

ORIGINAL ARTICLE

Entrepreneurial orientation and entrepreneurial passion in Peruvian firms: a structural equation modeling analysis

Orientación emprendedora y pasión emprendedora en empresas peruanas: análisis mediante ecuaciones estructurales

Santiago Leal Paredes¹  
Cecilia Gutiérrez-Núñez²  
Cecilia Torres-Pino²  

¹Universidad de Otavalo, Ecuador.

²Universidad Tecnológica del Perú, Perú.

How to cite: Leal, S., Gutiérrez-Núñez, C., & Torres-Pino, C. (2026). Entrepreneurial orientation and entrepreneurial passion in Peruvian firms: a structural equation modeling analysis. *Revista San Gregorio*, 1(67), 1-10. <http://dx.doi.org/10.36097/rsan.v1i67.3719>

Received: 26-06-2025

Accepted: 08-09-2026

Published: 30-09-2026

ABSTRACT

This study aimed to analyze the relationship between entrepreneurial orientation and entrepreneurial passion in the context of Peruvian micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs). A quantitative, cross-sectional, and non-experimental study was conducted with 332 employees from MSMEs in the manufacturing and agricultural sectors located in Lima, Arequipa, and the Constitutional Province of Callao. Data were collected using validated scales of entrepreneurial orientation and entrepreneurial passion. The analysis included descriptive statistics, assessment of normality, confirmatory factor analysis, reliability and validity tests, and structural equation modeling using IBM SPSS Statistics and AMOS. The results showed a positive and statistically significant relationship between entrepreneurial orientation and entrepreneurial passion. In addition, the model exhibited acceptable levels of fit, reliability, and validity for the constructs analyzed, supporting the proposed hypothesis. It was concluded that entrepreneurial orientation was positively associated with entrepreneurial passion in the MSMEs studied, highlighting the relevance of promoting organizational practices related to innovation, proactiveness, autonomy, competitiveness, and risk-taking. The findings should be interpreted considering the cross-sectional nature of the study and the use of employees' perceptions.

Keywords: Entrepreneurial orientation; Entrepreneurial passion; MSMEs; Organizational behavior.

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo analizar la relación entre la orientación emprendedora y la pasión emprendedora en el contexto de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) peruanas. Se desarrolló un estudio cuantitativo, transversal y no experimental con 332 empleados de Mipymes pertenecientes a los sectores manufacturero y agropecuario de Lima, Arequipa y la Provincia Constitucional del Callao. La información se recopiló mediante escalas validadas de orientación emprendedora y pasión emprendedora. El análisis incluyó estadísticos descriptivos, evaluación de normalidad, análisis factorial confirmatorio, pruebas de fiabilidad y validez, y modelado de ecuaciones estructurales mediante IBM SPSS Statistics y AMOS. Los resultados evidenciaron una relación positiva y estadísticamente significativa entre la orientación emprendedora y la pasión emprendedora. Asimismo, el modelo mostró niveles aceptables de ajuste, fiabilidad y validez de los constructos analizados, respaldando la hipótesis propuesta. Se concluye que la orientación emprendedora se relacionó favorablemente con la pasión emprendedora en las Mipymes estudiadas, lo que resalta la relevancia de promover prácticas organizacionales asociadas con la innovación, la proactividad, la autonomía, la competitividad y la disposición al riesgo. Los resultados deben interpretarse considerando el carácter transversal del estudio y el uso de percepciones de los empleados.

Palabras clave: Orientación emprendedora; Pasión emprendedora; Mipymes; Comportamiento organizacional.



INTRODUCCIÓN

Actualmente, la gestión estratégica constituye una fuerza clave en la búsqueda organizacional hacia actividades de emprendimiento, por lo cual se ha situado en el núcleo de la investigación académica sobre emprendimiento. En este contexto, diversas investigaciones sugieren que la búsqueda constante de maximizar riqueza impulsa en gran medida las actividades emprendedoras (Su et al., 2020). Recientemente, el concepto de orientación emprendedora ha adquirido relevancia significativa en la literatura gerencial, mostrando estudios diversos los efectos beneficiosos que esta orientación tiene sobre resultados empresariales importantes, aunque los mecanismos específicos mediante los cuales estos beneficios ocurren aún no están claramente explicados (Kim et al., 2024).

Desde la literatura especializada, la orientación emprendedora ha sido concebida tradicionalmente como un conjunto de procesos estratégicos que configuran la toma de decisiones y las prácticas organizacionales orientadas al desarrollo de comportamientos emprendedores (Rauch et al., 2009). Además, dicha orientación implica patrones de comportamiento sostenidos que incluyen asumir riesgos, innovación, proactividad, autonomía y agresividad competitiva (Covin & Lumpkin, 2011). Miller (1983), en particular, destacó tres dimensiones esenciales de este constructo—innovación, proactividad y toma de riesgos—como rasgos distintivos del comportamiento emprendedor organizacional. Posteriormente, Lumpkin & Dess (1996) ampliaron esta teoría incorporando la agresividad competitiva y la autonomía como dimensiones adicionales, resaltando así la complejidad del comportamiento gerencial con orientación emprendedora.

Por otra parte, la pasión emprendedora se ha definido como emociones positivas intensas experimentadas al participar en actividades emprendedoras significativas y altamente relacionadas con la identidad personal del emprendedor (Cardon et al., 2009). Dicha pasión se desglosa habitualmente en tres identidades clave: inventor, fundador y desarrollador, cada una ligada a actividades específicas dentro del ciclo emprendedor (Cardon et al., 2009; Breugst et al., 2012).

La orientación emprendedora se describe habitualmente como una cualidad del estilo directivo que las organizaciones adoptan (Escamilla-Fajardo et al., 2021). Este enfoque directivo fomenta la integración constante de nuevos conocimientos, habilidades y competencias propias del emprendimiento (Bedoya et al., 2024; Jalilvand et al., 2018). Sin embargo, se señala que aún falta explorar cómo esta orientación ayuda específicamente a identificar nuevas oportunidades en compañías recientes, especialmente en economías emergentes (Anwar et al., 2021).

Asimismo, el emprendimiento requiere inevitablemente de pasión, pues esta es identificada como la principal fuerza impulsora detrás del éxito emprendedor (Gielnik et al., 2017). La pasión emprendedora se expresa en sentimientos profundamente positivos y conscientes que son fundamentales para la identidad personal de los individuos involucrados en actividades emprendedoras (Ferreira-Neto et al., 2023). Estas emociones positivas intensas suelen manifestarse en tres identidades específicas: invención, fundación y desarrollo (Cardon et al., 2017). Por lo tanto, esta pasión emprendedora incluye sentimientos fuertes y constantes que surgen al involucrarse activamente en emprendimientos (Udin, 2022; Zhao et al., 2021).

Diversos investigadores enfatizan que dicha pasión representa un atributo esencial que impulsa a los empresarios visionarios hacia conductas emprendedoras exitosas (Feng & Chen, 2020). También se destaca que los emprendedores adquieren y mantienen estas emociones positivas, incluso en contextos altamente inciertos propios del establecimiento de empresas nuevas (Su et al., 2020).

Esta investigación se centra en micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) peruanas debido a su rol crucial como motor económico y principal fuente de empleo en el país. Específicamente, se analiza el contexto de los sectores manufacturero y agropecuario en Lima, Arequipa y la Provincia Constitucional del Callao. La elección se justifica en primer lugar, por el impacto económico y en segundo lugar, por la necesidad de emprendimiento. En este sentido, estas regiones y sectores concentran una parte significativa de la actividad productiva y la inversión, siendo vitales para el desarrollo regional y nacional de Perú. Del mismo modo, las Mipymes en estos sectores enfrentan desafíos constantes de formalización, competencia e innovación. Entender cómo la orientación emprendedora impacta la pasión es clave para diseñar políticas que promuevan la resiliencia y la sostenibilidad en entornos volátiles.

Recientes estudios advierten que el elevado fracaso de nuevas empresas en mercados emergentes puede explicarse parcialmente por la falta de conocimientos sobre cómo implementar efectivamente una orientación emprendedora (Anwar et al., 2021). Otros autores reconocen que, aunque las investigaciones sobre la pasión emprendedora han incrementado notablemente, aún se requiere estudiar con mayor profundidad los factores y condiciones asociados a este fenómeno, siendo esta necesidad uno de los principales motivos que justifican el interés académico creciente por la pasión emprendedora (Adomako et al., 2022; Newman et al., 2021). Asimismo, se ha señalado claramente que faltan evidencias empíricas sólidas que conecten de forma directa ambos constructos, es decir, orientación y pasión emprendedora (Flores-Pérez & Guevara, 2023).

Partiendo de la necesidad de conectar ambos constructos (Flores-Pérez & Guevara, 2023), este estudio ofrece una contribución incremental al utilizar el Modelo de Ecuaciones Estructurales (SEM) para proporcionar evidencia empírica sobre la relación directa entre la orientación emprendedora y la pasión emprendedora en el contexto de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de América Latina, un área geográfica

con escasa investigación previa al respecto. Abordar esta brecha es fundamental para adaptar las teorías de emprendimiento a las dinámicas propias de las economías emergentes.

Considerando los antecedentes mencionados sobre los constructos del estudio, el objetivo central de esta investigación fue analizar la relación entre la orientación emprendedora y la pasión emprendedora en el contexto de las Mipymes peruanas. Se buscó evaluar, mediante la percepción de los empleados, cómo estos dos conceptos influyen en las prácticas gerenciales cotidianas, contribuyendo al desarrollo sostenible y emprendedor de las organizaciones. Con este fin, se adoptó una metodología basada en modelos de ecuaciones estructurales, que permitió analizar detalladamente el comportamiento y las relaciones entre ambos constructos en contextos emprendedores.

A pesar del creciente reconocimiento académico sobre ambos constructos, aún existe una notable escasez de estudios que exploren detalladamente la relación causal entre orientación emprendedora y pasión emprendedora. Algunas investigaciones recientes comienzan a señalar una conexión positiva y significativa entre estos constructos (Montiel-Campos, 2017; Zollo et al., 2021; Flores-Pérez & Guevara, 2023). No obstante, dichas investigaciones aún presentan limitaciones, especialmente por no haber considerado todas las dimensiones posibles de la pasión emprendedora.

Finalmente, basándose en la revisión crítica y detallada de la literatura previa y en las brechas de conocimiento identificadas, esta investigación propone explícitamente la hipótesis siguiente:

H: La orientación emprendedora tiene un efecto positivo significativo sobre la pasión emprendedora.

Dicha hipótesis será evaluada mediante el modelo conceptual descrito en la Figura 1 específicamente para representar las rutas causales entre orientación y pasión emprendedora, utilizando técnicas avanzadas de modelado de ecuaciones estructurales para su validación empírica.

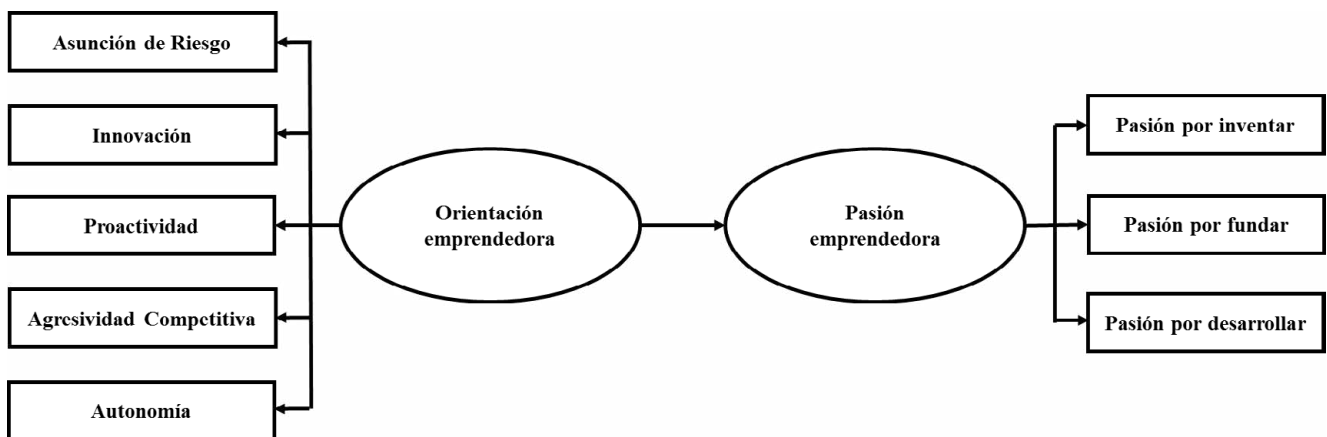


Figura 1. Modelo conceptual de la relación entre orientación emprendedora y pasión emprendedora

METODOLOGÍA

El estudio se efectuó sobre un paradigma epistemológico cuantitativo para la construcción de nuevos conocimientos fundamentado en el enfoque post-positivista, que permite la comprobación de las hipótesis derivadas de las teorías con el método hipotético deductivo. El modelado de ecuaciones estructurales proporcionó una prueba cuantitativa del modelo teórico hipotetizado que demostró hasta qué punto el modelo teórico o conceptual, fue respaldado por los datos de la muestra (Schumacker & Lomax, 2016).

La población estimada para el estudio fue en micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) peruanas de los sectores de manufactura y agropecuario, de las ciudades de Lima, Arequipa y la Provincia Constitucional del Callao de Perú. El marco muestral se construyó a partir de un listado de empresas identificadas con el apoyo del Directorio Central de Empresas y Establecimientos (DCEE), el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), y la información emitida por el Ministerio de Producción (2024).

Los participantes en el estudio fueron los empleados de las Mipymes que a través de sus percepciones respondieron sobre la presencia de las dimensiones de la pasión emprendedora y de la orientación emprendedora que describen el comportamiento en los propietarios, supervisores o gerentes de las organizaciones. Se realizó una invitación a participar en el estudio, informando el propósito y alcance a través del consentimiento informado.

En el estudio se incluyeron empleados con conocimiento de las prácticas gerenciales, de Mipymes legalmente constituidas en los sectores y regiones especificadas. Se excluyeron empresas no activas o aquellas que operan fuera de los sectores y ciudades foco. Los participantes fueron empleados de las Mipymes que, a través de sus

percepciones, respondieron sobre la presencia de la orientación y la pasión emprendedora que describen el comportamiento de los propietarios, supervisores o gerentes de la organización.

Aunque se estimó una muestra de 332 observaciones determinada mediante un cálculo de muestreo aleatorio simple, la cifra final de $n=332$ casos válidos fue alcanzada. Con la aplicación del Software IBM SPSS Statistics v 26 y el AMOS v 26 se adoptó la estrategia analítica integral de dos fases para la comprobación del modelo hipotético (Anderson & Gerbing, 1988; Byrne, 2016).

Durante el procesamiento de los datos y previo a la estimación del modelo de ecuaciones estructurales (SEM), se evaluó el supuesto de normalidad multivariante mediante los coeficientes de asimetría y curtosis, así como a través de la prueba de Mardia. Para dicha evaluación, se consideraron como criterios de referencia valores de asimetría inferiores a 3, valores de curtosis inferiores a 10 y un coeficiente de Mardia menor a 70, los cuales fueron interpretados como indicadores de una distribución multivariada aceptable de los datos (Kline, 2016).

Del mismo modo, se empleó el método de estimación de máxima verosimilitud, debido a su relativa robustez frente a desviaciones moderadas del supuesto de normalidad, particularmente en muestras de tamaño superior a 200 casos. Para la especificación del modelo, las dimensiones subyacentes de la orientación emprendedora y la pasión emprendedora se utilizaron como base para la construcción de parcelas mediante la agregación de ítems. Esta estrategia permitió reducir el número de parámetros por estimar, favorecer la parsimonia del modelo y mejorar la estabilidad de la convergencia. No obstante, se reconoció como limitación del parcelamiento la pérdida de información asociada al comportamiento individual de los ítems, lo que restringió la evaluación específica de su funcionamiento y de su validez teórica (Kline, 2016).

Medidas

Orientación Emprendedora: Para la evaluación del comportamiento de este constructo se utilizó el cuestionario sobre la orientación emprendedora de Hughes & Morgan (2007) compuesto por 18 ítems distribuidos en cinco dimensiones: (1) Riesgo (3 ítems, por ejemplo, «En esta empresa se anima a las personas a asumir riesgos calculados con nuevas ideas»), (2) Innovación (3 ítems, por ejemplo, «Esta empresa busca nuevas formas de hacer las cosas»), (3) Proactividad (3 ítems, por ejemplo, «En esta empresa se destaca la identificación de oportunidades»), (4) Agresividad competitiva (3 ítems, por ejemplo, «Esta empresa toma un enfoque audaz o agresivo cuando compite») y (5) Autonomía (6 ítems, por ejemplo, «En esta empresa los empleados tienen permiso para actuar y pensar sin interferencias»). El cuestionario utilizó una escala de frecuencia de Likert del 1 al 5: 1 («Nunca»), 2 («Casi nunca»), 3 («En ocasiones»), 4 («Casi siempre») y 5 («Siempre»).

Pasión Emprendedora: Para la evaluación del comportamiento de este constructo se utilizó el cuestionario sobre la pasión emprendedora percibida en los empleados de Breugst et al. (2012). El cuestionario está compuesto por 15 ítems correspondientes a tres dimensiones: (1) Pasión percibida por inventar (5 ítems, por ejemplo, «Mi jefe se siente motivado para descubrir cómo mejorar los productos/servicios existentes»), (2) Pasión percibida por fundar (5 ítems, por ejemplo, «Mi jefe se llena de energías por ser dueño de su propia empresa») y Pasión percibida por desarrollar (5 ítems, por ejemplo, «Mi jefe siente emoción por reunir a las personas adecuadas para trabajar en el negocio»).

Variables de Control Sociodemográfico: En el instrumento de recolección de datos se hace referencia a variables que además de estratificar la muestra permiten obtener los datos sobre los empleados: Género, Edad, Estado Civil, Nivel Educativo, Nacionalidad y Tiempo en la Empresa.

RESULTADOS

Características de la muestra y análisis preliminar de los datos

En cuanto a las características sociodemográficas de la muestra, el 69 % de los participantes correspondió a hombres y el 41 % se ubicó en el grupo etario de 31 a 45 años. Respecto al estado civil, el 49 % estaba casado, mientras que el 52 % contaba con estudios de secundaria. Asimismo, el 72 % de los participantes era de nacionalidad peruana y el 41 % reportó una antigüedad laboral en la empresa de entre 1 y 3 años.

Como parte del análisis preliminar de los datos, se examinó la presencia de valores atípicos multivariantes mediante la distancia de Mahalanobis (D^2), sin identificarse observaciones atípicas. Posteriormente, se evaluó la distribución de los datos mediante los coeficientes de asimetría y curtosis y el coeficiente de Mardia. Los valores de asimetría oscilaron entre $-0,786$ y $-0,066$, mientras que los valores de curtosis se situaron entre $-0,734$ y $0,020$. Asimismo, se obtuvo un coeficiente de Mardia de $14,853$. De acuerdo con los criterios establecidos previamente para el análisis, estos resultados permitieron asumir una distribución multivariante adecuada para la estimación posterior del modelo de ecuaciones estructurales.

Estadísticos descriptivos y correlaciones

La Tabla 1 presenta las medias, desviaciones estándar y correlaciones entre las dimensiones de la orientación emprendedora y la pasión emprendedora. Entre las dimensiones de orientación emprendedora, autonomía presentó la media más elevada ($M = 3,81$; $DE = 0,994$), seguida de riesgo ($M = 3,65$; $DE = 1,045$), innovación ($M = 3,58$; $DE = 0,935$) y agresividad competitiva ($M = 3,56$; $DE = 1,012$). La puntuación media más baja correspondió a proactividad ($M = 2,98$; $DE = 1,126$). Respecto a la pasión emprendedora, la dimensión pasión por fundar presentó la media más alta ($M = 3,67$; $DE = 1,094$), seguida de pasión por desarrollar ($M = 3,60$; $DE = 0,984$) y pasión por inventar ($M = 3,21$; $DE = 1,052$).

Tabla 1. Medias, desviaciones estándar y correlaciones entre las variables del estudio.

Variable	M	D.E.	Ries.	Innov.	Proact.	Agr. Com.	Auton.	In-ven.	Fund.	Desar.
Ries.	3,65	1,045	-							
Innov.	3,58	,935	,271**	-						
Proact.	2,98	1,126	,185**	,276**	-					
Agr. Comp.	3,56	1,012	,149**	,300**	,290**	-				
Auton.	3,81	,994	,435**	,325**	,296**	,257**	-			
Inven.	3,21	1,052	,395**	,137*	,153**	,215**	,369**	-		
Fund.	3,67	1,094	,560**	,149**	,248**	,144*	,439**	,291**	-	
Desar.	3,60	,984	,406**	,351**	,251**	,239**	,423**	,380**	,308**	-

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Las correlaciones mostraron asociaciones positivas y estadísticamente significativas entre las dimensiones analizadas. Entre las de mayor magnitud destacaron la relación entre riesgo y pasión por fundar ($r = 0,560$; $p < 0,01$), autonomía y pasión por fundar ($r = 0,439$; $p < 0,01$), riesgo y autonomía ($r = 0,435$; $p < 0,01$), autonomía y pasión por desarrollar ($r = 0,423$; $p < 0,01$), y riesgo y pasión por desarrollar ($r = 0,406$; $p < 0,01$). En conjunto, estos resultados proporcionaron evidencia preliminar de asociaciones positivas entre las dimensiones de ambos constructos.

Evaluación del modelo de medición

Posteriormente, se evaluó el modelo de medición mediante análisis factorial confirmatorio (AFC). La estimación inicial de los modelos correspondientes a orientación emprendedora y pasión emprendedora no alcanzó los niveles de ajuste establecidos. En consecuencia, se examinaron los índices de modificación conjuntamente con el contenido teórico de los indicadores y se realizaron las reespecificaciones correspondientes. Los índices de ajuste obtenidos para los modelos finales se presentan en la Tabla 2.

Tabla 2. Índices de ajuste de los modelos de medición.

Índice	Valor	Valor
	Orientación emprendedora	Pasión emprendedora
Chi-Cuadrado	192,126	184,628
GI	80	32
SRMR	0,078	0,034
CFI	0,909	0,985
RMSEA	0,074	0,072
GFI	0,960	0,981
AGFI	0,991	0,973
CMIN/GI	4,902	4,202

Respecto a la validez convergente, se admite la validez convergente si cada observable presenta cargas factoriales estadísticamente significativas y los coeficientes son mayores que el doble de su error estándar en el constructo que se supone está midiendo (Hair *et al.* 2018). En la Figura 2 se observa evidencia de validez convergente, es decir, la mayoría de las cargas factoriales por encima de 0,50 y son estadísticamente significativas para cada ítem en su respectivo constructo. La evidencia de validez convergente es fortalecida aún más por el buen ajuste general del modelo (Keith, 2016).

Fiabilidad y validez convergente

La consistencia interna y la validez convergente de las escalas se evaluaron mediante el coeficiente alfa de Cronbach, la fiabilidad compuesta (FC) y la varianza media extraída (AVE). Como se observa en la Tabla 3, los coeficientes alfa oscilaron entre 0,658 y 0,785. En orientación emprendedora, los valores fueron de 0,658 para riesgo, 0,683 para innovación, 0,664 para proactividad, 0,743 para agresividad competitiva y 0,785 para autonomía. En las dimensiones de pasión emprendedora, los valores alcanzaron 0,757 para pasión por inventar, 0,771 para pasión por fundar y 0,724 para pasión por desarrollar.

Los coeficientes de fiabilidad compuesta oscilaron entre 0,694 y 0,889. La mayoría de las dimensiones superó el criterio de 0,70 establecido para este indicador; únicamente pasión por desarrollar presentó un valor ligeramente inferior (FC = 0,694). Por su parte, los valores de AVE oscilaron entre 0,500 y 0,596, alcanzando el criterio establecido de 0,50 en las dimensiones evaluadas. Estos resultados proporcionaron evidencia favorable de consistencia interna y validez convergente de las medidas, aunque la fiabilidad compuesta de pasión por desarrollar debe interpretarse con cautela.

Tabla 3. *Fiabilidad y validez convergente de las escalas de medición.*

Dimensiones de los instrumentos	Alfa	Fiabilidad Compuesta	Varianza Media Extraída
Riesgo	0,658	0,761	0,585
Innovación	0,683	0,753	0,596
Proactividad	0,664	0,749	0,502
Agresividad competitiva	0,743	0,716	0,504
Autonomía	0,785	0,824	0,586
Pasión por inventar	0,757	0,889	0,500
Pasión por fundar	0,771	0,790	0,543
Pasión por desarrollar	0,724	0,694	0,515

Validez discriminante

La validez discriminante entre las dimensiones de la orientación emprendedora se evaluó mediante el criterio de Fornell & Larcker (1981), comparando la raíz cuadrada de la varianza media extraída de cada dimensión con las correlaciones entre los constructos correspondientes. Como se observa en la Tabla 4, los valores consignados en la diagonal fueron superiores a las correlaciones entre las dimensiones analizadas, lo que proporcionó evidencia de validez discriminante para la orientación emprendedora.

Tabla 4. *Validez discriminante de las dimensiones de orientación emprendedora.*

Comportamiento Emprendedor	Riesgo	Innovación	Proactividad	A. Comp.	Autonomía
Riesgo	0,765				
Innovación	,271**	0,772			
Proactividad	,185**	,276**	0,709		
A. Comp.	,149**	,300**	,290**	0,710	
Autonomía	,435**	,325**	,296**	,257**	0,697

Los resultados presentados en la Tabla 5 muestran que los valores ubicados en la diagonal fueron superiores a las correlaciones observadas entre pasión por inventar, pasión por fundar y pasión por desarrollar. En consecuencia, los resultados aportaron evidencia de diferenciación empírica entre las dimensiones de la pasión emprendedora.

Tabla 5. Validez discriminante de las dimensiones de pasión emprendedora.

Afectos Positivos	Inventar	Fundar	Desarrollar
Inventar	0,707		
Fundar	,291**	0,737	
Desarrollar	,380**	,308**	0,718

Evaluación del modelo estructural

Una vez evaluado el modelo de medición, se estimó el modelo estructural correspondiente a la relación hipotetizada entre la orientación emprendedora y la pasión emprendedora. Para ello, la orientación emprendedora se especificó como constructo latente exógeno y la pasión emprendedora como constructo latente endógeno. El modelo estimado se presenta en la Figura 2.

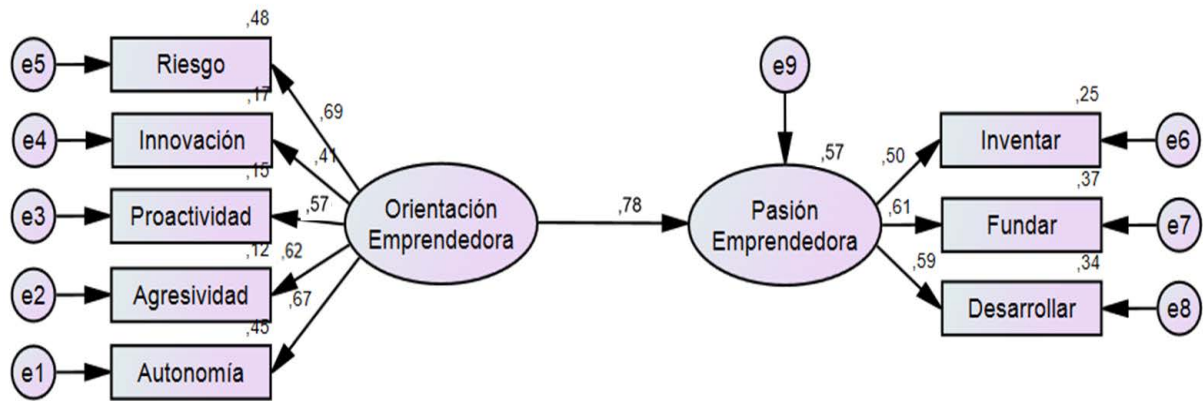


Figura 2. Diagrama de ruta del modelo estructural.

Los índices globales de ajuste del modelo estructural fueron $\chi^2 = 76,569$, $gl = 19$, $SRMR = 0,067$, $CFI = 0,983$, $RMSEA = 0,078$, $GFI = 0,936$, $AGFI = 0,979$ y $CMIN/gl = 4,030$. Los valores obtenidos se presentan en la Tabla 6.

Tabla 6. Índices de Ajuste del Modelo Estructural.

Índice	Valor
Chi-Cuadrado	76,569
Gl	19
SRMR	0,067
CFI	0,983
RMSEA	0,078
GFI	0,936
AGFI	0,979
CMIN/Gl	4,030

El análisis del modelo estructural mostró una asociación positiva y estadísticamente significativa entre la orientación emprendedora y la pasión emprendedora. El coeficiente estandarizado reportado para esta relación fue $B = 0,78$ ($p < 0,01$). Asimismo, el modelo presentó un coeficiente de determinación de $R^2 = 0,57$ para la

pasión emprendedora, lo que indicó que el modelo explicó el 57 % de la varianza observada en este constructo. En consecuencia, los resultados proporcionaron respaldo empírico a la hipótesis planteada, según la cual la orientación emprendedora se relaciona positiva y significativamente con la pasión emprendedora.

DISCUSIÓN

Los resultados mostraron una relación positiva y estadísticamente significativa entre la orientación emprendedora y la pasión emprendedora, que dan respaldo a la hipótesis formulada. Específicamente, el coeficiente estructural obtenido ($B = 0,78$; $p < 0,01$) evidenció una asociación de magnitud elevada entre ambos constructos, mientras que el valor de $R^2 = 0,57$ indicó una proporción considerable de varianza explicada en la pasión emprendedora.

Este resultado es consistente con investigaciones previas que han identificado vínculos positivos entre la orientación emprendedora y la pasión emprendedora (Montiel-Campos, 2017; Zollo et al., 2021; Flores-Pérez & Guevara, 2023). En este sentido, los resultados amplían la evidencia empírica disponible al examinar dicha relación en Mipymes de los sectores manufacturero y agropecuario de Lima, Arequipa y Callao, un contexto menos representado en la literatura previa.

Desde una perspectiva conceptual, los resultados sugieren que contextos organizacionales caracterizados por una mayor disposición hacia la toma de riesgos, la innovación, la proactividad, la autonomía y la competencia pueden coexistir con mayores niveles percibidos de pasión por inventar, fundar y desarrollar actividades emprendedoras. No obstante, dado el carácter transversal del estudio y la medición de los constructos mediante las percepciones de los empleados, esta relación debe interpretarse como una asociación estadística compatible con el modelo teórico planteado, y no como evidencia definitiva de causalidad.

Los resultados correlacionales también mostraron asociaciones diferenciadas entre las dimensiones estudiadas. En particular, la relación entre riesgo y pasión por fundar alcanzó la mayor magnitud ($r = 0,560$; $p < 0,01$), seguida por las asociaciones entre autonomía y pasión por fundar ($r = 0,439$; $p < 0,01$), riesgo y autonomía ($r = 0,435$; $p < 0,01$) y autonomía y pasión por desarrollar ($r = 0,423$; $p < 0,01$). También sugieren que determinadas dimensiones de la orientación emprendedora podrían desempeñar un papel particularmente relevante en su relación con distintas manifestaciones de la pasión emprendedora; sin embargo, esta posibilidad requiere ser examinada específicamente en investigaciones posteriores mediante modelos que contrasten los efectos de cada dimensión.

Desde el ámbito aplicado, los hallazgos sugieren la conveniencia de promover condiciones organizacionales que favorezcan la innovación, la autonomía, la proactividad y una gestión razonada del riesgo. No obstante, las implicaciones prácticas deben formularse con cautela, dado que el diseño empleado no permite establecer que la implementación de estas prácticas produzca necesariamente un incremento posterior de la pasión emprendedora.

Futuras investigaciones podrían ampliar el análisis de la relación entre la orientación emprendedora y la pasión emprendedora mediante diseños longitudinales, que permitan examinar la evolución temporal de ambos constructos y establecer con mayor precisión la direccionalidad de sus relaciones. Asimismo, sería pertinente incorporar fuentes múltiples de información, incluyendo evaluaciones realizadas directamente por gerentes, propietarios y supervisores, con el propósito de contrastar las percepciones de los empleados y reducir posibles sesgos asociados al método común de medición.

CONCLUSIONES

La orientación emprendedora se configuró como un factor estrechamente vinculado con la pasión emprendedora en el contexto de las Mipymes analizadas. En particular, las prácticas organizacionales asociadas con la innovación, la proactividad, la autonomía, la disposición al riesgo y la competitividad se relacionaron con una mayor presencia de actitudes y emociones favorables hacia las actividades emprendedoras. En este sentido, la hipótesis planteada recibió respaldo, lo que permite sostener que ambos constructos mantienen una relación relevante dentro de la dinámica organizacional estudiada. Los resultados refuerzan la importancia de comprender la orientación emprendedora como un elemento asociado con la forma en que se manifiesta la pasión hacia las actividades de creación, desarrollo y consolidación empresarial.

REFERENCIAS

- Adomako, S., Mole, K.F., Franklin, R.J., & Murnieks, C.Y. (2022). Entrepreneurial passion and venture profit: Examining the moderating effects of political connections and environmental dynamism in an emerging market. *International Small Business Journal*, 41(2), 204-232. <https://doi.org/10.1177/02662426221085182>
- Anderson, J., & Gerbing, D. (1988). Structural equation modelling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>
- Anwar, M., Clauss, T., & Issah, W.B. (2021). Entrepreneurial orientation and new venture performance in emerging markets: the mediating role of opportunity recognition. *Review of Managerial Science*, 16(5), 1-28. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00457-w>
- Bedoya, M.A., Pérez, E., Zapata-Molina, Hugo BaierFuentes, Hernández, B.Y. (2024). Entrepreneurial Orientation and Transformational Leadership for the Development of Innovation Capabilities. *Quality Innovation Prosperity*, 28(1):174-192. <https://doi.org/10.12776/qip.v28i1.1895>
- Breugst, N., Domurath, A., Patzelt, H., & Klaukien, A. (2012). Perceptions of entrepreneurial passion and employees' commitment to entrepreneurial ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1), 171-192. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00491.x>
- Byrne, B. (2016). *Structural Equation Modeling with AMOS. Basic Concepts, Applications and Programming* (3rd ed.). Routledge.
- Cardon, M. S., Sudek, R. & Mitteness, C. (2009). The impact of perceived entrepreneurial passion on angel investing. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29(2), 2-17. <http://digitalknowledge.babson.edu/fer/vol29/iss2/1>
- Cardon, M. S., Glauser, M., & Murnieks, C. Y. (2017). Passion for what? Expanding the domains of entrepreneurial passion. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 24-32. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.05.004>
- Covin, J. G., & Lumpkin, G. T. (2011). Entrepreneurial orientation theory and research: Reflections on a needed construct. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(5), 855-872. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00482.x>
- Escamilla-Fajardo, P., Alguacil, M. & Gómez-Tafalla, A.M. (2021). Effects of Entrepreneurial Orientation and Passion for Work on Performance Variables in Sports Clubs. *Sustainability*, 13(5), 2920, 1-15. <https://doi.org/10.3390/su13052920>
- Feng, B. & Chen, M. (2020). The impact of entrepreneurial passion on psychology and behavior of entrepreneurs. *Frontiers in Psychology*, 11, 1733, 1-14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01733>
- Ferreira-Neto, M.N., de Carvalho Castro, J.L., de Sousa-Filho, J.M. & de Souza Lessa, .B. (2023). The role of self-efficacy, entrepreneurial passion, and creativity in developing entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, 14:1134618, 1-14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1134618>
- Flores-Pérez, J.J. & Guevara, R. (2023). Mediating effect of entrepreneurial passion in the relationship between entrepreneurial orientation and innovative work behavior. *Measuring Business Excellence*, 27(3), 483-500. <https://doi.org/10.1108/MBE-10-2022-0126>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388. <https://doi.org/10.2307/3150980>
- Gielnik, M.M., Uy, M.A., Funken, R., & Bischoff, K.M. (2017). Boosting and sustaining passion: a long-term perspective on the effects of entrepreneurship training. *Journal of Business Venturing*, 32(3), 334-353. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.02.003>
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2018). *A primer on partial least squares structural equation modeling* (2da. Ed.). Sage.
- Hughes, M. & Morgan, R.E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36 (5), 651-661. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2006.04.003>
- Jalilvand, M.R.; Pool, J.K.; Jamkhaneh, H.B.; Tabaeian, R.A. (2018). Total quality management, corporate social responsibility and entrepreneurial orientation in the hotel industry. *Social Responsibility Journal*, 14(3), 601-618. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2017-0068>
- Keith, T. (2019). *Multiple regression and beyond: An introduction to multiple regression and structural equation modeling* (3ra. Edition). Routledge.
- Kim, T-Y., Wang, X. & Liu, Z. (2024). Effects of Entrepreneurial Orientation Within Organizations: The Role of Passion for Inventing and Organizational Identification. *Journal of Management*, 50(7), 2784-2817. <https://doi.org/10.1177/01492063231177232>
- Kline, R. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Press.
- Lumpkin, G., & Dess, G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. <http://www.jstor.org/stable/258632>
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791. <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>

- Ministerio de la Producción. (2024). *Las Mipymes en cifras 2022*. Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos. https://www.producempresarial.pe/wp-content/uploads/2025/11/La-Mipyme-en-Cifras-2024_.pdf
- Montiel-Campos, H. (2017). Impact of entrepreneurial passion on entrepreneurial orientation with the mediating role of entrepreneurial alertness for technology-based firms in Mexico. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 353-374. <https://doi.org/10.1108/jsbed-10-2016-0166>
- Newman, A., Obschonka, M., Moeller, J., & Chandan, G. G. (2021). Entrepreneurial passion: A review, synthesis and agenda for future research. *Applied Psychology*, 70(1), 1-46. <https://doi.org/10.1111/apps.12236>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G., & 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>
- Schumacker, R & Lomax, R. (2016). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Fourth edition. Routledge.
- Su, X., Liu, S., Zhang, S. & Liu, L. (2020). To be happy: A case study of entrepreneurial motivation and entrepreneurial process from the perspective of positive Psychology. *Sustainability*, 12(2), 1-27. <https://doi.org/10.3390/su12020584>
- Udin, U. (2022). Knowledge Sharing and Innovative Work Behavior: Testing the Role of Entrepreneurial Passion in Distribution Channel. *Journal of Distribution Science*, 20(2), 79-89. <http://dx.doi.org/10.15722/jds.20.02.202202.79>
- Zhao, S., Zhou, Y., Guan, H. & Xu, W. (2021). Entrepreneurial Passion Psychology-Based Influencing Factors of New Venture Performance. *Frontiers in Psychology*, 12(696963), 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.696963>
- Zollo, L., Rialti, R., Tron, A., & Ciappei, C. (2021). Entrepreneurial passion, orientation and behavior: the moderating role of linear and nonlinear thinking styles. *Management Decision*, 1-8. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2019-1500>

Conflicts of Interest:

The authors declare no conflicts of interest.

Author Contributions:

The authors were responsible for all aspects of the study, including conceptualization, methodology, analysis, and writing.

Disclaimer/Publisher's Note:

The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the authors and individual contributors and not of Revista San Gregorio or the editors. Revista San Gregorio and/or the editors disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.