biblia declara en Eclesiastés 9:10: “Todo lo que te

viniere a la mano para hacer, hazlo según tus fuerzas...”, por lo que el futuro del hombre depende en gran medida de él mismo.

Dios creó a los humanos como criaturas sociales para satisfacer las necesidades de los demás (Génesis 2:22). Este entorno social es el contexto creado por Dios en donde los seres humanos participan en la obra providencial de Dios para la sociedad al encontrar oportunidades para servir y generar riqueza. Un principio bíblico es el de poner en primer lugar el bien de otros antes que el propio (1 Corintios 10:24).

El modelo económico de Dios está basado en la sustentabilidad propia, más no en el empleo. En Deuteronomio 8:18 declara: “Recuerda al Señor tu Dios, porque es él quien te da el poder para producir esa riqueza...” y Proverbios 10:22 indica: “La bendición de Jehová es la que enriquece, y no añade tristeza con ella”. Dios fue el primero en trabajar en la tierra (Génesis 2:1 y 2). En Génesis 1:31, Dios examinó y evaluó la calidad de su trabajo y lo determinó como “muy bueno”, complaciéndose con el resultado. Por lo que el trabajo es una actividad productiva: “En toda labor (trabajo) hay fruto (resultado).” (Proverbios 14:23) y debe realizarse de una manera que produzca resultados de la más alta calidad. Por lo tanto, el hombre es dueño de los bienes económicos que produce, por lo que la Biblia propone la propiedad privada (Génesis 4:2-4).

En el diseño económico, el hombre fue escogido para dirigir los negocios de Dios (Salmos 8:6-8). El hacer negocio surgió en la mente de Jesús, por lo que deben ser generadores de empleos, buscando invertir capital en distintas empresas y que los negocios diversifiquen sus actividades (Eclesiastés 11:1 y 2). En Mateo 25:14-30 aparece la parábola de los talentos en donde el dueño va a un viaje lejos y les entrega a

sus siervos sus bienes conforme a sus capacidades, dándoles las oportunidades para que el talento fructifique.

“La riqueza no puede multiplicarse sin la cooperación de Dios, y los tesoros acumulados se desvanecen cuando Dios no añade su bendición” (Hageo 1:5-9; Malaquías 3:8-12). Las riquezas si son consideradas como un depósito confiado por Dios y redundan en bendición no solamente para el administrador, sino también para con quiénes se comparte (Eclesiastés 5:18 y 19).

Partiendo de la sustentabilidad económica propia, Dios ha dotado al hombre de capacidades empresariales y en la Biblia se pueden encontrar muchas lecciones de vida y estas experiencias brindan lecciones valiosas para los empresarios de hoy.

La Biblia hace notar las virtudes innatas y adquiridas de David, las cuales no son diferentes a las que los líderes de hoy necesitan desarrollar. En el libro de 1 Samuel se menciona la indudable reputación que tenía David como músico, hombre de valor y prudente (1 Samuel 16:15, 18), buen estratega (1 Samuel 17:40), fiel a sus deberes y a sus amigos (1 Samuel 17:33-36; 18:1-5), responsable (1 Samuel 17:20), escuchaba y acataba los consejos (1 Samuel 25:35) y temeroso de Dios (1 Samuel 23:2). De acuerdo con las revelaciones del Espíritu de la Profecía “era un líder competente, un guía en quien se podía confiar, atendía con prudencia y pericia los asuntos, buen consejero, hombre de carácter sabio y discreto” (White, 2008, p. 703). David era un líder que aprovechaba al máximo el tiempo mientras cumplía sus funciones y pudo desarrollar estas habilidades y competencias mediante la contemplación de Dios y el ministerio de Jesús (Doria, 2018).

Jacob es otro de los personajes más relevantes que se encuentran en la Biblia. La llegada de Jacob a la casa de Labán fue una gran bendición. Jacob permaneció en Siria durante veinte años trabajando, catorce años por sus dos esposas y seis años más para formar su patrimonio (Génesis 29 y 30). “La imagen que transmite Jacob es la de un líder comprometido, reflexivo, aplicado, cuidadoso, confiable, conocía muy bien su trabajo, paciente, economista, previsor, estratega y visionario” (White, 2008, p. 175). El éxito que tuvo Jacob no fue resultado de la casualidad, ni tampoco de ser un soñador idealista; planificó, diseñó estrategias, trabajó con diligencia y persistencia, cumplió compromisos, fue eficiente y logró maximizar el valor económico, tanto de Labán (su suegro) como el propio.

A pesar de todas las desventajas e injusticias que tenía de su lado, Jacob emprendió un nuevo reto con su suegro, siendo orientado por Dios y poniendo en marcha una estrategia que le permitiría recuperarse de las injusticias cometidas por su suegro con él (Génesis 30:37-39). Para lograr el éxito en su trabajo, Jacob aprovechó su conocimiento técnico sobre cría de ovejas, por lo que tomó riesgos y puso un plan en marcha. Esta estrategia le permitió a Jacob recuperarse económicamente (Génesis 30: 43).

En la Biblia se mencionan diversos personajes líderes que sobresalieron por sus habilidades, destrezas y capacidades que presentaron en su vida, tales como: José mostró capacidad de instituir reformas económicas en preparación para la hambruna, como primer ministro de Egipto. Noé administró el primer gran proyecto de construcción naviero y, más tarde, se convirtió en empresario de viñedos. Moisés re-

estructuró el liderazgo de Israel. Moisés, Aarón y Miriam administró la nación emergente de Israel. El rey Salomón se convirtió en un funcionario público, el más rico de la Biblia. Daniel fue un alto directivo de Belsasar. Nehemías fue un importante director de proyectos y líder comunitario. Pedro se convirtió en administrador de la iglesia primitiva y Jesús manejó un equipo ministerial durante tres años y medio.

La filosofía económica cristiana conlleva la responsabilidad de fomentar la prosperidad futura de la nación, capacitando a los hombres para obrar en el temor de Dios como emprendedores y empresarios (ver Figura 2).



Figura 2. Modelo económico para la prosperidad.

Organización del estudio

El Capítulo I incluye los antecedentes del problema, el planteamiento del problema, la definición de términos, la declaración del problema, la hipótesis de investigación, las preguntas de investigación, el objetivo de la investigación, la justificación, las limitaciones, las delimitaciones, los supuestos y el trasfondo filosófico.

El Capítulo II presenta una amplia revisión de la literatura concerniente a los constructos del estudio: competencia emprendedora, capacidad de innovación, competitividad empresarial y creación de valor económico.

El Capítulo III describe puntualmente la metodología: el tipo de investigación, la población y la muestra del estudio, el instrumento de medición, la validez, la confiabilidad, la operacionalización de las variables, las hipótesis nulas, la operacionalización de las hipótesis nulas, las preguntas de investigación, la recolección y el análisis de datos.

El Capítulo IV presenta los resultados obtenidos, la descripción de la población y muestra, el comportamiento de las variables, la distribución de frecuencias, las diferencias entre las variables demográficas y constructos y las pruebas de hipótesis.

Al final, en el Capítulo V se presenta un sumario del estudio, la discusión de los resultados, las conclusiones y las recomendaciones.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Introducción

Este estudio tiene el propósito de conocer la relación e influencia que se presenta entre las competencias emprendedoras, la capacidad innovadora, la competitividad empresarial y la creación de valor económico en las empresas.

En este capítulo se presenta el aporte teórico de las diferentes variables. En base a esta información, se analizan algunas relaciones documentadas en el estado del arte existente entre las variables involucradas. Al finalizar este capítulo, se hace referencia a investigaciones encontradas donde se involucran parcialmente las variables de este estudio.

Competencias emprendedoras

En esta sección, se describe la importancia de las competencias emprendedoras y sus dimensiones.

Importancia

Para Matiz (2009), el emprendimiento es de gran utilidad para el desarrollo socioeconómico y personal tanto de individuos como de sociedades y países.

Rusque (2005) menciona que la promoción de la capacidad emprendedora es para crear pequeñas y medianas empresas que puedan sobrevivir en un mundo de libre competencia.

Formichella (2014) dice que la capacidad emprendedora no se limita únicamente a la creación de empresas, como muchas veces se cree, sino que representa una manera de pensar y actuar orientada al crecimiento y al desarrollo de un marco integral, esto permite aprovechar oportunidades de mercado, aportando al desarrollo económico con soluciones innovadoras y productivas, es decir, su desarrollo permite que la persona se dirija de acuerdo a todas las perspectivas posibles frente a la acción de emprender.

La importancia que tiene el emprendimiento para el desarrollo económico de los países, especialmente por el rol crucial que desempeña el espíritu emprendedor en la innovación al liderar los cambios tecnológicos así como en el aumento de la productividad y la competitividad, que a la vez constituyen mecanismos esenciales para que las personas intervengan en la actividad productiva de un país, dándoles la oportunidad de obtener una mejor posición económica y de contribuir a la creación de empleo (Alajo Toapanta y Chicaiza Pruna, 2018).

Jiménez Ramírez (2006) menciona que un factor predominante que determina la diferencia entre una y otra empresa es el factor gerencial y a raíz de este, sus empresas deben ser competitivas. Sin embargo, la gran mayoría no lo son. Existe abundancia de administradores, pero una preocupante escasez de ejecutivos emprendedores, de empresarios verdaderos.

Un ejecutivo que se comporta únicamente como administrador invierte el tiempo y se enfoca solo en cuidar recursos y trabaja en asegurar el buen funcionamiento de la empresa. Su objetivo es la eficiencia operativa. Por el contrario, un ejecutivo emprendedor o un empresario en todo el sentido de la palabra busca crear mercados,

abrirse a nuevos clientes y conseguir diferentes fuentes de ingresos, no se conforma con lo que tienen ahora porque tiene el conocimiento de que, para competir en el mañana, tiene que haber una continua reinversión de la empresa (Jiménez Ramírez, 2006).

Según Sladogna (2000, citado en Acuña Salinas, 2014), se ha comprobado que los conocimientos técnicos deben ser complementados con capacidades para el asociativismo que requiere de una intencionalidad estratégica y para la gestión empresarial. Esto muestra la necesidad de desarrollar competencias en cierta medida complicadas que a la vez requieren de ciertas estrategias pedagógicas.

Los grandes resultados que diferencian el éxito de una empresa con el éxito de otras, tiene dependencia en la gestión del gerente, de la visión que este tenga y de la capacidad de tomar buenas decisiones, las cuales implican riesgo, pero que generan un posicionamiento importante para la empresa y la llevan a otro nivel. Son los gerentes los que tienen que adquirir competencias, analizar el entorno, los productos y la competencia, para tomar la decisión del rumbo a seguir (Jiménez Ramírez, 2006).

Chang Yui (2010) menciona que David McClelland, profesor de la Universidad de Harvard, desarrolló la Teoría de las Necesidades la cual permite clasificar el grado de motivación laboral en alto, medio, o bajo; y determinar si la necesidad predominante es de logro, poder o afiliación, entendiendo por necesidad, como la pasión por lograr algo y que está constituida por factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo. También explica que teniendo a emprendedores como sujetos de estudio, propone la existencia de tres necesidades: logro, poder y afiliación.

La motivación de un individuo obedece a la búsqueda para satisfacer estas tres necesidades básicas y dependiendo de cual predomine en cada uno, el ser humano se planteará metas y caminos diferentes para buscar su satisfacción. La necesidad de logro está orientada al estímulo por sobresalir y a la lucha por poseer éxito, la necesidad de poder hace referencia a conseguir que otras personas se comporten de determinada manera, diferente a como actuarían de manera natural. Finalmente, la necesidad de afiliación enfatiza el deseo de relacionarse con otros. Dichas necesidades determinan tipos de comportamiento, objetivos y diferentes relaciones en el ámbito personal, en el desempeño grupal y el laboral.

Dimensiones

Mavila Hinojoza, Tinoco Gómez y Campos Contreras (2009) mencionan que hay cuatro dimensiones en la capacidad emprendedora y son las siguientes: (a) dimensión de realización personal, (b) dimensión de planificación, (c) dimensión de relacionarse socialmente y (d) dimensión de creatividad.

De Pablo López et al. (2004) realizaron un estudio en más de ochenta emprendedores con la finalidad de determinar qué cualidades, capacidades y actitudes son las que debe poseer un potencial emprendedor, identificando que los rasgos más resaltantes son creatividad, iniciativa, innovación, trabajo en equipo, perseverancia, tolerancia a los cambios, capacidad de liderazgo, capacidad de sentido de riesgo y de logro.

Jiménez Castañeda, Martínez Castro y Nieto Delgado (2016), en su investigación de capacidad emprendedora como predictor del desempeño, usaron las siguientes dimensiones para orientación emprendedora: inactividad, proactividad, toma de

riesgo, autonomía y agresividad competitiva.

Algunos autores (Hansemark, 2003; Markman y Baron, 2000; Markman, Balkin y Baron, 2002; Miller y Toulouse, 1986; Stewart, Watson, Carland y Carland, 1999; Wijbenga y Van Witteloostuijn, 2007) mencionan que las dimensiones de la capacidad emprendedora son las siguientes: (a) la motivación del logro, (b) la propensión a asumir riesgos, (c) la preferencia por la innovación, (d) la capacidad de adaptarse y tolerar la ambigüedad, (e) autoeficacia, (f) alta perseverancia personal, (g) alto capital humano y social, (h) superior habilidades sociales, (i) locus de control y (j) la necesidad de logros.

Chang Yui (2010) presenta las 10 competencias principales propuestas por David McClelland que deben desarrollar los emprendedores que aspiran encontrar el éxito, según sus motivaciones (ver Tabla 1).

Tabla 1

Teorías propuestas por David McClelland

Competencias
Según la necesidad de logro:
La búsqueda de oportunidades e iniciativa
Persistencia
Cumplimiento de los compromisos
Exigencia de calidad y eficiencia
Toma de riesgos calculados
Según la necesidad de afiliación:
Fijación de metas
Búsqueda de información
Planificación y seguimiento sistemático
Según la necesidades de poder:
Persuasión y redes de apoyo
Independencia y autoconfianza

Acuña Salinas (2014) explica que la formación de emprendedores exige una formación enfatizada en el desarrollo de las operaciones intelectuales de clasificación, comparación, explicación, inducción–deducción, análisis–síntesis; elementos básicos en la investigación y la generación de criterios orientados a la solución de problemas complejos, de tal manera que cumplan un rol activo en el desarrollo del emprendedor. Es importante que desarrollen una visión global de la empresa en el presente y en el futuro, adquiera cualidades y gane las habilidades necesarias y competentes para el manejo o la creación de una empresa.

La Agencia Alemana para la Cooperación Internacional (GIZ, por su siglas en inglés) introdujo una metodología de capacitación llamada Competency Based Economies Through Formation of Entrepreneurs(CEFE) Economías basadas en competencias, a través de la formación de emprendedores. Esta metodología está basada en el desarrollo de capacidades emprendedoras de enseñanza del desarrollo empresarial, programa de fomento para el desarrollo y competitividad de la MyPES (Micro y Pequeñas Empresas), a través de la generación de ingresos, empleos y desarrollo económico.

La metodología CEFE utiliza un enfoque orientado a la acción con métodos de aprendizaje experiencial empíricos para el desarrollo y mejora de las habilidades individuales y gerenciales, apuntando a la creación de competencias que mejoran la capacidad para tomar decisiones auto organizadas y tomar medidas en sistemas complejos y en continuo cambio. El conjunto integral de instrumentos considera las cualidades o características personales que debe tener un emprendedor (CEPs), tomadas

del estudio realizado en 1960 por Dave McLelland a personas empresarias exitosas (Competency Based Economies Through Formation of Entrepreneurs, 2018).

Capacidad innovadora

En esta sección, se describe la importancia de la capacidad innovadora y sus dimensiones.

Importancia

Algunos autores sostienen que las oportunidades surgen en cualquier momento, pero solo los sectores que desarrollan la innovación pueden aprovecharla y obtener mayores beneficios. Es esencial enfatizar que se vive en una era globalizada y en constante cambio donde los clientes, frecuentemente, buscan nuevos productos. Basurto Gutiérrez, Haro-Zea y Hernández López (2017) mencionan que la innovación es un elemento esencial para las empresas porque ayuda a aumentar la rentabilidad de las mismas. Basurto Gutiérrez (2016) muestra que la innovación es un buen constructo para explicar el desarrollo empresarial.

Sidik (2012) menciona que el objetivo principal que impulsa a una empresa a innovar es aumentar su competitividad en los mercados elegidos y obtener mejores resultados comerciales.

Horta, Silveira y Camacho (2015) mencionan que la innovación involucra el proceso de convertir conocimiento en valor agregado. En este sentido, si una empresa toma una idea externa y la comercializa; incluso, si no surgen puertas adentro, ¿puede considerarse una empresa innovadora? Para resolver en alguna medida este dilema, muchas veces los estudiosos de los procesos de innovación se refieren a que existen diversos niveles de innovación. De esta manera, puede considerarse que una empresa

puede innovar: (a) para el mundo, introduciendo una idea completamente nueva, (b) para el mercado, incorporando una idea que existía previamente en otra parte del mundo y (c) para la empresa, incorporando cambios que ya existían en el mercado, pero no habían sido puestos en práctica en la firma, mientras que para Águila Obra y Padilla Meléndez (2010) innovar consiste en la búsqueda de nuevos horizontes y en llevar nuevas ideas al mercado y conlleva importantes implicaciones estratégicas, demostrándose que existe una relación empírica entre innovación y resultados financieros superiores.

Gálvez Albarracín y García Pérez de Lema (2012), al verificar empíricamente la relación entre el grado de innovación, los sistemas de control gerencial (SCG) y el rendimiento de las empresas en una muestra de 1,170 pymes industriales españolas, encontraron que el uso de SCG y la innovación influyen de forma positiva sobre el rendimiento, especialmente en las empresas pequeñas y de baja tecnología, pero sobre las medianas y de alta tecnología no ejercen efectos significativos.

El innovar conlleva a tomar riesgos y probar hacer lo que no se ha hecho. También implica renunciar a los modelos convencionales y tener un pensamiento diferente, encontrando las oportunidades y atreverse donde los demás no lo hacen o no las ven. (Jiménez Ramírez, 2006).

Santos Rodríguez, Figueroa Dorrego y Fernández Jardón (2011) mencionan que la capacidad innovadora de la organización depende, en parte, del entorno general en que la empresa opera y del sector en el que inserta. La innovación se basa en diferentes combinaciones de sistemas y recursos y la habilidad que tienen los gestores

para generar innovaciones trabajo de la dotación de recursos y capacidades de la empresa.

Cuando las estrategias están basadas en innovación, la empresa tiene que buscar capacidades que le permitan generar ventajas competitivas, maximizando la capacidad innovadora de la empresa (Santos Rodríguez et al., 2011).

La innovación forma vías de crecimiento para que las empresas sobrevivan y alcancen éxito de ahí que, en estos últimos años, un gran número de pequeñas empresas hayan dado mayor importancia a las actividades de innovación (González-Perñá y Peña-Legazkue, 2007).

Dimensiones

Birchall, Chanaron, Tovstiga y Hillenbrand (2011) realizaron una validez de constructo de la innovación y usaron las siguientes dimensiones: (a) procesos, (b) impacto del mercado, (c) enfoque futuro, (d) capacidades e imagen y sostenibilidad y (e) efectividad.

Osuna-Alarcón y Rodríguez-Hernández (2020), en su trabajo realizado sobre la innovación, propone las siguientes dimensiones: (a) institucional de la ciencia y la tecnología, (b) hábitos informativos y culturales sobre ciencia y tecnología, (c) actitudes y valores en relación con ciencia y tecnología y (d) apropiación de la ciencia y la tecnología.

Águila Obra y Padilla Meléndez (2010) usaron los siguientes factores para medir la innovación de la empresa: (a) contexto de la innovación, (b) innovaciones de gestión, (c) innovaciones comerciales, (d) innovaciones de producto, (e) innovaciones de proceso, (f) uso de las TIC en la empresa, (g) finalidad en el uso de internet en la empresa,

(h) nivel de adopción de internet, (i) dificultades que la empresa haya experimentado en la actividad de innovación, (j) resultado de la actividad de innovación y (k) apoyo financiero público para la innovación.

Benito-Hernández, Platero-Jiménez y Rodríguez-Duarte (2012) usaron siete factores para medir la innovación de las pequeñas y medianas empresas. Los factores son los siguientes: (a) innovación, (b) innovación del sector, (c) dinámica del sector, (d) perfil del microempresario, (e) recursos (financieros, culturales, organizativos), (f) habilidades tecnológicas y (g) experiencias y estrategia.

Para medir el grado de innovación en las empresas, Gálvez Albarracín y García Pérez de Lema (2012) utilizaron los siguientes indicadores: (a) innovación en productos, compuestos por la media aritmética entre los cambios o mejoras en productos o servicios existentes y la comercialización de nuevos productos, (b) innovación en procesos, compuestos por la media aritmética entre las mejoras o cambios en los procesos productivos y la adquisición de nuevos equipos y (c) innovación en gestión, compuestos por la media aritmética entre la innovación en gestión de dirección, la innovación en compras y aprovisionamientos y la innovación comercial y en ventas.

Basurto Gutiérrez (2016) en su investigación usó las siguientes dimensiones: (a) innovación en la cadena de valor, (b) cultura innovadora, (c) compromiso con acciones de cambio y (d) estrategias de innovación.

Lin, Chen y Chiu (2010) mencionan que las dimensiones o capacidades de la innovación son las siguientes: (a) innovación de productos, (b) innovación de procesos, (c) innovación administrativa, (d) innovación de marketing y (e) innovación de servicio.

Competitividad empresarial

En esta sección, se describe la importancia de la competitividad empresarial y sus dimensiones.

Importancia

Moraleda (2004) menciona que las organizaciones deben crear políticas innovadoras en las cuales la tecnología tenga un papel estratégico en el diseño de los modelos de negocio y así convertirse en empresas competitivas, ágiles y eficaces. De esta manera, se transformarán en organizaciones bajo demanda, capaces de reaccionar y adaptarse a los cambios internos o de su entorno competitivo.

Las empresas deben adquirir nuevas capacidades, significativamente diferentes a los que tenían las que se llaman empresas tradicionales, de acuerdo con la organización e integración de sus procesos o cómo se relaciona con su entorno (Moraleda, 2004).

Parte de los objetivos de la competitividad empresarial es tratar de conformar organizaciones estratégicas y sostenibles, en cuanto a los retos importantes del negocio; es de gran necesidad que los directivos en busca de hacer más competitiva su empresa, se cuestionen en cuanto a: ¿cómo lograr crecimiento del negocio sin aumentar el tamaño de la empresa? ¿cómo puede una mediana empresa resistir los cambios y a las fluctuaciones de los mercados? ¿cómo reducir costos y, a la vez, mejorar la competitividad y una mejor posición de la empresa? y ¿cómo reducir costos y, a su vez, tener mejor atención hacia los clientes? (Moraleda, 2004).

Ibarra Cisneros et al. (2017) mencionan que en la actualidad el concepto de competitividad posee una gran presencia, tanto en la literatura internacional como en

la local al momento de analizar el crecimiento económico de países y de empresas. Estudios internacionales permiten ver que naciones, por medio de sus empresas, han mejorado el nivel de vida de los ciudadanos. Así mismo, se confirma que el nivel de competitividad internacional de un país se relaciona con empresas muy productivas que aprovechan las ventajas competitivas que genera el país por medio de sus instituciones políticas, infraestructura y cultura.

Asimismo, Labarca (2007) traduce la competitividad en la posibilidad de que los ciudadanos alcancen un nivel de vida elevado y se determina por la productividad con la que se utilizan los recursos, el producto por unidad de trabajo o el capital utilizado. Así mismo, la competitividad se consigue logrando una mayor productividad en los negocios que ya existen o adentrándose exitosamente en negocios con una mayor productividad.

Musik y Romo Murillo (2004) enfatizan que la competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tienen las empresas a través de su organización y sus métodos de producción, lo que se ve reflejado en los precios y la calidad del producto final, en relación con los de sus competidores.

La viabilidad de que una empresa logre tener y mantener su competitividad se concentra en las competencias esenciales o ventajas competitivas que trabaje interna y externamente que le brindan la industria y/o el sector al que pertenece y la región en que se encuentra ubicada (Cabrera-Martínez, López-López y Ramírez-Méndez, 2011). En el ambiente de la empresa, se enlazan varios factores que repercuten directa o indirectamente en el nivel de competitividad, como son el nivel educativo, la infraestructura, los cambios a mejores productos en el mercado, la cultura de las empresas,

y el medio ambiente, entre otros (Ibarra Cisneros et al., 2017)

Moraleda (2004) dice que las empresas pueden transformarse para estar preparadas para afrontar sus retos estratégicos en un entorno incierto y cambiante, esto las hace competitivas frente a otras de su misma actividad económica, esta transformación tiene cuatro atributos básicos para construir el modelo estratégico de una empresa adaptada a las actuales condiciones del entorno, las llamadas empresas bajo demanda.

Mortimore y Peres Núñez (2001) indican que los países compiten por la inversión extranjera directa, por lo que aplican tres clases de mecanismos: ofrecer incentivos (fiscales), normativa que faciliten la competitividad (acceso a mercados por negociaciones comerciales, normas laborales y ambientales) o la creación de activos (infraestructura y recursos humanos). Todo esto con el fin de generar un ambiente más competitivo que haga crecer su economía.

La competitividad a nivel de empresa se asocia con rentabilidad, productividad, costos, valor agregado, participación de mercado, exportaciones, innovación tecnológica, calidad de los productos, entre otros conceptos que hacen a las organizaciones más llamativas que sus rivales (Padilla, 2006).

Dimensiones

Mora Riapira, Vera Colina y Melgarejo Molina (2015) indican que los niveles de competitividad por dimensiones son: (a) planificación estratégica, (b) aprovisionamiento, (c) aseguramiento de la calidad, (d) comercialización, (e) contabilidad y las finanzas, (f) recursos humanos, (g) gestión ambiental y (h) sistemas de información.

Según Arriagada y González (2012), la competitividad empresarial maneja dimensiones y subdimensiones, dentro de las primeras se destacan: (a) gestión empresarial, con las subdimensiones, conocimiento del entorno económico, estrategia de comercialización, organización y obtención de los RR.HH., liderazgo al interior de la organización, conocimiento de las utilidades y rentabilidad, capacidad de inversión; (b) gestión de los procesos, con las subdimensiones, calidad de los productos y servicios, gestión de RR.HH, capacidad de producción, relación con los proveedores, logística para entrega del producto, internacionalización de la empresa y (c) gestión de la innovación, con las subdimensiones: capacidad de innovación, innovación y desarrollo, vigilancia tecnológica para la innovación, y finalmente patentes y marcas.

Ibarra Cisneros et al. (2017) mencionan que la competitividad de las empresas se puede dar de dos formas. La primera se relaciona con los precios y los costos y la segunda está relacionada con la calidad de los productos, la actualización tecnológica para la mejora de los procesos, la gestión eficiente de los flujos, la capacidad para crear y mantener relaciones con otras organizaciones.

Creación de valor económico

Importancia

Moraleda (2004) menciona que un conjunto de factores como los cambios, la incertidumbre, el riesgo y las fluctuaciones dejan claro que la creación de valor empresarial. Las posibilidades de sobrevivir y progresar en el nuevo entorno de negocio al que se dirige la sociedad exige nuevos planteamientos y actitudes. Los actuales procesos por los que las empresas vienen generando valor, afrontando cambios y manejando la incertidumbre en la última década no están a la altura de las circunstancias

de ahora.

Para Medina Giacomozzi et al. (2008), las personas que trabajan en una empresa constituyen un capital humano fundamental en la misma, por lo que es de gran importancia que perciban que su trabajo les representa para ellos expectativas de generación de valor, es decir, sentirse motivados y satisfechos. Comprender estas expectativas por parte de los dirigentes de la empresa permite poner bases para que la organización tenga condiciones de crear valor económico.

Para Medina Giacomozzi et al. (2008), en la medida que un trabajador esté motivado y satisfecho contribuye con más eficiencia y eficacia al cumplimiento de los objetivos de la empresa, por lo que esto implica una mejora en los resultados de la empresa y, finalmente, aportando al incremento del valor económico de la organización. Esta creación el valor económico en la empresa conlleva al incremento del valor económico distribuido a sus agentes fundamentales, como lo son, clientes, trabajadores y financistas, así se cumple que el valor económico creado es igual a valor económico distribuido.

Argandoña (2011) dice que existen diferentes factores en los que se puede crear valor, e incluso existen quienes capturan valor o asumen riesgos en su relación con la organización (propietarios, directivos, empleados) o fuera de ella (consumidores y proveedores), o reciben el impacto de sus externalidades (comunidad local, medio ambiente, generaciones futuras). El valor no se crea por el aporte independiente de factores alejados, sino por la cooperación de todos esos factores, de tal forma que la cuestión de la creación de valor se entremezcla con la de su distribución o apropiación y por último aparecen cuestiones éticas y sociales que afectan a los resultados.

La creación de valor como resultado de estrategias para alcanzar mayores beneficios o resultados a largo plazo. Se trata de plantear la gestión de *stakeholders* como estrategia para generar ventajas competitivas que permiten un crecimiento del valor económico, el cual se crea por ejemplo con la reducción de costos y riesgos, consiguiendo la lealtad de los empleados o clientes, el mejor trato de la opinión pública, ganando buena reputación y legitimidad ante los mercados financieros, la creación sinérgica de valor o la creación de oportunidades de negocio (Argandoña, 2011).

Dimensiones

Algunos autores llaman a la variable creación de valor económico como creación de capital social y la dimensionan en lo siguiente: dimensión económica, dimensión legal, dimensión ética y dimensión filantrópica (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012; Carroll, 1991; Peña Miranda y Serra Cantallops, 2012).

La dimensión económica está compuesta por la producción de bienes y servicios valorados por la sociedad. Esto se logra mediante el diseño de productos que respondan a las necesidades del mercado y la capacidad que tienen las empresas para transmitir dicho valor con el fin de que puedan solventar sus compromisos de mediano y/o corto plazo (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012; Carroll, 1991; Peña Miranda y Serra Cantallops, 2012).

La dimensión legal es en la se demuestra cómo la empresa respetar las leyes que rigen la nación en la que se lleva a cabo el ejercicio correspondiente. Incluso, si son empresas internacionales, deben cumplir los acuerdos y convenciones internacionales, según sea el caso. Ello implica el cumplimiento de forma y de fondo de las leyes relacionadas con el comercio, tributo, medioambiente y plano laboral (Aguilera Castro

y Puerto Becerra, 2012; Carroll, 1991; Peña Miranda y Serra Cantallops, 2012; Sen y Cowley, 2013).

La dimensión ética consiste en actuar bajo el alero de los valores, principios y normas que son comúnmente aceptadas por la sociedad. De esta manera, es posible alcanzar un mayor bienestar colectivo sin caer en costos que pueden significar la declaración de quiebra de la compañía (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012; Carroll, 1991; Peña Miranda y Serra Cantallops, 2012; Su, 2014).

La dimensión filantrópica se trata de obligaciones que contraen las empresas de carácter voluntario con organizaciones comunitarias o entidades sin fines de lucro para dar solución a problemas que pueden afectar a una colectividad específica (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012; Carroll, 1991; Peña Miranda y Serra Cantallops, 2012).

Milla Gutiérrez (2010) menciona que el valor económico es la maximización de la riqueza y la dimensiono de la siguiente manera: (a) perspectiva de la creación de valor para el accionista y lo subdividió en perspectiva interna y externa, (b) medidas de creación de valor subdividido en beneficio y valor económicos añadido y (c) inductores de creación de valor subdividido en rentabilidad sobre el capital invertido y el coste medio ponderado.

Investigaciones realizadas

En esta sección, se fundamentan las relaciones del modelo de investigación.

Competencias emprendedoras y competitividad empresarial

El éxito de las empresas se basa en la capacidad organizativa de anticiparse y

reaccionar a las exigencias de los mercados y a los cambios producidos en el entorno, de tal manera un factor clave de este éxito es la flexibilidad, la cual se entiende como las competencias emprendedoras y la capacidad del empresario para adaptarse de rápidamente a dichos cambios demandados por el mercado (Ibarra Cisneros et al., 2017).

Un estímulo al crecimiento de la competitividad en la empresa se evidencia a través de los líderes, ya que dentro de sus competencias deberían cumplir con la tarea de motivar a los empleados; lo que conlleva a una mejor producción laboral para alcanzar los logros o metas propuestas y así mismo cumplan los objetivos de la empresa. El líder actual debe desarrollar habilidades, fomentar la creatividad y participación de todos los trabajadores, debe poder transformar la cultura organizacional dentro de una dinámica competitiva de esfuerzo, adaptación, reto y cambio constante (Arriagada y González, 2012).

Competencias emprendedoras, capacidad innovadora y competitividad empresarial

Las competencias emprendedoras, así como la de innovación en la sociedad, constituyen dos pilares fundamentales que sostienen el nivel competitivo de la economía (González Pernia y Peña Legaskue, 2007).

Mason, Floreani, Miani, Beltrame y Cappelletto (2015) y Saeidi y Chavoshinezhad (2019) y Zsheir, Can y Karaboga (2015) en sus investigaciones encontraron que había una relación significativa entre la capacidad emprendedora y el desempeño (competitividad empresarial), y esta relación fue influenciada por estrategias de diferenciación e innovación.

El emprendimiento y la innovación forman parte del ‘ácido desoxirribonucleico (ADN) de las empresas que quieren ser más competitivas en una sociedad globalizada, con interdependencia a la comunicación y accesibilidad de la información, que crea conocimiento y formas de control. Es por ello, que la organización es más que una herramienta de gestión porque, a diferencia de otras organizaciones, hay detrás personas que dialogan, escuchan y comparten en un mundo interconectado (Muñoz Fernández, 2013).

La capacidad para innovar, emprender y ser competitivos coincide con muchos aportes que consideran que los países pueden aplicar más estrategias competitivas, ya que son elementos que potencian cualquier sector de la economía, generando oportunidades e introduciendo competencias a la productividad (Camacho Corredor, 2007).

Fernández-Mesa, Alegre-Vidal y Chiva-Gómez (2012) realizaron una investigación empírica y multivariada, usando encuestas para la recolección de información, centrándose en un tipo de industria, debido a que el conocimiento y el aprendizaje que participan en los procesos de innovación varían entre industrias así que se examinó la industria de cerámica italiana y española del azulejo. Los productores de azulejo de cerámica italiana y española cuentan con una organización similar. La mayoría de ellos son considerados como pequeñas y medianas empresas, ya que por lo general no exceden un promedio de 250 trabajadores. Para medir el desempeño innovador, se utilizaron tres dimensiones diferentes que están relacionadas y se definen a continuación: la eficacia de la innovación en productos, la eficacia y eficiencia de la innovación en procesos. Estas dimensiones quedaron plasmadas en los constructos orientación

empresarial (OE), capacidad de aprendizaje organizativo (CAO) y desempeño innovador. El análisis fue llevado a cabo incluyendo todos los elementos y todas las dimensiones descritas, el efecto mediador de la CAO en la relación entre la OE y el desempeño innovador. Se establece que el estadístico chi cuadrada es significativo para el modelo al igual que otros índices de ajuste mostraron un buen ajuste global ($X^2 = 1764.697$, $p = .000$; $gI = .978$; $X^2/gI = 1.80$, $NFI = 0.963$; $NNFI = 0.982$; $CFI = 0.983$; $RMSEA = 0.067$). El emprendimiento y la orientación emprendedora han recibido una gran atención en los últimos años. A pesar de que se considera que la orientación emprendedora tiene un impacto positivo en el desempeño de la organización, esta relación requiere un mayor análisis y por ello en este estudio se propone una medida aproximada al desempeño general, como es el desempeño innovador. Los resultados mostraron que hay una relación muy fuerte entre la orientación emprendedora, desempeño innovador con mediación del nivel de competencia laboral ser buenos predictores de modelo de negocio innovador (competitividad empresarial).

Competencias emprendedoras, capacidad innovadora y creación de valor económico

Sobrado Fernández y Fernández Rey (2010) mencionan que el desarrollo de las competencias emprendedoras facilitará el aprovechamiento y los logros que la investigación científica promueven en el avance, innovación y mejora de la sociedad actual por medio de empresas.

López-Lemus y Garza-Carranza (2019) estudiaron la influencia conjunta de las prácticas de gestión empresarial (competencias emprendedoras) y la innovación y em-

prendimiento empresarial (competitividad empresarial) sobre el rendimiento de las firmas emprendedoras (creación de valor económico) del estado de Guanajuato, México. El diseño metodológico fue cuantitativo, explicativo, observacional y transversal donde se obtuvo una muestra de 304 jóvenes emprendedores. También se desarrolló un modelo de ecuación estructural (SEM) y de acuerdo con los índices de bondad y ajuste del modelo SEM ($\chi^2 = 1656.156$ $gl = 921$; CFI = 0.914 y TLI = 0.908; RMSEA = .05) fueron absolutamente aceptables. Los resultados mostraron que las prácticas de gestión y el emprendimiento empresarial influyen positiva y significativamente sobre la innovación, el emprendimiento y el rendimiento de la firma emprendedoras. De igual manera, la innovación influye positiva y significativamente sobre el emprendimiento empresarial. Asimismo, la innovación, el emprendimiento empresarial y el rendimiento de la firma (competitividad empresarial) influyen positiva y significativamente como variables mediadoras entre las prácticas de gestión empresarial y el rendimiento en la producción, financiero y no financiero de las firmas emprendedoras.

Sánchez (2012) menciona que la influencia de las competencias emprendedoras de los emprendedores influyen el rendimiento de la empresa, el ámbito competitivo y las habilidades organizativas de una manera directa o indirecta, encontrando apoyo para la mayoría de las hipótesis. Los resultados indican que las competencias emprendedoras juegan un papel influyente en las capacidades organizativas y el alcance competitivo y también tienen un efecto directo sobre el desempeño de la empresa. El uso de las capacidades organizacionales afecta positivamente al rendimiento de la empresa y media parcialmente en la relación entre las competencias emprendedoras y el desempeño de la firma. Aunque el alcance competitivo no está relacionado

significativamente con el crecimiento del negocio es un fuerte predictor de otras dimensiones de rendimiento tales como eficiencia y rendimiento relativo. Las capacidades organizacionales son un fuerte predictor del alcance competitivo.

Capacidad innovadora y competitividad empresarial

Uno de los determinantes de la competitividad de las empresas es la capacidad que poseen de generar procesos de investigación y desarrollo e innovación (I+D+I), entre otros (Ibarra Cisneros et al., 2017).

Aragón Sánchez, Rubio Bañón, Serna Jiménez y Chablé Sangeado (2010) mencionan que la innovación es una de las ventajas competitivas que las empresas tienen que conllevan al éxito competitivo.

Según Rodríguez Moreno y Gomez Murillo (2014), el espíritu empresarial es el motor principal del desarrollo de la economía con la innovación como su elemento central.

Según Rodríguez Moreno y Gomez Murillo (2014), existe la necesidad de crear una sociedad emprendedora, así la innovación es uno de los factores importantes y debe estar presente en las empresas, la economía y la sociedad, y con ello generar mayor emprendimiento.

Patiño Castro, Cruz Pérez y Gómez Melo (2016) indican que el primer impulso de la innovación como una de las estrategias de desarrollo, se dio en el marco del Consejo Europeo Extraordinario de Lisboa, en el que se pidió crear condiciones favorables para la innovación a los países miembros de la Unión Europea, también para ideas empresariales o de emprendimiento y la inversión, con la creación de la Zona Europea de Investigación e Innovación.

Para Patiño Castro et al. (2016) es claro que, al hablar de emprendimiento, las características de este concepto se mezclan con la innovación. Por lo mismo, aparecen frecuentemente remitiéndose a tres componentes de la innovación: respuesta a fallos en el mercado, innovación transformadora y sostenibilidad financiera.

El concepto de emprendimiento se relaciona especialmente con innovación y también se relaciona con empresa, cambio, empleo, valor y crecimiento (Rodríguez Moreno y Gomez Murillo, 2014).

Entre la clave para conocer a un emprendedor se encuentran tres aspectos: (a) la misión que tiene que ver con solucionar problemas; (b) la innovación, ya que debe ofrecer soluciones creativas y diferentes y (c) los ingresos, es decir, buscar la financiación a través de la generación de ingresos y beneficios propios (Patiño Castro et al., 2016).

Según González-Pernía y Peña-Legazkue (2007), en diferentes investigaciones sobre crecimiento económico se ha analizado el impacto de la innovación y la actividad emprendedora. Los resultados de estos trabajos muestran que, tanto la fuerza de innovación tecnológica como la mayor proporción de emprendedores involucrados en la creación de empresas innovadoras, generan un impacto positivo sobre el crecimiento económico.

Competitividad empresarial y creación de valor económico

Peregrino de Brito y Ledur Brito (2012) estudiaron la ventaja competitiva (competitividad empresarial) como la principal hipótesis para explicar la diversidad del desempeño entre las empresas. Se desarrolla una métrica para la ventaja competitiva y por la evaluación de sus efectos sobre el desempeño financiero y de crecimiento en

participación de mercado. Para el análisis, se usó un modelo multinivel que se probó en empresas norteamericanas (Compustat) en cuatro intervalos de tiempo a lo largo del período 1990-2009. Los resultados permiten identificar diferentes configuraciones de competitividad con 16% de empresas en posición de ventaja y otros 16,5% en desventaja (2005-2009), mientras que el test para los demás intervalos demostró estabilidad de los resultados.

El concepto de competitividad incluye elementos estáticos y dinámicos aunque la productividad de un país está determinada por el sostenimiento de sus niveles de ingreso. También se refleja en los rendimientos de la inversión como uno de los determinantes de esta, dichos rendimientos de inversión es un factor clave para explicar un crecimiento en la economía (World Economic Forum, 2009).

Saleeshya, Austin y Vamsi (2013) afirman que, dadas las necesidades cambiantes del cliente y los requerimientos tecnológicos actuales, las organizaciones se ven forzadas a implementar iniciativas en sus procesos de producción con el fin de conseguir mejorar el desempeño operacional (eficiencia operacional o desempeño empresarial) con lo que se genera creación de valor y por consiguiente se logran ventajas competitivas.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Introducción

Este estudio tuvo entre sus objetivos explorar la relación de causalidad entre las variables competencias emprendedoras, capacidad innovadora, competitividad empresarial y creación de valor económico percibido por empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León, México.

Este capítulo está compuesto por la descripción de la metodología utilizada durante la investigación y aborda el diseño del estudio, que incluye el tipo de investigación, la población del estudio, la muestra, el instrumento de medición, las hipótesis nulas, la recolección de datos y el análisis los mismos.

Tipo de investigación

Esta investigación fue cuantitativa, explicativa, transversal, descriptiva, exploratoria, de campo y causal.

Fue cuantitativa porque, según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), una investigación posee un enfoque cuantitativo cuando se usa la recolección de datos para probar hipótesis, teniendo en cuenta la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teoría.

Fue explicativa, porque trató de identificar las relaciones causales entre variables,

tanto de manera directa como indirecta pretendiendo, de esta forma, explicar las interrelaciones entre las diferentes variables. La percepción de empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León, México

La investigación fue transversal, ya que se recolectaron datos en un único momento para describir las variables y se realizó su interpretación (Hernández Sampieri et al., 2014). La administración del instrumento fue en un solo momento entre los meses de septiembre a noviembre del año 2020.

La investigación fue descriptiva, porque tuvo como objetivo principal la descripción de las variables; la investigación descriptiva es el tipo de investigación concluyente, cuyo objetivo principal consiste en describir generalmente las características o funciones del problema en cuestión (Malhotra, 2004). Se pretendió encontrar diferencias entre los grupos de variables ocupación de los padres con inicio de emprendimiento, nivel académico con tipo de educación, tipo de educación con la creación de la empresa, tipo de educación con la idea de emprender, negocios establecidos con numero de fracasos y negocios establecidos con numero de éxito de innovación.

Fue exploratoria, porque se realizó la revisión de la literatura y no se encontró un modelo similar con bondad de ajuste que incluyera las variables de este estudio, ya que, según Hernández Sampieri et al. (2014), los estudios exploratorios se realizan con el objetivo de examinar un tema o problema de investigación poco estudiado.

Fue de campo, porque los datos se recolectaron de forma directa por parte del investigador.

Población

La población o universo es un conjunto de todos los casos que concuerdan con

determinadas especificaciones (Hernández Sampieri et al., 2014). La población que se utilizó en esta investigación estuvo formada por 600 empresarios de CAINTRA, en Monterrey, Nuevo León.

Muestra

Hernández Sampieri et al. (2014) afirman que la muestra es un subconjunto representativo de la población y que existen dos formas no probabilísticas de seleccionarla: (a) muestra intencional, es aquella que utiliza el juicio de una persona con experiencia y conocimiento con respecto a la población que se estudia y (b) muestra por conveniencia, que resulta de la selección de las unidades o elementos que están disponibles.

El tipo de muestreo realizado en esta investigación es no probabilístico, dirigido, intencional y por conveniencia, donde se seleccionó intencionalmente a personal que forma parte de las empresas de Monterrey, Nuevo León, México y su área metropolitana. La muestra fue de 125 empresarios, quienes representan el 21% de la población.

Instrumentos de medición

En esta sección, se presentan las diferentes variables utilizadas en el estudio, la elaboración de instrumento, la validez de contenido, la validez de constructo y la confiabilidad de los instrumentos.

Variables

Una variable es una propiedad que puede fluctuar y es susceptible de medirse u observarse (Hernández Sampieri et al., 2014). Las variables utilizadas en esta investi-

gación fueron las siguientes: (a) exógenas (competencia emprendedora) y (b) endógenas (capacidad innovadora, competitividad empresarial y creación de valor económico).

Elaboración del instrumento

Un instrumento de medición, según Hernández Sampieri et al. (2014), es cualquier recurso del que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información, ya que el instrumento sintetiza en sí toda labor previa de investigación, pues resume los aportes del mercado teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y a las variables o conceptos utilizados.

A continuación, se hace una descripción del proceso de elaboración de los instrumentos utilizados en el presente estudio.

1. Se realizó una definición conceptual de las variables latentes competencias emprendedoras, capacidad de innovación, competitividad empresarial y creación de valor económico.

2. Se dimensionaron y subdimensionaron las variables latentes competencias emprendedoras, capacidad de innovación, competitividad empresarial y creación de valor económico.

3. Una vez adaptados los instrumentos, se solicitó la ayuda de expertos en redacción para su corrección.

4. Se procedió para la validación de contenido en términos de pertinencia y claridad; se proporcionó a dos directivos del sistema financiero, un director general de una mediana empresa y a un catedrático de posgrado. Cada indicador o ítem presentaba una escala Likert de cinco puntos para evaluar la pertinencia y la claridad.

5. Después de la prueba de pertinencia, se derivó el instrumento que se utilizó en el presente estudio y consta de estas cinco secciones: (a) instrucciones generales y datos demográficos, (b) capacidad innovadora, con 15 declaraciones, (c) competitividad empresarial, con 30 declaraciones, (d) competencias emprendedoras, con 42 declaraciones y (e) creación de valor, con 11 declaraciones.

6. Una vez aprobados los instrumentos por el asesor, se procedió a la recolección de los datos de forma directa con los empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León, México. En el Apéndice A se muestra el instrumento utilizado.

Validez del instrumento

En esta sección, se presenta la validez de contenido y de constructo de las variables latentes utilizadas en la investigación.

Validez de contenido

Peter y Churchill (1986) afirman que por medio de la validez de contenido se trata de determinar hasta dónde los ítems del instrumento son representativos del dominio o si el procedimiento seguido para la elaboración o escala ha sido el adecuado.

El proceso de validación de contenido de los instrumentos fue el siguiente:

1. Se hicieron varias entrevistas con los asesores para conocer su opinión sobre la medición de las variables latentes.

2. Se hizo revisión de la literatura en diferentes bases de datos sobre las variables latentes de esta investigación.

3. Después, tomando en cuenta el listado de dimensiones, subdimensiones y

criterios del instrumento a proponer, el asesor y el investigador seleccionaron los que se utilizarían en el instrumento.

4. Se realizaron consultas y revisiones por parte de los asesores del estudio.

5. Se evaluaron la claridad y la pertinencia con la ayuda de cuatro expertos en la temática.

Validez de constructo

Se utilizó el procedimiento de análisis factorial para evaluar la validez de los constructos de capacidad innovadora, competitividad empresarial, competencias emprendedoras, creación de valor económico, que se presentan en esta sección. Los resultados de la validación de cada variable latente se ubican en el Apéndice B.

A continuación, se presentan las pruebas estadísticas del análisis factorial para los constructos.

Capacidad innovadora

El instrumento de capacidad innovadora quedó conformado por cuatro dimensiones: (a) estrategias de mercado (CIEM1 a CIEM3), (b) reducción de costos (CIRC4 a CIRC6), (c) productos (CIP7 a CIP10) y (d) procesos (CIPR11 a CIPR15).

Se utilizó el procedimiento de análisis factorial para evaluar la validez del constructo de capacidad innovadora (ver Apéndice B). En el análisis de la matriz de correlaciones, se encontró que las 15 declaraciones tienen un coeficiente de correlación positivo mayor a .3.

En cuanto a la medida de adecuación muestral KMO, resultó un valor muy próximo a la unidad (KMO = .715). Para la prueba de esfericidad de Bartlett, se encontró

que los resultados ($X^2 = 1103.131$, $gl = 105$, $p = .000$) son significativos.

Al analizar la matriz de covarianza anti-imagen, se verificó que los valores de la diagonal principal son significativamente mayores a cero (mayores a .5).

Para el estadístico de extracción por componentes principales, se encontró que los valores de comunalidad ($Com_{\min} = .486$; $Com_{\max} = .889$) para los 15 indicadores de este instrumento son superiores al criterio de extracción ($Com = .300$). En relación con la varianza total explicada, se realizó un análisis confirmatorio con cuatro factores, explicándose un 68.968% de la varianza total, siendo este valor superior al 50% establecido como criterio.

En cuanto a la solución factorial rotada, se utilizó el método Varimax. En la Tabla 2 se presenta información en donde se comparan las saturaciones relativas de cada indicador para los cuatro factores de capacidad innovadora.

El primer factor quedó constituido por cinco indicadores y se le asignó la dimensión “reducción de costos y ambiente”. Los indicadores fueron los siguientes: “Reducción en el consumo de materias primas e insumos (CIRC05)”, “Reducción en consumo de energía (CIRC06)”, “Nuevas fuentes de materias primas (CITI14)”, “Reducción de costos laborales (CIRC04)” y “Disminuir el impacto ambiental (CIPR13)”. El nombre original de los ítems que se agruparon en esta dimensión fueron todos los ítems de reducción de costos y dos de procesos. Dado que se unieron diferentes dimensiones se decidió sustituir el nombre de la dimensión.

El segundo factor quedó constituido por cuatro indicadores y se le asignó la dimensión “producto”. Los indicadores fueron los siguientes: “Diseñar nuevos productos o servicios en función de las necesidades reales de sus clientes (CIP10)”, “Mejorar

la calidad de los productos (CIP9)”, “Creación de nuevos productos diferenciados” (CIP8) y “Reemplazar productos obsoletos (CIP07)”.

El tercer factor quedó constituido por tres indicadores y se le asignó la dimensión “estrategias de mercado”. Los indicadores fueron los siguientes: “Ampliar mercado (CIM02)”, “Abrir nuevo mercado (CIM03)” y “Conservar mercado (CIM01)”.

El cuarto factor quedó constituido por tres indicadores y se le asignó la dimensión “procesos”. Los indicadores fueron los siguientes: “Aumentar la flexibilidad en los procesos (CIPR12)”, “Aumentar la escala de procesos (CIPR11)”, “Innovaciones de proceso (CIPR15)”.

Tabla 2

Matriz de componentes rotados de capacidad innovadora

Ítems	Componente			
	1	2	3	4
Reducción en el consumo de materias primas e insumos	.837			
Reducción en consumo de energía	.740			
Nuevas fuentes de materias primas	.727	.488		
Reducción de costos laborales	.632			.492
Disminuir el impacto ambiental	.523	.497		
Diseñar nuevos productos o servicios en función de las necesidades reales de sus clientes		.871		
Mejorar la calidad de los productos		.666		.316
Creación de nuevos productos diferenciados		.650		
Reemplazar productos obsoletos	.470	.511		
Ampliar mercado			.896	
Abrir nuevo mercado			.852	
Conservar mercado			.678	
Aumentar la flexibilidad en los procesos				.856
Aumentar la escala de procesos		.359		.815
Innovaciones de proceso	.360	.439		.502

Competitividad empresarial

El instrumento de competitividad empresarial quedó conformado por cinco dimensiones: (a) reflexión estratégica (COMPRE1 a COMPRE3 y COMPR29 a COMPR30), (b) liderazgo (COMPL04 a COMPL08), (c) enfoque al cliente (COMPC09 a COMPC11), (d) capital humano (COMPCH12 a COMPCH 19), (e) procesos (COMPPR20 a COMPPR28).

Se utilizó el procedimiento de análisis factorial para evaluar la validez del constructo competitividad empresarial (ver Apéndice B). En el análisis de la matriz de correlaciones, se encontró que las 30 declaraciones tienen un coeficiente de correlación positivo mayor a .3.

En cuanto a la medida de adecuación muestral KMO, resultó un valor muy próximo a la unidad ($KMO = .892$). Para la prueba de esfericidad de Bartlett, se encontró que los resultados ($X^2 = 3,760.660$, $gl = 435$, $p = .000$) son significativos.

Al analizar la matriz de covarianza anti-imagen, se verificó que los valores de la diagonal principal son significativamente mayores a cero (mayores a .7).

Para el estadístico de extracción por componentes principales, se encontró que los valores de comunalidad ($Com_{min} = .517$; $Com_{máx} = .843$) para los 30 indicadores de este instrumento son superiores al criterio de extracción ($Com = .300$). En relación con la varianza total explicada, se realizó un análisis confirmatorio con cinco factores, explicándose un 73.308% de la varianza total, siendo este valor superior al 50% establecido como criterio.

En cuanto a la solución factorial rotada, se utilizó el método Varimax. En la Tabla 3, se presenta información en donde se comparan las saturaciones relativas de

cada indicador para los cinco factores de competitividad empresarial.

El primer factor quedó constituido por 11 indicadores y se le asignó la dimensión “procesos y resultados”. Los indicadores fueron los siguientes: “Analizan los procesos para encontrar las fuentes de variación y reducir los costos de los desperdicios (COMPPR22)”; “Los resultados de la organización reflejan el impacto generado hacia sus grupos de interés: accionistas, clientes, empleados y comunidad (COMPPR29)”; “Garantizan que los sistemas de información se caractericen por su innovación, accesibilidad, exactitud, confiabilidad, seguridad y disponibilidad para la toma de decisiones (COMPPR25)”; “Capitalizan el conocimiento y el aprendizaje, para impulsar la mejora, la innovación y la mejor toma de decisiones (COMPPR26)”; “Generan y seleccionan sistemáticamente ideas para la innovación de procesos, productos y servicios (COMPPR23)”; “Cuentan con mecanismos y recursos necesarios para implementar los cambios e innovaciones requeridas en los procesos (COMPPR24)”; “Diseñan y mapean los procesos para el desarrollo de productos y servicios, incorporando tecnologías, herramientas y prácticas innovadoras (COMPPR20)”; “Estandarizan los métodos para la ejecución, control, análisis y mejora de los procesos (COMPPR21)”; “Publican informes de gobierno y responsabilidad social empresarial para fortalecer la rendición de cuentas, la imagen y reputación de la organización (COMPPR27)”, “Analizan su desempeño, mejora e innovación con base a las estrategias y objetivos a través de indicadores y metas (COMPPR22)” y “Articulan soluciones con sus socios estratégicos y proveedores, que den respuesta a las necesidades no satisfechas de los clientes (COMPPR28)”. En esta dimensión se decidió juntar procesos y resultados.

Tabla 3

Matriz de componentes rotados de competitividad empresarial

	Componente				
	1	2	3	4	5
Analizan los procesos para encontrar las fuentes de variación y reducir los costos de los desperdicios.	.767				
Los resultados de la organización reflejan el impacto generado hacia sus grupos de interés: accionistas, clientes, empleados y comunidad.	.678		.471		
Garantizan que los sistemas de información se caractericen por su innovación, accesibilidad, exactitud, confiabilidad, seguridad y disponibilidad para la toma de decisiones.	.671	.401	.385		
Capitalizan el conocimiento y el aprendizaje, para impulsar la mejora, la innovación y la mejor toma de decisiones.	.662	.377	.353		
Generan y seleccionan sistemáticamente ideas para la innovación de procesos, productos y servicios.	.647		.505		
Cuentan con mecanismos ³ y recursos necesarios para implementar los cambios e innovaciones requeridas en los procesos.	.626		.462		
Diseñan y mapean los procesos para el desarrollo de productos y servicios, incorporando tecnologías, herramientas y prácticas innovadoras.	.610	.398			.326
Estandarizan los métodos para la ejecución, control, análisis y mejora de los procesos.	.585	.533			.393
Publican informes de gobierno y responsabilidad social empresarial para fortalecer la rendición de cuentas, la imagen y reputación de la organización.	.516			.358	
Analizan su desempeño, mejora e innovación con base a las estrategias y objetivos a través de indicadores y metas.	.488	.338	.461		.301
Articulan soluciones con sus socios estratégicos ² y proveedores, que den respuesta a las necesidades no satisfechas de los clientes.	.432		.361	.405	.335
Desarrollan una misión y visión para guiar su rumbo, así como los valores de la organización para crear una cultura organizacional.		.762			.344
Diseñan sistemas y estructuras de trabajo que se caracterizan por su simplicidad, flexibilidad y enfoque en la participación, el cambio y la innovación.	.336	.749			
Desarrollan un plan de capital humano alineado a los objetivos estratégicos.	.360	.747			
Establecen objetivos estratégicos coherentes con su misión y visión.		.700	.443		
Impulsan el alto desempeño, la productividad y la competitividad a través de un sistema de compensaciones competitivo.	.351	.688			
Ofrecen oportunidades de desarrollo que potencien el talento para impulsar el crecimiento personal y profesional de su capital humano.	.308	.662			
Garantizan la eficiencia operativa y productividad en la operación de los procesos a través de los sistemas de trabajo.	.425	.627			.304
Diseñan sistemas de evaluación y reconocimiento para la motivación, el compromiso, el cambio y la innovación.	.540	.587			
Promueven la generación de iniciativas y el desarrollo de proyectos de innovación.			.861		
Desarrollan programas caracterizados por su innovación para generar un impacto positivo en los grupos de interés.			.775		
Fomentan el cambio y la innovación ¹ a través de la participación y el facultamiento.	.358	.358	.737		
Propician una cultura de innovación mediante el diseño de sistemas de trabajo que se sustentan en la participación, el compromiso y el trabajo en equipo.	.387	.393	.692		
Evalúan periódicamente su desempeño para mejorar sus competencias de liderazgo.		.470	.632		
Definen una estrategia de precios para su portafolio de productos y servicios.				.864	
Analizan los resultados en ventas y los evalúa respecto a los objetivos planteados.		.335		.678	.300
Establecen medios de contacto con el cliente para escucharlo y conocer sus requerimientos y necesidades, así alinearse a sus expectativas para mantener su lealtad.	.376	.375	.314	.568	
Identifican los cambios políticos, económicos, sociales, medioambientales, legales y tecnológicos de su industria y entorno.					.747
Desarrollan una propuesta de valor diferenciada que responde a las necesidades, expectativas e intereses del cliente.	.322			.329	.615
Desarrollan productos y servicios innovadores y de calidad.	.405		.396		.447

El segundo factor quedó constituido por ocho indicadores y se le asignó la dimensión “capital humano”. Los indicadores fueron los siguientes: “Desarrollan una misión y visión para guiar su rumbo, así como los valores de la organización para crear una cultura organizacional (COMPCH18)”; “Diseñan sistemas y estructuras de trabajo que se caracterizan por su simplicidad, flexibilidad y enfoque en la participación, el cambio y la innovación (COMPCH14)”; “Desarrollan un plan de capital humano alineado a los objetivos estratégicos (COMPCH12)”; “Establecen objetivos estratégicos coherentes con su misión y visión (COMPCH19)”; “Impulsan el alto desempeño, la productividad y la competitividad a través de un sistema de compensaciones competitivo (COMPCH16)”; “Ofrecen oportunidades de desarrollo que potencien el talento para impulsar el crecimiento personal y profesional de su capital humano (COMPCH13)”; “Garantizan la eficiencia operativa y productividad en la operación de los procesos a través de los sistemas de trabajo (COMPCH15)” y “Diseñan sistemas de evaluación y reconocimiento para la motivación, el compromiso, el cambio y la innovación (COMPCH17)”.

El tercer factor quedó constituido por cinco indicadores y se le asignó la dimensión “liderazgo”. Los indicadores fueron los siguientes: “Promueven la generación de iniciativas y el desarrollo de proyectos de innovación (COMPL7)”; “Desarrollan programas caracterizados por su innovación para generar un impacto positivo en los grupos de interés (COMPL8)”; “Fomentan el cambio y la innovación a través de la participación y el facultamiento (COMPL4)”; “Propician una cultura de innovación mediante el diseño de sistemas de trabajo que se sustentan en la participación, el compromiso y el trabajo en equipo (COMPL6)” y “Evalúan periódicamente su desempeño para mejorar sus

competencias de liderazgo (COMPL5)".

El cuarto factor quedó constituido por tres indicadores y se le asignó la dimensión "enfoque al cliente". Los indicadores fueron los siguientes: "Definen una estrategia de precios para su portafolio de productos y servicios (COMPEC11)"; "Analizan los resultados en ventas y los evalúa respecto a los objetivos planteados (COMPEC10)"; y "Establecen medios de contacto con el cliente para escucharlo y conocer sus requerimientos y necesidades, así alinearse a sus expectativas para mantener su lealtad (COMPEC9)".

El quinto factor quedó constituido por tres indicadores y se le asignó la dimensión "reflexión estratégica". Los indicadores fueron los siguientes: "Identifican los cambios políticos, económicos, sociales, medioambientales, legales y tecnológicos de su industria y entorno (COMPRE1)"; "Desarrollan una propuesta de valor diferenciada que responde a las necesidades, expectativas e intereses del cliente (COMPRE2)" y "Desarrollan productos y servicios innovadores y de calidad (COMPRE3)".

Competencia emprendedora

El instrumento de competencia emprendedora fue conformado por tres dimensiones: (a) capacidad de logro (CECLBO01 a CECLRC26), (b) capacidad de planificación (CECPFM01 a CECPPS12) y (c) capacidad de poder (CECPOCSM01 a CECPOCSM004).

Se utilizó el procedimiento de análisis factorial para evaluar la validez del constructo competencia emprendedora (ver Apéndice B). En el análisis de la matriz de correlaciones, se encontró que las 42 declaraciones tienen un coeficiente de correlación positivo mayor a .3.

En cuanto a la medida de adecuación muestral KMO, resultó un valor muy próximo a la unidad ($KMO = .713$). Para la prueba de esfericidad de Bartlett, se encontró que los resultados ($X^2 = 3,964.697$, $gl = 861$, $p = .000$) son significativos.

Al analizar la matriz de covarianza anti-imagen, se verificó que los valores de la diagonal principal son significativamente mayores a cero (mayores a .4).

Para el estadístico de extracción por componentes principales, se encontró que los valores de comunalidad ($Com_{min} = .327$; $Com_{máx} = .840$) para los 42 indicadores de este instrumento son superiores al criterio de extracción ($Com = .300$). En relación con la varianza total explicada, se realizó un análisis confirmatorio con siete factores, explicándose un 61.814% de la varianza total, siendo este valor superior al 50% establecido como criterio.

En cuanto a la solución factorial rotada, se utilizó el método Varimax. En la Tabla 4, se presenta información en donde se comparan las saturaciones relativas de cada indicador para los siete factores de competencia emprendedora. La investigadora propuso tres dimensiones en un principio, pero debido a la cantidad de ítems por dimensiones se decidió dividir el instrumento en siete dimensiones ya que explican mejor al constructo competencia emprendedora.

El primer factor quedó constituido por nueve indicadores y se le asignó la dimensión “persistencia”. Los indicadores fueron los siguientes: “Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, sigo intentándolo (CECL20)”; “Insisto varias veces hasta conseguir superar un obstáculo (CECL19)”; “Intento diferentes maneras de superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas (CECL21)”; “Tengo claro lo que haré en mi vida (CECL1)”; “Cumpro con todas las promesas que hago

(CECL9)”; “Antes de hacer algo nuevo siempre realizo todo lo posible para asegurar el éxito (CECL22)”; “Cuando enfrento un problema difícil le dedico tiempo en encontrar una solución (CECL18)”; “Si no resulta una manera de solucionar problemas, busco otra forma de hacerlo (CECP9)” y “Cuando me enfrento a un gran desafío, me siento confiado en que lo voy a lograr (CECPOP1)”.

El segundo factor quedó constituido por ocho indicadores y se le asignó la dimensión “buscar oportunidades”. Los indicadores fueron los siguientes: “Realizo las actividades que se necesiten antes de que las circunstancias me obliguen (CECL4)”; “Puedo lograr que las personas seguras de sus ideas cambien de modo de pensar (CECL8)”; “Encuentro la manera de terminar mi trabajo en forma rápida, en el ámbito personal y laboral (CECL13)”; “Me valgo de personas que tienen influencia para lograr alcanzar mis metas (CECL6)”; “Logro convencer a otros (CECL5)”; “Termino mi trabajo a tiempo (CECL11)”; “Considero que siempre hay una mejor manera de hacer las cosas (CECL14)” y “Ante los problemas que van surgiendo, busco soluciones que benefician a todos los involucrados para lograr finalmente lo que quiero (CECL7)”.

El tercer factor quedó constituido por seis indicadores y se le asignó la dimensión “exigir eficiencia y calidad”. Los indicadores fueron los siguientes: “Me gusta pensar en el futuro (CECP3)”, “Me molesto cuando las cosas no se hacen correctamente (CECP17)”, “Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo (CECP27)”, “Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas (CECP15)”, “Mientras más claro tengo lo que quiero lograr en la vida es más probable que lo consiga (CECP4)” y “Me molesto cuando pierdo tiempo (CECP16)”.

Tabla 4

Matriz de componentes rotados de competencia emprendedora

	Componente						
	1	2	3	4	5	6	7
Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, sigo intentándolo.	.717		.410				
Insisto varias veces hasta conseguir superar un obstáculo.	.716						
Intento diferentes maneras de superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas.	.667						
Tengo claro lo que haré en mi vida.	.583						.318
Cumplo con todas las promesas que hago.	.545	.441				.358	
Antes de hacer algo nuevo siempre realizo todo lo posible para asegurar el éxito	.482	.358	.421				
Cuando enfrento un problema difícil le dedico tiempo en encontrar una solución.	.468	.413					
Si no resulta una manera de solucionar problemas, busco otra forma de hacerlo.	.449				.304		.355
Cuando me enfrento a un gran desafío, me siento confiado en que lo voy a lograr.	.424			.370			.400
Realizo las actividades que se necesiten antes de que las circunstancias me obliguen.	.364	.731					
Puedo lograr que las personas seguras de sus ideas cambien de modo de pensar.		.725					.327
Encuentro la manera de terminar mi trabajo en forma rápida, en el ámbito personal y laboral.		.647	.316				
Me valgo de personas que tienen influencia para lograr alcanzar mis metas.		.586	.362				
Logro convencer a otros.		.579			.497		
Termino mi trabajo a tiempo.		.475		.417			-.386
Considero que siempre hay una mejor manera de hacer las cosas.		.428	.376		.340		
Ante los problemas que van surgiendo, busco soluciones que benefician a todos los involucrados para lograr finalmente lo que quiero.	.410	.414				.355	
Me gusta pensar en el futuro.			.656	.330	.334		
Me molesto cuando las cosas no se hacen correctamente.			.653		.386		
Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo			.634				
Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas.			.596				
Mientras más claro tengo lo que quiero lograr en la vida es más probable que lo consiga.	.381		.574				
Me molesto cuando pierdo tiempo.	.474		.491				
Antes de realizar una actividad, considero cuidadosamente las ventajas y desventajas de las distintas maneras de hacerlo.				.733			
Realizo las cosas sin perder tiempo buscando información.				.684			
Tomo en cuenta todos los problemas que pueden presentarse y pienso en lo que haría si ocurren.				.627			
Planifico una actividad definiendo la prioridad de la manera más ordenada posible.				.596			
Cuando inicio un proyecto nuevo, reúno toda la información posible.		.325		.553			
Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales.			.353	.515			
Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar.	.319			.504			-.354
Me gustan los desafíos y las nuevas oportunidades.					.818		
Me atrevo a hacer cosas nuevas y diferentes a las que he hecho en el pasado.					.772		
Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo mucho para que quede satisfecha.					.613		
Puedes expresar tu desacuerdo y dar a conocer tus ideas de manera respetuosa.						.714	
Realizo las preguntas necesarias para entender lo que se requiere.						.644	
Busco consejería de personas especialistas en los temas de mi interés.						.643	
Determino llegar lo más lejos posible.		.330			.463		-.526
Me mantengo firme en mis decisiones aun cuando otras personas se opongan enérgicamente			.358			.450	.308
Llevo a cabo tareas arriesgadas, en su ámbito de trabajo.							.821
Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas.							.818
Confío en que puedo tener éxito en cualquier cosa que quiera hacer.	.335					.333	.520
Si es necesario no me importa hacer el trabajo de otros de mi grupo para poder cumplir con la entrega a tiempo.							.398

El cuarto factor quedó constituido por siete indicadores y se le asignó la dimensión “planificación sistemática”. Los indicadores fueron los siguientes: “Antes de realizar una actividad, considero cuidadosamente las ventajas y desventajas de las distintas maneras de hacerlo (CECP11)”; “Realizo las cosas sin perder tiempo buscando información (CECP7)”; “Tomo en cuenta todos los problemas que pueden presentarse y pienso en lo que haría si ocurren (CECP12)”; “Planifico una actividad definiendo la prioridad de la manera más ordenada posible (CECP10)”; “Cuando inicio un proyecto nuevo, reúno toda la información posible (CECP8)”; “Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales (CECP2)” y “Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar (CECP25)”.

El quinto factor quedó constituido por cuatro indicadores y se le asignó la dimensión “confianza en sí mismo”. Los indicadores fueron los siguientes: “Me gustan los desafíos y las nuevas oportunidades (CECL2)”, “Me atrevo a hacer cosas nuevas y diferentes a las que he hecho en el pasado (CECL3)”, “Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo mucho para que quede satisfecha (CECL10)” y “Determino llegar lo más lejos posible (CECL1)”.

El sexto factor quedó constituido por cuatro indicadores y se le asignó la dimensión “buscar información”. Los indicadores fueron los siguientes: “Puedes expresar tu desacuerdo y dar a conocer tus ideas de manera respetuosa (CECPO3)”, “Realizo las preguntas necesarias para entender lo que se requiere (CECPO6)”, “Busco consejo de personas especialistas en los temas de mi interés (CECPO5)” y “Me mantengo firme en mis decisiones aun cuando otras personas se opongan enérgicamente (CECPO4)”.

El séptimo factor quedó constituido por cuatro indicadores y se le asignó la dimensión “correr riesgos calculados”. Los indicadores fueron los siguientes: “Llevo a cabo tareas arriesgadas, en su ámbito de trabajo (CECL23)”; “Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas (CECL24)”; “Confío en que puedo tener éxito en cualquier cosa que quiera hacer (CECPO2)” y “Si es necesario no me importa hacer el trabajo de otros de mi grupo para poder cumplir con la entrega a tiempo (CECL12)”.

Creación de valor económico

El instrumento de creación de valor económico quedó conformado por dos dimensiones: (a) maximizar valor de la empresa (CVEVE1 a CVEVE6 y CVECH7) y (b) maximizar capital humano (CVECH8 a CVEVE11). Se utilizó el procedimiento de análisis factorial para evaluar la validez del constructo creación de valor económico (ver Apéndice B). En el análisis de la matriz de correlaciones, se encontró que las 11 declaraciones tienen un coeficiente de correlación positivo mayor a .3.

En cuanto a la medida de adecuación muestral KMO, resultó un valor muy próximo a la unidad (KMO = .834). Para la prueba de esfericidad de Bartlett, se encontró que los resultados ($X^2 = 924.342$, $gl = 55$, $p = .000$) son significativos. Al analizar la matriz de covarianza anti-imagen, se verificó que los valores de la diagonal principal son significativamente mayores a cero (mayores a .7).

Para el estadístico de extracción por componentes principales se encontró que los valores de comunalidad ($Com_{min} = .492$; $Com_{máx} = .838$) para los 11 indicadores de este instrumento son superiores al criterio de extracción ($Com = .300$). En relación con la varianza total explicada, se realizó un análisis confirmatorio con dos factores, explicándose un 65.940% de la varianza total, siendo este valor superior al 50% establecido

como criterio.

En cuanto a la solución factorial rotada, se utilizó el método Varimax. En la Tabla 5, se presenta información en donde se comparan las saturaciones relativas de cada indicador para los dos factores de creación de valor económico.

El primer factor quedó constituido por siete indicadores y se le asignó la dimensión “maximizar valor de la empresa”. Los indicadores fueron los siguientes: “La información financiera muestra crecimiento de mercado (CVEVE04)”, “Los procesos alcanzados aportan eficiencia y productividad en la relación con proveedores y socios estratégicos (CVEVE03)”, “La información financiera muestra crecimiento de su liquidez (CVEVE06)”, “La información financiera muestra crecimiento y utilización de sus activos (CVEVE05)”, “El crecimiento de la empresa refleja la lealtad del cliente, participación de mercados y posicionamiento en nuevos mercados (CVEVE02)”, “Se implementan acciones que propicien mejoras para el bienestar del capital humano (CVEVE07)” y “Su organización garantiza la rendición transparente de cuentas a sus grupos de interés (CVEVE01)”.

El segundo factor quedó constituido por cuatro indicadores y se le asignó la dimensión “maximizar el capital humano”. Los indicadores fueron los siguientes: “El valor agregado de los empleados se refleja en el crecimiento de la empresa (CVECH9)”; “Los resultados de la implementación de acciones reflejan seguridad, bienestar y satisfacción en el capital humano (CVECH8)”; “La cultura de innovación en la empresa contribuye al desarrollo de nuevos productos y servicios, nuevos mercados e innovaciones (CVECH10)” y “Garantizan prácticas de responsabilidad social como cultura de desarrollo sostenible (CVECH11)”.

Tabla 5

Matriz de componentes rotados de creación de valor económico

	Compo- nente	
	1	2
La información financiera muestra crecimiento de mercado.	.796	
Los procesos alcanzados aportan eficiencia y productividad en la relación con proveedores y socios estratégicos.	.774	
La información financiera muestra crecimiento de su liquidez.	.774	
La información financiera muestra crecimiento y utilización de sus activos.	.744	.318
El crecimiento de la empresa refleja la lealtad del cliente, participación de mercados y posicionamiento en nuevos mercados.	.700	.415
Se implementan acciones que propicien mejoras para el bienestar del capital humano.	.664	.416
Su organización garantiza la rendición transparente de cuentas a sus grupos de interés.	.612	.351
El valor agregado de los empleados se refleja en el crecimiento de la empresa.		.872
Los resultados de la implementación de acciones reflejan seguridad, bienestar y satisfacción en el capital humano.		.848
La cultura de innovación en la empresa contribuye al desarrollo de nuevos productos y servicios, nuevos mercados e innovaciones.		.829
Garantizan prácticas de responsabilidad social como cultura de desarrollo sostenible.	.487	.504

Confiabilidad de los instrumentos

Los instrumentos fueron sometidos a análisis de confiabilidad para determinar su consistencia interna mediante la obtención del coeficiente alfa de Cronbach para cada escala. Los coeficientes alfa de Cronbach obtenidos para las variables latentes son los siguientes: (a) capacidad innovadora, .884; (b) competitividad empresarial, .968; (c) competencias emprendedoras, .931 y (d) creación de valor económico, .913. Todos los valores alfa de Cronbach fueron considerados como correspondientes a medidas de confiabilidad muy aceptables para cada una de las variables (ver Apéndice C).

Operacionalización de las variables

En la Tabla 6, se presenta, a manera de ejemplo, la operacionalización de la variable de creación de valor económico, en la cual se incluyen sus definiciones conceptual, instrumental y operacional; en la primera columna se puede observar el nombre de la variable; en la segunda columna aparece la definición conceptual; en la tercera aparece la definición instrumental que especifica cómo fue observada la variable y en la última columna se codificó cada variable. La operacionalización completa se encuentra en el Apéndice D.

Tabla 6

Operacionalización de la variable de creación de valor económico

Variables	Definición Conceptual	Definición instrumental	Definición Operacional
Creación de valor económico	Este consiste en hacer máximo el valor de mercado de la Empresa. Como si la empresa estuviera constantemente en venta. Esto significa hacer máximo el valor de la inversión de los accionistas, que debe ser el objetivo perenne.	Se determinó el grado de creación de valor económico autopercebido de empresarios de CAIN-TRA en Monterrey, Nuevo León, por medio de los siguientes 11 ítems, bajo la escala: 1 = Nunca 2 = A veces 3 = Normalmente 4 = Casi siempre 5 = Siempre	Para medir el grado de creación de valor económico autopercebido por empresarios de CAIN-TRA en Monterrey, Nuevo León, se obtuvo la media de los 11 ítems. La variable se consideró como métrica. Para hacer el planteamiento de las conclusiones de este estudio se determinó la siguiente equivalencia para la escala utilizada: 1 = Nunca 2 = A veces 3 = Normalmente 4 = Casi siempre 5 = Siempre

Hipótesis nulas

Hernández Sampieri et al. (2014) mencionan que las hipótesis nulas son proposiciones acerca de la relación entre variables, que sirven para negar lo que afirma la hipótesis de investigación. En esta investigación se formuló las siguientes hipótesis: confirmatoria, alterna y complementarias.

Hipótesis nulas

El modelo empírico, en el cual el nivel de las competencias emprendedoras influye directamente en el nivel de la competitividad empresarial y ambas influyen directamente en el grado de creación de valor económico y el grado de capacidad innovadora influye indirectamente en el grado de creación de valor económico según la percepción de los empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León, no tiene bondad de ajuste con el modelo teórico.

Hipótesis nulas secundarias

H₀₂. El nivel de competencia emprendedora (CE) no es predictor significativo del grado de capacidad innovadora (CI) percibido por empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León.

H₀₃. El nivel de competencia emprendedora (CE) y el grado de capacidad innovadora (CI) no son predictores significativos de la competitividad empresarial (COM) empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León.

H₀₄. La competencia emprendedora (CE) y la competitividad empresarial (COM) no son predictores significativos de la creación de valor económico (CV) percibido por empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León.

Operacionalización de las hipótesis nulas

En la Tabla 7, se presenta la operacionalización de una de las hipótesis nulas.

En el Apéndice D, se presentan todas las hipótesis nulas de esta investigación.

Tabla 7

Operacionalización de las hipótesis

Hipótesis	Variables	Nivel de medición	Prueba estadística
El modelo empírico, en el cual el nivel de las competencias emprendedoras influye directamente en el nivel de la competitividad empresarial y ambas influyen directamente en el grado de creación de valor económico y el grado de capacidad innovadora influye indirectamente en el grado de creación de valor económico según la percepción de los empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León no tiene bondad de ajuste con el modelo teórico.	Exógenas		
	A. Nivel de competencias emprendedoras	A. Nominal	Para validar el modelo correspondiente a esta hipótesis nula se utilizó la técnica multivariante para modelos de trayectoria. Los criterios de rechazo fueron los siguientes: 1. p de χ^2 mayor a .05 2. χ^2/df , menor a 3 3. GFI igual o mayor a .90 4. CFI igual o mayor a .90 5. RMSEA igual o menor a .08
	Endógena		
	B. Competitividad empresarial	B. Nominal	
C. Capacidad innovadora	C. Nominal		
	D. Creación de valor económico	D. Nominal	

Índices de bondad de ajuste

Reyes Riquelme (2008) menciona los tres tipos de índices de ajuste para los análisis de trayectoria (path analysis), que son los siguientes:

1. Chi cuadrada. Corresponde al índice más conocido del método de máxima verosimilitud. Cuanto más pequeño sea, mejor ajuste tendrá en el modelo.

2. Chi cuadrada/grados de libertad. Es una medida que permite comparar modelos con distintos grados de libertad. Se consideró que un cociente de 5 es un ajuste razonable y 2 es un ajuste excelente.

3. Índice de bondad de ajuste (GFI): Este indicador puede ser utilizado para analizar el ajuste en todos los casos, ya que es independiente del tamaño de la muestra y se comporta con robustez en las desviaciones de la normalidad; su valor está comprendido entre 0 (ajuste pobre) y 1 (ajuste perfecto).

4. Residuo cuadrático medio (RMR). Corresponde al promedio de las diferencias de los valores estimados, menos los observados, elevados al cuadrado. Está referido a la muestra. Se busca que este elemento sea lo más próximo a 0.

5. Error de aproximación cuadrático medio (RMSEA). Similar a RMR, salvo que este corresponde al error que tendría el modelo al aplicarlo en la población. Valores menores a .08 son ideales; sin embargo, menores a .1 también se consideran favorables.

Medidas incrementales de ajuste

Las medidas incrementales de ajuste comparan el modelo propuesto con un modelo nulo que se toma de referencia y que suele ser aquel que estipula una falta absoluta de asociación entre las variables del modelo; por lo tanto, se compara el modelo propuesto con el peor modelo posible. Existen los siguientes indicadores:

1. Índice normado de ajuste (NFI). Es una medida que compara el ajuste incremental con el modelo nulo que resulta entre 0 y 1. Un NFI igual a .9 indicaría que el modelo propuesto es un 90% mejor que el modelo nulo.

2. Índice de Tucker Lewis (TLI). Considera que el mejor modelo no es aquel para el cual la chi cuadrada es igual a 0, sino aquel para el cual el valor esperado de chi cuadrada entre los grados de libertad es igual a 1. El cálculo del TLI sigue una

fórmula $[(\text{chi cuadrada nulo}/\text{grados de libertad nulo}) - (\text{chi cuadrada modelo}/\text{grados de libertad modelo})] / [(\text{chi cuadrada nulo}/\text{grados de libertad nulo}) - 1]$.

3. Índice de ajuste incremental (IFI). Es una comparación relativa del modelo propuesto al modelo nulo, considerando los grados de libertad, haciéndose menos sensible al tamaño muestral que otras medidas de ajuste incremental (NFI). Si el modelo expuesto es tan malo como el peor modelo posible, el valor será 0; de lo contrario, será 1.

Medidas de ajuste de parsimonia

Las medidas de ajuste de parsimonia permiten estimar el grado en que se alcanza ajuste para cada coeficiente o parámetro estimado. Para este ajuste, los indicadores a comparar son los siguientes:

1. Índice general de parsimonia (PGFI). Toma valores entre 0 y 1. Los valores altos indican mayor bondad de ajuste y parsimonia, pero no existen criterios sobre qué tan alto debe ser cada índice para decidir la mayor bondad de ajuste parsimonia. Su utilidad radica en la comparación de modelos.

2. Índice comparativo de Akaike (AIC). Es un indicador que permite comparar entre dos modelos para saber cuál de ellos ajusta con mayor parsimonia. No tiene una escala determinada ni criterios guías. Debe interpretarse favoreciendo al modelo que tiene un menor valor.

Los criterios para evaluar la bondad de ajuste que se utilizaron en la prueba de los modelos confirmatorio y alterno fueron los siguientes: (a) ratio de verosimilitud de la chi cuadrada (χ^2) y nivel de significación p mayor a .05, (b) chi cuadrada normada (χ^2/gf) menor a 3, (c) índice de bondad de ajuste (GFI) igual o mayor a .90, (d) índice de bondad de ajuste comparativo (CFI) igual o mayor a .90 y (e) raíz del residuo

cuadrático promedio (RMSEA) igual o menor que .08.

Recolección de datos

La recolección de los datos se llevó a cabo de la siguiente forma:

1. El investigador tenía los datos de los voluntarios empresarios del staff de CAINTRA y por medio de correo electrónico, WhatsApp (grupo de empresarios de CAINTRA) y vía telefónica se distribuyó el link de la encuesta ubicada en los formularios de google.

Análisis de los datos

La base de datos se formó en el SPSS para Windows versión 20 para poder realizar los análisis de las variables en dicho programa y en el software Amos 22. Posteriormente, se obtuvieron las puntuaciones para cada una de las variables latentes, siguiendo el proceso indicado en la operacionalización de las variables. Después de tener completa la base de datos, se recurrió a la estadística descriptiva (medidas de tendencia central, variabilidad, normalidad y detección de datos atípicos y ausentes) para limpiar la base de datos y poder obtener la información demográfica, así como para evaluar el comportamiento de las variables principales. Un segundo paso consistió en someter los instrumentos a un estudio de validación psicométrica (modelo de ecuaciones estructurales). El tercer paso consideró el estudio confirmatorio de la bondad de ajuste de los modelos planteados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Introducción

Este estudio tuvo entre sus objetivos explorar la relación de causalidad entre las variables competencias emprendedora, capacidad innovadora, competitividad empresarial y creación de valor económico percibido por empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León. La investigación fue considerada de tipo cuantitativo, no experimental, transversal y causal.

La variable exógena utilizada en esta investigación fue competencias emprendedoras. Las variables endógenas fueron: capacidad innovadora, competitividad empresarial y creación de valor económico. Las variables demográficas fueron las siguientes: género, ocupación de los padres, edad, nivel académico, educación, cargo que desempeño, industria, número de empleados, antigüedad de la empresa, inicio de la idea de emprender, edad de creación de la empresa, cuantos negocios ha establecido, ocupación previa al emprendimiento, motivación por emprender, número de fracasos antes de tener éxito y número de éxitos en innovación.

Población y muestra

La población que se utilizó en esta investigación estuvo formada por 600 empresarios voluntarios que son parte del staff de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León. El tipo de muestreo realizado en esta investigación es no probabilístico, dirigido,

intencional y por conveniencia, donde se seleccionó intencionalmente a personal que forma parte de las empresas de Monterrey, Nuevo León, México. La recolección de los datos se hizo entre los meses de septiembre a noviembre del año 2020. La muestra fue de 125 empresarios.

Descripción demográfica

A continuación, se presenta una descripción de los datos demográficos utilizados en el presente estudio. En el Apéndice E se muestran las tablas de respaldo.

Género

En la distribución por género de los encuestados, el 88.0% de la muestra poblacional es de género masculino, mientras que el 12.0% son de género femenino.

Edad

En la Tabla 8, se observa la edad de los participantes. El 44.0% de la muestra poblacional cuenta con una edad entre 41 a 50 años, el 33.6% está entre 51 o más años, mientras que el 2.4% está entre 20 a 30 años. Se resalta que el 77.6% de los empresarios analizados tienen una edad de 41 años en adelante.

Tabla 8

Distribución de los participantes por edad

Edad	F	%
20 - 30 años	3	2.4
31 - 40 años	25	20.0
41 - 50 años	55	44.0
51 o más	42	33.6
Total	125	100.0

Ocupación de los padres

En la Tabla 9, se observa la ocupación de los padres de los participantes. El 56.0% de la muestra poblacional fue empresario, el 39.2% proviene de padres que fueron empleados, mientras el 4.8% no fue empresario ni empleado.

Tabla 9

Distribución de los participantes por ocupación de los padres

Ocupación de los padres	F	%
Empresario	70	56.0
Empleado	49	39.2
Otro	6	4.8
Total	125	100.0

Nivel académico

En la Tabla 10, se observa el nivel académico de los participantes. El 48% de la muestra poblacional tiene una maestría, mientras que el 5.6% tiene otra clase de estudio. El 94.4% de los participantes cuenta con estudios al menos de licenciatura, demostrando el poder influyente que aporta la academia en relación con el desarrollo de competencias emprendedoras y empresariales.

Tabla 10

Distribución de los participantes por nivel académico

Nivel académico	F	%
Licenciatura	56	44.8
Maestría	60	48.0
Doctorado	2	1.6
Otro	7	5.6
Total	125	100.0

Educación

En la Tabla 11, se observa la educación de los participantes. El 66.4% de la muestra tuvo una educación en escuelas privadas, el 32% proviene de escuelas públicas, mientras que el 0.8% tuvo una educación en escuelas religiosas u otras.

Tabla 11

Distribución de los participantes por educación

Educación	F	%
Pública	40	32.0
Privada	83	66.4
Religiosa	1	0.8
Otra	1	0.8
Total	125	100.0

Cargo que desempeña

En la Tabla 12, se observa el cargo que desempeñan los participantes. El 44.8% de la muestra son accionistas de empresas, mientras que el 55.2% son altos directivos.

Tabla 12

Distribución de los participantes por cargo que desempeñan

Cargo	F	%
Accionista	56	44.8
Director General	31	24.8
Director de Área	25	20.0
Gerente	13	10.4
Total	125	100.0

Sector

En la Tabla 13, se observa el sector al que pertenecen los participantes. El 56.8% son al industrial (sector productivo), mientras que el 3.2% es de otro giro.

Tabla 13

Distribución de los participantes por sector al que pertenecen

Sector	F	%
Servicio	37	29.6
Comercio	13	10.4
Industrial	71	56.8
Otro	4	3.2
Total	125	100.0

Número de empleados

En la Tabla 14, se observa el número de empleados. El 46.4% tienen de 51 a 250 empleados, mientras que el 27.2% de 1 a 10 empleados. El 73.6% de los participantes pertenece a empresas pequeñas y medianas.

Tabla 14

Distribución de los participantes por número de empleados de las empresas

Número de empleados	F	%
1 – 10	34	27.2
51 – 250	58	46.4
250 o más	33	26.4
Total	125	100.0

Antigüedad de la empresa

En la Tabla 15, se observa la antigüedad de la empresa. El 44.8% tienen de 21 años o más en el mercado, mientras que el 4.8% de 1 a 5 años. El 76.8% de las empresas participantes cuentan con más de 11 años de experiencia y de permanencia en el mercado, lo que les proporciona ventaja competitiva.

Tabla 15

Distribución de los participantes por antigüedad de la empresa

Antigüedad en la empresa	F	%
1 - 5 años	6	4.8
6 - 10 años	23	18.4
11 - 20 años	40	32.0
21 años o más	56	44.8
Total	125	100.0

Edad de inicio de la idea de emprender

En la Tabla 16, se observa la edad de inicio de la idea de emprender. El 51.2% tienen de 21 a 30 años de que inició el emprendimiento, mientras que el 8.8% está entre 41 años o más. El 69.6% de los participantes está entre el rango de 15 a 30 años, representando que a más temprana edad se inicia el emprendimiento.

Edad de creación de la empresa

En la Tabla 17, se observa la edad de creación de la empresa. El 39.2% tiene un rango de edad entre 21 a 30 años que emprendió, hoy son cada vez más los recién salidos de las universidades que inician un negocio propio, mientras que 15.2% se encuentra entre los 41 años o más, lo que representa un segmento de adultos que

deciden aprovechar sus conocimientos y experiencias para poner en marcha un proyecto. A más temprana edad, se identifican con situaciones más arriesgadas, confianza en sí mismos y en búsqueda de oportunidades, como el decidir iniciar su propia empresa.

Tabla 16

Edad de inicio de la idea de emprender de los participantes

Inicio de idea	F	%
15 - 20 años	23	18.4
21 - 30 años	64	51.2
31 - 40 años	27	21.6
41 años o más	11	8.8
Total	125	100.0

Tabla 17

Edad de creación de la empresa

Edad de creación	F	%
15 - 20 años	25	20.0
21 - 30 años	49	39.2
31 - 40 años	32	25.6
41 años o más	19	15.2
Total	125	100.0

Cuántos negocios ha establecido

En la Tabla 18, se observa cuántos negocios han establecido los participantes. El 29.6% ha establecido un solo negocio, mientras que el 17.6% ha tenido tres negocios y el 28% más de tres negocios. Lo que representa que el 45.6% cuentan diversificados sus ingresos.

Tabla 18

Cuántos negocios han establecido los participantes

Cuántos negocios	F	%
Uno	37	29.6
Dos	31	24.8
Tres	22	17.6
Más de tres	35	28.0
Total	125	100.0

Ocupación previa al emprendimiento

En la Tabla 19, se observa la ocupación previa al emprendimiento de los participantes. El 37.6% fue empleado de una gran empresa, mientras que el 13.6% realizó otra actividad. El 60% de los participantes, antes de pasar a ser emprendedores desarrollaron una serie de cualidades y habilidades provenientes de ser empleados de empresas medianas y grandes.

Tabla 19

Ocupación previa al emprendimiento de los participantes

Ocupación previa	F	%
Empresario	33	26.4
Empleado Pyme	28	22.4
Empleado Gran Empresa	47	37.6
Otra Actividad	17	13.6
Total	125	100.0

Motivación por emprender

En la Tabla 20, se observa la motivación para emprender de los participantes. El 64% tenía la motivación de mejorar los ingresos, mientras que el 6.4% fue un proyecto de la universidad o educacional. El 93.6% de los participantes decidió emprender por iniciativa propia a la mejora de ingresos y ser su propio jefe, mientras que el 6.4% proviene de la escasa cultura emprendedora impartida por las universidades.

Tabla 20

Motivación para emprender de los participantes

Motivación para emprender	<i>F</i>	<i>%</i>
Mejora de ingresos	80	64.0
Ser propio jefe	37	29.6
Universidad/Proyecto educacional	8	6.4
Total	125	100.0

Número de fracasos antes de tener éxito

En la Tabla 21, se observa el número de fracasos antes de tener éxito de los participantes. El 50% tuvo entre dos a cinco fracasos, mientras que el 43.5% ha tenido un solo fracaso. También más de la mitad de los participantes (56.5%) ha experimentado aprendizajes y se ha reinventado.

Número de éxitos en innovación

En la Tabla 22, se observa el número de éxitos en innovación que han presentado las empresas. El 42.4% tuvo entre dos a cinco innovaciones, mientras que el 6.4% tuvo de seis a diez innovaciones.

El porcentaje de gasto en investigación y desarrollo del PIB en México durante el 2018, se reportó en 0.31%, lo cual es un nivel bajo en comparación con otros países como Israel, Corea, Suiza, Suecia, Japón, Austria, Alemania y Estados Unidos, países que están por arriba del promedio mundial del 2.27% de emprendedores (Banco Mundial, 2018).

Tabla 21

Número de fracasos antes de tener éxito de los participantes

Número de fracasos	<i>F</i>	%
Uno	54	43.5
Dos a cinco	63	50.0
Seis a diez	8	6.5
Total	125	100.0

Tabla 22

Número de éxitos obtenidos por innovación de las empresas

Número de éxitos obtenidos	<i>F</i>	%
Uno	44	35.2
Dos a cinco	53	42.4
Seis a diez	8	6.4
Más de diez	20	16.0
Total	125	100.0

Tablas cruzadas

Ocupación de los padres con la edad de inicio de la idea de emprender

En la Tabla 23, se observa la influencia de la ocupación de los padres en relación al inicio de la idea de emprender. El 12.8% de los hijos de empresarios iniciaron

la idea de emprender entre los 15 a 20 años y el 29.6% entre los 21 a 30 años, mientras que los hijos de padres empleados, el 19.2% inició el emprendimiento entre 21 a 30 años y el 13.6% entre los 31 a 40 años, por lo que los padres empresarios presentan mayor influencia desde más temprana edad en sus hijos que los padres empleados.

El nivel académico con tipo de educación

En la Tabla 24, se observa que el 66.4% de los participantes proviene de educación privada, y con respecto al nivel académico el 48% cuenta con estudios de maestría. La educación privada religiosa representa 0.8%. El mayor emprendimiento e iniciativas de negocio está influido por la educación privada y por los que tienen estudios de maestría, es decir, un nivel académico más alto.

Tabla 23

Tabla cruzada de ocupación de los padres con inicio de la idea de emprender

			15 - 20 años	21 - 30 años	31 - 40 años	41 años o más	Total
Ocupación Padres	Empresario	Recuento	16	37	9	8	70
		% del total	12.8%	29.6%	7.2%	6.4%	56.0%
	Empleado	Recuento	5	24	17	3	49
		% del total	4.0%	19.2%	13.6%	2.4%	39.2%
	Otro	Recuento	2	3	1	0	6
		% del total	1.6%	2.4%	0.8%	0.0%	4.8%
Total	Recuento	23	64	27	11	125	
	% del total	18.4%	51.2%	21.6%	8.8%	100.0%	

La educación con la edad de la creación de la empresa

En la Tabla 25, se observa que la influencia de la educación privada en la edad de creación de un negocio se encuentra en el rango de 21 a 30 años y en los de 31 a 40 años, lo que representa el contrario a lo que se observó en los de 41 años o más.

Tabla 24

Tabla cruzada del nivel académico con tipo de educación

		Educación				Total	
		Pública	Privada	Religiosa	Otra		
Nivel académico	Licenciatura	Recuento	22	33	0	1	56
		% del total	17.6%	26.4%	0.0%	0.8%	44.8%
	Maestría	Recuento	13	46	1	0	60
		% del total	10.4%	36.8%	0.8%	0.0%	48.0%
	Doctorado	Recuento	0	2	0	0	2
		% del total	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	1.6%
	Otro	Recuento	5	2	0	0	7
		% del total	4.0%	1.6%	0.0%	0.0%	5.6%
Total	Recuento	40	83	1	1	125	
	% del total	32.0%	66.4%	0.8%	0.8%	100.0%	

Tabla 25

Tabla cruzada del tipo de educación con la edad de la creación de la empresa

		Edad de la creación de la empresa				Total	
		15 - 20 años	21 - 30 años	31 - 40 años	41 años o más		
Educación	Pública	Recuento	5	21	10	4	40
		% del total	4.0%	16.8%	8.0%	3.2%	32.0%
	Privada	Recuento	18	28	22	15	83
		% del total	14.4%	22.4%	17.6%	12.0%	66.4%
	Religiosa	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%
	Otra	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%
Total	Recuento	25	49	32	19	125	
	% del total	20.0%	39.2%	25.6%	15.2%	100.0%	

Educación con la idea de emprender

En la Tabla 26, se observa la influencia de la educación privada con la edad de inicio de la idea de emprender. Se observa que la edad de la creación de la empresa está entre 21 a 30 años, representado por el 31.2% y en menor grado del 18.4% influenciada por la educación pública. Entre los de 31 a 40 años, se concentra el 15.2% y entre los 15 a 20 años se concentra el 14.4%, que provienen de educación privada.

Tabla 26

Tabla cruzada del tipo de educación con la edad de inicio de la idea de emprender

		Idea de emprender				Total	
		15 - 20 años	21 - 30 años	31 - 40 años	41 años o más		
Educación	Pública	Recuento	5	23	8	4	40
		% del total	4.0%	18.4%	6.4%	3.2%	32.0%
	Privada	Recuento	18	39	19	7	83
		% del total	14.4%	31.2%	15.2%	5.6%	66.4%
	Religiosa	Recuento	0	1	0	0	1
		% del total	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.8%
	Otra	Recuento	0	1	0	0	1
		% del total	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.8%
	Total	Recuento	23	64	27	11	125
		% del total	18.4%	51.2%	21.6%	8.8%	100.0%

Negocios establecidos con número de fracasos

En la Tabla 27, se observa la influencia de cuántos negocios han establecido los participantes con el número de intentos fallidos de negocios. El 21% de los empresarios que han establecido un solo negocio han presentado un solo fracaso antes de tener éxito. El 13.7% de los empresarios que han establecido dos empresas han presentado de dos a cinco fracasos antes de tener éxito y el 41.9% de la muestra de

empresarios que han establecido tres o más de tres empresas han presentado dos a cinco fracasos antes de tener éxito.

Negocios establecidos con número de éxito de innovación

En la Tabla 28, se observa que de la totalidad de las empresas establecidas el 42.4% han introducido de dos a cinco éxitos en innovación, el 35.2% de las empresas ha introducido un solo éxito en innovación y el 16% de éstas ha introducido más de diez éxitos en innovación.

Tabla 27

Tabla cruzada de número de negocios con número de fracasos obtenidos

			Numero de fracasos			Total
			Uno	Dos a cinco	Seis a diez	
Cuantos negocios estable	Uno	Recuento	26	10	0	36
		% del total	21.0%	8.1%	0.0%	29.0%
	Dos	Recuento	14	17	0	31
		% del total	11.3%	13.7%	0.0%	25.0%
	Tres	Recuento	5	16	1	22
		% del total	4.0%	12.9%	0.8%	17.7%
	Más de tres	Recuento	9	19	7	35
		% del total	7.3%	15.3%	5.6%	28.2%
	Total	Recuento	54	62	8	124
		% del total	43.5%	50.0%	6.5%	100.0%

Medias aritméticas

En esta sección, se presentan los resultados de las medias aritméticas y la desviación estándar de cada constructo.

Tabla 28

Tabla cruzada de negocios establecidos con número de éxito en innovación

							Total
			Uno	Dos a cinco	Seis a diez	Más de diez	
Cuántos negocios	Uno	Recuento	13	24	0	0	37
		% del total	10.4%	19.2%	0.0%	0.0%	29.6%
	Dos	Recuento	18	8	2	3	31
		% del total	14.4%	6.4%	1.6%	2.4%	24.8%
	Tres	Recuento	8	8	0	6	22
		% del total	6.4%	6.4%	0.0%	4.8%	17.6%
	Más de tres	Recuento	5	13	6	11	35
		% del total	4.0%	10.4%	4.8%	8.8%	28.0%
Total	Recuento	44	53	8	20	125	
	% del total	35.2%	42.4%	6.4%	16.0%	100.0%	

Capacidad innovadora

En la Tabla 29, se observa que las medias aritméticas más altas de capacidad innovadora corresponden a las siguientes declaraciones: “Conservar mercado” con 4.52, “Ampliar mercado” con 4.46 y “Abrir nuevo mercado” con 4.37. En tanto que las más bajas resultaron ser las siguientes: “Reducción en el consumo de materias primas e insumos” con 3.36, “Nuevas fuentes de materias primas” con 3.52 y “Reducción de costos laborales” con 3.65. Se observa que la media aritmética del constructo es igual a 4.00 en donde los participantes evalúan el nivel de capacidad innovadora como *importante*.

Drucker (1997) indica que la innovación es el instrumento específico del empresario innovador. Drucker establece que la empresa tiene un objetivo que es el de crear clientes, apuntalando que la buena dirección de las empresas produce progreso económico y armonía social.

Competitividad empresarial

En la Tabla 30, se observa que las medias aritméticas más altas de competitividad empresarial corresponden a las siguientes declaraciones: “Desarrollan una misión y visión para guiar su rumbo, así como los valores de la organización para crear una cultura organizacional” con 4.11, “Definen una estrategia de precios para su portafolio de productos y servicios” con 4.08 y “Analizan los resultados en ventas y los evalúa respecto a los objetivos planteados” con 4.08.

Tabla 29

Media y desviación de capacidad innovadora

Items	<i>M</i>	<i>DS</i>
Conservar mercado	4.52	.736
Ampliar mercado	4.46	.857
Abrir nuevo mercado	4.37	1.021
Reducción de costos laborales	3.65	1.024
Reducción en el consumo de materias primas e insumos	3.36	1.124
Reducción en consumo de energía	3.63	1.241
Reemplazar productos obsoletos	3.96	1.015
Creación de nuevos productos diferenciados	4.28	.965
Mejorar la calidad de los productos	4.17	.719
Diseñar nuevos productos o servicios en función de las necesidades reales de sus clientes	4.35	.873
Aumentar la escala de procesos	3.67	.939
Aumentar la flexibilidad en los procesos	4.00	.898
Disminuir el impacto ambiental	3.78	1.235
Nuevas fuentes de materias primas	3.52	1.317
Innovaciones de proceso	4.26	.731
Total	4.00	.615

En tanto que las más bajas resultaron ser las siguientes: “Publican informes de gobierno y responsabilidad social empresarial para fortalecer la rendición de cuentas, la imagen y reputación de la organización” con 2.86, “Diseñan sistemas de evaluación y reconocimiento para la motivación, el compromiso, el cambio y la innovación” con 3.36

y “Garantizan que los sistemas de información se caractericen por su innovación, accesibilidad, exactitud, confiabilidad, seguridad y disponibilidad para la toma de decisiones” con 3.39. Se observa que la media aritmética de competitividad empresarial es próxima a cuatro en donde los participantes evalúan la competitividad empresarial como *importante*.

De acuerdo con el Índice de Competitividad México (2019) publicado por el Foro Económico Mundial y que mide los recursos y la capacidad para proveer a sus habitantes un alto nivel de prosperidad de un país, México se encontró en el año 2019, en el nivel 48 del ranking de competitividad global de 141 países analizados, bajando dos niveles comparado con el 2018. México ha venido deteriorando dicho nivel, ya que en el año 2018 se encontraba en el nivel 46 del ranking de competitividad mundial.

Competencia emprendedora

En la Tabla 31, se observa que las medias aritméticas más altas de competencia emprendedora corresponden a las siguientes declaraciones: “Me gustan los desafíos y las nuevas oportunidades” con 4.70, “Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo mucho para que quede satisfecha” con 4.56 y “Me atrevo a hacer cosas nuevas y diferentes a las que he hecho en el pasado” con 4.53. En tanto que las más bajas resultaron ser las siguientes: “Realizo las cosas sin perder tiempo buscando información” con 3.11, “Llevo a cabo tareas arriesgadas, en su ámbito de trabajo” con 3.47 y “Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo” con 3.50. Se observa que la media aritmética de competencia emprendedora es cuatro en donde los participantes evalúan las competencias emprendedoras como *importante*.

Tabla 30

Media y desviación de competitividad empresarial

Ítems	M	DS
Publican informes de gobierno y responsabilidad social empresarial para fortalecer la rendición de cuentas, la imagen y reputación de la organización.	2.86	1.200
Diseñan sistemas de evaluación y reconocimiento para la motivación, el compromiso, el cambio y la innovación.	3.36	.971
Garantizan que los sistemas de información se caractericen por su innovación, accesibilidad, exactitud, confiabilidad, seguridad y disponibilidad para la toma de decisiones.	3.39	.897
Analizan los procesos para encontrar las fuentes de variación y reducir los costos de los desperdicios.	3.48	1.036
Cuentan con mecanismos ³ y recursos necesarios para implementar los cambios e innovaciones requeridas en los procesos.	3.52	.972
Desarrollan programas caracterizados por su innovación para generar un impacto positivo en los grupos de interés.	3.53	.954
Evalúan periódicamente su desempeño para mejorar sus competencias de liderazgo.	3.54	.995
Generan y seleccionan sistemáticamente ideas para la innovación de procesos, productos y servicios.	3.54	.971
Diseñan sistemas y estructuras de trabajo que se caracterizan por su simplicidad, flexibilidad y enfoque en la participación, el cambio y la innovación.	3.56	.953
Diseñan y mapean los procesos para el desarrollo de productos y servicios, incorporando tecnologías, herramientas y prácticas innovadoras.	3.59	1.164
Estandarizan los métodos para la ejecución, control, análisis y mejora de los procesos.	3.59	.984
Garantizan la eficiencia operativa y productividad en la operación de los procesos a través de los sistemas de trabajo.	3.60	1.016
Establecen medios de contacto con el cliente para escucharlo y conocer sus requerimientos y necesidades, así alinearse a sus expectativas para mantener su lealtad.	3.63	.971
Articulan soluciones con sus socios estratégicos ² y proveedores, que den respuesta a las necesidades no satisfechas de los clientes.	3.65	.951
Promueven la generación de iniciativas y el desarrollo de proyectos de innovación.	3.66	.941
Capitalizan el conocimiento y el aprendizaje, para impulsar la mejora, la innovación y la mejor toma de decisiones.	3.68	1.051
Desarrollan un plan de capital humano alineado a los objetivos estratégicos.	3.69	.854
Impulsan el alto desempeño, la productividad y la competitividad a través de un sistema de compensaciones competitivo.	3.74	1.156
Propician una cultura de innovación mediante el diseño de sistemas de trabajo que se sustentan en la participación, el compromiso y el trabajo en equipo.	3.77	1.053
Ofrecen oportunidades de desarrollo que potencien el talento para impulsar el crecimiento personal y profesional de su capital humano.	3.79	.882
Analizan su desempeño, mejora e innovación con base a las estrategias y objetivos a través de indicadores y metas.	3.80	1.008
Desarrollan productos y servicios innovadores y de calidad.	3.83	.830
Los resultados de la organización reflejan el impacto generado hacia sus grupos de interés: accionistas, clientes, empleados y comunidad.	3.83	.997
Desarrollan una propuesta de valor diferenciada que responde a las necesidades, expectativas e intereses del cliente.	3.96	.949
Fomentan el cambio y la innovación ¹ a través de la participación y el facultamiento.	3.98	.897
Identifican los cambios políticos, económicos, sociales, medioambientales, legales y tecnológicos de su industria y entorno.	4.03	.782
Establecen objetivos estratégicos coherentes con su misión y visión.	4.08	.933
Analizan los resultados en ventas y los evalúa respecto a los objetivos planteados.	4.08	.933
Definen una estrategia de precios para su portafolio de productos y servicios.	4.08	1.008
Desarrollan una misión y visión para guiar su rumbo, así como los valores de la organización para crear una cultura organizacional.	4.11	.993
Total	3.70	.706

Tabla 31

Media y desviación de competencias emprendedoras

Ítems	M	DS
Realizo las cosas sin perder tiempo buscando información.	3.11	1.123
Llevo a cabo tareas arriesgadas, en su ámbito de trabajo.	3.47	.988
Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo	3.50	.972
Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas.	3.52	1.028
Tomo en cuenta todos los problemas que pueden presentarse y pienso en lo que haría si ocurren.	3.66	.792
Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar.	3.68	.892
Antes de realizar una actividad, considero cuidadosamente las ventajas y desventajas de las distintas maneras de hacerlo.	3.72	.874
Puedo lograr que las personas seguras de sus ideas cambien de modo de pensar.	3.76	.807
Antes de hacer algo nuevo siempre realizo todo lo posible para asegurar el éxito	3.82	.852
Me valgo de personas que tienen influencia para lograr alcanzar mis metas.	3.90	1.080
Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales.	3.91	.915
Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas.	3.93	.895
Cuando inicio un proyecto nuevo, reúno toda la información posible.	3.93	.737
Termino mi trabajo a tiempo.	3.96	.841
Planifico una actividad definiendo la prioridad de la manera más ordenada posible.	3.97	.615
Realizo las actividades que se necesiten antes de que las circunstancias me obliguen.	4.00	.793
Me mantengo firme en mis decisiones aun cuando otras personas se opongan enérgicamente	4.00	.762
Me molesto cuando pierdo tiempo.	4.04	.860
Tengo claro lo que haré en mi vida.	4.05	.816
Busco consejería de personas especialistas en los temas de mi interés.	4.05	.909
Si es necesario no me importa hacer el trabajo de otros de mi grupo para poder cumplir con la entrega a tiempo.	4.07	.890
Realizo las preguntas necesarias para entender lo que se requiere.	4.09	.745
Encuentro la manera de terminar mi trabajo en forma rápida, en el ámbito personal y laboral.	4.16	.800
Me molesto cuando las cosas no se hacen correctamente.	4.18	.927
Si no resulta una manera de solucionar problemas, busco otra forma de hacerlo.	4.26	.555
Cuando me enfrento a un gran desafío, me siento confiado en que lo voy a lograr.	4.26	.570
Puedes expresar tu desacuerdo y dar a conocer tus ideas de manera respetuosa.	4.27	.733
Mientras más claro tengo lo que quiero lograr en la vida es más probable que lo consiga.	4.28	.799
Cumplo con todas las promesas que hago.	4.32	.590
Confío en que puedo tener éxito en cualquier cosa que quiera hacer.	4.32	.603
Ante los problemas que van surgiendo, busco soluciones que benefician a todos los involucrados para lograr finalmente lo que quiero.	4.35	.650
Me gusta pensar en el futuro.	4.42	.687
Logro convencer a otros.	4.44	.640
Considero que siempre hay una mejor manera de hacer las cosas.	4.44	.745
Insisto varias veces hasta conseguir superar un obstáculo.	4.45	.653
Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, sigo intentándolo.	4.46	.561
Determino llegar lo más lejos posible.	4.47	.629
Cuando enfrento un problema difícil le dedico tiempo en encontrar una solución.	4.48	.667
Intento diferentes maneras de superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas.	4.48	.603
Me atrevo a hacer cosas nuevas y diferentes a las que he hecho en el pasado.	4.53	.690
Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo mucho para que quede satisfecha.	4.56	.664
Me gustan los desafíos y las nuevas oportunidades.	4.70	.596
Total	4.09	.403

Creación de valor económico

En la Tabla 32, se observa que las medias aritméticas más altas de creación de valor económico corresponden a las siguientes declaraciones: “La información financiera muestra crecimiento y utilización de sus activos” con 4.17, “Su organización garantiza la rendición transparente de cuentas a sus grupos de interés” con 4.15 y “La información financiera muestra crecimiento de su liquidez” con 4.05. En tanto que las más bajas resultaron ser las siguientes: “Garantizan prácticas de responsabilidad social como cultura de desarrollo sostenible” con 3.67, “La cultura de innovación en la empresa contribuye al desarrollo de nuevos productos y servicios, nuevos mercados e innovaciones” con 3.71 y “La información financiera muestra crecimiento de mercado” con 3.84. Se observa que la media aritmética de creación de valor económico es próxima a cuatro en donde los participantes evalúan creación de valor económico como *importante*.

Análisis path

Pérez, Medrano y Sánchez Rosas (2013) mencionan que el análisis path evalúa el ajuste de un modelo, esto es el grado en que el modelo representa las relaciones entre las variables que se estudian. Para desarrollar un análisis Path normalmente se siguen los siguientes pasos: especificación, identificación, estimación de parámetros, evaluación del ajuste e interpretación de los resultados.

Con respecto a la especificación del modelo, se pretende probar lo siguiente: (a) que la competencia emprendedora (CE) influye en la capacidad innovadora (CI), (b) la competencia emprendedora (CE) y la capacidad innovadora (CI) son predictores significativos de la competitividad empresarial (COM) y (c) la competencia emprendedora

(CE) y la competitividad empresarial (COM) son predictores significativos de la creación de valor económico (CV).

El modelo se especifica con las ecuaciones estructurales que describen las relaciones directas entre las variables; es decir, una ecuación por cada variable endógena, utilizando los coeficientes path estandarizados (ver Figura 3). Las ecuaciones se presentarían de la siguiente forma:

1. Capacidad innovadora: $CI = pCECI + e3$
2. Competitividad empresarial: $COM = pCICOM + pCECOM + e2$
3. Creación de valor: $CV = pCECV + pCOMCV + e1$

Tabla 32

Media y desviación de creación de valor económico

Ítems	M	DS
Garantizan prácticas de responsabilidad social como cultura de desarrollo sostenible.	3.67	1.014
La cultura de innovación en la empresa contribuye al desarrollo de nuevos productos y servicios, nuevos mercados e innovaciones.	3.71	.850
La información financiera muestra crecimiento de mercado.	3.84	.975
Se implementan acciones que propicien mejoras para el bienestar del capital humano.	3.84	.786
El crecimiento de la empresa refleja la lealtad del cliente, participación de mercados y posicionamiento en nuevos mercados.	3.89	.693
El valor agregado de los empleados se refleja en el crecimiento de la empresa.	3.91	.907
Los resultados de la implementación de acciones reflejan seguridad, bienestar y satisfacción en el capital humano.	3.92	.804
Los procesos alcanzados aportan eficiencia y productividad en la relación con proveedores y socios estratégicos.	3.99	.588
La información financiera muestra crecimiento de su liquidez.	4.05	.882
Su organización garantiza la rendición transparente de cuentas a sus grupos de interés.	4.15	.813
La información financiera muestra crecimiento y utilización de sus activos.	4.17	.813
Total	3.92	.612

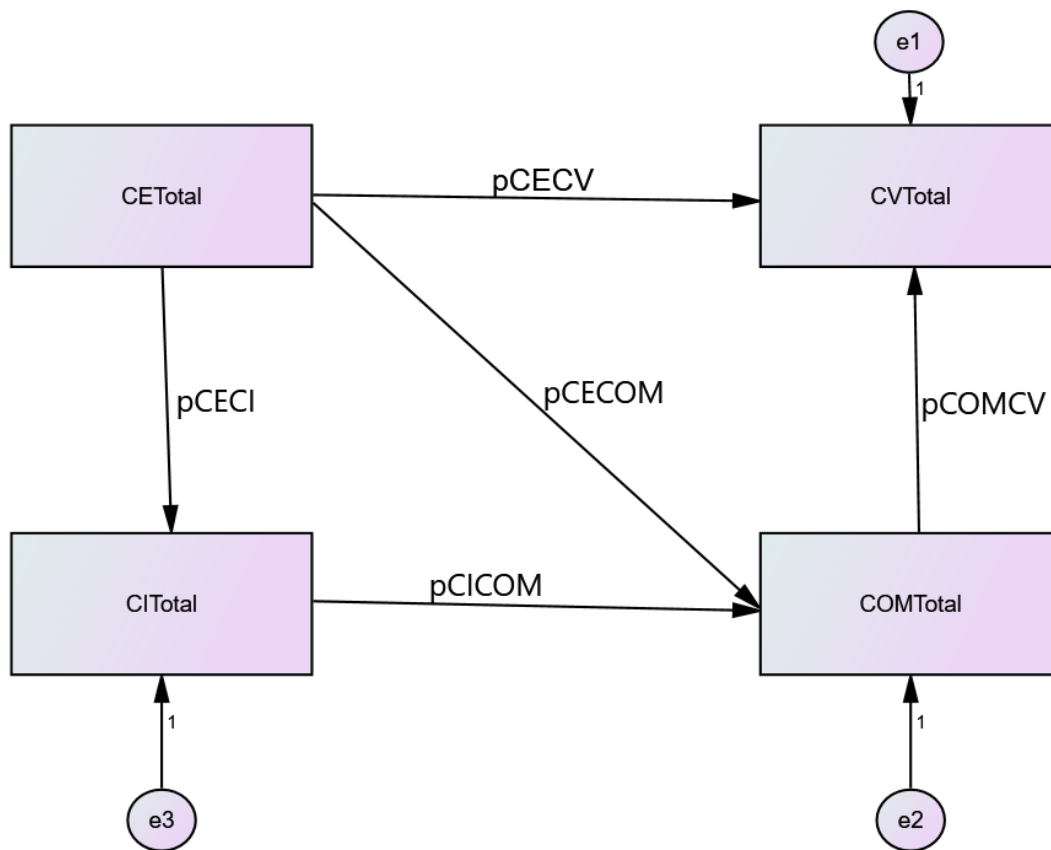


Figura 3. Modelo con los coeficientes path estandarizados.

El modelo está sobreidentificado, ya que los grados de libertad son mayores que cero, esto indica que el modelo puede ser estimado y contrastado.

Hair, Anderson, Tatham y Black (2007) comentan que, para evaluar el ajuste del modelo, se pueden utilizar los índices de bondad de ajuste (ver Tabla 33). De la lista fueron seleccionados algunos criterios que son los más utilizados, como son los siguientes: Chi cuadrado (X^2), índice de bondad de ajuste comparativo (*CFI*), índice de bondad de ajuste (*GFI*) y raíz de residuo cuadrático (*RMSEA*).

Tabla 33

Estadísticos de bondad de ajuste

Estadístico	Abreviatura	Criterio
Ajuste absolute		
Chi-cuadrado	χ^2	Significación > .05
Razón chi-cuadrado/grados de libertad	χ^2/gf	Menor que 3
Ajuste comparativo		
Índice de bondad de ajuste comparativo	CFI	$\geq .95$
Índice de Tucker-Lewis	TLI	$\geq .95$
Índice de ajuste normalizado	NFI	$\geq .95$
Ajuste parsimonioso		
Corregido por parsimonia	PNFI	Próxima a 1
Otros		
Índice de bondad de ajuste	GFI	$\geq .90$
Índice de bondad de ajuste corregido	AGFI	$\geq .95$
Raíz de residuo cuadrático promedio	RMR	Próxima a cero
Raíz de residuo cuadrático promedio de aproximación	RMSEA	< .10

Supuestos

Antes de realizar las pruebas estadísticas es necesario explorar los datos para cumplir con el criterio de normalidad. Se utilizó el criterio de la distancia de Mahalanobis para quitar los datos que fueran atípicos. El conjunto de datos se limpió para garantizar la normalidad mediante la eliminación de datos atípicos, dejando el conjunto de datos en 114.

Hipótesis nulas

En esta sección, se presentan las hipótesis nulas del modelo de investigación analizadas por el análisis path (ver Apéndice F).

H₀₁. El modelo empírico en el cual el nivel de las competencias emprendedoras influye directamente en el nivel de la competitividad empresarial y ambas influyen directamente en el grado de creación de valor económico y el nivel de la capacidad

innovadora influye indirectamente en el grado de creación de valor económico según empresarios de CAINTRA de Monterrey, Nuevo León no tiene bondad de ajuste con el modelo teórico.

Para la hipótesis nula, se utilizó el análisis path con Amos y se encontró un buen ajuste en el modelo teórico y empírico. Los resultados son los siguientes: ($X^2 = .001$ $p = .975$, RMSEA = .000, GFI = 1.000, NFI = 1.000, CFI = 1.000) (ver Figura 4). En la Tabla 34, se observa el efecto total de competencia emprendedora a creación de valor ($\beta = .544$), de capacidad innovadora a creación de valor ($\beta = .284$) y de competitividad empresarial a creación de valor ($\beta = .546$). En el modelo, la proporción de varianza explicada fue aceptable, ya que se explicó el 53% de la variabilidad del grado de creación de valor económico.

H₀₂. El nivel de competencia emprendedora (CE) no es predictor significativo del nivel de capacidad innovadora (CI) percibido por los empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León.

De acuerdo con el análisis path, se encontró que competencia emprendedora es un predictor significativo de capacidad innovadora ($\beta = .455$ $p = .000$). El efecto directo fue de β igual a .313, el valor de la R^2 fue igual a .098, lo cual indica que la variable capacidad innovadora explica el 9% de la varianza de capacidad innovadora.

H₀₃. El nivel de competencia emprendedora (CE) y el nivel de capacidad innovadora (CI) no son predictores significativos del nivel de competitividad empresarial (COM) percibido por los empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León.

El modelo mostró, a través de los coeficientes de regresión, que competencia emprendedora es un predictor significativo de competitividad empresarial ($\beta = .286$, p

= 0.000), también se encontró que el nivel de capacidad innovadora es un predictor significativo de competitividad empresarial ($\beta = .521$, $p = 0.000$). El efecto directo del coeficiente estandarizado de capacidad emprendedora a competitividad empresarial fue ($\beta = .286$) y de capacidad innovadora a competitividad empresarial fue ($\beta = .521$). El valor de la R^2 fue igual a .446, lo cual indica que la variable nivel de competencia emprendedora y nivel de capacidad innovadora explican el 44% de la varianza de nivel de competitividad empresarial.

H₀₄. El nivel de competencia emprendedora (CE) y el nivel de competitividad empresarial (COM) no son predictores significativos del grado de creación de valor económico (CV) percibido por los empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León.

El modelo mostró, a través de los coeficientes de regresión, que el nivel CE es un predictor significativo de valor económico ($\beta = .299$, $p = .000$), también se encontró que el nivel de competitividad empresarial es un predictor significativo de valor económico ($\beta = .546$, $p = .000$). El efecto directo del coeficiente estandarizado de competencia emprendedora a valor económico fue ($\beta = .544$) y de competitividad empresarial a valor económico fue ($\beta = .498$). El valor de la R^2 fue igual a .534, lo cual indica que la variable nivel de competencia emprendedora y nivel de competitividad empresarial explican el 53.4% de la varianza grado de competencia emprendedora (ver Figura 4).

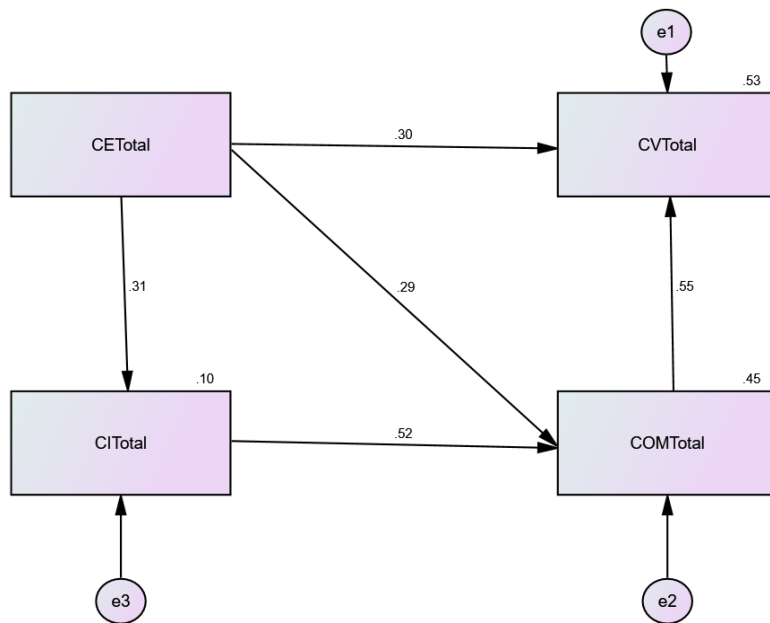


Figura 4. Modelo de investigación con resultados ($X^2 = .001$, $p = .975$, $RMSEA = .001$, $GFI = 1.000$ y $CFI = 1.000$).

Tabla 34

Efectos totales (T), directos (D) e indirectos (I) de las variables incluidas en el modelo

	CE	CI	COM
	T = .313		
CI	D = .313	0	0
	I = 0		
	T = .439	T = .521	
COM	D = .286	D = .521	0
	I = .163	I = .0	
	T = .544	T = .284	T = .546
CV	D = .299	D = .000	D = .546
	I = .245	I = .284	I = .000

Resumen del capítulo

En este capítulo se abordó la clasificación del diseño de este estudio; se presentó información pertinente respecto de la descripción demográfica; se examinaron

los resultados de los modelos de medida para la validación de las variables latentes; se compartieron detalles específicos del tratamiento de los datos como el procedimiento que se siguió para los datos ausentes.

En cuanto a las pruebas de hipótesis nulas, se utilizó la técnica estadística modelo de ecuaciones estructurales para comprobar el modelo empírico. Por último, se presentaron los resultados obtenidos de someter las hipótesis complementarias del estudio a la técnica estadística denominada mínimos cuadrados.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Discusión

Este estudio tuvo entre sus objetivos explorar la relación de causalidad entre las variables capacidad innovadora, competencias emprendedoras, competitividad empresarial y creación de valor económico percibido por empresarios voluntarios del staff de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León, México.

La investigación fue considerada de tipo cuantitativo, no experimental, transversal, descriptivo y causal. La hipótesis principal mostró que el modelo propuesto tiene bondad de ajuste con el modelo empírico en donde el nivel de las competencias emprendedoras influye directamente en el nivel de la competitividad empresarial y ambas influyen directamente en el grado de creación de valor económico y el nivel de la capacidad innovadora influye indirectamente en el grado de creación de valor económico, según empresarios de CAINTRA de Monterrey, Nuevo León. El modelo tuvo bondad de ajuste en todos los criterios seleccionados (p , X^2 , CFI, NFI, GFI y RMSEA).

Los resultados encontrados en las hipótesis secundarias de esta investigación muestran que el nivel de competencias emprendedoras predice al nivel de capacidad innovadora en un 9%, mientras que las competencias emprendedoras y capacidad innovadora predicen a la competitividad empresarial en un 44%. Por último, se encontró que el nivel de competencia emprendedora y el nivel de competitividad empresarial

predicen el grado de creación de valor económico en un 53.4%.

El modelo empírico en el cual el nivel de las competencias emprendedoras influye directamente en el nivel de la competitividad empresarial y ambas influyen directamente en el grado de creación de valor económico y el grado de capacidad innovadora influye indirectamente en el grado de creación de valor económico está en concordancia con la propuesta de algunos autores que han estudiado la relación causal entre las competencias emprendedoras, capacidad innovadora y competitividad empresarial en la creación de valor económico, al igual que en este estudio encontraron que existe una relación significativa de estas variables, como Zehir et al. (2015) en el estudio realizado encontraron que la innovación tiene un efecto significativamente positivo en el desempeño organizacional (competitividad empresarial) concluyendo que la adopción de innovación conduce a un cambio organizacional y la introducción de nuevos productos o servicios, esta característica da valor agregado permitiendo a las organizaciones incursionar en nuevos mercados y llegar a nuevos clientes.

En el estudio realizado por Mason et al. (2015), centrado en constructos con orientación a competencias emprendedoras como, actitud innovadora, toma de riesgos, proactividad, autonomía, agresividad y competitividad, encontraron que son impulsores significativamente positivos que influyen en el buen desempeño y rendimiento de las pequeñas y medianas empresas.

Sin duda alguna, como menciona Muñoz Fernández (2013), el emprendimiento y la innovación son el ADN de las empresas que desean ser más competitivas y más allá de ser organismo de gestión se diferencian por ser organismos que están forma-

dos por personas que dialogan, escuchan y comparten un mundo interconectado. Camacho Corredor (2007) menciona que la capacidad de innovar, emprender y ser competitivo son elementos que potencian cualquier sector de la economía.

Saeidi y Chavoshinezhad (2019) en su investigación los resultados mostraron que había una relación positiva significativa entre la orientación empresarial y el desempeño y la estrategia de diferenciación en las pequeñas y medianas empresa. También presentó una relación positiva significativa entre la orientación empresarial y la innovación en las pequeñas y medianas empresas.

En el artículo de Fernández-Mesa et al. (2012), examinaron la relación entre la orientación emprendedora y el desempeño innovador tomando como variable mediadora la capacidad de aprendizaje organizativo, los resultados muestran que la capacidad de aprendizaje organizativo juega un rol fundamental en determinar los efectos de la orientación emprendedora en el desempeño innovador.

González Pernia y Peña Legaskue (2007) demuestran en su investigación que los aspectos del capital humano del emprendedor, así como de su entorno tanto sectorial como geográfico del negocio, son fundamentales para impulsar la capacidad de innovación de los negocios emprendedores, además de que se acentúa la mejora en innovación de la empresa conforme adquiere más edad y se internacionaliza.

Otro hallazgo de esta investigación es la causalidad que existe en el nivel de competencia emprendedora, el nivel de competitividad empresarial y el grado de creación de valor económico. Autores como Ibarra Cisneros et al. (2017) mencionan que el éxito de las empresas se basa en la capacidad de reaccionar a las exigencias de los

mercados (capacidad emprendedora) y a los cambios producidos en el entorno (competitividad empresarial) que generan valor. López-Lemus y Garza-Carranza (2019) estudiaron la influencia conjunta de las prácticas de gestión empresarial (competitividad empresarial), la innovación y emprendimiento empresarial (competencias emprendedoras) sobre el rendimiento de las firmas emprendedoras (creación de valor económico) en el estado de Guanajuato, México y encontraron índices de bondad y ajuste del modelo SEM ($\chi^2 = 1656.156$ $gl = 921$; CFI = 0.914 y TLI=0.908; RMSEA = .05). Además, mostraron que las prácticas de gestión y el emprendimiento empresarial influyen positiva y significativamente sobre la innovación, el emprendimiento (competitividad empresarial) y el rendimiento de la firma emprendedora (creación de valor económico), resultados similares a esta investigación.

Saleeshya, Austin y Vamsi (2013) afirman que, dadas las necesidades cambiantes del cliente y los requerimientos tecnológicos actuales, las organizaciones se ven forzadas a implementar iniciativas en sus procesos de producción con el fin de conseguir mejorar el desempeño operacional (eficiencia operacional o desempeño empresarial) con lo que se genera creación de valor y por consiguiente se logran ventajas competitivas.

Conclusiones

La conclusión con respecto a la hipótesis de investigación el modelo propuesto tiene bondad de ajuste con el modelo empírico en donde el nivel de las competencias emprendedoras influye directamente en el nivel de la competitividad empresarial y ambas influyen directamente en el grado de creación de valor económico y el nivel de la

capacidad innovadora influye indirectamente en el grado de creación de valor económico.

Los resultados encontrados en las hipótesis secundarias de esta investigación muestran que el nivel de competencia emprendedoras predice al nivel de capacidad innovadora, mientras que las competencias emprendedoras y capacidad innovadora predicen a la competitividad empresarial y, por último, el nivel de competencia emprendedora y el nivel de competitividad empresarial predicen el grado de creación de valor económico.

Partiendo de que este estudio pretendió medir la participación de la capacidad de innovación, las competencias emprendedoras y la competitividad empresarial en la creación de valor económico, por lo que a continuación se destacan los principales hallazgos del estudio:

Uno de los hallazgos del estudio es que el 100% de los empresarios (44.8%) y altos directivos (55.2%) encuestados cuenta con preparatoria o escuela técnica, el 94.4% acudió a la Universidad y cuenta con nivel de Licenciatura, el 49.6% obtuvo un nivel de maestría o mayor; de los cuales el 68% proviene de universidades privadas.

El 56.0% de los participantes son hijos de padres empresarios. El 59.2%, tres quintas partes de la población inició su negocio propio entre los 15 a los 30 años. En términos de emprendimiento, el empresario más joven inició la comercialización de su producto a los 15 años mientras que el mayor lo hizo a los 55 años; la motivación de emprender surge, en el 93.6% de los participantes, con el deseo de mejorar sus ingresos y de ser su propio jefe. El género masculino predominó en la encuesta con el 88% de la población. El 77.6% son mayores de 41 años. De los empresarios entrevistados

el 73.6% se caracterizan por haber sido empleados en el sector privado, que, al encontrar un ambiente propicio para independizarse, decidieron tomar el riesgo y emprender.

Es relevante mencionar que el 57% de las empresas pertenece al sector productivo (industrial), el 73.6% son pequeñas y medianas empresas; en el contexto de competitividad empresarial, el 76.8% de los empresarios cuentan con el conocimiento y herramientas para gestionar y generar riqueza a través de la actividad que ejerce, asumiendo los riesgos que esto con lleva, ya que cuentan con una experiencia de más de 11 años en el mercado en que se encuentran, el 70.4% ha establecido más de dos negocios, el 100% ha presentado más de un fracaso (intentos fallidos) de negocio, lo que indica que no necesariamente son exitosos los negocios en su primer intento, y el 64.8% ha obtenido más de dos éxitos en innovación en las empresas (capacidad de innovación).

Capacidad de innovación

Innovar radica en implementar cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing y en la organización de las empresas, con la finalidad de mejorar los resultados a través de la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología (Escuela Europea de Management). Así como generar una cultura de innovación disruptiva para aportar valor tangible (Universidad Tecnológica de Perú, 2018).

La necesidad de las empresas en innovar es imperante debido a los nuevos retos y nuevas realidades empresariales que definen una nueva era. Por lo anterior, es necesario acentuar e incrementar la innovación en procesos en las empresas, ya que

cada vez más operarán de manera integrada con el exterior, lo que llevará a prácticamente tener fusionada su cadena de valor con la de sus clientes, socios y proveedores, en un nuevo modelo operativo que formarán una red de interrelaciones y colaboraciones. Ante este contexto, las empresas van a externalizar de manera creciente sus procesos a socios estratégicos e incrementar su nivel de integración, lo que representa una oportunidad para las pequeñas y medianas empresas más innovadoras reconfigurar su cadena de valor para ganar nuevos espacios de negocio y ganar competitividad.

Competencias emprendedoras

El impulso del espíritu emprendedor y la generación de nuevos emprendimientos se ha convertido en uno de los objetivos de política pública en muchos países, en particular la creación de empresas es una necesidad permanente para las economías, por lo que el emprendimiento se considera como un motor para el desarrollo económico de un país y a los emprendedores como los actores clave (Marulanda Valencia y Morales Gualdrón, 2016).

En esta investigación se procedió a encuestada sobre actitudes y características emprendedoras personales (CEP's), test CEFE que ha sido probado y utilizado a nivel mundial, considerando las siguientes capacidades: buscar y aprovechar las oportunidades, adopción con ser persistente y cumplir compromisos, planificar y hacer seguimiento sistémico, exigir eficiencia y calidad, autoconfianza, búsqueda de información, asunción al riesgo con correr riesgos moderados, fijación de metas y objetivos. Por lo que, se deberá fortalecer la capacidad de contar con datos de manera continua a través de la búsqueda de información, así como contar con la capacidad de analizar las

posibles situaciones en las que se puedan enfrentar para prevenir situaciones que obstaculicen el logro de la meta o en su defecto disminuir los efectos.

Competitividad empresarial

El exarcebado nivel de competitividad de México, impulsado por la globalización, la apertura de mercados, el acelerado acortamiento de los ciclos, la creciente desregulación, la incertidumbre y cambios permanentes, el aumento del nivel de exigencia de los clientes y la volatilidad de su fidelidad, entre otros retos, pone en riesgo la creación de valor empresarial.

El Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), La Unión Europea (UE) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) han coincidido en indicar como objetivo estratégico el aumento en la competitividad de la PYME.

Por lo tanto, es fundamental que los empresarios aprovechen y den respuesta a las oportunidades y retos del entorno actual, desarrollando capacidades que requieren las organizaciones para competir, cumpliendo con los estándares de calidad en los mercados locales y mundiales, a través de a) anticiparse y responder de manera ágil y flexible a los cambios en su entorno para asegurar la competitividad en el mediano plazo, b) establecer el rumbo estratégico de manera incluyente desarrollando una cultura de alto desempeño, cambio e innovación que impulse la competitividad presente y futura, c) generar propuestas de valor innovadora, centrada en el cliente, d) establecer un ambiente que cultiva la inclusión, propiciando el desarrollo integral, el pensamiento creativo, la motivación y el bienestar de las personal, e) gestionar los procesos

de creación de valor y de apoyo para garantizar la eficiencia, innovación y productividad, f) gestionar la información y el conocimiento para generar aprendizajes para la toma de decisiones en la ejecución de la estrategia, el cambio, la eficiencia operativa, la mejora continua y la innovación y g) el establecimiento de soluciones innovadoras para contribuir al desarrollo sostenible contribuyendo a la solución de requerimientos de la comunidad, sus clientes y rendir cuentas a la sociedad (Secretaría de Economía, 2020b).

Creación de valor económico

El desarrollo y crecimiento de los países está basado tanto en la cantidad como en la calidad de las empresas existentes. Las posibilidades de que sobrevivan y prosperen las empresas ante el nuevo entorno de negocio exigen nuevos planteamientos y nuevas actitudes, por lo que la creación de valor debe ser el objetivo de toda buena gerencia y empresario.

Se crea valor en las empresas cuando se genera utilidad o riqueza lo suficientemente grande que permita cubrir todos los costos y gastos del capital invertido en el negocio.

De ahí la importancia, de que las organizaciones analicen su desempeño, mejora e innovación, evaluando el progreso obtenido a través de instrumentos de medición alineados a las estrategias y a la causalidad de los logros alcanzados, en donde refleje el impacto generado hacia sus grupos de interés, con respecto a resultados de responsabilidad social, de capital humano, de cultura de innovación, de procesos, de mercados y clientes y resultados financieros.

De este modo, se podría reducir la amplia proporción existente de micro y pequeñas empresas y aumentar la de empresas medianas, con ello prácticamente se aumentaría los niveles de productividad individuales en cada empresa, además de generar con el emprendedurismo empleos productivos, con este impulso permitiría el crecimiento económico del país.

Recomendaciones

A continuación, se dan algunas recomendaciones derivadas del estudio.

A los empresarios

1. Fomentar el cambio y la innovación en el área de procesos, a través del pensamiento creativo, la curiosidad del personal y el aprendizaje continuo en la reducción en el consumo de materias primas e insumo, en energía y en los costos laborales.
2. Establecer soluciones innovadoras que tengan que ver con el desarrollo sostenible para generar impacto positivo en los grupos de interés, así como publicar informes de responsabilidad social empresarial para fortalecer la rendición de cuentas, la imagen y reputación de la organización.
3. Diseñar sistemas de evaluación del desempeño y reconocimiento para la generación de motivación, compromiso, cambio e innovación, para el establecimiento de un ambiente que propicie la inclusión, el desarrollo integral, pensamiento creativo y el bienestar de las personas, alineando el capital humano a los objetivos estratégicos de la empresa.

4. Garantizar que la gestión de la información cuente con sistemas de información caracterizados por su innovación, accesibilidad, exactitud, confiabilidad, seguridad y disponibilidad para soportar la toma de decisiones en su operación y la ejecución de la estrategia para la generación de valor.

5. Enseñar a los empleados a trabajar eficientemente en la búsqueda de información, manejo de riesgo y procesos.

6. Promover el desarrollo de nuevos productos y servicios, nuevos mercados e innovaciones.

7. Diseñar un programa para el desarrollo de competencias emprendedoras y empresariales al personal de las empresas que está próximo al retiro, para el aprovechamiento del capital intelectual e impulsar a emprender su negocio propio en base a la experiencia adquirida.

A la academia

8. Vincular a la academia con el desarrollo económico local, introduciendo y fomentando la educación empresarial y el espíritu emprendedor en las universidades, como parte central de su estrategia de desarrollo emprendedor, a través de iniciativas que permitan la creación de una empresa como alternativa frente al escaso empleo, impartándose en todas las carreras y facultades, no solamente en las escuelas de negocio.

Al gobierno

9. Desarrollar, promover y fomentar el emprendimiento que permita extender y mantener oportunidades para las mujeres, para que puedan conseguir el éxito empresarial y profesional.

A la Iglesia Adventista del Séptimo Día

10. Diseñar y crear un departamento denominado “Ministerio de transformación económica” que tenga como objetivo fomentar la prosperidad económica de los miembros adventistas, capacitándolos y motivándolos para obrar en temor de Dios como emprendedores y empresarios.

Para futuras investigaciones

1. Agregar otros constructos que influyan en la creación de valor de una organización.
2. Seguir investigando sobre la creación de valor económico desde diferentes percepciones.
3. Probar el modelo con otras poblaciones para observa el comportamiento.

APÉNDICE A

BATERÍA DE INSTRUMENTOS

Instrumento

UNIVERSIDAD DE MONTEMORELOS

Doctorado en Administración de Negocios



Instrucciones Generales

La prosperidad económica de un país y la estabilidad de su mercado laboral dependen de las actividades en torno al emprendimiento, se ha observado que el emprendedor es un elemento clave para elevar el desarrollo, por lo que el impulso a este se ha convertido en una de las prioridades de los países, entre ellos México. En este sentido, la empresariedad ha sido abordado desde distintas perspectivas y disciplinas, una de ellas es el reconocimiento de la conducta (individual o colectiva), como centro del proceso de desarrollo, es decir, a través de sus acciones contribuyen al desarrollo en una organización.

Partiendo de esta situación, la presente investigación busca examinar a través de un modelo empírico, predecir el impacto que genera las competencias emprendedoras, la competitividad empresarial y la capacidad innovadora en la creación de valor económico de emprendedores, empresarios y directivos de pequeñas y medianas empresas de México.

Este cuestionario está destinado a recopilar datos para el Doctorado en Administración de Negocios. La información que usted proporcione será de forma anónima y dará como resultado un aporte a la gestión de las micro, pequeñas y medianas empresas de México, por lo tanto, es vital que al contestar lo haga con total honestidad.

Sabemos que su tiempo es valioso y deseamos asegurarle que su participación contribuirá a generar mayor conocimiento, el cual podría favorecer y dar mayores posibilidades de éxito a emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas en México.

Datos demográficos

Por favor, coloque una “X” en el recuadro con la respuesta que se aplique a su caso.

Género:	<input type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> Masculino		
Ocupación de los padres:	<input type="checkbox"/> Empresario	<input type="checkbox"/> Empleado	<input type="checkbox"/> Otro	
Edad:	<input type="checkbox"/> 20 - 30	<input type="checkbox"/> 31 - 40	<input type="checkbox"/> 41 - 50	<input type="checkbox"/> 51 o más
Nivel Académico:	<input type="checkbox"/> Licenciatura	<input type="checkbox"/> Maestría	<input type="checkbox"/> Doctorado	<input type="checkbox"/> Otro

Educación:	<input type="checkbox"/> Pública	<input type="checkbox"/> Privada	<input type="checkbox"/> Religiosa	<input type="checkbox"/> Otra
Cargo que Desempeña:	<input type="checkbox"/> Accionista	<input type="checkbox"/> Director General	<input type="checkbox"/> Director de Área	<input type="checkbox"/> Gerente
Industria:	<input type="checkbox"/> Servicio	<input type="checkbox"/> Comercio	<input type="checkbox"/> Industrial	<input type="checkbox"/> Otro
Número de Empleados:	<input type="checkbox"/> 1 - 10	<input type="checkbox"/> 11 - 50	<input type="checkbox"/> 51 - 250	<input type="checkbox"/> 250 o más
Antigüedad de la Empresa:	<input type="checkbox"/> 1 - 5 años	<input type="checkbox"/> 6 - 10 años	<input type="checkbox"/> 11 - 20 años	<input type="checkbox"/> 11 años o más
Inicio de la idea de Emprender:	<input type="checkbox"/> 15 - 20 años	<input type="checkbox"/> 21 - 30 años	<input type="checkbox"/> 31 - 40 años	<input type="checkbox"/> 41 años o más
Edad de creación de la empresa:	<input type="checkbox"/> 15 - 20 años	<input type="checkbox"/> 21 - 30 años	<input type="checkbox"/> 31 - 40 años	<input type="checkbox"/> 41 años o más
Cuántos negocios ha establecido:	<input type="checkbox"/> Uno	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de Tres
Ocupación previa al emprendimiento:	<input type="checkbox"/> Empresario	<input type="checkbox"/> Empleado Pyme	<input type="checkbox"/> Empleado Gran Empresa	<input type="checkbox"/> Otra Actividad
Motivación por Emprender:	<input type="checkbox"/> Mejora de Ingresos	<input type="checkbox"/> Ser Propio Jefe	<input type="checkbox"/> Desempleado	<input type="checkbox"/> Universidad / Proyecto educacional
Número de *fracaso antes de tener éxito:	<input type="checkbox"/> Uno	<input type="checkbox"/> Dos a cinco	<input type="checkbox"/> Seis a diez	<input type="checkbox"/> Más de diez
Número de éxitos en innovación:	<input type="checkbox"/> Uno	<input type="checkbox"/> Dos a cinco	<input type="checkbox"/> Seis a diez	<input type="checkbox"/> Más de diez

*Fracasos, Se entiende como intentos fallidos del negocio.

Capacidad Innovadora

Use la siguiente escala y marque con una "X" la que mejor califique su percepción.

Nada importante	Poco Importante	Regularmente	Importante	Muy importante
1	2	3	4	5

Declaración	Nivel de Importancia				
	1	2	3	4	5
¿Qué nivel de IMPORTANCIA asigna su empresa a las siguientes actividades de innovación, con respecto a...?					
Conservar mercado					
Ampliar mercado					
Abrir nuevo mercado					
Reducción de costos laborales					
Reducción en el consumo de materias primas e insumos					
Reducción en consumo de energía					
Reemplazar productos obsoletos					
Creación de nuevos productos diferenciados					
Mejorar la calidad de los productos					

Diseñar nuevos productos o servicios en función de las necesidades reales de sus clientes					
Aumentar la escala de procesos					
Aumentar la flexibilidad en los procesos					
Disminuir el impacto ambiental					
Nuevas fuentes de materias primas					
Innovaciones de proceso					

Competitividad Empresarial

Use la siguiente escala y marque con una “X” la que mejor califique su percepción.

Nada importante	Poco importante	Regularmente	Importante	Muy importante
1	2	3	4	5

Declaración	Puntuación				
	1	2	3	4	5
¿Qué nivel de IMPORTANCIA asigna su empresa a las siguientes actividades ...?					
Identifican los cambios políticos, económicos, sociales, medioambientales, legales y tecnológicos de su industria y entorno.					
Desarrollan una misión y visión para guiar su rumbo, así como los valores de la organización para crear una cultura organizacional.					
Establecen objetivos estratégicos coherentes con su misión y visión.					
Fomentan el cambio y la innovación ¹ a través de la participación y el facultamiento.					
Evalúan periódicamente su desempeño para mejorar sus competencias de liderazgo.					
Propician una cultura de innovación mediante el diseño de sistemas de trabajo que se sustentan en la participación, el compromiso y el trabajo en equipo.					
Promueven la generación de iniciativas y el desarrollo de proyectos de innovación.					
Desarrollan programas caracterizados por su innovación para generar un impacto positivo en los grupos de interés.					
Publican informes de gobierno y responsabilidad social empresarial para fortalecer la rendición de cuentas, la imagen y reputación de la organización.					
Establecen medios de contacto con el cliente para escucharlo y conocer sus requerimientos y necesidades, así alinearse a sus expectativas para mantener su lealtad.					
Articulan soluciones con sus socios estratégicos ² y proveedores, que den respuesta a las necesidades no satisfechas de los clientes.					
Desarrollan una propuesta de valor diferenciada que responde a las necesidades, expectativas e intereses del cliente.					
Analizan los resultados en ventas y los evalúa respecto a los objetivos planteados.					
Definen una estrategia de precios para su portafolio de productos y servicios.					
Desarrollan un plan de capital humano alineado a los objetivos estratégicos.					

Fomentar el cambio y la innovación, incluye el pensamiento creativo, la curiosidad del personal y el aprendizaje continuo.

Los socios estratégicos son aquellas empresas e instituciones con las que se establecen acuerdos de cooperación para compartir capacidades, recursos físicos o intelectuales en el largo plazo.

Competitividad Empresarial

Use la siguiente escala y marque con una “X” la que mejor califique su percepción.

Nada importante	Poco importante	Regularmente	Importante	Muy importante
1	2	3	4	5

Declaración	Puntuación				
	1	2	3	4	5
¿Qué nivel de IMPORTANCIA asigna su empresa a las siguientes actividades ...?					

Ofrecen oportunidades de desarrollo que potencien el talento para impulsar el crecimiento personal y profesional de su capital humano.					
Diseñan sistemas y estructuras de trabajo que se caracterizan por su simplicidad, flexibilidad y enfoque en la participación, el cambio y la innovación.					
Garantizan la eficiencia operativa y productividad en la operación de los procesos a través de los sistemas de trabajo.					
Impulsan el alto desempeño, la productividad y la competitividad a través de un sistema de compensaciones competitivo.					
Diseñan sistemas de evaluación y reconocimiento para la motivación, el compromiso, el cambio y la innovación.					
Diseñan y mapean los procesos para el desarrollo de productos y servicios, incorporando tecnologías, herramientas y prácticas innovadoras.					
Estandarizan los métodos para la ejecución, control, análisis y mejora de los procesos.					
Desarrollan productos y servicios innovadores y de calidad.					
Analizan los procesos para encontrar las fuentes de variación y reducir los costos de los desperdicios.					
Generan y seleccionan sistemáticamente ideas para la innovación de procesos, productos y servicios.					
Cuentan con mecanismos y recursos necesarios para implementar los cambios e innovaciones requeridas en los procesos.					
Garantizan que los sistemas de información se caractericen por su innovación, accesibilidad, exactitud, confiabilidad, seguridad y disponibilidad para la toma de decisiones.					
Capitalizan el conocimiento y el aprendizaje, para impulsar la mejora, la innovación y la mejor toma de decisiones.					
Los resultados de la organización reflejan el impacto generado hacia sus grupos de interés: accionistas, clientes, empleados y comunidad.					
Analizan su desempeño, mejora e innovación con base a las estrategias y objetivos a través de indicadores y metas.					

Los mecanismos son metodologías y herramientas de generación de ideas y pensamiento crítico que impulsan la innovación de los procesos.

Competencias Emprendedoras

Use la siguiente escala y marque con una "X" la que mejor califique su percepción.

Nada importantes	Poco importantes	Regularmente	Importante	Muy importante
1	2	3	4	5

Declaración	Puntuación				
¿Qué nivel de IMPORTANCIA asigna su empresa a las siguientes competencias...?	1	2	3	4	5
Determino llegar lo más lejos posible.					
Realizo las actividades que se necesiten antes de que las circunstancias me obliguen.					
Me gustan los desafíos y las nuevas oportunidades.					
Me atrevo a hacer cosas nuevas y diferentes a las que he hecho en el pasado.					
Logro convencer a otros.					
Me valgo de personas que tienen influencia para lograr alcanzar mis metas.					
Ante los problemas que van surgiendo, busco soluciones que beneficien a todos los involucrados para lograr finalmente lo que quiero.					
Puedo lograr que las personas seguras de sus ideas cambien de modo de pensar.					
Termino mi trabajo a tiempo.					
Cumplo con todas las promesas que hago.					
Si es necesario no me importa hacer el trabajo de otros de mi grupo para poder cumplir con la entrega a tiempo.					
Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo mucho para que quede satisfecha.					
Me molesto cuando las cosas no se hacen correctamente.					
Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas.					
Me molesto cuando pierdo tiempo.					
Considero que siempre hay una mejor manera de hacer las cosas.					
Encuentro la manera de terminar mi trabajo en forma rápida, en el ámbito personal y laboral.					
Cuando enfrento un problema difícil le dedico tiempo en encontrar una solución.					
Insisto varias veces hasta conseguir superar un obstáculo.					
Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, sigo intentándolo.					
Intento diferentes maneras de superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas.					

Competencias Emprendedoras

Use la siguiente escala y marque con una "X" la que mejor califique su percepción.

Nada importante	Poco importante	Regularmente	Importante	Muy importante			
1	2	3	4	5			
Declaración			Puntuación				
¿Qué nivel de IMPORTANCIA asigna su empresa a las siguientes competencias..?			1	2	3	4	5
Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo							
Antes de hacer algo nuevo siempre realizo todo lo posible para asegurar el éxito							
Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar.							
Llevo a cabo tareas arriesgadas, en su ámbito de trabajo.							
Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas.							
Me gusta pensar en el futuro.							
Mientras más claro tengo lo que quiero lograr en la vida es más probable que lo consiga.							
Tengo claro lo que haré en mi vida.							
Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales.							
Cuando inicio un proyecto nuevo, reúno toda la información posible.							
Busco consejería de personas especialistas en los temas de mi interés.							
Realizo las cosas sin perder tiempo buscando información.							
Realizo las preguntas necesarias para entender lo que se requiere.							
Planifico una actividad definiendo la prioridad de la manera más ordenada posible.							
Antes de realizar una actividad, considero cuidadosamente las ventajas y desventajas de las distintas maneras de hacerlo.							
Tomo en cuenta todos los problemas que pueden presentarse y pienso en lo que haría si ocurren.							
Si no resulta una manera de solucionar problemas, busco otra forma de hacerlo.							
Confío en que puedo tener éxito en cualquier cosa que quiera hacer.							
Puedes expresar tu desacuerdo y dar a conocer tus ideas de manera respetuosa.							
Cuando me enfrento a un gran desafío, me siento confiado en que lo voy a lograr.							
Me mantengo firme en mis decisiones aun cuando otras personas se opongan enérgicamente.							

Creación de Valor Económico

Use la siguiente escala y marque con una “X” la que mejor califique su percepción.

Nada importante	Poco importante	Regularmente	Importante	Muy importante			
1	2	3	4	5			
Declaración			Puntuación				
¿Qué nivel de IMPORTANCIA asigna su empresa a las siguientes actividades ...?			1	2	3	4	5
Su organización garantiza la rendición transparente de cuentas a sus grupos de interés.							
Se implementan acciones que propicien mejoras para el bienestar del capital humano.							
Los resultados de la implementación de acciones reflejan seguridad, bienestar y satisfacción en el capital humano.							
La cultura de innovación en la empresa contribuye al desarrollo de nuevos productos y servicios, nuevos mercados e innovaciones.							
El crecimiento de la empresa refleja la lealtad del cliente, participación de mercados y posicionamiento en nuevos mercados.							
El valor agregado de los empleados se refleja en el crecimiento de la empresa.							
Los procesos alcanzados aportan eficiencia y productividad en la relación con proveedores y socios estratégicos.							
La información financiera muestra crecimiento de mercado.							
La información financiera muestra crecimiento y utilización de sus activos.							
La información financiera muestra crecimiento de su liquidez.							
Garantizan prácticas de responsabilidad social como cultura de desarrollo sostenible.							

APÉNDICE B

ANÁLISIS FACTORIAL

Capacidad innovadora

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.715
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1103.131
	Gl	105
	Sig.	.000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
Conservar mercado	1.000	.486
Ampliar mercado	1.000	.889
Abrir nuevo mercado	1.000	.798
Reducción de costos laborales	1.000	.743
Reducción en el consumo de materias primas e insumos	1.000	.773
Reducción en consumo de energía	1.000	.649
Reemplazar productos obsoletos	1.000	.507
Creación de nuevos productos diferenciados	1.000	.512
Mejorar la calidad de los productos	1.000	.547
Diseñar nuevos productos o servicios en función de las necesidades reales de sus clientes	1.000	.852
Aumentar la escala de procesos	1.000	.799
Aumentar la flexibilidad en los procesos	1.000	.794
Disminuir el impacto ambiental	1.000	.618
Nuevas fuentes de materias primas	1.000	.769
Innovaciones de proceso	1.000	.609

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Compo- nente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acu- mulado	Total	% de la varianza	% acu- mulado	Total	% de la varianza	% acu- mulado
1	5.877	39.181	39.181	5.877	39.181	39.181	3.000	20.000	20.000
2	1.976	13.171	52.351	1.976	13.171	52.351	2.896	19.306	39.306
3	1.273	8.488	60.840	1.273	8.488	60.840	2.265	15.097	54.403
4	1.219	8.128	68.968	1.219	8.128	68.968	2.185	14.565	68.968
5	.950	6.336	75.304						
6	.846	5.640	80.944						

7	.695	4.633	85.577					
8	.533	3.554	89.131					
9	.418	2.784	91.915					
10	.315	2.102	94.017					
11	.281	1.870	95.888					
12	.217	1.448	97.336					
13	.177	1.181	98.517					
14	.140	.931	99.448					
15	.083	.552	100.000					

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Competitividad empresarial

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	.892
Chi-cuadrado aproximado	3760.660
Prueba de esfericidad de Bartlett	435
Sig.	.000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
Identifican los cambios políticos, económicos, sociales, medioambientales, legales y tecnológicos de su industria y entorno.	1.000	.601
Desarrollan una misión y visión para guiar su rumbo, así como los valores de la organización para crear una cultura organizacional.	1.000	.825
Establecen objetivos estratégicos coherentes con su misión y visión.	1.000	.773
Fomentan el cambio y la innovación ¹ a través de la participación y el facultamiento.	1.000	.811
Evalúan periódicamente su desempeño para mejorar sus competencias de liderazgo.	1.000	.705
Propician una cultura de innovación mediante el diseño de sistemas de trabajo que se sustentan en la participación, el compromiso y el trabajo en equipo.	1.000	.800
Promueven la generación de iniciativas y el desarrollo de proyectos de innovación.	1.000	.843
Desarrollan programas caracterizados por su innovación para generar un impacto positivo en los grupos de interés.	1.000	.772
Publican informes de gobierno y responsabilidad social empresarial para fortalecer la rendición de cuentas, la imagen y reputación de la organización.	1.000	.517
Establecen medios de contacto con el cliente para escucharlo y conocer sus requerimientos y necesidades, así alinearse a sus expectativas para mantener su lealtad.	1.000	.718
Articulan soluciones con sus socios estratégicos ² y proveedores, que den respuesta a las necesidades no satisfechas de los clientes.	1.000	.663

Desarrollan una propuesta de valor diferenciada que responde a las necesidades, expectativas e intereses del cliente.	1.000	.725
Analizan los resultados en ventas y los evalúa respecto a los objetivos planteados.	1.000	.718
Definen una estrategia de precios para su portafolio de productos y servicios.	1.000	.813
Desarrollan un plan de capital humano alineado a los objetivos estratégicos.	1.000	.832
Ofrecen oportunidades de desarrollo que potencien el talento para impulsar el crecimiento personal y profesional de su capital humano.	1.000	.638
Diseñan sistemas y estructuras de trabajo que se caracterizan por su simplicidad, flexibilidad y enfoque en la participación, el cambio y la innovación.	1.000	.743
Garantizan la eficiencia operativa y productividad en la operación de los procesos a través de los sistemas de trabajo.	1.000	.728
Impulsan el alto desempeño, la productividad y la competitividad a través de un sistema de compensaciones competitivo.	1.000	.701
Diseñan sistemas de evaluación y reconocimiento para la motivación, el compromiso, el cambio y la innovación.	1.000	.757
Diseñan y mapean los procesos para el desarrollo de productos y servicios, incorporando tecnologías, herramientas y prácticas innovadoras.	1.000	.733
Estandarizan los métodos para la ejecución, control, análisis y mejora de los procesos.	1.000	.806
Desarrollan productos y servicios innovadores y de calidad.	1.000	.613
Analizan los procesos para encontrar las fuentes de variación y reducir los costos de los desperdicios.	1.000	.652
Generan y seleccionan sistemáticamente ideas para la innovación de procesos, productos y servicios.	1.000	.768
Cuentan con mecanismos ³ y recursos necesarios para implementar los cambios e innovaciones requeridas en los procesos.	1.000	.682
Garantizan que los sistemas de información se caractericen por su innovación, accesibilidad, exactitud, confiabilidad, seguridad y disponibilidad para la toma de decisiones.	1.000	.806
Capitalizan el conocimiento y el aprendizaje, para impulsar la mejora, la innovación y la mejor toma de decisiones.	1.000	.760
Los resultados de la organización reflejan el impacto generado hacia sus grupos de interés: accionistas, clientes, empleados y comunidad.	1.000	.803
Analizan su desempeño, mejora e innovación con base a las estrategias y objetivos a través de indicadores y metas.	1.000	.685

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	15.909	53.030	53.030	15.909	53.030	53.030	5.985	19.951	19.951
2	2.236	7.453	60.483	2.236	7.453	60.483	5.885	19.618	39.568
3	1.481	4.938	65.421	1.481	4.938	65.421	5.055	16.851	56.419
4	1.321	4.403	69.824	1.321	4.403	69.824	2.719	9.064	65.483
5	1.045	3.484	73.308	1.045	3.484	73.308	2.347	7.825	73.308
6	.905	3.016	76.324						
7	.828	2.760	79.083						
8	.761	2.536	81.619						
9	.624	2.079	83.698						
10	.607	2.024	85.722						
11	.539	1.797	87.519						

12	.510	1.701	89.220					
13	.415	1.384	90.604					
14	.385	1.284	91.888					
15	.305	1.018	92.906					
16	.288	.959	93.865					
17	.248	.828	94.693					
18	.224	.747	95.440					
19	.201	.671	96.111					
20	.200	.668	96.779					
21	.173	.576	97.354					
22	.141	.469	97.823					
23	.123	.409	98.233					
24	.113	.378	98.611					
25	.102	.339	98.949					
26	.087	.292	99.241					
27	.077	.258	99.499					
28	.064	.212	99.711					
29	.050	.167	99.878					
30	.037	.122	100.000					

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Competencia emprendedora

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.713
Chi-cuadrado aproximado		3964.697
Prueba de esfericidad de Bartlett	GI	861
	Sig.	.000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
Determino llegar lo más lejos posible.	1.000	.684
Realizo las actividades que se necesiten antes de que las circunstancias me obliguen.	1.000	.742
Me gustan los desafíos y las nuevas oportunidades.	1.000	.740
Me atrevo a hacer cosas nuevas y diferentes a las que he hecho en el pasado.	1.000	.692
Logro convencer a otros.	1.000	.653
Me valgo de personas que tienen influencia para lograr alcanzar mis metas.	1.000	.641
Ante los problemas que van surgiendo, busco soluciones que benefician a todos los involucrados para lograr finalmente lo que quiero.	1.000	.588
Puedo lograr que las personas seguras de sus ideas cambien de modo de pensar.	1.000	.685
Termino mi trabajo a tiempo.	1.000	.587
Cumplo con todas las promesas que hago.	1.000	.677
Si es necesario no me importa hacer el trabajo de otros de mi grupo para poder cumplir con la entrega a tiempo.	1.000	.327

Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo mucho para que quede satisfecha.	1.000	.456
Me molesto cuando las cosas no se hacen correctamente.	1.000	.615
Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas.	1.000	.522
Me molesto cuando pierdo tiempo.	1.000	.629
Considero que siempre hay una mejor manera de hacer las cosas.	1.000	.515
Encuentro la manera de terminar mi trabajo en forma rápida, en el ámbito personal y laboral.	1.000	.634
Cuando enfrento un problema difícil le dedico tiempo en encontrar una solución.	1.000	.580
Insisto varias veces hasta conseguir superar un obstáculo.	1.000	.676
Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, sigo intentándolo.	1.000	.805
Intento diferentes maneras de superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas.	1.000	.615
Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo	1.000	.602
Antes de hacer algo nuevo siempre realizo todo lo posible para asegurar el éxito	1.000	.620
Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar.	1.000	.572
Llevo a cabo tareas arriesgadas, en su ámbito de trabajo.	1.000	.814
Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas.	1.000	.840
Me gusta pensar en el futuro.	1.000	.724
Mientras más claro tengo lo que quiero lograr en la vida es más probable que lo consiga.	1.000	.645
Tengo claro lo que haré en mi vida.	1.000	.527
Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales.	1.000	.609
Cuando inicio un proyecto nuevo, reúno toda la información posible.	1.000	.539
Busco consejería de personas especialistas en los temas de mi interés.	1.000	.630
Realizo las cosas sin perder tiempo buscando información.	1.000	.561
Realizo las preguntas necesarias para entender lo que se requiere.	1.000	.643
Planifico una actividad definiendo la prioridad de la manera más ordenada posible.	1.000	.507
Antes de realizar una actividad, considero cuidadosamente las ventajas y desventajas de las distintas maneras de hacerlo.	1.000	.735
Tomo en cuenta todos los problemas que pueden presentarse y pienso en lo que haría si ocurren.	1.000	.527
Si no resulta una manera de solucionar problemas, busco otra forma de hacerlo.	1.000	.487
Confío en que puedo tener éxito en cualquier cosa que quiera hacer.	1.000	.562
Puedes expresar tu desacuerdo y dar a conocer tus ideas de manera respetuosa.	1.000	.661
Cuando me enfrento a un gran desafío, me siento confiado en que lo voy a lograr.	1.000	.525
Me mantengo firme en mis decisiones aun cuando otras personas se opongan energicamente	1.000	.570

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	12.011	28.597	28.597	12.011	28.597	28.597	4.618	10.995	10.995
2	3.358	7.996	36.593	3.358	7.996	36.593	4.163	9.913	20.908
3	2.750	6.547	43.141	2.750	6.547	43.141	3.790	9.024	29.932
4	2.248	5.353	48.493	2.248	5.353	48.493	3.790	9.023	38.955
5	2.182	5.195	53.688	2.182	5.195	53.688	3.515	8.370	47.325

6	1.812	4.315	58.004	1.812	4.315	58.004	3.155	7.512	54.838
7	1.600	3.810	61.814	1.600	3.810	61.814	2.930	6.976	61.814
8	1.520	3.618	65.432						
9	1.375	3.275	68.707						
10	1.203	2.865	71.571						
11	1.031	2.454	74.025						
12	.977	2.326	76.351						
13	.878	2.091	78.442						
14	.832	1.980	80.422						
15	.785	1.869	82.291						
16	.758	1.805	84.096						
17	.680	1.620	85.716						
18	.571	1.360	87.076						
19	.520	1.238	88.314						
20	.500	1.191	89.506						
21	.485	1.156	90.661						
22	.425	1.011	91.673						
23	.391	.932	92.604						
24	.364	.868	93.472						
25	.346	.825	94.296						
26	.296	.705	95.001						
27	.268	.638	95.640						
28	.252	.601	96.240						
29	.228	.542	96.783						
30	.195	.464	97.247						
31	.182	.434	97.681						
32	.157	.375	98.056						
33	.149	.355	98.411						
34	.116	.276	98.687						
35	.111	.263	98.950						
36	.100	.238	99.188						
37	.086	.205	99.394						
38	.081	.192	99.585						
39	.068	.163	99.748						
40	.043	.103	99.851						
41	.037	.088	99.939						
42	.025	.061	100.000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Creación de valor económico

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.834
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	924.342
	GI	55
	Sig.	.000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
Su organización garantiza la rendición transparente de cuentas a sus grupos de interés.	1.000	.498
El crecimiento de la empresa refleja la lealtad del cliente, participación de mercados y posicionamiento en nuevos mercados.	1.000	.662
Los procesos alcanzados aportan eficiencia y productividad en la relación con proveedores y socios estratégicos.	1.000	.682
La información financiera muestra crecimiento de mercado.	1.000	.644
La información financiera muestra crecimiento y utilización de sus activos.	1.000	.654
La información financiera muestra crecimiento de su liquidez.	1.000	.636
Se implementan acciones que propicien mejoras para el bienestar del capital humano.	1.000	.614
Los resultados de la implementación de acciones reflejan seguridad, bienestar y satisfacción en el capital humano.	1.000	.801
El valor agregado de los empleados se refleja en el crecimiento de la empresa.	1.000	.838
La cultura de innovación en la empresa contribuye al desarrollo de nuevos productos y servicios, nuevos mercados e innovaciones.	1.000	.734
Garantizan prácticas de responsabilidad social como cultura de desarrollo sostenible.	1.000	.492

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Compon ente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumula do	Total	% de la varianza	% acumula do	Total	% de la varianza	% acumula do
1	6.058	55.069	55.069	6.058	55.069	55.069	4.133	37.574	37.574
2	1.196	10.871	65.940	1.196	10.871	65.940	3.120	28.366	65.940
3	.897	8.152	74.092						
4	.711	6.461	80.553						
5	.534	4.850	85.403						
6	.434	3.943	89.346						
7	.403	3.666	93.013						
8	.305	2.772	95.785						
9	.205	1.865	97.650						
10	.151	1.375	99.025						
11	.107	.975	100.000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

APÉNDICE C

CONFIABILIDAD DE LOS CONSTRUCTOS

Confiabilidad de las variables

Capacidad innovadora

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.884	15

Competitividad empresarial

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.968	30

Competencias emprendedoras

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.931	42

Creación de valor económico

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.913	11

APÉNDICE D

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Operacionalización de la variable competencia emprendedora

Variables	Definición Conceptual	Definición instrumental	Definición Operacional
Competencia emprendedora	Son aquellas cualidades necesarias para iniciar y liderar cambios tanto en su entorno profesional como personal.	<p>Se determinó el nivel de competencias emprendedoras percibido por empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León, por medio de los siguientes 42 ítems, bajo la escala:</p> <p>1 = Nada importante 2 = Poco importante 3 = Regularmente 4 = Importante 5 = Muy importante</p> <p>Determino llegar lo más lejos posible. Realizo las actividades que se necesiten antes de que las circunstancias me obliguen. Me gustan los desafíos y las nuevas oportunidades. Me atrevo a hacer cosas nuevas y diferentes a las que he hecho en el pasado. Logro convencer a otros. Me valgo de personas que tienen influencia para lograr alcanzar mis metas. Ante los problemas que van surgiendo, busco soluciones que beneficien a todos los involucrados para lograr finalmente lo que quiero. Puedo lograr que las personas seguras de sus ideas cambien de modo de pensar. Termino mi trabajo a tiempo. Cumplo con todas las promesas que hago. Si es necesario no me importa hacer el trabajo de otros de mi grupo para poder cumplir con la entrega a tiempo. Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo mucho para que quede satisfecha.</p>	<p>Para medir el nivel de competencia emprendedora percibido por empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León se obtuvo la media de los 42 ítems. La variable se consideró como métrica. Para hacer el planteamiento de las conclusiones de este estudio se determinó la siguiente equivalencia para la escala utilizada:</p> <p>1 = Nada importante 2 = Poco importante 3 = Regularmente 4 = Importante 5 = Muy importante</p>

Me molesto cuando las cosas no se hacen correctamente.

Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas.

Me molesto cuando pierdo tiempo.

Considero que siempre hay una mejor manera de hacer las cosas.

Encuentro la manera de terminar mi trabajo en forma rápida, en el ámbito personal y laboral.

Cuando enfrento un problema difícil le dedico tiempo en encontrar una solución.

Insisto varias veces hasta conseguir superar un obstáculo.

Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, sigo intentándolo.

Intento diferentes maneras de superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas.

Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo

Antes de hacer algo nuevo siempre realizo todo lo posible para asegurar el éxito

Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar.

Llevo a cabo tareas arriesgadas, en su ámbito de trabajo.

Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas.

Me gusta pensar en el futuro.

Mientras más claro tengo lo que quiero lograr en la vida es más probable que lo consiga.

Tengo claro lo que haré en mi vida.

Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales.

Cuando inicio un proyecto nuevo, reúno toda la información posible.

Busco consejería de personas especialistas en los temas de mi interés.

Realizo las cosas sin perder tiempo buscando información.

Realizo las preguntas necesarias para entender lo que se requiere.

Planifico una actividad definiendo la prioridad de la manera más ordenada posible.

Antes de realizar una actividad, considero cuidadosamente las ventajas y desventajas de las distintas maneras de hacerlo.

Tomo en cuenta todos los problemas que pueden presentarse y pienso en lo que haría si ocurren.

Si no resulta una manera de solucionar problemas, busco otra forma de hacerlo.

Confío en que puedo tener éxito en cualquier cosa que quiera hacer.

Puedes expresar tu desacuerdo y dar a conocer tus ideas de manera respetuosa.

Cuando me enfrento a un gran desafío, me siento confiado en que lo voy a lograr.

Me mantengo firme en mis decisiones aun cuando otras personas se opongan enérgicamente.

Operacionalización de la variable capacidad de innovación

Variables	Definición Conceptual	Definición instrumental	Definición Operacional
-----------	-----------------------	-------------------------	------------------------

Capacidad innovadora	Se sabe que para innovar toda empresa requiere acumular experiencia en ámbitos como procesos de manufactura, investigación y desarrollo, marketing, gestión, etc. El resultado de esta acumulación de capacidades permitirá el gerenciamiento de recursos (que por definición son escasos) con el objetivo de innovar.	Se determinó el nivel de capacidad innovadora percibido por empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León, por medio de los siguientes 15 ítems, bajo la escala: 1 = Nada importante 2 = Poco importante 3 = Regularmente 4 = Importante 5 = Muy importante Conservar mercado Ampliar mercado Abrir nuevo mercado Reducción de costos laborales Reducción en el consumo de materias primas e insumos Reducción en consumo de energía Reemplazar productos obsoletos Mejorar la calidad de los productos Diseñar nuevos productos o servicios en función de las necesidades reales de sus clientes Aumentar la escala de procesos Aumentar la flexibilidad en los procesos Disminuir el impacto ambiental Nuevas fuentes de materias primas Innovaciones de proceso	Para medir el nivel de capacidad innovadora percibido por empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León, se obtuvo la media de los 15 ítems. La variable se consideró como métrica. Para hacer el planteamiento de las conclusiones de este estudio se determinó la siguiente equivalencia para la escala utilizada: 1 = Nada importante 2 = Poco importante 3 = Regularmente 4 = Importante 5 = Muy importante
----------------------	--	---	--

Operacionalización de la variable competitividad empresarial

Variables	Definición Conceptual	Definición Instrumental	Definición Operacional
Competitividad empresarial	Es la capacidad de proporcionar productos y servicios con mayor eficacia y	Se determinó el grado de competitividad empresarial percibido por empresarios de CAINTRA en Monterrey, Nuevo León, por medio de los	Para medir el nivel de competitividad empresarial percibido por empresarios de CAINTRA en Monte-

<p>eficiencia frente a sus competidores.</p>	<p>siguientes 30 ítems, bajo la escala:</p> <p>1 = Nada importante 2 = Poco importante 3 = Regularmente 4 = Importante 5 = Muy importante</p> <p>Identifican los cambios políticos, económicos, sociales, medioambientales, legales y tecnológicos de su industria y entorno. Desarrollan una misión y visión para guiar su rumbo, así como los valores de la organización para crear una cultura organizacional. Establecen objetivos estratégicos coherentes con su misión y visión. Fomentan el cambio y la innovación¹ a través de la participación y el facultamiento. Evalúan periódicamente su desempeño para mejorar sus competencias de liderazgo. Propician una cultura de innovación mediante el diseño de sistemas de trabajo que se sustentan en la participación, el compromiso y el trabajo en equipo. Promueven la generación de iniciativas y el desarrollo de proyectos de innovación. Desarrollan programas caracterizados por su innovación para generar un impacto positivo en los grupos de interés. Publican informes de gobierno y responsabilidad social empresarial para fortalecer la rendición de cuentas, la imagen y reputación de la organización. Establecen medios de contacto con el cliente para escucharlo y conocer sus requerimientos y necesidades, así alinearse a sus expectativas para mantener su lealtad.</p>	<p>rrey, Nuevo León se obtuvo la media de los 30 ítems. La variable se consideró como métrica. Para hacer el planteamiento de las conclusiones de este estudio se determinó la siguiente equivalencia para la escala utilizada:</p> <p>1 = Nada importante 2 = Poco importante 3 = Regularmente 4 = Importante 5 = Muy importante</p>
--	---	---

Articulan soluciones con sus socios estratégicos² y proveedores, que den respuesta a las necesidades no satisfechas de los clientes.

Desarrollan una propuesta de valor diferenciada que responde a las necesidades, expectativas e intereses del cliente.

Analizan los resultados en ventas y los evalúa respecto a los objetivos planteados.

Definen una estrategia de precios para su portafolio de productos y servicios.

Desarrollan un plan de capital humano alineado a los objetivos estratégicos.

Ofrecen oportunidades de desarrollo que potencien el talento para impulsar el crecimiento personal y profesional de su capital humano.

Diseñan sistemas y estructuras de trabajo que se caracterizan por su simplicidad, flexibilidad y enfoque en la participación, el cambio y la innovación.

Garantizan la eficiencia operativa y productividad en la operación de los procesos a través de los sistemas de trabajo.

Impulsan el alto desempeño, la productividad y la competitividad a través de un sistema de compensaciones competitivo.

Diseñan sistemas de evaluación y reconocimiento para la motivación, el compromiso, el cambio y la innovación.

Diseñan y mapean los procesos para el desarrollo de productos y servicios, incorporando tecnologías, herramientas y prácticas innovadoras.

Estandarizan los métodos para la ejecución, control, análisis y mejora de los procesos.

Desarrollan productos y servicios innovadores y de calidad.

Analizan los procesos para encontrar las fuentes de variación y reducir los costos de los desperdicios.

Generan y seleccionan sistemáticamente ideas para la innovación de procesos, productos y servicios.

Cuentan con mecanismos³ y recursos necesarios para implementar los cambios e innovaciones requeridas en los procesos.

Garantizan que los sistemas de información se caractericen por su innovación, accesibilidad, exactitud, confiabilidad, seguridad y disponibilidad para la toma de decisiones.

Capitalizan el conocimiento y el aprendizaje, para impulsar la mejora, la innovación y la mejor toma de decisiones.

Los resultados de la organización reflejan el impacto generado hacia sus grupos de interés: accionistas, clientes, empleados y comunidad.

Analizan su desempeño, mejora e innovación con base a las estrategias y objetivos a través de indicadores y metas.

APÉNDICE E

DESCRIPTIVOS DE LOS DATOS DEMOGRÁFICOS

Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Masculino	110	88.0	88.0	88.0
Válidos Femenino	15	12.0	12.0	100.0
Total	125	100.0	100.0	

OcuPadres

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Empresario	70	56.0	56.0	56.0
Válidos Empleado	49	39.2	39.2	95.2
Válidos Otro	6	4.8	4.8	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 20 - 30 años	3	2.4	2.4	2.4
Válidos 31 - 40 años	25	20.0	20.0	22.4
Válidos 41 - 50 años	55	44.0	44.0	66.4
Válidos 51 o más	42	33.6	33.6	100.0
Total	125	100.0	100.0	

NivelAca

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Licenciatura	56	44.8	44.8	44.8
Válidos Maestría	60	48.0	48.0	92.8
Válidos Doctorado	2	1.6	1.6	94.4
Válidos Otro	7	5.6	5.6	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Educacion

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acu- mulado
Válidos				
Pública	40	32.0	32.0	32.0
Privada	83	66.4	66.4	98.4
Religiosa	1	.8	.8	99.2
Otra	1	.8	.8	100.0
Total	125	100.0	100.0	

CargoqueDesempeña

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acu- mulado
Válidos				
Accionista	56	44.8	44.8	44.8
Director General	31	24.8	24.8	69.6
Director de Área	25	20.0	20.0	89.6
Gerente	13	10.4	10.4	100.0
Total	125	100.0	100.0	

UbicacionGeografica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acu- mulado
Válidos				
Norte	74	59.2	59.2	59.2
Centro	37	29.6	29.6	88.8
Sur	14	11.2	11.2	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Indust

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acu- mulado
Válidos				
Servicio	37	29.6	29.6	29.6
Comercio	13	10.4	10.4	40.0
Industrial	71	56.8	56.8	96.8

Otro	4	3.2	3.2	100.0
Total	125	100.0	100.0	

NumdeEmpleados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1 - 10	34	27.2	27.2	27.2
51 - 250	58	46.4	46.4	73.6
250 0 más	33	26.4	26.4	100.0
Total	125	100.0	100.0	

AntidelaEmpresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1 - 5 años	6	4.8	4.8	4.8
6 - 10 años	23	18.4	18.4	23.2
11 - 20 años	40	32.0	32.0	55.2
11 años y mas	56	44.8	44.8	100.0
Total	125	100.0	100.0	

InidelaideaEmpre

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 15 - 20 años	23	18.4	18.4	18.4
21 - 30 años	64	51.2	51.2	69.6
31 - 40 años	27	21.6	21.6	91.2
41 años o más	11	8.8	8.8	100.0
Total	125	100.0	100.0	

EdacreaEmpresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

	15 - 20 años	25	20.0	20.0	20.0
	21 - 30 años	49	39.2	39.2	59.2
Válidos	31 - 40 años	32	25.6	25.6	84.8
	41 años o más	19	15.2	15.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

CuantosnegoeEstable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acu- mulado
	Uno	37	29.6	29.6
	Dos	31	24.8	54.4
Válidos	Tres	22	17.6	72.0
	Más de tres	35	28.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0

OcupacionpreviaEmpren

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acu- mulado
	Empresario	33	26.4	26.4
	Empleado Pyme	28	22.4	48.8
Válidos	Empleado Gran Empresa	47	37.6	86.4
	Otra Actividad	17	13.6	100.0
	Total	125	100.0	100.0

MotivaEmprender

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acu- mulado
	Mejora de ingresos	80	64.0	64.0
	Ser propio jefe	37	29.6	93.6
Válidos	Universidad/Proyecto edu- cacional	8	6.4	100.0
	Total	125	100.0	100.0

NumeroFracasos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acu- mulado
Válidos	Uno	54	43.2	43.5	43.5
	Dos a cinco	62	49.6	50.0	93.5
	Seis a diez	8	6.4	6.5	100.0
	Total	124	99.2	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.8		
Total		125	100.0		

NumExitosInnovacion

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acu- mulado
Válidos	Uno	44	35.2	35.2	35.2
	Dos a cinco	53	42.4	42.4	77.6
	Seis a diez	8	6.4	6.4	84.0
	Más de diez	20	16.0	16.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

APÉNDICE F

HIPÓTESIS NULAS

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 10
 Number of distinct parameters to be estimated: 9
 Degrees of freedom (10 - 9): 1

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = .001
 Degrees of freedom = 1
 Probability level = .975

Estimates (Group number 1 - Default model)**Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)****Maximum Likelihood Estimates****Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CITotal <--- CETotal	.455	.130	3.500	***	par_5
COMTotal <--- CETotal	.483	.124	3.882	***	par_2
COMTotal <--- CITotal	.604	.085	7.065	***	par_3
CVTotal <--- CETotal	.460	.111	4.158	***	par_1
CVTotal <--- COMTotal	.498	.066	7.594	***	par_4

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
CITotal <--- CETotal	.313
COMTotal <--- CETotal	.286
COMTotal <--- CITotal	.521
CVTotal <--- CETotal	.299
CVTotal <--- COMTotal	.546

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CETotal	.130	.017	7.517	***	par_6
e3	.249	.033	7.517	***	par_7
e2	.205	.027	7.517	***	par_8
e1	.144	.019	7.517	***	par_9

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
CITotal	.098
COMTotal	.446
CVTotal	.534

Matrices (Group number 1 - Default model)**Total Effects (Group number 1 - Default model)**

	CETotal	CITotal	COMTotal
CITotal	.455	.000	.000
COMTotal	.757	.604	.000
CVTotal	.837	.301	.498

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	CETotal	CITotal	COMTotal
CITotal	.313	.000	.000
COMTotal	.449	.521	.000
CVTotal	.544	.284	.546

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	CETotal	CITotal	COMTotal
CITotal	.455	.000	.000
COMTotal	.483	.604	.000
CVTotal	.460	.000	.498

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	CETotal	CITotal	COMTotal
CITotal	.313	.000	.000
COMTotal	.286	.521	.000
CVTotal	.299	.000	.546

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	CETotal	CITotal	COMTotal
CITotal	.000	.000	.000
COMTotal	.275	.000	.000
CVTotal	.377	.301	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	CETotal	CITotal	COMTotal
CITotal	.000	.000	.000
COMTotal	.163	.000	.000
CVTotal	.245	.284	.000

	M.I.	Par Change
	M.I.	Par Change
	M.I.	Par Change

Iteration		Negative eigen-values	Condition #	Smallest eigen-value	Diameter	F	NTries	Ratio
0	e	1		-.027	9999.000	113.343	0	9999.000
1	e*	0	14.923		1.111	11.277	19	.644
2	e	0	7.734		.138	1.070	1	1.134
3	e	0	6.379		.047	.041	1	1.115
4	e	0	6.193		.012	.001	1	1.032
5	e	0	6.244		.001	.001	1	1.002

	par_1	par_2	par_3	par_4	par_5	par_6	par_7	par_8	par_9
par_1	1.000								
par_2	.000	1.000							
par_3	.000	-.313	1.000						
par_4	-.449	.000	.000	1.000					
par_5	.000	.000	.000	.000	1.000				
par_6	.000	.000	.000	.000	.000	1.000			
par_7	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000		
par_8	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	
par_9	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000
Model			NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF		
Default model			9	.001	1	.975	.001		
Saturated model			10	.000	0				
Independence model			4	164.638	6	.000	27.440		
Model			RMR	GFI	AGFI	PGFI			
Default model			.000	1.000	1.000	.100			
Saturated model			.000	1.000					
Independence model			.115	.554	.257	.332			
Model			NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI		
Default model			1.000	1.000	1.006	1.038	1.000		
Saturated model			1.000		1.000		1.000		
Independence model			.000	.000	.000	.000	.000		
Model			PRATIO	PNFI	PCFI				
Default model			.167	.167	.167				
Saturated model			.000	.000	.000				
Independence model			1.000	.000	.000				
Model			NCP	LO 90	HI 90				
Default model			.000	.000	.000				
Saturated model			.000	.000	.000				
Independence model			158.638	120.461	204.241				
Model			FMIN	F0	LO 90	HI 90			
Default model			.000	.000	.000	.000			
Saturated model			.000	.000	.000	.000			
Independence model			1.457	1.404	1.066	1.807			
Model			RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE			
Default model			.000	.000	.000	.978			
Independence model			.484	.422	.549	.000			
Model			AIC	BCC	BIC	CAIC			
Default model			18.001	18.834	42.627	51.627			
Saturated model			20.000	20.926	47.362	57.362			

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Independence model	172.638	173.009	183.583	187.583
Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	.159	.168	.168	.167
Saturated model	.177	.177	.177	.185
Independence model	1.528	1.190	1.931	1.531
Model	HOELTER	HOELTER		
	.05	.01		
Default model	447928	773653		
Independence model	9	12		

Minimization: .013
 Miscellaneous: .201
 Bootstrap: .000
 Total: .214

REFERENCIAS

- Acuña Salinas, C. R. (2014). Aplicación de la metodología CEFE como herramienta para el desarrollo de las capacidades empresariales personales a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UPeU-filial Tarapoto. *Revista de Investigación de Administración*, 1(1), 9-20.
- Águila Obra, A. R. y Padilla Meléndez, A. (2010). Factores determinantes de la innovación en empresas de economía social. La importancia de la formación y de la actitud estratégica. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 67, 129-155.
- Aguilera Castro, A. y Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad social. *Pensamiento y Gestión*, 32, 1-26.
- Alajo Toapanta, A. S. y Chicaiza Pruna, A. L. (2018). *La capacidad emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi* (Tesis de licenciatura). Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador
- Alcaráz Rodríguez, R. (2015). *El emprendedor de éxito*. México: McGraw-Hill.
- Aragón Sánchez, A., Rubio Bañón, A. Serna Jiménez, A. M. y Chablé Sangeado, J. J. (2010). Estrategia y competitividad empresarial: un estudio en las Mipymes de Tabasco. *Investigación y Ciencia*, 18(47), 4-12.
- Argandoña, A. (2011). *La teoría de los stakeholders y la creación de valor*. Recuperado de <https://bit.ly/3a1VCug>
- Arriagada, K. y González, T. (2012). Diseño y validación de instrumento para medir el nivel de competitividad en pequeñas empresas del sector TIC de la Región Metropolitana. *Revista Gestión de las Personas y Tecnología*, 13, 179-189.
- Banco de México. (2020a). *Minutas de las decisiones de política monetaria*. Recuperado de <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/minutas-de-las-decisiones-de-politica-monetaria/minutas-politica-monetaria-ta.html>
- Banco de México. (2020b). *Entorno económico y financiero*. Recuperado de <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/informes-trimestrales/%7BE0BCE1B3-8598-BB47-B9BA-18EA5B98E1A0%7D.PDF>
- Banco Mundial. (2018). *Gasto en investigación y desarrollo (% del PIB)*. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS>

- Basurto Gutiérrez, K. S. (2016). *Modelo de asociación entre factores de ventaja competitiva y desempeño empresarial validado con directivos de empresas de Monterrey, Nuevo León* (Tesis doctoral). Universidad de Morelia, Morelia, México.
- Basurto Gutiérrez, K. S., Haro Zea, K. L. y Hernández López, V. (2017). Manager's perception about innovation within the SMEs in Morelia, Nuevo León, México. *Global Journal of Business Research*, 11(1), 35-44.
- Benito-Hernández, S., Platero-Jiménez, M. y Rodríguez-Duarte, A. (2012). Factores determinantes de la innovación en las microempresas españolas: la importancia de los factores internos. *Universia Business Review*, 33, 104-121.
- Birchall, D., Chanaron, J. J., Tovstiga, G. y Hillenbrand, C. (2011). Innovation performance measurement: current practices, issues and management challenges. *International Journal of Technology Management*, 56(1), 1-20. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2011.042492>
- Bonmatí Martínez, J. (2011). El valor de una empresa y la creación de valor en esa empresa. *Cont4b13*, 39, 10-12.
- Cabrera-Martínez, A. M., López-López, P. A. y Ramírez-Méndez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Universidad Central, Bogotá, Colombia, 1-56.
- Camacho Corredor, D. Y. (2007). Hacia un modelo de emprendimiento universitario. *Apuntes del CENES*, 27(43), 275-292.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: towards the moral management of organisational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-38. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Chang Yui, A. L. (2010). *Estudio de la motivación laboral y el conocimiento de la necesidad predominante según la teoría de las necesidades de McClelland, en los médicos del Hospital Nacional Arzobispo Loayza* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Competency Based Economies Through Formation of Entrepreneurs. (2018). *CEFE is a comprehensive set of training instruments designed to stimulate positive change in various development processes via experiential learning methods*. Recuperado de <https://cefe.net/about/>
- De Pablo López, I., Santos Urda, B. y Bueno Hernández, Y. (2004). *Las dimensiones del perfil emprendedor: contraste empírico en emprendedores de éxito*. Recuperado de <https://www.uv.es/motiva/libromotiva/51PabloSantosBueno.pdf>

- Diez de Medina, R. (2004). *Manual para la evaluación de impacto en programas de formación para jóvenes*. Recuperado de https://guia.oitcinterfor.org/sites/default/files/conocimientos/manual_evaluacion_de_impacto_programas_de_jovenes.pdf
- Doria, D. (2018). *Líder de corazón*. Doral, FL: APIA.
- Drucker, P. F. (1997). The future that has already happened. *Harvard Business Review*, 75(5), 20-22.
- Dussel, E. (2001). *Un análisis de la competitividad de las exportaciones de prendas de vestir de Centroamérica utilizando los programas y la metodología can y magic*. México: Naciones Unidas-Cepal.
- Eguren Martí, M. D. L. (2015). *Las actividades de la empresa y la creación de valor: un enfoque sistémico* (Tesis doctoral). Universitat de Barcelona, Barcelona, España.
- Fernández, J. (2011). *100 Preguntas sobre mayordomía*. Doral, FL: APIA.
- Fernández-Mesa, A., Alegre-Vidal, J. y Chiva-Gómez, R. (2012). Orientación emprendedora, capacidad de aprendizaje organizativo y desempeño innovador. *Journal of Technology Management & Innovation*, 7(2), 157-170.
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Bueno Aires, Argentina: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Gálvez Albarracín, E. J. y García Pérez de Lema, D. (2012). Impact of innovation on the performance of msme: An empirical study conducted in Colombia. *Estudios Gerenciales*, 28(122), 11-28.
- García del Junco, J., Álvarez Martínez, P. y Reyna Zaballa, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de pymes españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25(3), 951-974.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2016). *Empreendedorismo no Brasil*. Recuperado de [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/\\$File/7592.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/$File/7592.pdf)
- González-Pernía, J. L. y Peña-Legazkue, I. (2007). Determinantes de la capacidad de innovación de los negocios emprendedores en España. *Economía Industrial*, 363, 129-147.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. y Black, W. C. (2007). *Análisis multivariante* (Vol. 491). Madrid: Prentice Hall.

- Hansemark, O. C. (2003). Need for achievement, locus of control and the prediction of business start-ups: A longitudinal study. *Journal of Economic Psychology*, 24(3), 301-319. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(02\)00188-5](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(02)00188-5)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). México: McGraw-Hill.
- Horta, R., Silveira, L. y Camacho, M. (2015). Competitividad e innovación en la industria manufacturera en el Uruguay. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 10(28), 23-49.
- Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A. y Demuner Flores, M. D. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130.
- Índice de Competitividad México. (2019). *México baja al puesto 48º del ranking de competitividad*. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/mexico>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2016). *Pymes, eslabón fundamental para el crecimiento en México*. Recuperado de <http://www.camescom.com.mx/Pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico/>
- Ivancevich, J. M., Lorenzi, P. y Skinner, S. J. (1997). *Gestión de calidad y competitividad* (2a. ed.). Madrid: McGraw-Hill.
- Jiménez Castañeda, J. C., Martínez Castro, C. J. y Nieto Delgado, M. L. (2016). La orientación emprendedora en pequeños negocios de artesanía de México. *Nova Scientia*, 8(16), 475–500. <https://doi.org/10.21640/ns.v8i16.304>
- Jimenez Ramírez, M. H. (2006). Modelo de competitividad empresarial. *Umbral Científico*, 9, 115-125.
- Johnson, J., Mitchell, B. y Jorgensen, M. V. (1995). *Starting Over in*. Eastern Europe: Entrepreneurship and Economic Renewal.
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158-184.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X. e Izquierdo, E. (2015). *Global entrepreneurship monitor*. Recuperado de <https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2016/12/GemEcuador2015.pdf>
- Lee, J. S. y Hsieh, C. J. (2010). A research in relating entrepreneurship, marketing capability, innovative capability and sustained competitive advantage. *Journal of Business & Economics Research*, 8(9), 109-119. <https://doi.org/10.19030/jber.v8i9.763>

- Lin, R. J., Chen, R. H., & Chiu, K. K. S. (2010). Customer relationship management and innovation capability: an empirical study. *Industrial Management & Data Systems*, *110*(1), 111-133. <https://doi.org/10.1108/02635571011008434>
- López-Lemus, J. A. y Garza-Carranza, M. T. (2019). Las prácticas de gestión empresarial, innovación y emprendimiento: factores influyentes en el rendimiento de las firmas emprendedoras. *Nova Scientia*, *11*(22), 357-383. <https://doi.org/10.21640/ns.v11i22.1795>
- Malhotra, N. K. (2004). *Market research: an applied approach*. México: Pearson Education.
- Markman, G. D. y Baron, R. A. (2003). Person–entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, *13*(2), 281-301. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00018-4](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00018-4)
- Markman, G. D., Balkin, D. B. y Baron, R. A. (2002). Inventors and new venture formation: The effects of general self–efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *27*(2), 149-165. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.00004>
- Marulanda Valencia, F. Á. y Morales Gualdrón, S. T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, *81*, 12-28. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Mason, M. C., Floreani, J., Miani, S., Beltrame, F. y Cappelletto, R. (2015). Understanding the impact of entrepreneurial orientation on SMEs' performance. The role of the financing structure. *Procedia Economics and Finance*, *23*, 1649-1661. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00470-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00470-0)
- Matiz B., F. J. (2009). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, *66*, 169-182.
- Mavila Hinojoza, D., Tinoco Gómez, Ó. y Campos Contreras, C. (2009). Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Industrial Data*, *12*(2), 32-39.
- Medina Giacomozzi, A., Gallegos Muñoz, C. y Lara Hadi, P. (2008). Motivación y satisfacción de los trabajadores y su influencia en la creación de valor económico en la empresa. *Revista de Administracao Publica*, *42*(6), 1213-1230. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122008000600009>
- Milla Gutiérrez, A. (2010). *Creación de valor para el accionista*. Madrid: Díaz de Santos.

- Miller, D. y Toulouse, J. M. (1986). Chief executive personality and corporate strategy and structure in small firms. *Management Science*, 32(11), 1389-1409. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.11.1389>
- Mora Riapira, E. H., Vera Colina, M. A. y Melgarejo Molina, Z. A. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 79-87. <http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001>
- Moraleda, A. (2004). La innovación, clave para la competitividad empresarial. *Univer-sia Business Review*, 1, 128-136.
- Mortimore, M. P. y Peres Núñez, W. (2001). La competitividad empresarial en América Latina y el Caribe. *Revista de la CEPAL*, 74, 37-59.
- Muñoz Fernández, M. (2013). *Innovación e internacionalización van de la mano*. Recuperado de <https://empresas.blogthinkbig.com/innovacion-e-internacionalizacion/>
- Musik, G. A y Romo Murillo, D. (2004). Documentos de trabajo en estudios de competitividad. México: ITAM.
- Organización Internacional del Trabajo. (2020). *México y la crisis de la COVID-19 en el mundo del trabajo: respuestas y desafíos*. Recuperado de <https://bit.ly/2MzghOf>
- Osuna-Alarcón, M. R. y Rodríguez-Hernández, P. (2020). Investigación, desarrollo e innovación en el sector empresarial español: dificultades para su implementación. *El Profesional de la Información*, 29(1), 1-18. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.19>
- Padilla, R. (2006). *Instrumento de medición de la competitividad*. México: Cepal.
- Patiño Castro, O. A., Cruz Pérez, E. A. y Gómez Melo, M. C. (2016). Estudio de las competencias de los emprendedores/innovadores sociales. El caso del Premio ELI de la Universidad EAN. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 81, 75-90. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.20>
- Peña Miranda, D. D. y Serra Cantallops, A. (2012). Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(6), 1456-1480.
- Peregrino de Brito, R. y Ledur Brito, L. A. (2012). Ventaja competitiva, creación de valor y sus efectos sobre el desempeño. *Revista de Administração de Empresas*, 52(1), 70-84. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902012000100006>

- Pérez, E., Medrano, L. A. y Sánchez Rosas, J. (2013). El Path Analysis: conceptos básicos y ejemplos de aplicación. *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento*, 5(1), 52-66.
- Peter, J. P. y Churchill, G. A. (1986). Relationships among research design choices and psychometric properties of rating scales: a meta-analysis. *Journal of Marketing Research*, 23, 1-10. <http://dx.doi.org/10.2307/3151771>
- Ramírez Molinares, C. V. y Carbal Herrera, A. y Zambrano Meza, A. (2012). La creación de valor en las empresas: el valor económico agregado-eva y el valor de mercado agregado-mva en una empresa metalmeccánica de la ciudad de Cartagena. *Saber, Ciencia y Libertas*, 7(1), 157–169. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2012v7n1.1795>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T. y Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x>
- Real Academia Española. (2020). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/emprendedor?m=formvsactualizada2020>
- Robbins, S. P. y Coulter, M. (2010). *Administración* (10a. ed.). México: Pearson.
- Roberts, P. W. y Amit, R. (2003). The dynamics of innovative activity and competitive advantage: The case of Australian retail banking, 1981 to 1995. *Organization Science*, 14(2), 107-122. <https://doi.org/10.1287/orsc.14.2.107.14990>
- Rodríguez Moreno, D. C. y Gomez Murillo, A. X. (2014). Las competencias emprendedoras en el departamento de Boyacá. *Apuntes del CENES*, 33(58), 217-242.
- Reyes Riquelme, M. (2008). *Análisis de satisfacción universitaria: Una aplicación basada en modelos de ecuaciones estructurales para la facultad de ingeniería de la universidad de Talca* (Memoria para optar al título de ingeniero civil industrial). Universidad de Talca, Chile.
- Rusque, A. M. (2005). Capacidad emprendedora y capital social. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 11(2), 189-202.
- Saavedra García, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento y Gestión*, 33, 93-124.
- Saeidi, S. y Chavoshinezhad, S. (2019). Investigar la relación entre orientación empresarial y desempeño de la empresa. El papel mediador de la estrategia de diferenciación e innovación. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 7, 1–24.

- Sagredo, G. (1996). *Capacitación en gestión en la pequeña agricultura*. Santiago de Chile: IICA.
- Saleeshya, P. G., Austin, D. y Vamsi, N. (2013). A model to assess the lean capabilities of automotive industries. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 11(2), 195-211. <https://doi.org/10.1504/IJPQM.2013.052024>
- Salinas Ramos, F. y Osorio Bayter, L. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 128-151.
- Sánchez Aguilar, J. S. (2013). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio*. Málaga: IC Editorial.
- Sánchez, J. (2012). The influence of entrepreneurial competencies on small firm performance. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 44(2), 165–177.
- Santos Rodríguez, H., Figueroa Dorrego, P. y Fernández Jardón, C. (2011). El capital estructural y la capacidad innovadora de la empresa. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 17(3), 69-89.
- Scheel, C. (2012). El enfoque sistémico de la innovación: ventaja competitiva de las regiones. *Estudios Gerenciales*, 28, 27-39. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2012.1477>
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA. Harvard Economic Studies Series.
- Secretaría de Economía. (2019). *INEGI presenta resultados de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/especiales/ENAPROCE2018.pdf>
- Secretaría de Economía. (2020a). *Comportamiento de la IED enero-junio 2020*. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/570580/IED_1er_sem_2020_Final_.pdf
- Secretaría de Economía. (2020b). *Premio Nacional de Calidad*. Recuperado de <https://www.pnc.org.mx/>
- Sen, S. y Cowley, J. (2013). The relevance of stakeholder theory and social capital theory in the context of CSR in SMEs: An Australian perspective. *Journal of Business Ethics*, 118(2), 413-427. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1598-6>
- Sidik, I. G. (2012). Conceptual framework of factors affecting SME development: mediating factors on the relationship of entrepreneur traits and SME performance. *Procedia Economics and Finance*, 4, 373-383. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00351-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00351-6)

- Sobrado Fernández, L. y Fernández Rey, E. (2010). Competencias emprendedoras y desarrollo del espíritu empresarial en los centros educativos. *Educación XX1*, 13(1), 15-38.
- Solé Parellada, F., Del Palacio Aguirre, I y Areyuna Santiago, A. (2007). Empezar o innovar ¿dónde está la diferencia?. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 6, 121-132.
- Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C. y Carland, J. W. (1999). A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing*, 14(2), 189-214. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00070-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00070-0)
- Su, H. Y. (2014). Business ethics and the development of intellectual capital. *Journal of Business Ethics*, 119(1), 87-98. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1623-4>
- Szeto, E. (2000). Innovation capacity: Working towards a mechanism for improving innovation within an inter-organizational network. *The TQM Magazine*, 12(2), 149-158. <https://doi.org/10.1108/09544780010318415>
- Toro Lasso, J. y Ortegón Álvarez, A. M. (1999). Corriendo el telón del concepto emprendedor. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 37, 134-142.
- Torres Valladares, M. T. y Torres Lajo, M. T. (2013). Capacidades emprendedoras y personalidad eficaz en estudiantes de una universidad privada de Lima. *Revista de Investigación en Psicología*, 16(2), 45-59. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v16i2.6546>
- Universidad Tecnológica de Perú. (2018). *4 tipos de Innovación para lograr un cambio en tu empresa*. Recuperado de <https://www.postgradoutp.edu.pe/blog/a/4-tipos-de-innovacion-para-lograr-un-cambio-en-tu-empresa/>
- Vesga, R. (2009). *Emprendimiento e innovación en Colombia ¿Qué nos está haciendo falta?* Recuperado de <https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>
- Weerawardena, J. y O'Cass, A. (2004). Exploring the characteristics of the market-driven firms and antecedents to sustained competitive advantage. *Industrial Marketing Management*, 33(5), 419-428. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2003.07.002>
- White, E. (2008). *Historia de los patriarcas y profetas*. Coral, FL: APIA.
- Wijbenga, F. H. y Van Witteloostuijn, A. (2007). Entrepreneurial locus of control and competitive strategies: the moderating effect of environmental dynamism. *Journal of Economic Psychology*, 28(5), 566-589.

- World Economic Forum. (2009). *The global competitiveness report 2009-2010*. Geneva. Recuperado de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2009-10.pdf
- World Economic Forum. (2010). *The global competitiveness report 2010-2011*. Recuperado de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2009-10.pdf
- Yépez Mora, M., Frías Campos, E. y Asunción Parrales, R. A. (2019). Innovación y emprendimiento como nuevo reto del siglo XXI en la sociedad. *Veritas & Research*, 1(1), 35-44.
- Zsehir, C., Can, E. y Karaboga, T. (2015). Linking entrepreneurial orientation to firm performance: the role of differentiation strategy and innovation performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 210, 358-367. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.381>

CURRICULUM VITAE

Adriana Pérez Cáceres

Monterrey, Nuevo León.
adriana.peca19@gmail.com

Profesional del Sector Financiero con amplia experiencia en Operaciones Estructuradas, Financiamiento Corporativo y Empresarial.

EDUCACIÓN

Doctorado en Administración de Negocios. Universidad de Morelos. (2018 – 2021)
Maestría en Administración con acentuación en Finanzas Internacionales. Universidad Regiomontana. (2013 – 2016)
Contador Público. Universidad Autónoma de Chiapas. (1983 - 1989)
Nivelación Pedagógica. Escuela Normal Superior de Chiapas. (1988 – 1989)

FORMACIÓN COCURRICULAR

Facilitadora en la Metodología CEFE (*Competencias como base de la Economía a través de la Formación de Emprendedores*). CEFE International, GIZ. (2019)
Diplomado en Administración de Proyectos. IDESAA. Escuela de Negocios (2017)
Diplomado en Finanzas. IDESSA. Escuela de Negocios (2016)
Diplomado Administración y Decisiones Financieras. ITESM.
Certificación en Crédito. Universidad del Valle de México.
Diploma Enfoque de Mercados en Productos Derivados. Aplicaciones Tecnológicas VAR.
Taller Cumplimiento de la Legislación Ambiental Mexicana. BANCOMEXT
Curso Análisis y Evaluación de Riesgo. FINDES.
Curso Seguimiento de Crédito y Calificación de Cartera. FINDES.
Certificado Análisis Cualitativo de Crédito e Integración de la Información. BANCO-MEXT.
Certificado Marco Legal del Crédito. BANCOMEXT.
Certificado Boletines Contables. BANCOMEXT.
Certificado Diseño de Sistemas por Dirección Ejecutiva. BANCOMEXT – TDC.
Certificado Programa 5S's + UNO. BANCOMEXT – TDC.
Seminario de Cartas de Crédito. Unión Bancos Suizos.
Diploma Enfoque a Resultados. Villarreal Ortega y Asociados, S.C.
Diploma Adaptabilidad al Cambio. Villarreal Ortega y Asociados, S.C.
Diploma Desarrollo de Habilidades de Venta y Técnicas de Negociación. Villarreal Ortega y Asociados, S.C.
Diploma Aplicación Práctica a las NIF. Mefintax

Constancia Obligaciones y Responsabilidades bajo el esquema del sistema Nacional Anticorrupción. Secretaria de la Función Pública.

Certificado Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo. BANCO-MEXT

EXPERIENCIA

Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.
Directora Regional Noreste (Monterrey, N.L.)

30 años de experiencia en la estructuración de operaciones crediticias, financiamiento corporativo y empresarial, administrando un portafolio de \$35,306 Millones de Pesos, concentrado en cinco estados : Nuevo León, Coahuila, Chihuahua, Durango y Tamaulipas.

Primera mujer como Titular en el Sistema Financiero de la Región Noreste.

Experta en la prospección y administración de empresas corporativas y empresariales de la región noreste de México. Especialista en la elaboración del análisis y estudio de crédito para el otorgamiento de financiamiento desde Usd 3 millones hasta por Usd 200 millones a empresas de los sectores Siderúrgico, Manufacturero, Automotriz y Autopartes, Construcción, Alimentos y Bebidas, Plástico, Juguetero, Vidrio y Papelero.

Ha evaluado más de trescientos casos financieros : Créditos Sindicados, Avales, Corporativos, Empresariales, Proyectos de Inversión, Project Finance, Reestructuras y Refinanciamientos, para la obtención de financiamiento a las exportaciones e importaciones mexicanas, internacionalización de las empresas, apoyo a la inversión extranjera e integración de la cadena valor.

Participación en la reestructuración de créditos en cartera vencida por más de Usd 200 millones.

PARTICIPACIONES

Entrevista de la **Revista Comercio Exterior** con el tema “**El BANCOMEXT en Nuevo León: Acción con enfoque global**” Nueva época número 22, abril-junio 2020, México.

Plática sobre **Comercio Internacional** a alumnos de la Facultad de Ciencias Empresariales y Jurídicas en la Universidad de Montemorelos.

Ponente en el **2º Congreso Internacional de Ciencias Empresariales. Generando Conexiones.** Universidad de Montemorelos.

Expositor en el “**Foro de emprendedores cristianos**” (FODEC). Tema “**Un enfoque cristiano para las finanzas en tu empresa**” y “**Taller de Finanzas para no financieros**”. Monterrey, N.L.

Expositor en el XCII Congreso de Mayordomía “Señor Transfórmame” con el Seminario “**Principios Financieros de Dios en nuestras vidas. ¿Dónde conseguir apoyo para financiar proyectos?**” Morita, N.L.