



La Orientación emprendedora Moderada por la Curiosidad y el GRIT (Perseverancia): Análisis Cienciométrico y Empírico

Nicolás-Pablo Barrientos-Oradini

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

WARNING. Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

La Orientación emprendedora Moderada por la Curiosidad y el *GRIT* (Perseverancia): Análisis Cienciométrico y Empírico
Nicolás-Pablo Barrientos-Oradini

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA MODERADA POR LA CURIOSIDAD Y *GRIT*: ANÁLISIS
CIENCIOMÉTRICO Y EMPÍRICO
NICOLÁS PABLO BARRIENTOS ORADINI



La Orientación emprendedora Moderada por la Curiosidad y el *GRIT* (Perseverancia): Análisis Cienciométrico y Empírico

Nicolás-Pablo Barrientos-Oradini



**Tesis Doctoral
2024**

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

La Orientación emprendedora Moderada por la Curiosidad y el *GRIT* (Perseverancia): Análisis Cienciométrico y Empírico
Nicolás-Pablo Barrientos-Oradini

Nicolás-Pablo Barrientos-Oradini

**La Orientación emprendedora Moderada por la Curiosidad y el *GRIT*
(Perseverancia): Análisis Cienciométrico y Empírico**

TESIS DOCTORAL

Mención Internacional

Dirigida por el Dr. Joan Boada-Grau y el Dr. Luis Araya-Castillo

Departamento de Psicología



Tarragona 2024



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

HAGO CONSTAR que el presente trabajo, titulado “La Orientación emprendedora Moderada por la Curiosidad y el *GRIT* (Perseverancia): Análisis Cienciométrico y Empírico”, que presenta Nicolás-Pablo Barrientos-Oradini para la obtención del título de Doctor, ha sido realizado bajo nuestra dirección en el Departamento de Psicología de esta universidad.

Tarragona, 02 de agosto de 2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. Boada-Grau'.

Dr. Joan Boada-Grau

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'L. Araya-Castillo'.

Dr. Luis Araya-Castillo

Agradecimientos.

En primer lugar, deseo expresar mi profundo agradecimiento al Doctor Joan Boada-Grau y al Doctor Luis Araya-Castillo, directores de esta tesis, cuya invaluable guía y respaldo han sido fundamentales para el desarrollo de este proyecto. Su paciencia y dedicación han sido la piedra angular que permitió la realización de esta investigación.

Quiero extender mi más sincero agradecimiento a mi familia y amigos por su inquebrantable apoyo a lo largo de este proceso. Su compañía y afecto han hecho cada paso más llevadero y han sido un constante estímulo para seguir adelante.

Agradezco también a todas las personas que me brindaron apoyo espiritual, por su contención y palabras de aliento en momentos difíciles. Su presencia ha sido un bálsamo para el alma y me ha dado fuerzas para continuar.

Por último, pero no menos importante, quiero reconocer a mis mentores y colegas de trabajo que han sido parte integral de este camino. Su respaldo y confianza en mí han sido un motor para alcanzar mis metas.

Prólogo.

La investigación se centra en el emprendimiento desde una perspectiva que abarca diversas disciplinas, haciendo hincapié en la conexión entre la mentalidad empresarial, la curiosidad, la persistencia y la determinación. Consta de cuatro estudios autónomos pero convergentes. Se inicia con un análisis cienciométrico de la evolución de la investigación en mentalidad empresarial y su relación con la curiosidad y la persistencia a lo largo del tiempo, revelando tendencias emergentes, figuras influyentes y concentraciones geográficas, particularmente en los Estados Unidos.

Los siguientes dos estudios profundizan en la relación entre la mentalidad empresarial y factores psicológicos como la determinación (*GRIT*) y la curiosidad, empleando cuestionarios autoadministrados y escalas psicométricas. Se encuentra una influencia significativa de la pasión por *GRIT* y su moderación por edad, así como la relevancia de un tipo específico de curiosidad, nuevamente influenciado por la edad.

La metodología integrada facilita una comparación efectiva entre los estudios, destacando la coherencia en los enfoques metodológicos. Los análisis cienciométricos ofrecen una perspectiva cuantitativa de la investigación en mentalidad empresarial y sus vínculos con la curiosidad y la persistencia.

En términos de contribuciones, esta investigación avanza en la comprensión del emprendimiento al proporcionar información valiosa sobre la investigación en mentalidad empresarial, curiosidad, persistencia y determinación. La integración metodológica y la

diversidad de enfoques utilizados refuerzan la validez y relevancia de los hallazgos, abriendo nuevas direcciones para futuras investigaciones en la intersección entre el emprendimiento y la psicología empresarial.

Índice de Figuras

Estudio 1	
Figura 1.....	103
Figura 2.....	106
Figura 3.....	107
Estudio 2	
Figura 1.....	118
Estudio 3	
Figura 1.....	127
Figura 2.....	128
Figura 3.....	128
Estudio 4	
Figura 1.....	136
Figura 2.....	136
Figura 3.....	137

Índice de Tablas

Estudio 1	
Tabla 1.....	101
Tabla 2.....	101
Tabla 3.....	102
Tabla 4.....	102
Tabla 5.....	103
Tabla 6.....	104
Tabla 7.....	104
Tabla 8.....	105
Tabla 9.....	106
Tabla 10.....	107
Tabla 11.....	108
Estudio 2	
Tabla 1.....	113
Tabla 2.....	114
Tabla 3.....	115
Tabla 4.....	115
Tabla 5.....	116
Tabla 6.....	116
Tabla 7.....	117
Tabla 8.....	118
Tabla 9.....	119

Estudio 3

Tabla 1.....	126
Tabla 2.....	126
Tabla 3.....	127
Tabla 4.....	127
Tabla 5.....	129

Estudio 4

Tabla 1.....	134
Tabla 2.....	135
Tabla 3.....	135
Tabla 4.....	135
Tabla 5.....	137
Tabla 6.....	137

Índice

Presentación.....	1
Resumen.....	3
Abstract.....	5
Introducción.....	7
1. Capítulo 1: Marco Teórico.....	10
1.1. Contexto global del concepto de orientación emprendedora, curiosidad y <i>GRIT</i>	10
1.1.1. Orientación emprendedora y su contexto.....	14
1.1.2. Los factores que influyen en la orientación emprendedora.....	18
1.1.3. La orientación emprendedora y la curiosidad.....	22
1.1.4. La orientación emprendedora y el <i>GRIT</i>	27
1.2. Orientación emprendedora en relación al contexto global.....	32
1.2.1. Factores que influyen en la orientación emprendedora.....	37
1.2.2. El contexto emprendedor y la curiosidad.....	41
1.2.3. Orientación emprendedora y <i>GRIT</i>	47
1.2.4. Síntesis de factores que influyen en el emprendimiento.....	50
1.3. Curiosidad como concepto científico en relación a la orientación emprendedora.....	67
1.3.1. Orientación emprendedora y curiosidad.....	70
1.3.2. Características de la curiosidad.....	73
1.4. Perspectiva científica de la determinación (<i>GRIT</i>).....	77
1.4.1. Síntesis conceptual de <i>GRIT</i>	79
1.4.2. Cuestionamientos al concepto de <i>GRIT</i>	82
1.5. Relevancia de la orientación emprendedora.....	85
2. Capítulo 2: Objetivos.....	88
2.1. Objetivo General:.....	88
2.2. Objetivos Específicos:.....	88
3. Capítulo 3: Método.....	90
3.1. Participantes.....	90
3.2. Instrumentos.....	92

3.3.	Análisis de Datos	94
4.	Capítulo 4: Resultados.....	98
4.1.	Estudio 1. Scientometric Analysis in Entrepreneurial Orientation and Curiosity (Revista Interciencia)	99
4.2.	Estudio 2: Scientometric Analysis on Entrepreneurial Orientation and Perseverance Produced Based on Web Of Science Data Between 1975 and 2023 (Revista Interciencia) ...	111
4.3.	Estudio 3. Passion and perseverance: How the components of <i>GRIT</i> affect the probability of starting a business	123
4.4.	Estudio 4: Curiosity as a Moderator of the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Perceived Probability of Starting a Business	132
5.	Capítulo 5: Discusión General.	140
6.	Capítulo 6: Conclusiones Generales.....	143
	Estudio 1:.....	143
	Estudio 2:.....	143
	Estudio 3:.....	144
	Estudio 4:.....	145
7.	Capítulo 7: Limitaciones, Futuras Líneas de Investigación e Implicaciones.....	146
7.1.	Limitaciones	146
7.2.	Implicaciones teóricas y prácticas.....	147
7.3.	Investigaciones Futuras	150
8.	Capítulo 8: Referencias bibliográficas.	153
9.	Capítulo 9: Anexos.....	167

Presentación

La presente investigación se adentra en el complejo y dinámico fenómeno del emprendimiento, contribuyendo de manera significativa al campo desde una perspectiva multidisciplinaria. Compuesta por una serie de cuatro estudios independientes pero convergentes, busca iluminar las interacciones entre la orientación emprendedora, la curiosidad, la perseverancia y la determinación en el contexto empresarial.

Los dos primeros estudios adoptan un enfoque cienciométrico para explorar la evolución de la investigación en orientación emprendedora y su vínculo con la curiosidad y la perseverancia a lo largo del tiempo. A través del análisis de la base de datos Web of Science, identifican tendencias emergentes, autores influyentes y concentraciones geográficas, brindando así una base sólida para comprender la evolución de las ideas en el ámbito del emprendimiento.

Los estudios siguientes profundizan en las relaciones entre la orientación emprendedora y factores psicológicos, centrándose en la moderación de la determinación o *GRIT* y la curiosidad en la probabilidad de iniciar un negocio. Utilizando cuestionarios autoadministrados y escalas psicométricas, revelan la influencia significativa de la pasión del *GRIT*, la moderación por edad y el papel específico de ciertos tipos de curiosidad, influenciados nuevamente por la edad.

La metodología integrada permite una comparación efectiva entre los estudios, destacando la coherencia en los enfoques metodológicos. Especialmente, los análisis

cienciométricos proporcionan una visión cuantitativa de la investigación en orientación emprendedora y sus conexiones con la curiosidad y la perseverancia.

Los resultados y conclusiones ofrecen una comprensión más profunda de las complejas interacciones entre la orientación emprendedora, la curiosidad, la perseverancia y la determinación. Este cuerpo de investigación avanza en el conocimiento del emprendimiento al proporcionar información valiosa sobre estos aspectos, fortaleciendo la validez y relevancia de los hallazgos y abriendo nuevas vías para futuras investigaciones en el campo del emprendimiento y la psicología empresarial.

En resumen, esta tesis representa un esfuerzo significativo para comprender diversos aspectos del emprendimiento desde perspectivas multidisciplinares, ofreciendo una panorámica integral que abarca desde la historia hasta las dimensiones psicológicas, y destacando la importancia de considerar tanto los aspectos psicológicos como las tendencias históricas en este campo en constante evolución.

Resumen

La presente investigación multidisciplinaria aborda el fenómeno complejo y dinámico del emprendimiento. Compuesta por cuatro estudios independientes pero convergentes, la investigación busca esclarecer las interacciones entre la orientación emprendedora, la curiosidad, la perseverancia y la determinación en el contexto empresarial.

Los primeros dos estudios utilizan un enfoque cienciométrico para analizar la evolución de la investigación en orientación emprendedora y su relación con la curiosidad y la perseverancia a lo largo del tiempo. Estos estudios identifican tendencias emergentes, autores influyentes y concentraciones geográficas, proporcionando una base sólida para comprender la evolución de las ideas en el ámbito del emprendimiento.

Los estudios posteriores profundizan en las relaciones entre la orientación emprendedora y factores psicológicos, centrándose en la moderación de la determinación o *GRIT* y la curiosidad en la probabilidad de iniciar un negocio. Utilizando cuestionarios autoadministrados y escalas psicométricas, revelan la influencia significativa de la pasión del *GRIT*, la moderación por edad y el papel específico de ciertos tipos de curiosidad, influenciados nuevamente por la edad.

La metodología integrada permite una comparación efectiva entre los estudios, destacando la coherencia en los enfoques metodológicos. Especialmente, los análisis cienciométricos ofrecen una visión cuantitativa de la investigación en orientación emprendedora y sus conexiones con la curiosidad y la perseverancia.

Los resultados y conclusiones proporcionan una comprensión más profunda de las complejas interacciones entre los diversos elementos estudiados. Este cuerpo de investigación contribuye al avance del conocimiento en el campo del emprendimiento al proporcionar información valiosa y abrir nuevas vías para futuras investigaciones. En resumen, la tesis representa un esfuerzo significativo para comprender diversos aspectos del emprendimiento desde perspectivas multidisciplinares, resaltando la importancia de considerar tanto los aspectos psicológicos como las tendencias históricas en este campo en constante evolución.

Abstract

The present multidisciplinary research addresses the complex and dynamic phenomenon of entrepreneurship. Comprised of four independent yet converging studies, the research seeks to elucidate the interactions among entrepreneurial orientation, curiosity, perseverance, and determination in the business context.

The initial two studies employ a scientometric approach to analyze the evolution of research in entrepreneurial orientation and its relationship with curiosity and perseverance over time. These studies identify emerging trends, influential authors, and geographic concentrations, providing a solid foundation for understanding the evolution of ideas in the realm of entrepreneurship.

Subsequent studies delve deeper into the relationships between entrepreneurial orientation and psychological factors, focusing on the moderation of determination or *GRIT* and curiosity in the likelihood of starting a business. Utilizing self-administered questionnaires and psychometric scales, they reveal the significant influence of *GRIT* passion, moderation by age, and the specific role of certain types of curiosity, again influenced by age.

The integrated methodology allows for effective comparison between studies, highlighting coherence in methodological approaches. Particularly, scientometric analyses offer a quantitative insight into research in entrepreneurial orientation and its connections with curiosity and perseverance.

The results and conclusions provide a deeper understanding of the complex interactions among the various elements studied. This body of research contributes to

advancing knowledge in the field of entrepreneurship by providing valuable information and opening new avenues for future research. In summary, the thesis represents a significant effort to comprehend various aspects of entrepreneurship from multidisciplinary perspectives, emphasizing the importance of considering both psychological aspects and historical trends in this constantly evolving field.

Introducción.

El emprendimiento, como fenómeno complejo y dinámico, ha capturado la atención de investigadores y académicos en diversas disciplinas. La presente tesis se inserta en este contexto de indagación y contribuye significativamente al campo del emprendimiento desde una perspectiva multidisciplinaria. Compuesta por una serie de cuatro estudios independientes pero convergentes, esta investigación busca arrojar luz sobre las interacciones entre la orientación emprendedora, la curiosidad, la perseverancia y la determinación en el contexto empresarial.

Los dos primeros estudios adoptan un enfoque cienciométrico, explorando la evolución de la investigación en orientación emprendedora y su conexión con la curiosidad y la perseverancia a lo largo de décadas. Mediante el análisis de la base de datos Web of Science, estos estudios no solo identifican tendencias emergentes y autores influyentes, sino que también revelan concentraciones geográficas, especialmente en Estados Unidos. Esta exploración histórica proporciona una base sólida para entender la evolución de las ideas en el ámbito del emprendimiento.

Los dos estudios subsiguientes profundizan en las relaciones entre la orientación emprendedora y factores psicológicos, centrándose en la moderación de la determinación o *GRIT* y la curiosidad en la probabilidad de iniciar un negocio. Utilizando cuestionarios autoadministrados y escalas psicométricas, estos estudios revelan la influencia significativa de la pasión del *GRIT* y la moderación por edad,

así como el papel específico de un tipo de curiosidad, influenciado nuevamente por la edad.

La metodología integrada, que abarca desde el diseño de investigación hasta el análisis de datos, permite una comparación efectiva entre los estudios, destacando la coherencia en los enfoques metodológicos. Los análisis cienciométricos, en particular, proporcionan una visión cuantitativa de la investigación en orientación emprendedora y sus conexiones con la curiosidad y la perseverancia.

Los resultados y conclusiones derivados de estos estudios ofrecen una comprensión más completa de las complejas interacciones entre la orientación emprendedora, la curiosidad, la perseverancia y la determinación. Si bien los estudios 1 y 2 ofrecen una visión general actualizada del estado de la investigación, los estudios 3 y 4 profundizan en la importancia de los factores psicológicos en el emprendimiento, destacando la necesidad de considerar la pasión y la curiosidad en el contexto empresarial.

En términos de contribuciones, este cuerpo de investigación avanza en el conocimiento del emprendimiento al proporcionar información valiosa sobre la investigación en orientación emprendedora, curiosidad, perseverancia y determinación. La metodología integrada y la variedad de enfoques utilizados fortalecen la validez y la relevancia de los hallazgos, abriendo nuevas vías para futuras investigaciones en el cruce entre emprendimiento y psicología empresarial.

La tesis, en su conjunto, representa un esfuerzo significativo para comprender y analizar diversos aspectos del emprendimiento desde perspectivas multidisciplinares. Los cuatro estudios independientes pero interrelacionados han explorado la orientación emprendedora, la curiosidad, la perseverancia y la determinación, contribuyendo así al avance del conocimiento en el campo del emprendimiento y la psicología empresarial.

Desde una panorámica histórica hasta la exploración de dimensiones psicológicas, esta tesis ofrece una perspectiva integral sobre la evolución de la investigación en orientación emprendedora, curiosidad, perseverancia y determinación. Los resultados y conclusiones proporcionan una base sólida para futuras investigaciones en el ámbito del emprendimiento, destacando la importancia de considerar tanto los aspectos psicológicos como las tendencias históricas en este campo en constante evolución.

1. Capítulo 1: Marco Teórico.

1.1. Contexto global del concepto de orientación emprendedora, curiosidad y *GRIT*.

En el actual panorama globalizado, el entorno empresarial se halla inmerso en una constante y dinámica evolución, que encuentra su fundamento en las transformaciones tecnológicas, económicas y sociales, todas las cuales imprimen su influencia en la manera en que las organizaciones llevan a cabo sus operaciones y compiten en el mercado. Este contexto de cambios disruptivos y acelerados es moldeado por la acción activa de diversos actores, quienes se involucran en estos procesos en búsqueda de oportunidades y ventajas competitivas (Boada-Grau *et al.*, 2016; Ramachandran y Ramnarayan, 1993). Estos agentes, además, se caracterizan por albergar una orientación emprendedora particularmente destacada, lo que les permite no solo adaptarse a los cambios, sino también promoverlos y liderarlos.

En este trasfondo de transformaciones vertiginosas y desafiantes, emergen los conceptos de orientación emprendedora, curiosidad y *GRIT*, como elementos esenciales que no solo captan la atención de la literatura académica, sino que también desempeñan un papel crítico en la práctica empresarial. Estos conceptos se alzan como pilares en la búsqueda del éxito y la sostenibilidad en los diversos ámbitos dinámicos que caracterizan al entorno actual (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Boada-Grau *et al.*, 2016; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008). No solo son dimensiones que influyen en el desempeño

individual de los actores, sino que también ejercen un impacto profundo en áreas tan cruciales como la innovación, el crecimiento económico y la adaptabilidad de las organizaciones en un escenario global y altamente competitivo (Boada-Grau *et al.*, 2016; Barrientos Oradini *et al.*, 2022).

La orientación emprendedora, en su esencia, se configura como un catalizador que permite a los individuos y a las organizaciones no sólo reaccionar ante los cambios, sino adelantarse a ellos y configurarlos a su favor. Este enfoque proactivo e innovador se vincula con la identificación y aprovechamiento de oportunidades, incluso en situaciones desafiantes (Boada-Grau *et al.*, 2016). Las referencias a las actitudes, a las percepciones de oportunidades y a las motivaciones empresariales, presentes en la literatura (Boada-Grau *et al.*, 2016; Ramachandran y Ramnarayan, 1993) subrayan la complejidad y la amplitud de esta multidimensional categoría emprendedora. En un mundo en constante cambio, la habilidad para anticiparse, actuar y liderar se convierte en un diferenciador fundamental para quienes aspiran a un rendimiento sobresaliente en cualquier ámbito (Ramachandran y Ramnarayan, 1993).

La curiosidad, por su parte, se erige como un factor motivacional esencial que nutre la búsqueda de nuevos conocimientos, la exploración de ideas innovadoras y la disposición a desafiar los paradigmas establecidos, en el sentido de que la exploración específica, la adquisición de información que falta en un conjunto de conocimientos existente y el aprendizaje orientado al desempeño,

configuran la conducta derivada de este fenómeno psicológico (Litman, 2008). Esta característica intrínseca a la naturaleza humana encuentra su expresión en la disposición a cuestionar, aprender y descubrir, lo que se traduce en un motor poderoso de crecimiento y desarrollo tanto a nivel individual como organizacional (Litman y Jimerson, 2004). La literatura subraya cómo la curiosidad no solo alimenta el proceso de adquirir información (Loewenstein, 1994), sino que también impulsa la resolución de problemas y la generación de ideas creativas (Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008). En una era marcada por la aceleración del conocimiento y la necesidad constante de adaptarse, la curiosidad se perfila como un factor de supervivencia y de prosperidad en un entorno de competencia intensa (Litman, 2008).

En este contexto, el concepto de *GRIT*, caracterizado por su combinación única de perseverancia y pasión por objetivos a largo plazo, emerge como un elemento que conecta la determinación individual con el logro sostenible (Duckworth *et al.*, 2021). En un mundo donde la instantaneidad y la gratificación inmediata a menudo compiten con la constancia y el esfuerzo continuo, el *GRIT* presenta como una cualidad esencial para sobrellevar desafíos, persistir en medio de adversidades y trabajar incansablemente por metas ambiciosas (Cousins *et al.*, 2021; Duckworth *et al.*, 2021). En este sentido, la literatura subraya cómo esta combinación de pasión y perseverancia influye en el éxito individual (Cousins *et al.*, 2021).

En este sentido, en el contexto de un mundo globalizado en constante transformación, la orientación emprendedora, la curiosidad y el *GRIT* emergen como

conceptos fundamentales que determinan no solo el éxito individual, sino también la capacidad de las organizaciones para sobrevivir y prosperar en un entorno altamente competitivo y en constante evolución. La literatura académica y la práctica empresarial convergen en reconocer la importancia de estas dimensiones en la configuración de resultados sobresalientes, ya sea en la innovación, el crecimiento económico o la adaptabilidad (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Cousins *et al.*, 2021; Duckworth *et al.*, 2021). En un mundo donde la adaptación y el liderazgo son imperativos, estos conceptos se erigen como guías esenciales para quienes buscan destacar y perdurar en un entorno global desafiante y en constante cambio.

1.1.1. Orientación emprendedora y su contexto.

En un escenario definido por la incertidumbre y la transformación dinámica, la noción de orientación emprendedora ha ganado prominencia tanto en la literatura académica como en el ámbito empresarial (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Boada-Grau *et al.*, 2016; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Rauch *et al.*, 2009; Lee *et al.*, 2011; Vij y Bedi, 2012). Este constructo abarca una diversidad de características y actitudes que delimitan la disposición de individuos y organizaciones para asumir riesgos, propiciar la innovación y generar valor en entornos en constante evolución (Cho y Lee, 2018; Ramachandran y Ramnarayan, 1993). A lo largo del tiempo, varios investigadores han explorado distintas facetas de la orientación emprendedora, investigando su conexión con variables como el rendimiento académico, la eficacia laboral y la resiliencia psicológica.

En el contexto actual, definido por la volatilidad y la constante evolución, la orientación emprendedora ha emergido como un componente esencial para alcanzar el éxito en múltiples esferas (Ramachandran y Ramnarayan, 1993). Esta orientación, caracterizada por su inclinación a identificar oportunidades, asumir riesgos y buscar activamente la innovación, se erige como un pilar fundamental en la literatura académica y empresarial. Su relevancia ha sido particularmente resaltada en estudios como los realizados por Boada-Grau y colaboradores (2016), quienes enfatizan su conexión con la percepción de oportunidades, las actitudes, la orientación, las motivaciones e incluso la predisposición para enfrentar adversidades. Estas dimensiones intrínsecas no solo respaldan la

adaptabilidad de los individuos, sino que también se extienden a las organizaciones en contextos caracterizados por la alta competitividad (Lee *et al.*, 2011).

El vínculo entre la orientación emprendedora y la identificación de oportunidades se manifiesta como un elemento central en la comprensión de su influencia en el éxito (Boada-Grau *et al.*, 2016; Lee *et al.*, 2011; Vij y Bedi, 2012; Rauch *et al.*, 2009; Ramachandran y Ramnarayan, 1993). La habilidad para reconocer oportunidades viables se encuentra arraigada en la disposición emprendedora y se presenta como un factor determinante en la creación de valor y la exploración de nichos de mercado. Esta aptitud está alineada con la orientación proactiva inherente a los individuos y organizaciones con un enfoque emprendedor, lo que les permite identificar y capitalizar oportunidades emergentes en el panorama económico en constante cambio (Ramachandran y Ramnarayan, 1993).

Por otra parte, las actitudes y orientaciones inherentes a la orientación emprendedora también ostentan un rol destacado en la consecución del éxito. La disposición a asumir riesgos calculados se distingue como una característica definitoria de los emprendedores, quienes están dispuestos a enfrentar situaciones inciertas en búsqueda de recompensas futuras (Rauch *et al.*, 2009). Esta predisposición se halla estrechamente vinculada con la voluntad de innovar y explorar nuevas vías, lo que puede resultar en la diferenciación competitiva y en la creación de productos y servicios únicos en el mercado.

Las motivaciones subyacentes a la orientación emprendedora también merecen una consideración detenida (Lee *et al.*, 2011; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Vij y Bedi, 2012). La búsqueda de independencia, la pasión por materializar ideas innovadoras y el deseo de generar un impacto en la sociedad conforman motores poderosos que impulsan a los individuos hacia el emprendimiento. Estas motivaciones intrínsecas están intrínsecamente relacionadas con el compromiso y la tenacidad necesaria para superar obstáculos y fracasos, lo que impulsa el proceso emprendedor hacia adelante (Rauch *et al.*, 2009).

Un elemento adicional de notable importancia es la disposición a afrontar la adversidad (Lee *et al.*, 2011). La naturaleza inherente al emprendimiento trae consigo desafíos y contratiempos ineludibles, y la capacidad para enfrentarlos con resiliencia resulta fundamental. La orientación emprendedora incentiva a las personas y organizaciones a abrazar estos desafíos como oportunidades de crecimiento y aprendizaje, en contraposición a verlos como obstáculos insuperables. Esta mentalidad resiliente se encuentra en sinergia con el desarrollo del capital psicológico, fortaleciendo la habilidad de mantener la determinación y el optimismo a lo largo de la travesía emprendedora (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Boada-Grau *et al.*, 2016; Lee *et al.*, 2011; Vij y Bedi, 2012; Rauch *et al.*, 2009; Ramachandran y Ramnarayan, 1993).

En contextos empresariales caracterizados por la feroz competencia y la constante evolución, la orientación emprendedora no solo se mantiene como una herramienta valiosa, sino que su importancia se amplifica. La capacidad de identificar oportunidades, adoptar la

innovación, abrazar riesgos y mantener una actitud resiliente define a las empresas y líderes exitosos en la actualidad (Boada-Grau *et al.*, 2016; Lee *et al.*, 2011; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Vij y Bedi, 2012). Las investigaciones en esta área no solo contribuyen a una comprensión más profunda de estos elementos esenciales, sino que también proporcionan una base sólida para el diseño de estrategias que promuevan el éxito empresarial en diversos contextos.

1.1.2. Los factores que influyen en la orientación emprendedora.

En este campo organizacional, la orientación emprendedora se erige como un componente esencial en la búsqueda y consecución del éxito en una variedad de ámbitos (Ramachandran y Ramnarayan, 1993). Su habilidad para identificar oportunidades, adoptar la innovación, enfrentar riesgos y mantener una actitud resiliente define a los emprendedores y a las organizaciones que prosperan en un entorno cambiante y altamente competitivo (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Boada-Grau *et al.*, 2016; Lee *et al.*, 2011; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Rauch *et al.*, 2009; Vij y Bedi, 2012).

La interacción entre la orientación emprendedora, la percepción de oportunidades, las actitudes adoptadas, las motivaciones y la predisposición a enfrentar adversidades conforma una red interdependiente que fomenta la adaptabilidad y el éxito en contextos desafiantes. Las investigaciones en este ámbito no sólo arrojan luz sobre estas interconexiones, sino que también sientan las bases sólidas para el desarrollo de estrategias que promuevan el éxito empresarial en diversos escenarios.

En este contexto, operando de forma subyacente en el constructo de orientación emprendedora, opera el concepto de *GRIT*, definido como la perseverancia y la pasión sostenida hacia objetivos a largo plazo, ha adquirido prominencia en el ámbito de la investigación concerniente a la orientación emprendedora. Duckworth y sus colaboradores (2007, 2014, 2021) han explorado el impacto del *GRIT* en la consecución de éxito a largo plazo. Además de la capacidad cognitiva, elementos como la determinación y la habilidad

de mantener un esfuerzo continuado en la búsqueda de metas desafiantes emergen como determinantes cruciales. Este ethos perseverante se revela como un componente esencial para enfrentar los desafíos inherentes a la empresa emprendedora y para mantenerse resiliente ante los obstáculos, estableciéndose como un elemento fundamental del comportamiento orientado por una actitud emprendedora y empresarial (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Boada-Grau *et al.*, 2016; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Lee *et al.*, 2011; Vij y Bedi, 2012; Rauch *et al.*, 2009).

Por otro lado, el capital psicológico, compuesto por elementos tales como la autoeficacia, el optimismo, la esperanza y la resiliencia, juega un rol fundamental en la orientación emprendedora. Indagaciones como las llevadas a cabo por Baluku *et al.* (2016) y Wang *et al.* (2018, 2023) han establecido la relación entre el capital psicológico y el éxito en el ámbito empresarial. La habilidad para encarar desafíos con una disposición optimista y la capacidad de sobreponerse a la adversidad son fundamentales para la empresa emprendedora exitosa. El capital psicológico opera como un recurso interno que potencia la habilidad para sortear contratiempos y mantener la motivación en la persecución de objetivos.

En este campo, la curiosidad, aunque examinada con menor frecuencia en relación a la orientación emprendedora, aún desempeña un papel trascendental en este contexto. Investigadores como Loewenstein (1994) o Litman y Jimerson (2004) han señalado que la curiosidad opera como un sentimiento de privación que

estimula a los individuos a buscar información y solventar problemas. Esta disposición resulta esencial para la identificación de oportunidades y la generación de innovación en el ámbito emprendedor. En este sentido, la curiosidad fomenta una búsqueda continua de conocimiento y facilita la adaptabilidad ante circunstancias cambiantes, aspectos esenciales en el entorno empresarial caracterizado por su dinamismo.

En este contexto, la indagación sobre la orientación emprendedora y su relación con el *GRIT*, el capital psicológico y la curiosidad trasciende las fronteras académicas para impactar directamente en la manera en que individuos y organizaciones enfrentan los retos y las ocasiones en un mundo en constante metamorfosis (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Boada-Grau *et al.*, 2016; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Lee *et al.*, 2011; Vij y Bedi, 2012; Rauch *et al.*, 2009). De esta forma, la orientación emprendedora se ha convertido en un tema de investigación y debate en el campo del emprendimiento y la gestión, en relación a la disposición de una persona u organización para identificar oportunidades, asumir riesgos, innovar y adaptarse a los cambios del entorno empresarial. Investigaciones recientes han demostrado que la orientación emprendedora está directamente relacionada con el desempeño empresarial y la capacidad de una organización para prosperar en un entorno dinámico (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Boada-Grau *et al.*, 2016; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Lee *et al.*, 2011; Vij y Bedi, 2012; Rauch *et al.*, 2009). Barriopedro, Quintana y Ruiz (2018) definen el concepto de *GRIT* como la perseverancia en el esfuerzo y la consistencia en los intereses para la consecución de objetivos, y predicen su éxito en diferentes ámbitos, por ejemplo, en el campo emprendedor. Además, señalan que la orientación emprendedora es fundamental para el fenómeno del emprendimiento y está

ligada a la percepción de oportunidades, las actitudes, el fracaso y las motivaciones empresariales. Esto sugiere que una organización orientada hacia el emprendimiento es capaz de identificar y aprovechar nuevas oportunidades, implementar innovaciones y superar desafíos con resiliencia. Los estudios de Vij y Bedi (2012) resaltan que una orientación emprendedora sólida está relacionada con un alto rendimiento empresarial. La orientación emprendedora se manifiesta a través de variables como la innovación, la asunción de riesgos, la proactividad y la agresividad competitiva. La combinación de estas cualidades permite a las organizaciones adaptarse a los cambios del mercado, generar ventajas competitivas y mantenerse relevantes en un entorno empresarial en constante cambio.

1.1.3. La orientación emprendedora y la curiosidad

En el marco actual, donde la incertidumbre y la transformación constante son la norma, la curiosidad emerge como un elemento esencial que impulsa tanto la innovación como el aprendizaje (Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004). Investigaciones rigurosas sugieren que la curiosidad actúa como un motor que motiva a las personas a explorar nuevas ideas, buscar información y abordar problemas de manera creativa. En este sentido, Litman y Spielberger (2003) han definido la curiosidad epistémica como un sentimiento arraigado en el interés y el deseo de conocimiento, mientras que Litman y Jimerson (2004) han aportado la perspectiva de la curiosidad como un sentimiento de privación, el cual motiva a las personas a reducir la incertidumbre mediante la búsqueda de respuestas.

En el contexto empresarial, donde la capacidad de adaptación y la innovación son factores críticos para el éxito, la curiosidad emerge como un recurso de valor inmenso (Barrientos Oradini *et al.*, 2022). La disposición de las organizaciones y los individuos a cuestionar el status quo, explorar nuevas perspectivas y descubrir soluciones creativas puede conferir una ventaja competitiva significativa en un entorno altamente competitivo y en constante cambio. Así, la curiosidad se vuelve un catalizador de la orientación emprendedora, ya que ambas cualidades comparten un enfoque común en la búsqueda constante de oportunidades y la disposición intrínseca a experimentar con ideas innovadoras y no convencionales (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Loewenstein, 1994;

Litman y Spielberg, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993).

La curiosidad, en tanto que impulso hacia la búsqueda y la adquisición de conocimiento, se conecta de manera evidente con el proceso de identificación de oportunidades en el contexto empresarial (Loewenstein, 1994; Litman y Spielberg, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008). La disposición a cuestionar las normas establecidas y explorar nuevas direcciones puede llevar a la identificación de nichos no explorados y a la concepción de soluciones originales para problemas existentes. En este sentido, la investigación de Litman y Jimerson (2004) acerca de la curiosidad como sentimiento de privación es particularmente relevante, ya que subraya cómo la necesidad de reducir la incertidumbre y la falta de información impulsa a las personas a buscar respuestas a través de la exploración activa.

La literatura también resalta que la curiosidad no solo es una característica individual, sino que puede ser fomentada y nutrida a nivel organizacional (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Baluku *et al.*, 2016; Baron *et al.*, 2016; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Loewenstein, 1994; Litman y Spielberg, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Newman *et al.*, 2014). Las empresas que fomentan un entorno que valora y promueve la curiosidad pueden cosechar beneficios en términos de innovación y adaptabilidad. Los líderes y gerentes pueden desempeñar un papel crucial al crear una cultura que aliente la exploración

intelectual, el cuestionamiento constructivo y la búsqueda de nuevas oportunidades. En este contexto, la curiosidad se convierte en un activo estratégico que impulsa la mentalidad de la organización hacia una orientación emprendedora.

En este sentido, la curiosidad se posiciona como un elemento fundamental que impulsa la innovación y el aprendizaje en el entorno empresarial y más allá (Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Newman *et al.*, 2014). La disposición a explorar nuevas ideas, buscar información y abordar desafíos con creatividad se alinea de manera intrínseca con la orientación emprendedora (Baluku *et al.*, 2016; Baron *et al.*, 2016; Barrientos Oradini *et al.*, 2022 Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Loewenstein, 1994; Litman y Spielberg, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Newman *et al.*, 2014; Wang *et al.*, 2018). La literatura académica respalda esta conexión, ofreciendo perspectivas valiosas sobre cómo la curiosidad puede ser conceptualizada y fomentada para generar una ventaja competitiva en un entorno caracterizado por la competencia feroz y la constante evolución. En última instancia, comprender y nutrir la curiosidad puede brindar a las organizaciones la capacidad de adaptarse, innovar y prosperar en contextos cambiantes y desafiantes.

Este estrecho vínculo entre la curiosidad y la orientación emprendedora se refuerza aún más cuando se consideran los aspectos cognitivos y emocionales asociados con ambas cualidades. La curiosidad no solo se trata de buscar respuestas y soluciones, sino que también implica un deseo genuino de entender, explorar y ampliar los límites del conocimiento existente (Litman y Spielberg, 2003). En este sentido, se puede argumentar

que la curiosidad proporciona la base cognitiva sobre la cual se pueden identificar oportunidades innovadoras en el mundo empresarial.

Además, la curiosidad está estrechamente ligada a la voluntad de asumir riesgos y explorar lo desconocido. La disposición a cuestionar y explorar implica una apertura a la posibilidad de fracasar o encontrar resultados inesperados. Esto es particularmente relevante en el contexto de la orientación emprendedora, donde la toma de riesgos calculados es una característica central. Los emprendedores exitosos no solo deben ser capaces de identificar oportunidades, sino también de enfrentar la incertidumbre y la posibilidad de fracaso con resiliencia y determinación. La literatura sobre curiosidad respalda esta conexión, ya que la disposición a abrazar lo desconocido y afrontar la incertidumbre es una parte inherente de la búsqueda activa de conocimiento (Litman y Jimerson, 2004).

A nivel emocional, la curiosidad puede ser vista como una emoción que impulsa la exploración y la búsqueda de información (Litman y Spielberger, 2003). En este sentido, la curiosidad puede actuar como un motor motivacional que impulsa a los individuos a buscar oportunidades y soluciones que se alineen con sus intereses y deseos. Esta motivación intrínseca es coherente con la idea de la orientación emprendedora como una disposición impulsada por la pasión y el deseo de crear valor y marcar la diferencia en el entorno empresarial.

El papel de la curiosidad en la orientación emprendedora también se manifiesta en la capacidad de adaptación ante los cambios y desafíos. La curiosidad fomenta una mentalidad flexible que busca nuevas formas de abordar problemas y aprovechar oportunidades emergentes (Baluku *et al.*, 2016; Baron *et al.*, 2016; Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Newman *et al.*, 2014; Wang *et al.*, 2018). Esta adaptabilidad es fundamental en un entorno empresarial caracterizado por su dinamismo y evolución constante. La literatura existente sugiere que la curiosidad está asociada con la disposición de aprender y adaptarse a nuevos escenarios (Litman y Spielberger, 2003), lo cual se superpone con la noción de que los emprendedores exitosos deben ser capaces de ajustarse rápidamente a las demandas cambiantes del mercado.

En este sentido, la curiosidad emerge como un factor esencial en el contexto de la orientación emprendedora (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Baluku *et al.*, 2016; Baron *et al.*, 2016; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Newman *et al.*, 2014; Wang *et al.*, 2018). Tanto a nivel cognitivo como emocional, la curiosidad impulsa la búsqueda de oportunidades, la asunción de riesgos, la adaptabilidad y la innovación. La literatura académica sobre la curiosidad respalda la idea de que esta cualidad puede ser conceptualizada y fomentada para fortalecer la orientación emprendedora de individuos y organizaciones. En un mundo empresarial cada vez más competitivo y cambiante, comprender y promover la curiosidad puede ser un diferenciador crítico que impulsa la capacidad de adaptación, innovación y éxito a largo plazo.

1.1.4. La orientación emprendedora y el *GRIT*

Junto a esto, el concepto de *GRIT* (Al Issa, 2020), como definido por Duckworth y Peterson (2007), se refiere a la combinación de perseverancia y pasión por objetivos a largo plazo (Alhadabi y Karpinski, 2020; Collantes-Tique *et al.*, 2021). Esta cualidad ha ganado prominencia en la literatura académica y empresarial al demostrar ser un determinante clave del éxito en una variedad de campos, abarcando desde la educación hasta el ámbito profesional. La investigación de Duckworth y Gross (2014) destaca la relación entre el autocontrol y el *GRIT*, mostrando cómo estas cualidades están intrínsecamente ligadas al logro de objetivos al requerir la habilidad de mantener la dedicación y el enfoque en metas desafiantes a lo largo del tiempo. El *GRIT*, por lo tanto, emerge como un componente interdependiente en el tejido de habilidades y actitudes necesarias para el éxito sostenible (Barriopedro *et al.*, 2018).

Al profundizar en la conexión entre *GRIT*, orientación emprendedora y curiosidad, se revela una interdependencia fundamental que fortalece la capacidad de individuos y organizaciones para prosperar en entornos cambiantes y competitivos. La persistencia y pasión que caracterizan al *GRIT* (Christopoulou *et al.*, 2018; Kwon, 2021) se entrelazan con los atributos de la orientación emprendedora y la curiosidad de manera holística. La orientación emprendedora, al promover la identificación y explotación de oportunidades, se beneficia enormemente de la tenacidad y dedicación que el *GRIT* impulsa (Duckworth *et al.*,

2007; Singh *et al.*, 2021). La voluntad de enfrentar riesgos y la capacidad de mantenerse enfocado en objetivos a largo plazo son atributos compartidos por ambas cualidades, creando una sinergia que potencia la resiliencia y la adaptabilidad.

Por otro lado, la curiosidad amplifica esta dinámica al proporcionar el motor cognitivo y emocional necesario para impulsar la innovación y el aprendizaje continuo. La disposición a explorar nuevas ideas y abordajes se beneficia de la perseverancia y la pasión del *GRIT* (Duckworth y Gross, 2014; Lee, 2022), ya que enfrentar lo desconocido requiere la fortaleza para superar obstáculos y la firmeza para mantener el interés en objetivos a largo plazo. En este sentido, la curiosidad puede considerarse como el faro que guía la dirección en la cual la orientación emprendedora y el *GRIT* actúan en conjunto, influyendo en la toma de decisiones y en la búsqueda de soluciones creativas en el panorama empresarial en constante cambio (Duckworth *et al.*, 2021).

En un mundo globalizado y altamente competitivo, la conjunción de la orientación emprendedora, la curiosidad y el *GRIT* se convierte en un imperativo para el éxito y la sostenibilidad de individuos y organizaciones (Jordan *et al.*, 2019). La orientación emprendedora provee la agudeza estratégica necesaria para identificar y capitalizar oportunidades emergentes, mientras que la curiosidad alimenta la innovación constante que asegura la relevancia en un entorno en evolución. El *GRIT*, a su vez, respalda la resiliencia requerida para superar los obstáculos inherentes al proceso emprendedor y mantener un compromiso sostenido con objetivos a largo plazo (Karaman *et al.*, 2019; Wang *et al.*, 2023).

Es fundamental reconocer que estos conceptos no operan en compartimentos aislados, sino que interactúan y se refuerzan mutuamente. La sinergia entre orientación emprendedora, curiosidad y *GRIT* (Kim *et al.*, 2021; Datu *et al.*, 2021) crea una ecología de cualidades que se potencian entre sí, generando un efecto compuesto en la capacidad de individuos y organizaciones para navegar la complejidad y el cambio constante. La comprensión y promoción de estas cualidades no solo se traduce en un éxito individual y organizacional más sólido, sino que también contribuye al enriquecimiento de la teoría y la práctica empresarial en un contexto globalizado y competitivo (Lee y Jang, 2018).

En última instancia, la profunda comprensión de la orientación emprendedora, la curiosidad y el *GRIT* (Samborowski *et al.*, 2021) provee una base robusta para el desarrollo de estrategias y políticas empresariales efectivas. A medida que el entorno empresarial continúa evolucionando y desafiando las normas establecidas, estas cualidades seguirán siendo esenciales para no solo sobrevivir, sino también para prosperar en un paisaje empresarial cada vez más dinámico y competitivo (Mirza *et al.*, 2021; Cousins *et al.*, 2021). Las investigaciones y aplicaciones prácticas que exploran y fomentan estas cualidades contribuyen no solo a la teoría empresarial, sino también a la capacidad de individuos y organizaciones para enfrentar los desafíos y oportunidades del mundo empresarial actual.

La conexión intrincada entre la orientación emprendedora, la curiosidad y el *GRIT* (Allen *et al.*, 2021; Schwaba *et al.*, 2018) encuentra su resonancia en la

mentalidad de los líderes y emprendedores exitosos. Estos individuos comprenden la importancia de cultivar estas cualidades y aplicarlas de manera estratégica en sus esfuerzos. La orientación emprendedora les permite ver más allá de las limitaciones actuales y abrazar la innovación como una herramienta esencial para evolucionar y destacar en mercados competitivos. La curiosidad actúa como una brújula que los guía hacia la búsqueda constante de conocimiento y soluciones creativas, permitiéndoles anticipar y adaptarse a los cambios en el entorno empresarial.

El *GRIT* (Nothnagle y Knoester, 2022), por su parte, infunde a los líderes y emprendedores con la determinación y resistencia necesarias para enfrentar los obstáculos inevitables que acompañan al camino del éxito. La capacidad de mantener la pasión y el enfoque en objetivos a largo plazo es un atributo valioso en un entorno donde las distracciones y los desafíos pueden desviar el camino hacia el éxito (Postigo *et al.*, 2023). Los líderes y emprendedores exitosos reconocen que el logro sostenible requiere más que una mentalidad oportunista; exige una combinación de visión, persistencia y adaptabilidad.

No obstante, es importante tener en cuenta que estas cualidades no son una receta infalible para el éxito instantáneo. Más bien, son cualidades que se nutren y refinan con el tiempo y la experiencia. El desarrollo de la orientación emprendedora, la curiosidad y el *GRIT* (Yu *et al.*, 2021) requiere un compromiso constante con el crecimiento personal y profesional. Los líderes y emprendedores exitosos a menudo han enfrentado fracasos y contratiempos, pero es su capacidad para aprender de estas experiencias y seguir adelante con determinación lo que define su éxito duradero (Bernardy y Antoni, 2021).

En última instancia, la comprensión profunda de la interrelación entre la orientación emprendedora, la curiosidad y el *GRIT* (Morell *et al.*, 2021) trasciende los límites de la academia para impactar directamente en la forma en que individuos y organizaciones enfrentan los desafíos y oportunidades de un mundo en constante cambio. Estas cualidades se han erigido como pilares fundamentales para el éxito sostenible en un contexto globalizado y competitivo (Ain *et al.*, 2021). La investigación y aplicación continua de estos conceptos no solo enriquece el campo de la teoría empresarial, sino que también informa las estrategias y prácticas empresariales efectivas en un mundo en constante evolución.

En este sentido, la orientación emprendedora, la curiosidad y el *GRIT* (Rioux *et al.*, 2022) se entrelazan de manera intrincada para formar un tejido de cualidades esenciales en el panorama empresarial actual. La interdependencia entre estas cualidades refleja una sinergia que amplifica la capacidad de individuos y organizaciones para prosperar en un entorno globalizado y competitivo. Estas cualidades no solo representan atributos deseables, sino que también actúan como impulsores del cambio, la innovación y el éxito sostenible. A medida que las dinámicas empresariales continúan evolucionando, estas cualidades seguirán siendo piedras angulares en la construcción de un futuro empresarial exitoso y sostenible (Matthews y Edmondson, 2022).

1.2. Orientación emprendedora en relación al contexto global.

La orientación emprendedora (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Boada-Grau *et al.*, 2016; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Rauch *et al.*, 2009; Lee *et al.*, 2011; Vij *et al.*, 2012; Cho y Lee, 2018) se ha convertido en un tema relevante y crítico en el panorama económico global. Numerosos estudios han demostrado que los emprendedores son una fuente significativa de innovación, creación de empleo y generación de riqueza. La creación y el crecimiento de nuevas empresas fomentan la competencia y la diversificación económica, impulsando el desarrollo a largo plazo de las naciones. Además de contribuir al desarrollo económico, la orientación emprendedora también está estrechamente vinculada con la solución de problemas sociales y medioambientales. Los emprendedores pueden abordar desafíos como la escasez de recursos, la falta de acceso a servicios básicos y la sostenibilidad ambiental, a través de la implementación de soluciones innovadoras y sostenibles.

La orientación emprendedora está influenciada por una serie de factores tanto a nivel individual como contextual (Ramachandran y Ramnarayan, 1993). A nivel individual, la personalidad del emprendedor, sus experiencias previas y su capacidad de asumir riesgos juegan un papel crucial en la toma de decisiones emprendedoras (Boada-Grau *et al.*, 2016; Cho y Lee, 2018; Barrientos Oradini *et al.*, 2022). La educación y la formación en emprendimiento también desempeñan un papel en el desarrollo de habilidades y

conocimientos necesarios para emprender con éxito. En el ámbito contextual, factores como el entorno económico, político y social, la disponibilidad de recursos financieros y el acceso a redes de apoyo, como incubadoras y aceleradoras, también tienen un impacto significativo en la orientación emprendedora. Los ecosistemas emprendedores prósperos y bien desarrollados tienden a fomentar una mayor actividad emprendedora.

El papel del gobierno en la promoción de la orientación emprendedora es esencial (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Cho y Lee, 2018). Los gobiernos pueden diseñar e implementar políticas y programas que faciliten el desarrollo de empresas emergentes y el crecimiento de nuevas empresas. Estas políticas pueden incluir incentivos fiscales, financiamiento a tasas preferenciales, capacitación y asesoramiento empresarial, y simplificación de trámites administrativos. Además, la colaboración entre el gobierno, el sector académico y la industria puede fomentar la investigación y el desarrollo de tecnologías innovadoras, lo que a su vez impulsaría el espíritu emprendedor y la competitividad económica (Ramachandran y Ramnarayan, 1993).

El futuro de la orientación emprendedora se presenta prometedor, pero también enfrenta desafíos significativos. La continua globalización y digitalización abrirán nuevas oportunidades para los emprendedores, permitiéndoles acceder a mercados internacionales y utilizar tecnologías emergentes para la innovación (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Ramachandran y Ramnarayan, 1993). Sin embargo,

los emprendedores también deberán enfrentar desafíos como la intensa competencia, la rápida obsolescencia tecnológica y los cambios en la regulación comercial. La sostenibilidad y la responsabilidad social también serán aspectos fundamentales en el camino hacia un emprendimiento más ético y orientado al bien común. De esta forma, la orientación emprendedora desempeña un papel esencial en el desarrollo económico y social a nivel mundial (Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Rauch *et al.*, 2009; Lee *et al.*, 2011; Vij *et al.*, 2012). Comprender los factores que influyen en el espíritu emprendedor y desarrollar políticas efectivas para su promoción son tareas cruciales para asegurar un futuro próspero. La ciencia y la academia tienen un rol fundamental en el análisis y diseño de estrategias que impulsen el crecimiento sostenible de la actividad emprendedora a nivel global.

En este marco, América Latina ha experimentado un aumento notable en la actividad emprendedora en las últimas décadas. El espíritu emprendedor ha sido impulsado por una creciente cultura de innovación y un mayor acceso a la tecnología y la información (Boada-Grau *et al.*, 2016; Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Rauch *et al.*, 2009; Lee *et al.*, 2011; Vij *et al.*, 2012; Cho y Lee, 2018). Países como Brasil, México, Colombia y Chile han sido reconocidos como líderes en emprendimiento en la región. Sin embargo, persisten desafíos como la falta de acceso a financiamiento, la inestabilidad política y económica, y la burocracia en los procesos de creación y desarrollo de empresas. La brecha de género también es un tema relevante, ya que las mujeres emprendedoras enfrentan barreras adicionales para acceder a recursos y oportunidades.

La orientación emprendedora en América Latina está fuertemente influenciada por factores culturales y socioeconómicos. La cultura emprendedora varía entre los países de la región, con algunas sociedades que valoran más el riesgo y la innovación que otras. Además, las redes sociales y la colaboración entre emprendedores son fundamentales para el éxito de las nuevas empresas (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Cho y Lee, 2018). Las condiciones socioeconómicas también juegan un papel significativo. La desigualdad de ingresos y la falta de acceso a educación y oportunidades pueden limitar el acceso de ciertos grupos de la población al emprendimiento. Por otro lado, la resiliencia y la creatividad son características distintivas de los emprendedores en América Latina, lo que les permite superar obstáculos y encontrar soluciones innovadoras.

Los gobiernos en América Latina han reconocido la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico y social de la región. En respuesta, han implementado diversas políticas y programas para fomentar el espíritu emprendedor (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Boada-Grau *et al.*, 2016; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Rauch *et al.*, 2009; Lee *et al.*, 2011; Vij *et al.*, 2012; Cho y Lee, 2018). Estas políticas van desde la creación de fondos de inversión para startups hasta la implementación de incentivos fiscales y la promoción de la educación en emprendimiento. No obstante, la efectividad de estas políticas puede variar según el país y es fundamental abordar los desafíos estructurales y la corrupción para crear un entorno propicio para el emprendimiento en toda la región.

El futuro del emprendimiento en América Latina presenta oportunidades y desafíos. La región tiene un gran potencial para generar soluciones innovadoras y sostenibles que aborden los problemas sociales y medioambientales existentes (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Boada-Grau *et al.*, 2016; Lee *et al.*, 2011; Vij *et al.*, 2012; Cho y Lee, 2018). La colaboración entre el sector público, privado y académico será esencial para impulsar el desarrollo emprendedor y superar las limitaciones actuales. El acceso a la educación en emprendimiento y a recursos financieros, así como la promoción de la igualdad de género, serán aspectos críticos para el crecimiento inclusivo del emprendimiento en América Latina.

De esta forma, América Latina se encuentra en un momento clave en el desarrollo de su orientación emprendedora. La región tiene el potencial de convertirse en un polo de innovación y desarrollo, pero para lograrlo, es necesario abordar los desafíos estructurales y crear un ecosistema emprendedor colaborativo, inclusivo y sostenible. La ciencia y la academia tienen un papel esencial en la identificación de estrategias efectivas y en la generación de conocimiento para promover un emprendimiento que beneficie a toda la sociedad latinoamericana (Boada-Grau *et al.*, 2016; Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Rauch *et al.*, 2009; Lee *et al.*, 2011; Vij *et al.*, 2012; Cho y Lee, 2018).

1.2.1. Factores que influyen en la orientación emprendedora.

En este sentido, la orientación emprendedora se refiere a la capacidad de identificar oportunidades y tomar la iniciativa para crear, desarrollar y gestionar proyectos innovadores (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Rauch *et al.*, 2009; Lee *et al.*, 2011; Vij *et al.*, 2012; Boada-Grau *et al.*, 2016; Cho y Lee, 2018). Por otro lado, la curiosidad se presenta como un rasgo psicológico que impulsa a las personas a buscar nuevas experiencias y conocimientos. La combinación de estos dos elementos puede generar un impacto significativo en el desarrollo económico y social a nivel global.

La orientación emprendedora ha ganado un reconocimiento creciente en los últimos años como motor del crecimiento económico y la generación de empleo en diversas naciones (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Ramachandran y Ramnarayan, 1993). Múltiples investigaciones han demostrado que las economías con una mayor proporción de emprendedores exitosos tienden a experimentar una mayor prosperidad y estabilidad. Sin embargo, en un mundo cada vez más complejo e interconectado, el enfoque exclusivo en la orientación emprendedora puede no ser suficiente para garantizar la sostenibilidad y el progreso a largo plazo.

La curiosidad (Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008), entendida como un motor para el descubrimiento y la adquisición de nuevos conocimientos, ha sido reconocida como un factor esencial en el proceso emprendedor. Un emprendedor curioso tiende a buscar oportunidades, desafiar el statu quo y experimentar con ideas innovadoras. Esta búsqueda activa de información y la voluntad de explorar nuevas posibilidades son fundamentales para la identificación de oportunidades de negocio disruptivas y el desarrollo de soluciones creativas.

En este contexto, la educación y el fomento de la curiosidad desde una edad temprana pueden desempeñar un papel vital en la formación de futuros emprendedores (Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003). Un enfoque pedagógico que promueva la curiosidad y la creatividad en los estudiantes puede cultivar una mentalidad emprendedora y fomentar el desarrollo de habilidades necesarias para afrontar los desafíos del siglo XXI.

En este marco, la orientación emprendedora, el *GRIT* y la curiosidad son componentes esenciales para el éxito de los emprendedores en cualquier contexto (Boada-Grau *et al.*, 2016; Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Cousins *et al.*, 2021; Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Rauch *et al.*, 2009; Lee *et al.*, 2011; Vij *et al.*, 2012; Cho y Lee, 2018). En América Latina, estas cualidades se combinan para enfrentar los desafíos y oportunidades únicas que caracterizan el entorno empresarial regional. La orientación emprendedora proporciona la base para identificar oportunidades y asumir riesgos calculados, mientras que el *GRIT* y la perseverancia permiten a los emprendedores superar

las dificultades persistentes. La curiosidad, por su parte, alimenta la creatividad, la búsqueda de soluciones innovadoras y el aprendizaje constante, aspectos esenciales para el desarrollo sostenible de los emprendimientos en América Latina.

En este campo, la curiosidad desempeña un papel crucial en la orientación emprendedora (Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993), ya que impulsa a los individuos a explorar nuevas ideas, tecnologías y mercados. Los emprendedores curiosos son más propensos a buscar oportunidades fuera de lo común, lo que puede llevar a la creación de soluciones innovadoras y disruptivas.

La curiosidad también está estrechamente relacionada con el aprendizaje continuo, lo que permite a los emprendedores mejorar sus habilidades y conocimientos, adaptándose a un entorno empresarial en constante cambio (Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993).

El *GRIT* (Baron *et al.*, 2016; Barriopedro *et al.*, 2018; Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth y Gross, 2014; Karaman *et al.*, 2019; Al Issa, 2020; Datu, 2021; Lee, 2022; Wang *et al.*, 2023) juega un papel fundamental en el desarrollo emprendedor en América Latina, donde los emprendedores enfrentan diversos desafíos y obstáculos. La perseverancia y la pasión a largo plazo son esenciales para mantenerse enfocado en los objetivos a pesar de las dificultades y los fracasos. El

GRIT también ayuda a los emprendedores a aprender de sus errores y fracasos (Al Issa, 2020; Datu, 2021; Lee, 2022; Wang *et al.*, 2023), lo que puede ser especialmente valioso en un contexto donde la falta de recursos y la incertidumbre pueden ser más pronunciados. El fomento del *GRIT* y la curiosidad entre los emprendedores en América Latina es fundamental para crear un ecosistema emprendedor más sostenible y próspero en la región (Barriopedro *et al.*, 2018; Baron *et al.*, 2016; Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth y Gross, 2014). Los programas de capacitación y desarrollo empresarial deben incorporar estrategias para cultivar la perseverancia y el espíritu indagador. El acceso a oportunidades de aprendizaje continuo, mentorías y redes de apoyo también puede contribuir a fortalecer estas cualidades en los emprendedores. Asimismo, el reconocimiento y valoración de la resiliencia y la curiosidad en la sociedad y el entorno empresarial pueden incentivar a los emprendedores a mantenerse firmes en su búsqueda de soluciones innovadoras y sostenibles. La sinergia entre la orientación emprendedora, el *GRIT* y la curiosidad es esencial para el desarrollo emprendedor en América Latina (Baron *et al.*, 2016; Barriopedro *et al.*, 2018; Datu, 2021; Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth y Gross, 2014; Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Karaman *et al.*, 2019; Al Issa, 2020; Lee, 2022; Wang *et al.*, 2023). Fomentar estas cualidades entre los emprendedores puede potenciar el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos en la región, y la ciencia y la academia tienen un papel fundamental en la identificación de estrategias efectivas para impulsar estas cualidades en el entorno empresarial latinoamericano.

1.2.2. El contexto emprendedor y la curiosidad.

La situación mundial actual refleja una diversidad de enfoques en cuanto al reconocimiento de la importancia de la curiosidad en el contexto emprendedor (Loewenstein, 1994; Litman y Spielberg, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993). En un análisis comparativo, se observa que ciertos países han avanzado considerablemente en la comprensión de cómo la curiosidad actúa como un motor esencial para la innovación y el desarrollo empresarial. Estas naciones han implementado programas educativos progresivos que no solo promueven el aprendizaje académico, sino que también fomentan el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la experimentación creativa. Estos enfoques educativos cultivan un ambiente que alienta a los estudiantes a explorar sus intereses, cuestionar el status quo y desarrollar habilidades transferibles al ámbito empresarial (Litman y Spielberg, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993).

No obstante, a pesar de estos avances, persisten desafíos significativos en la promoción de una cultura global de curiosidad y emprendimiento, en este sentido, en muchas sociedades, las normas culturales y las expectativas sociales siguen favoreciendo la estabilidad y la conformidad sobre la innovación y el riesgo (Loewenstein, 1994; Litman y Spielberg, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993). Este enfoque conservador puede limitar

la disposición de los individuos a cuestionar el statu quo, experimentar con nuevas ideas y asumir riesgos en busca de oportunidades empresariales. Además, la distribución desigual de recursos y oportunidades a nivel mundial crea barreras para que algunos individuos puedan perseguir sus inquietudes emprendedoras, lo que perpetúa desigualdades en el acceso al emprendimiento.

La sinergia entre la orientación emprendedora y la curiosidad es un potente catalizador para el progreso económico y social en la sociedad contemporánea (Loewenstein, 1994; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993). La promoción de la curiosidad a través de sistemas educativos inclusivos y de políticas sociales receptivas puede dar lugar a un aumento en la actividad emprendedora. La adopción de un enfoque que cultive la curiosidad desde temprana edad permite a los individuos desarrollar una mentalidad abierta y una disposición a explorar nuevas ideas y enfoques, cualidades cruciales en el ámbito empresarial.

En este sentido, los responsables de la formulación de políticas y los líderes empresariales desempeñan un papel fundamental en la construcción de un entorno propicio para la orientación emprendedora y la curiosidad (Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993). La inversión en programas educativos que fomenten la creatividad, la experimentación y la adquisición de nuevos conocimientos puede establecer las bases para una generación de emprendedores con una mentalidad abierta y un enfoque innovador. Además, la implementación de políticas que respalden la diversidad, la equidad y la

inclusión puede garantizar que todas las voces y perspectivas tengan la oportunidad de contribuir al ecosistema emprendedor.

En última instancia, la convergencia de la orientación emprendedora y la curiosidad ofrece una oportunidad sin precedentes para abordar los desafíos globales con audacia y creatividad (Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993). Estos conceptos se interconectan en un ciclo virtuoso: la orientación emprendedora impulsa a los individuos y organizaciones a buscar soluciones innovadoras, mientras que la curiosidad promueve la exploración constante de nuevas ideas y enfoques. Juntas, estas cualidades pueden ser un motor de cambio y desarrollo sostenible en un mundo en constante evolución.

En este sentido, el reconocimiento y la promoción de la curiosidad en conjunción con la orientación emprendedora representan un paso esencial hacia un futuro más próspero e inclusivo. A medida que las sociedades y las economías se enfrentan a una transformación continua, la curiosidad y la orientación emprendedora emergen como cualidades fundamentales para navegar por la complejidad y el cambio constante (Al Issa, 2020; Baron *et al.*, 2016; Barriopedro *et al.*, 2018; Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth y Gross, 2014; Karaman *et al.*, 2019; Datu, 2021; Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Lee, 2022; Wang *et al.*, 2023). El fomento de una cultura de curiosidad y emprendimiento a nivel global

puede abrir nuevas puertas de oportunidad y catalizar la innovación necesaria para abordar los desafíos actuales y futuros.

La implementación efectiva de una cultura de curiosidad y emprendimiento a nivel global requiere un enfoque holístico y colaborativo que involucre a diversos actores, desde gobiernos y educadores hasta líderes empresariales y la sociedad en su conjunto. En este sentido, las políticas educativas desempeñan un papel esencial al establecer las bases para cultivar la curiosidad desde las etapas iniciales del desarrollo humano (Al Issa, 2020; Barriopedro *et al.*, 2018; Datu, 2021; Loewenstein, 1994; Litman y Spielberg, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Karaman *et al.*, 2019; Lee, 2022; Wang *et al.*, 2023). Programas educativos que fomenten la exploración, el aprendizaje activo y el pensamiento crítico pueden nutrir la curiosidad innata de los individuos y brindarles las habilidades necesarias para enfrentar los desafíos del siglo XXI.

Sin embargo, la promoción de la curiosidad no se limita al ámbito educativo (Al Issa, 2020; Baron *et al.*, 2016; Barriopedro *et al.*, 2018; Datu, 2021; Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth y Gross, 2014; Loewenstein, 1994; Litman y Spielberg, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Karaman *et al.*, 2019; Lee, 2022; Wang *et al.*, 2023). Los líderes empresariales también tienen una responsabilidad crucial en la creación de entornos que valoren y fomenten la curiosidad entre sus empleados. La creación de espacios de trabajo que alienten el cuestionamiento, la experimentación y la colaboración puede impulsar la generación de ideas innovadoras y la resolución creativa de problemas. Además, los líderes pueden desempeñar un papel modelo

al mostrar una actitud abierta hacia el aprendizaje continuo y la exploración de nuevas oportunidades.

En este panorama, es esencial abordar los desafíos que aún prevalecen en la promoción de la curiosidad y la orientación emprendedora. La resistencia al cambio y la aversión al riesgo en ciertas culturas pueden obstaculizar la adopción de enfoques más curiosos e innovadores (Al Issa, 2020; Baron *et al.*, 2016; Barriopedro *et al.*, 2018; Karaman *et al.*, 2019; Datu, 2021; Lee, 2022; Wang *et al.*, 2023). Además, la falta de acceso igualitario a recursos y oportunidades puede limitar la capacidad de individuos de diversas comunidades para participar plenamente en el proceso emprendedor. La inversión en programas de desarrollo de habilidades y el apoyo a emprendedores de diversos orígenes pueden contribuir a superar estas barreras.

En resumen, la curiosidad y la orientación emprendedora se presentan como factores fundamentales en un mundo en constante cambio y evolución. Estas cualidades no solo impulsan la innovación y el desarrollo económico, sino que también fomentan una mentalidad abierta, adaptable y creativa que es vital para enfrentar los desafíos globales (Baron *et al.*, 2016; Barriopedro *et al.*, 2018; Datu, 2021; Loewenstein, 1994; Litman y Spielberger, 2003; Litman y Jimerson, 2004; Litman, 2008; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth y Gross, 2014; Karaman *et al.*, 2019; Al Issa, 2020; Lee, 2022; Wang *et al.*, 2023). La sinergia entre la orientación emprendedora y la curiosidad puede

catalizar el progreso en diversas esferas, desde la educación hasta los negocios y la resolución de problemas sociales. A medida que las sociedades buscan prosperar en un entorno dinámico y competitivo, el cultivo y la promoción de estas cualidades deben ser una prioridad clave en la agenda de políticas y estrategias empresariales. Al nutrir la curiosidad y fomentar la orientación emprendedora, podemos allanar el camino hacia un futuro más resiliente, innovador y equitativo para todos.

1.2.3. Orientación emprendedora y *GRIT*

El concepto de *GRIT* (Alhadabi y Karpinski, 2020; Al Issa, 2020; Barriopedro *et al.*, 2018; Christopoulou *et al.*, 2018; Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth y Gross, 2014; Duckworth *et al.*, 2021), popularizado por la psicóloga Angela Duckworth, se refiere a la combinación de pasión y perseverancia a largo plazo en la consecución de objetivos (Jordan *et al.*, 2019; Karaman *et al.*, 2019). En el contexto de la orientación emprendedora, el *GRIT* y la perseverancia son fundamentales para superar los desafíos y obstáculos inherentes a la creación y el desarrollo de empresas. Los emprendedores en América Latina a menudo enfrentan condiciones desfavorables, como la falta de acceso a financiamiento, la inestabilidad política y los altos niveles de incertidumbre económica. En este contexto, la perseverancia y el *GRIT* (Bernardy *et al.*, 2021; Kim *et al.*, 2021) pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de un emprendimiento. Los emprendedores en América Latina enfrentan desafíos únicos que requieren una gran dosis de perseverancia. La burocracia y la corrupción pueden dificultar la creación y el crecimiento de empresas, mientras que la inestabilidad política y económica puede generar incertidumbre en el entorno empresarial. Además, la falta de acceso a financiamiento y recursos también puede ser un obstáculo significativo. El *GRIT* (Lee y Jang, 2018) permite a los emprendedores enfrentar estos desafíos con determinación y mantenerse enfocados en sus metas a pesar de las dificultades. La

pasión por su proyecto y la capacidad de mantener el rumbo en medio de la adversidad son cualidades cruciales para sobrevivir y prosperar en el entorno empresarial latinoamericano.

El fomento del *GRIT* (Samborowski *et al.*, 2021) y la perseverancia puede tener un impacto positivo en el desarrollo emprendedor en América Latina. Las políticas gubernamentales y las iniciativas del sector académico pueden enfocarse en el desarrollo de habilidades blandas y la promoción de una mentalidad de resiliencia entre los emprendedores. Programas de capacitación y asesoramiento empresarial que incluyan el desarrollo de la capacidad de superar la adversidad pueden ser especialmente beneficiosos. Además, la creación de redes de apoyo y la colaboración entre emprendedores pueden contribuir a fortalecer la perseverancia y el *GRIT* (Mirza *et al.*, 2021) en la comunidad emprendedora, permitiendo que los desafíos se enfrenten de manera colectiva y con mayor probabilidad de éxito.

La promoción del *GRIT* (Allen *et al.*, 2021) y la perseverancia entre los emprendedores latinoamericanos es fundamental para construir un entorno emprendedor más robusto y exitoso en la región. Los programas de educación y capacitación deben enfocarse en el desarrollo de habilidades emocionales y mentales que permitan a los emprendedores enfrentar los desafíos de manera efectiva (Yu *et al.*, 2021). Además, es esencial que los gobiernos y las instituciones promuevan una cultura de apoyo y reconocimiento hacia los emprendedores, valorando la tenacidad y el esfuerzo a largo plazo que conlleva el emprendimiento exitoso. En conclusión, el *GRIT* (Nothnagle y Knoester, 2022) y la perseverancia son cualidades fundamentales para el desarrollo emprendedor en

América Latina. La promoción de estas características entre los emprendedores puede marcar la diferencia en la capacidad de superar los desafíos y aprovechar las oportunidades para construir un futuro próspero para la región. La ciencia y la academia tienen un papel relevante en el análisis y la implementación de estrategias efectivas para fomentar el *GRIT* (Postigo *et al.*, 2023) y la perseverancia en el contexto del emprendimiento latinoamericano.

1.2.4. Síntesis de factores que influyen en el emprendimiento.

En este marco conceptual, la orientación emprendedora se erige como un constructo de gran trascendencia tanto en el ámbito académico como en el empresarial, respaldado por una sólida base de investigación y estudio (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Lumpkin y Dess, 1996, 2001; Rauch *et al.*, 2009; Lee *et al.*, 2011; Mishra, 2017; Kwon, 2021). Esta categoría ha sido objeto de un profundo análisis que ha explorado sus múltiples facetas, todas ellas contribuyentes al desarrollo de ventajas competitivas en las organizaciones. La orientación emprendedora, en este sentido, se relaciona intrínsecamente con el campo de la innovación, un terreno que abarca las capacidades dinámicas necesarias para instaurar cambios sustanciales y adaptarse a las demandas cambiantes del entorno empresarial (Miller, 2011). Así, esta dimensión se erige como un motor de exploración constante en busca de mejoras y nuevas oportunidades en el mercado (Boada-Grau *et al.*, 2016; Rauch *et al.*, 2009).

Conjuntamente, la orientación emprendedora engloba diversos elementos intrínsecos a su naturaleza, entre ellos la asunción calculada de riesgos, caracterizada por una disposición a tomar decisiones audaces fundamentadas en análisis meticulosos de las oportunidades y amenazas circundantes (Boada-Grau *et al.*, 2016; Covin y Slevin, 1989; Cho y Lee, 2018). Esta actitud hacia el riesgo concede a las organizaciones la capacidad de

enfrentar desafíos y capitalizar oportunidades sin ceder ante el temor a las potenciales consecuencias adversas.

En este mismo contexto, otro componente esencial de la orientación emprendedora es la proactividad en la identificación de oportunidades emergentes (Boada-Grau *et al.*, 2016). Las empresas orientadas al mercado se caracterizan por su capacidad para estar alerta ante los cambios en el entorno, permitiéndoles anticipar las tendencias y necesidades del mercado (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Covin y Slevin, 1991; Vij y Bedi, 2012). Esta habilidad de detectar oportunidades incipientes les faculta para tomar medidas proactivas y capitalizarlas en su beneficio.

En esta misma línea, junto a estos aspectos fundamentales, la orientación emprendedora involucra la autonomía en la toma de decisiones y la agresividad competitiva (Vij y Bedi, 2012). La autonomía denota la capacidad de los líderes y equipos emprendedores para tomar decisiones estratégicas sin restricciones excesivas, lo que permite una respuesta ágil y eficiente a las transformaciones en el entorno (Covin y Slevin, 1991). Por su parte, la agresividad competitiva refleja la determinación de la organización por buscar constantemente una posición superior en el mercado, superando a sus competidores y alcanzando un crecimiento sostenido (Lumpkin y Dess, 1996).

En conjunto, estos componentes interconectados conforman un sólido marco teórico para comprender y analizar el comportamiento emprendedor en diferentes contextos organizativos y temporales (Vij y Bedi, 2012). La investigación en este dominio ha arrojado pruebas empíricas de la correlación entre la orientación emprendedora y el desempeño organizacional (Cho y Lee, 2018), evidenciando su impacto positivo en la rentabilidad, la innovación, el crecimiento y la supervivencia de las empresas (Wiklund y Shepherd, 2005; Hitt *et al.*, 2007; Zahra *et al.*, 2009; Ireland *et al.*, 2009; Lumpkin *et al.*, 2010).

En el panorama global actual, la orientación emprendedora se erige como un constructo multidimensional y esencial para entender el comportamiento organizacional en contextos empresariales dinámicos y competitivos. Su análisis y comprensión proporcionan tanto bases teóricas como prácticas para el desarrollo de estrategias emprendedoras efectivas y la generación de ventajas competitivas sostenibles (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Rauch *et al.*, 2009; Vij y Bedi, 2012; Boada-Grau *et al.*, 2016; Cho y Lee, 2018).

Este enfoque en la orientación emprendedora no solo fortalece la capacidad de las organizaciones para enfrentar las turbulencias y desafíos del entorno empresarial, sino que también nutre un espíritu innovador y una mentalidad de búsqueda constante de oportunidades en todas las dimensiones de la empresa. La sinergia entre sus componentes conduce a una mayor flexibilidad, adaptabilidad y resiliencia, cualidades esenciales en un panorama empresarial en constante cambio (Boada-Grau *et al.*, 2016; Rauch *et al.*, 2009; Vij y Bedi, 2012).

En este sentido, se vislumbra un camino prometedor hacia la promoción de la orientación emprendedora en un ámbito más amplio, donde los responsables de la formulación de políticas y los líderes empresariales desempeñan roles fundamentales. Al invertir en programas educativos que fomenten estas habilidades y políticas que las respalden, se puede crear un ecosistema propicio para la orientación emprendedora, la cual, a su vez, se traduce en una mayor agilidad, innovación y competitividad (Boada-Grau *et al.*, 2016).

En este contexto, la orientación emprendedora emerge como una fuerza poderosa que impulsa la eficiencia y la ventaja competitiva en una amplia gama de organizaciones. Su comprensión y promoción son esenciales para crear entornos empresariales que abracen la incertidumbre, se adapten al cambio y busquen activamente nuevas oportunidades. Con su sólido fundamento teórico y su impacto demostrado en el desempeño organizacional, la orientación emprendedora sigue siendo una brújula valiosa para navegar por las aguas turbulentas del mundo empresarial contemporáneo (Boada-Grau *et al.*, 2016; Rauch *et al.*, 2009; Vij y Bedi, 2012). La orientación emprendedora, como constructo fundamental en el ámbito académico y emprendedor, está estrechamente vinculada a una serie de aspectos de gran relevancia que les imprimen pertinencia y relevancia a las actividades científicas asociadas (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Boada-Grau *et al.*, 2016; Hult *et al.*, 2004; Covin *et al.*, 2006; Naldi *et al.*, 2007; Stam y Elfring, 2008; Vij y Bedi, 2012; Cho y Lee, 2018). Estos aspectos destacados, y la gran

productividad científica, le permiten una visión más completa y detallada de la orientación emprendedora y su impacto en el desempeño de las organizaciones.

En este sentido, uno de los factores clave asociados a la orientación emprendedora es la capacidad de percibir oportunidades de negocio (Boada-Grau *et al.*, 2016). La identificación temprana de oportunidades emergentes y la capacidad de aprovecharlas de manera efectiva son habilidades fundamentales para el éxito emprendedor (Boada-Grau *et al.*, 2016; Baron *et al.*, 2016). La orientación emprendedora implica una mentalidad receptiva y atenta hacia el entorno, permitiendo a las organizaciones detectar cambios, tendencias y necesidades del mercado, y actuar de manera proactiva para capitalizar las oportunidades que surjan. Junto a esto, el logro constante de un rendimiento emprendedor sobresaliente es otro aspecto esencial en el estudio de la orientación emprendedora (Cho y Lee, 2018). Las organizaciones orientadas al mercado se esfuerzan por alcanzar y mantener altos niveles de desempeño en términos de rentabilidad, crecimiento y satisfacción del cliente (Slater y Narver, 1995; Jaworski y Kohli, 1993). Esto implica un enfoque estratégico en la mejora continua, la innovación y la adaptación a las demandas cambiantes del mercado (Vij y Bedi, 2012). De esta forma, el temor al fracaso se presenta como un estímulo importante para la mejora continua y el desarrollo de la orientación emprendedora (Baron *et al.*, 2016; Baluku *et al.*, 2016; Newman *et al.*, 2014; Wang *et al.*, 2018). Aunque el fracaso puede percibirse como un obstáculo, los empresarios orientados al mercado lo utilizan como una oportunidad de aprendizaje y crecimiento (Covin y Slevin, 1989). El temor al fracaso actúa como un incentivo para tomar decisiones informadas, gestionar los riesgos de manera calculada y buscar constantemente la excelencia emprendedora.

Junto a estos aspectos clave, se encuentran factores complementarios que enriquecen aún más la comprensión de la orientación emprendedora. El capital social (Wang *et al.*, 2018), por ejemplo, desempeña un papel crucial al proporcionar a las organizaciones acceso a recursos, conocimientos y oportunidades a través de redes de relaciones (Nahapiet y Ghoshal, 1998; Hitt *et al.*, 2002). La colaboración y el intercambio de información con otros actores clave en el entorno emprendedor fomentan la generación de nuevas ideas, la identificación de oportunidades y el desarrollo de alianzas estratégicas.

La toma de riesgos calculados también es un elemento complementario de la orientación emprendedora. Si bien asumir riesgos implica la posibilidad de fracaso, los empresarios orientados al mercado evalúan cuidadosamente los riesgos y beneficios potenciales antes de tomar decisiones (Covin y Slevin, 1991).

La importancia y relevancia trascendental de este concepto destaca tanto en el ámbito académico como en la práctica emprendedora, debido a sus impactos profundos y significativos en el rendimiento emprendedor, así como a su ineludible influencia en las organizaciones, los grupos que las conforman y las personas involucradas en ellas, lo cual justifica, sin lugar a dudas, la relevancia capital que se le atribuye (Baluku *et al.*, 2016). La orientación emprendedora se erige, así, como un marco teórico y práctico de suma utilidad y pertinencia en el panorama emprendedor actual, ofreciendo una perspectiva esclarecedora para el análisis, la

toma de decisiones y el logro de un rendimiento sostenible en el entorno competitivo global (Cho y Lee, 2018).

En este sentido, el término orientación emprendedora ha sido objeto de un extenso y minucioso examen en la literatura académica, abordado desde múltiples perspectivas y disciplinas. Este enfoque multidimensional ha permitido la exploración de diversos conceptos fundamentales que conforman la orientación emprendedora, como la motivación intrínseca, la capacidad innovadora, la disposición a asumir riesgos calculados, la proactividad en la detección de oportunidades, la autonomía en la toma de decisiones, la agresividad competitiva y la gestión de la riqueza socioemocional (Berrone *et al.*, 2012; Covin y Slevin, 1989; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Lumpkin y Dess, 1996; Lumpkin y Dess, 1996, 2001; Zhou *et al.*, 2005; Rosenbusch *et al.*, 2011; Miller, 2011; Vij y Bedi, 2012).

Esta riqueza conceptual y la variedad de dimensiones exploradas han contribuido significativamente a la comprensión y el análisis de la orientación emprendedora en el contexto emprendedor contemporáneo. Al considerar estas diversas perspectivas, se logra una visión más completa y holística de este concepto fundamental en los ámbitos organizacionales y de negocios (Berrone *et al.*, 2012; Covin y Slevin, 1989; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Lumpkin y Dess, 1996; Lumpkin y Dess, 1996, 2001; Zhou *et al.*, 2005; Rosenbusch *et al.*, 2011; Miller, 2011; Vij y Bedi, 2012). Estos enfoques amplios permiten una apreciación más precisa de las características y comportamientos que

impulsan el éxito emprendedor, así como de los factores clave que influyen en la capacidad de las organizaciones para adaptarse, innovar y aprovechar las oportunidades emergentes.

La motivación intrínseca, por ejemplo, desempeña un papel crucial al impulsar la búsqueda constante de mejoras y la búsqueda de retos y logros (Lumpkin y Dess, 1996, 2001). La capacidad innovadora, por su parte, se refiere a la habilidad para generar y aplicar ideas creativas que resulten en productos, servicios o procesos novedosos y distintivos (Berrone *et al.*, 2012; Covin y Slevin, 1989; Ramachandran y Ramnarayan, 1993; Lumpkin y Dess, 1996; Lumpkin y Dess, 1996, 2001; Zhou *et al.*, 2005; Rosenbusch *et al.*, 2011; Miller, 2011; Vij y Bedi, 2012). Además, la disposición a asumir riesgos calculados implica evaluar cuidadosamente los costos y beneficios potenciales antes de tomar decisiones estratégicas (Hult *et al.*, 2004; Covin y Slevin, 1989). Estas características se entrelazan con la proactividad en la detección de oportunidades, que implica una mentalidad orientada hacia el futuro y la capacidad de anticiparse a las necesidades y demandas del mercado (Lumpkin y Dess, 2001).

La autonomía en la toma de decisiones y la agresividad competitiva también son elementos fundamentales de la orientación emprendedora. La autonomía permite a las organizaciones actuar con independencia y libertad para tomar decisiones estratégicas que impulsen su crecimiento y éxito (Lumpkin y Dess, 1996). Por otro lado, la agresividad competitiva refleja una actitud enérgica y

determinada en la búsqueda constante de una posición destacada en el mercado, a través de estrategias competitivas audaces (Covin y Slevin, 1991; Vij y Bedi, 2012; Lumpkin y Dess, 1996). Además de estos conceptos esenciales, la gestión de la riqueza socioemocional emerge como un aspecto relevante dentro del contexto de la orientación emprendedora. La capacidad de desarrollar y mantener relaciones sólidas con diferentes actores sociales, como empleados, clientes, proveedores y comunidades locales, contribuye al logro de ventajas competitivas sostenibles (Barrientos Oradini *et al.*, 2022). Esta gestión eficaz de las relaciones sociales y emocionales crea un entorno propicio para la colaboración, la confianza y la cooperación, impulsando así la capacidad de la organización para innovar y adaptarse a los cambios del entorno.

En resumen, la exploración exhaustiva de la orientación emprendedora ha revelado un conjunto diverso y complejo de conceptos que enriquecen nuestra comprensión de este fenómeno emprendedor crucial. Mediante la consideración de diferentes perspectivas y dimensiones, se ha logrado desarrollar una visión integral y profunda de la orientación emprendedora, proporcionando un marco teórico sólido para el análisis de su influencia en el desempeño organizacional y en la creación de ventajas competitivas sostenibles (Barrientos Oradini *et al.*, 2022).

Desde la perspectiva de la motivación, resulta evidente la relevancia y el impacto de la orientación emprendedora como un motor interno que impulsa a las organizaciones a buscar de manera constante mejoras y a generar ideas novedosas (Lumpkin y Dess, 1996; Zhou *et al.*, 2005, 2022). En este sentido, la capacidad innovadora emerge como un

elemento esencial dentro del marco de la orientación emprendedora, ya que abarca tanto la generación de nuevas ideas como su posterior implementación exitosa en el mercado. Esto permite a las empresas adaptarse y prosperar en entornos caracterizados por su cambio constante y su alta competitividad (Miller, 2011; Rosenbusch *et al.*, 2011).

De esta forma, la capacidad innovadora se convierte en un recurso valioso para las organizaciones, ya que les permite diferenciarse y destacar en un mercado saturado (Vij y Bedi, 2012). A través de la generación y la implementación de ideas novedosas, las empresas pueden desarrollar productos, servicios y procesos que satisfagan las necesidades y demandas cambiantes de los consumidores. Este enfoque proactivo y dinámico les brinda una ventaja competitiva al posicionarse como líderes en la innovación y al adaptarse rápidamente a las tendencias y cambios del mercado (Boada-Grau *et al.*, 2016).

Es importante destacar que la capacidad innovadora no se limita solo a la generación de ideas, sino que implica también la capacidad de llevar a cabo una implementación exitosa (Vij y Bedi, 2012). Esto implica superar barreras y desafíos, como la resistencia al cambio, la falta de recursos y la incertidumbre. Las organizaciones orientadas emprendedoramente están dispuestas a asumir riesgos calculados y a buscar constantemente formas de mejorar y aprender de sus experiencias (Baluku *et al.*, 2016; Baron, R. A., Franklin y Hmieleski, 2016; Newman *et al.*, 2014; Wang *et al.*, 2018).

En este sentido, la orientación emprendedora y la capacidad innovadora se complementan y refuerzan mutuamente. La orientación emprendedora proporciona el impulso y la motivación intrínseca necesarios para la búsqueda constante de mejoras y la generación de ideas novedosas, mientras que la capacidad innovadora permite a las organizaciones convertir esas ideas en acciones concretas y exitosas. Esta sinergia entre la orientación emprendedora y la capacidad innovadora se convierte en un factor determinante para el éxito y la supervivencia de las organizaciones en entornos altamente competitivos y en constante evolución (Baluku et al., 2016; Baron, R. A., Franklin y Hmieleski, 2016; Vij y Bedi, 2012; Newman *et al.*, 2014; Wang *et al.*, 2018). De esta forma, la orientación emprendedora y la capacidad innovadora son elementos clave que impulsan la adaptación y el éxito de las organizaciones en entornos cambiantes y competitivos. Estos conceptos se entrelazan en un ciclo de mejora constante, donde la orientación emprendedora estimula la capacidad innovadora y esta última potencia el crecimiento y la supervivencia de las empresas. Al comprender y aprovechar esta dinámica, las organizaciones pueden mantenerse a la vanguardia y lograr ventajas competitivas sostenibles en el mercado actual (Vij y Bedi, 2012).

La asunción de riesgos calculados se presenta como un factor esencial dentro del contexto de la orientación emprendedora, dado que implica la disposición y la capacidad de las organizaciones para enfrentar y gestionar situaciones inciertas, conscientes de que las decisiones tomadas pueden acarrear tanto oportunidades como posibles consecuencias adversas (Covin y Slevin, 1989; Vij y Bedi, 2012).

Esta disposición a asumir riesgos calculados se fundamenta en la comprensión de que el entorno emprendedor es dinámico y cambiante, lo que requiere que las organizaciones estén dispuestas a abandonar su zona de confort y explorar nuevas posibilidades (Baluku et al., 2016; Baron, R. A., Franklin y Hmieleski, 2016; Vij y Bedi, 2012; Newman *et al.*, 2014; Wang *et al.*, 2018). En este sentido, la asunción de riesgos se convierte en un componente fundamental para el desarrollo de la orientación emprendedora, ya que impulsa a las empresas a buscar oportunidades y a actuar de manera proactiva en un entorno altamente competitivo.

La proactividad, por su parte, guarda una estrecha relación con la capacidad de anticiparse a los cambios y de identificar oportunidades emergentes en el mercado. Las organizaciones orientadas emprendedoramente se caracterizan por su capacidad de detectar tendencias y cambios en el entorno, y por su disposición a adaptarse rápidamente a estas nuevas circunstancias (Lumpkin y Dess, 1996, 2001). Esta capacidad de anticipación y acción proactiva les permite mantenerse a la vanguardia de la competencia y generar ventajas competitivas sostenibles a largo plazo.

La proactividad implica una actitud activa y orientada hacia el futuro, en la que las organizaciones no esperan a que las oportunidades se presenten, sino que las buscan y las crean por sí mismas. Esta mentalidad proactiva les permite no solo

mantenerse competitivas, sino también influir y dar forma al entorno emprendedor en el que operan (Covin y Slevin, 1989; Vij y Bedi, 2012).

En conclusión, la asunción de riesgos calculados y la proactividad son dos aspectos clave que complementan y fortalecen la orientación emprendedora. La disposición a asumir riesgos proporciona a las organizaciones la valentía necesaria para enfrentar lo desconocido y aprovechar las oportunidades que se presentan, mientras que la proactividad les permite anticiparse a los cambios y mantenerse a la vanguardia de la competencia (Vij y Bedi, 2012). Al integrar estos elementos en su enfoque estratégico, las organizaciones pueden lograr una mayor agilidad y capacidad de adaptación, lo que les permitirá prosperar en entornos emprendedores desafiantes y altamente competitivos.

La autonomía en la toma de decisiones es un elemento central y crucial dentro del marco de la orientación emprendedora, ya que brinda a los actores emprendedores la capacidad de actuar de manera independiente y ejercer su criterio en la toma de decisiones estratégicas (Ramachandran y Ramnarayan, 1993). La autonomía permite a las organizaciones desplegar su potencial creativo y adaptarse a las circunstancias cambiantes del entorno emprendedor, al tiempo que les confiere la capacidad de aprovechar oportunidades y responder rápidamente a los desafíos que se les presenten.

La autonomía en la toma de decisiones implica empoderar a los líderes y a los equipos de trabajo para que asuman la responsabilidad y tomen decisiones informadas y acertadas (Vij y Bedi, 2012). Esto implica confiar en su capacidad para evaluar situaciones

complejas, analizar diferentes opciones y seleccionar la mejor estrategia para la organización. Al tener la autonomía para tomar decisiones, las empresas pueden adaptarse más ágilmente a las demandas del mercado y aprovechar las oportunidades emergentes.

Por otro lado, la agresividad competitiva se relaciona directamente con la intensidad y determinación con la que las organizaciones enfrentan a sus competidores en el mercado (Berrone *et al.*, 2012; Vij y Bedi, 2012). Se refiere a la disposición y la capacidad de las empresas para competir activamente, buscando superar a sus rivales y lograr una posición de liderazgo en su industria. La agresividad competitiva se manifiesta a través de estrategias como la innovación constante, el lanzamiento de productos o servicios disruptivos, la captación de nuevos clientes y la conquista de nuevos mercados.

La agresividad competitiva impulsa a las organizaciones a buscar constantemente formas de mejorar su rendimiento y destacarse en un entorno emprendedor altamente competitivo (Vij y Bedi, 2012). Esta actitud competitiva promueve la búsqueda de ventajas competitivas y la creación de valor para los clientes, lo que a su vez puede conducir al logro de un rendimiento emprendedor sobresaliente. De esta forma, la autonomía en la toma de decisiones y la agresividad competitiva son dos aspectos fundamentales que contribuyen a la orientación emprendedora. La autonomía permite a las organizaciones actuar de forma independiente y adaptarse ágilmente a los cambios del entorno, mientras que la

agresividad competitiva impulsa a las empresas a competir de manera intensa y determinada para lograr una posición de liderazgo en el mercado. Al integrar estos elementos en su enfoque estratégico, las organizaciones pueden fortalecer su capacidad de innovación, adaptación y éxito emprendedora en un entorno emprendedor dinámico y desafiante.

Por último, la gestión de la riqueza socioemocional se refiere al reconocimiento y la valoración de los recursos intangibles, como las relaciones interpersonales, la confianza, la reputación y el compromiso, como activos fundamentales para el éxito emprendedor a largo plazo (Zhou *et al.*, 2005). Esta perspectiva destaca la importancia de considerar no solo los recursos tangibles, como el capital financiero y los activos físicos, sino también los recursos intangibles que influyen en la creación y el mantenimiento de ventajas competitivas sostenibles. La gestión de la riqueza socioemocional implica cultivar y nutrir estos recursos intangibles a través de estrategias de gestión de relaciones, fomento de la confianza mutua y desarrollo de una sólida reputación emprendedora.

En conjunto, esta diversidad de enfoques y dimensiones amplía significativamente la comprensión y el análisis de la orientación emprendedora, enriqueciendo el panorama teórico y práctico de este concepto en el ámbito emprendedor contemporáneo (Lumpkin y Dess, 1996, 2001). La multiplicidad de perspectivas y enfoques permite abordar la orientación emprendedora desde diferentes ángulos, considerando sus múltiples dimensiones y su impacto en el rendimiento y la competitividad de las organizaciones. Este enfoque holístico proporciona una visión más completa de la orientación emprendedora,

permitiendo un análisis más profundo de sus determinantes, consecuencias y relaciones con otros constructos relevantes en el ámbito emprendedora.

En este sentido, es relevante explorar la relación existente entre la orientación emprendedora y el constructo de *GRIT* o perseverancia (Al Issa, 2020; Alhadabi y Karpinski, 2020; Barriopedro *et al.*, 2018; Duckworth *et al.*, 2007; Lee *et al.*, 2011; Duckworth y Gross, 2014; Duckworth *et al.*, 2021; Christopoulou *et al.*, 2018; Jordan *et al.*, 2019; Karaman *et al.*, 2019; Samborowski *et al.*, 2021; Mirza, T. I., Yasmeen y Mahboob, 2021; Allen *et al.*, 2021; Nothnagle y Knoester, 2022; Postigo *et al.*, 2023), ya que ambas se vinculan con el logro de un rendimiento óptimo en diversas áreas de desempeño, incluyendo el ámbito organizacional (Allen *et al.*, 2021; Alhadabi y Karpinski, 2020; Al Issa, 2020; Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Cousins *et al.*, 2021; Collantes *et al.*, 2021; Wang *et al.*, 2023). El *GRIT* se define como la capacidad de mantener la pasión y la perseverancia a largo plazo para alcanzar metas desafiantes. Tanto la orientación emprendedora como el *GRIT* comparten la característica de ser impulsores de la superación y la excelencia, y se consideran determinantes clave del éxito emprendedora. Estos dos constructos pueden interactuar y potenciarse mutuamente, ya que la orientación emprendedora puede requerir un alto grado de perseverancia y tenacidad para enfrentar los desafíos y obstáculos que surgen en el camino hacia el logro de los objetivos estratégicos.

Esta conexión entre la orientación emprendedora y el *GRIT* se ha abordado tanto desde una perspectiva centrada en los rasgos de personalidad como desde una lógica grupal (Bernardy y Antoni, 2021; Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth y Gross, 2014). Desde la perspectiva de los rasgos de personalidad, se considera que tanto la orientación emprendedora como el *GRIT* están influenciados por características individuales, como la autodisciplina, la pasión por el trabajo y la resiliencia. Por otro lado, desde la lógica grupal, se examina cómo los equipos y las culturas organizacionales pueden fomentar y promover la orientación emprendedora y el *GRIT* a través de prácticas de gestión adecuadas, como la asignación de roles claros, el reconocimiento del esfuerzo y el apoyo al desarrollo de habilidades y capacidades. De esta forma, la gestión de la riqueza socioemocional, la diversidad de enfoques en la comprensión de la orientación emprendedora y la relación entre esta última y el constructo de *GRIT* son aspectos relevantes y fundamentales en el ámbito académico y emprendedora. Comprender y profundizar en estos temas contribuye a una mejor comprensión de la dinámica emprendedora y proporciona herramientas para promover el éxito y la sostenibilidad de las organizaciones en un entorno emprendedora cada vez más complejo y desafiante.

1.3. Curiosidad como concepto científico en relación a la orientación emprendedora.

La orientación emprendedora, en este contexto, se refiere a la capacidad de una organización para identificar y aprovechar las oportunidades del mercado a través del desarrollo de productos y servicios innovadores, así como de una visión a largo plazo (Miller, 2011). La orientación emprendedora implica una mentalidad estratégica que se concentra en la identificación de oportunidades de mercado y en la habilidad de la empresa para aprovechar dichas oportunidades. Para ello, es crucial que la organización fomente la curiosidad como un atributo fundamental de sus miembros (Miller, 2011). La curiosidad se define como el deseo intrínseco de explorar, descubrir y adquirir nuevo conocimiento y experiencias (Kashdan *et al.*, 2009).

La relación entre la orientación emprendedora y la curiosidad ha generado un creciente interés en la comunidad académica y emprendedora. Diversos estudios han examinado cómo la curiosidad puede impulsar la orientación emprendedora al promover la búsqueda activa de oportunidades, el aprendizaje continuo y la experimentación (Kashdan *et al.*, 2009; Yiu *et al.*, 2014). Además, se ha observado que la curiosidad está positivamente relacionada con la generación de ideas

innovadoras y la capacidad de adaptación al cambio, aspectos clave en la orientación emprendedora (Hmieleski y Corbett, 2008; Chen *et al.*, 2016).

En términos empíricos, se ha llevado a cabo una extensa labor de desarrollo de escalas de medición de la orientación emprendedora, lo cual ha impulsado una sólida línea de investigación en este campo (Boada-Grau *et al.*, 2016). Estas escalas proporcionan herramientas validadas para evaluar y cuantificar la orientación emprendedora en las organizaciones, lo que ha sido fundamental para la investigación y el análisis de sus efectos y relaciones (Covin y Slevin, 1989; Lumpkin y Dess, 1996; Wiklund y Shepherd, 2003).

La utilización de estas escalas de medición ha permitido un enfoque más riguroso y objetivo en el estudio de la orientación emprendedora. Los investigadores pueden recopilar datos empíricos y realizar análisis cuantitativos para examinar la presencia y la intensidad de la orientación emprendedora en diferentes contextos organizacionales. Esto ha contribuido a un mayor entendimiento de cómo la orientación emprendedora puede influir en el rendimiento y la supervivencia de las empresas en entornos cambiantes y altamente competitivos (Lumpkin y Dess, 1996; Teece *et al.*, 1997; Wiklund y Shepherd, 2003).

En este sentido, la orientación emprendedora puede concebirse como una habilidad dinámica que capacita a las empresas para adaptarse de manera proactiva a los cambios del entorno y mantener una ventaja competitiva a largo plazo. Al identificar y aprovechar las oportunidades emergentes en el mercado, las organizaciones pueden innovar, diferenciarse

y crear valor de manera sostenida (Lumpkin y Dess, 1996; Teece *et al.*, 1997; Wiklund y Shepherd, 2003).

1.3.1. Orientación emprendedora y curiosidad.

La literatura académica ha destacado la importancia de la orientación emprendedora como un factor clave para el éxito y la supervivencia de las empresas. Investigaciones previas han demostrado que las empresas orientadas al mercado y a la innovación tienen mayores tasas de crecimiento y rentabilidad en comparación con aquellas que carecen de esta orientación estratégica (Covin y Slevin, 1989; Lumpkin y Dess, 1996; Wiklund y Shepherd, 2003).

En resumen, las escalas de medición de la orientación emprendedora han desempeñado un papel fundamental en la investigación y el análisis de esta importante dimensión estratégica. La orientación emprendedora se ha convertido en una habilidad dinámica clave para las organizaciones, permitiéndoles adaptarse y aprovechar las oportunidades que surgen en el mercado en busca de una ventaja competitiva sostenible. La continua investigación y aplicación de estas escalas contribuyen al avance del conocimiento en el campo de la orientación emprendedora y su impacto en el desempeño organizacional (Boada-Grau *et al.*, 2016; Covin y Slevin, 1989; Lumpkin y Dess, 1996; Wiklund y Shepherd, 2003).

En el contexto de esta investigación, se ha evidenciado de manera concluyente que los procesos psicológicos desempeñan un papel de gran relevancia en el comportamiento

emprendedor. Específicamente, se ha demostrado que el capital psicológico, entendido como un conjunto de recursos psicológicos individuales, constituye un predictor significativo del éxito emprendedor y el bienestar del emprendedor (Baluku *et al.*, 2016; Baron *et al.*, 2016).

Dentro de estos recursos psicológicos, la curiosidad emerge como un componente destacado y altamente relevante. La curiosidad se define como un sentimiento de privación que refleja incertidumbre y tensión mental, y que impulsa la búsqueda de información y la resolución de problemas (Litman y Jimerson, 2004). En este sentido, la curiosidad guarda una estrecha relación con el enfoque de la orientación emprendedora, que se caracteriza por la disposición a explorar las oportunidades del mercado, asumir riesgos e innovar (Miller, 2011).

La curiosidad, como atributo psicológico, potencia la capacidad de las empresas para adaptarse y evolucionar en entornos emprendedores cambiantes y altamente competitivos. La disposición de los emprendedores y los líderes emprendedores a indagar, explorar y cuestionar el statu quo les permite descubrir nuevas oportunidades y desarrollar estrategias innovadoras para aprovecharlas (Litman y Jimerson, 2004; Miller, 2011).

Numerosos estudios han respaldado la importancia de la curiosidad como un predictor positivo del rendimiento emprendedor. La curiosidad promueve el aprendizaje continuo, la adquisición de conocimientos y habilidades relevantes, así

como la capacidad para identificar y aprovechar oportunidades emergentes en el mercado (Baluku *et al.*, 2016; Baron *et al.*, 2016). Además, la curiosidad está estrechamente vinculada a otros aspectos fundamentales de la orientación emprendedora, como la disposición a correr riesgos calculados y la capacidad para innovar y adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado (Litman y Jimerson, 2004; Miller, 2011).

En resumen, la curiosidad representa un componente psicológico de gran relevancia en el ámbito de la orientación emprendedora. Su papel como impulsor de la exploración y la innovación refuerza la capacidad de las empresas para enfrentar los desafíos del entorno y buscar activamente nuevas oportunidades. El estudio de la curiosidad en el contexto de la orientación emprendedora ofrece valiosas perspectivas para la comprensión y el fomento de comportamientos emprendedores exitosos y sostenibles (Baluku *et al.*, 2016; Baron *et al.*, 2016; Litman y Jimerson, 2004; Miller, 2011).

1.3.2. Características de la curiosidad

Las características de la curiosidad han sido objeto de estudio desde diferentes perspectivas en la literatura académica. De acuerdo con Loewenstein (1994), la curiosidad puede ser interpretada como una forma de privación cognitivamente inducida, que surge a raíz de la percepción de una brecha en el conocimiento o la comprensión. Esta visión plantea que la curiosidad emerge cuando un individuo siente la falta de información o una sensación de incertidumbre, lo que motiva la búsqueda activa de conocimiento para cerrar esa brecha.

Litman y Spielberger (2003) abordaron el estudio de la curiosidad desde una perspectiva más amplia. Identificaron la curiosidad como un sentimiento que impulsa la búsqueda de información y la exploración de nuevas experiencias. A través de su investigación, desarrollaron una escala de curiosidad que permitió medir esta dimensión en individuos.

Otra perspectiva relevante es la de Litman y Jimerson (2004), quienes presentaron la noción de la curiosidad como sentimiento de privación. Según este enfoque, la curiosidad no solo está relacionada con el placer de descubrir nuevas ideas, sino que también está motivada por la sensación de tensión y la necesidad de

resolver incertidumbres. Esta tensión impulsa a las personas a buscar información específica y a resolver problemas para aliviar esa sensación de privación.

La relación entre la curiosidad y la orientación emprendedora ha sido un área de creciente interés. La orientación emprendedora implica la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades en el mercado a través de la innovación y una visión a largo plazo (Miller, 2011). En este contexto, la curiosidad desempeña un papel fundamental, ya que promueve la exploración activa de nuevas oportunidades, la adquisición de información y el aprendizaje continuo (Kashdan *et al.*, 2009; Yiu *et al.*, 2014).

La curiosidad también está asociada con la generación de ideas innovadoras y la adaptabilidad al cambio, aspectos clave en la orientación emprendedora (Hmieleski y Corbett, 2008; Chen *et al.*, 2016). La disposición de los emprendedores y líderes empresariales a cuestionar el status quo y a explorar nuevas vías está estrechamente relacionada con la capacidad de la empresa para innovar y adaptarse a entornos cambiantes.

En este sentido, el análisis ha permitido explorar y evaluar la evolución de la investigación sobre la relación entre la orientación emprendedora y la curiosidad, proporcionando una visión panorámica y actualizada del conocimiento acumulado en este campo, contribuyendo tanto a la comprensión teórica como a la toma de decisiones estratégicas en el ámbito empresarial (Al Issa, 2020; Cousins *et al.*, 2021; Collantes *et al.*, 2021).

En términos empíricos, se ha desarrollado una labor extensa en la creación de escalas de medición de la orientación emprendedora (Boada-Grau *et al.*, 2016). Estas escalas han permitido una evaluación rigurosa y objetiva de este constructo en diferentes contextos organizacionales. La orientación emprendedora, con su enfoque en la identificación de oportunidades y en la capacidad de aprovecharlas, se beneficia directamente de la presencia de la curiosidad en los individuos y equipos.

Así pues, se evidencia una relación bidireccional entre la orientación emprendedora y la curiosidad. Por un lado, la orientación emprendedora fomenta la curiosidad al crear un entorno propicio para la exploración y el descubrimiento. Por otro lado, la curiosidad es un motor intrínseco que impulsa a los individuos a buscar nuevas oportunidades y a cuestionar el statu quo, lo cual está en línea con la mentalidad emprendedora (Al Issa, 2020; Cousins *et al.*, 2021; Collantes *et al.*, 2021).

En conclusión, la curiosidad desempeña un papel significativo en la orientación emprendedora. Desde una perspectiva psicológica, la curiosidad impulsa la búsqueda de información y la exploración de nuevas oportunidades, dos aspectos esenciales en la orientación emprendedora. Esta interacción entre la curiosidad y la orientación emprendedora ha sido objeto de estudio y análisis en la literatura académica, contribuyendo a una comprensión más profunda de cómo los aspectos psicológicos influyen en el comportamiento empresarial y en la capacidad de una organización para identificar y aprovechar oportunidades en el mercado.

1.4. Perspectiva científica de la determinación (*GRIT*).

La categoría del idioma inglés conocida como *GRIT*, que se relaciona con el término español "determinación", es un constructo ampliamente estudiado en la literatura académica. Este concepto se refiere a un rasgo de personalidad no cognitivo que abarca dos componentes fundamentales: la perseverancia en el esfuerzo y la pasión en términos de consistencia de interés, ambos orientados hacia metas a largo plazo (Alhadabi y Karpinski, 2020; Al Issa, 2020; Christopoulou *et al.*, 2018; Barriopedro *et al.*, 2018; Datu, 2021; Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth y Gross, 2014; Morell *et al.*, 2021; Nothnagle y Knoester, 2022; Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Postigo *et al.*, 2023).

El componente de perseverancia en el esfuerzo implica la capacidad de mantenerse firme y persistir en el logro de objetivos, incluso frente a dificultades y contratiempos. Por otro lado, la pasión se relaciona con un interés duradero y coherente hacia las metas establecidas, lo que implica una dedicación y enfoque constante en la búsqueda de dichos objetivos.

Esta categoría ha sido objeto de numerosos estudios y ha demostrado su importancia en diversos contextos, como el ámbito académico, laboral y deportivo. Se ha encontrado que el *GRIT* se asocia positivamente con el rendimiento académico, la perseverancia en tareas desafiantes, el logro de metas profesionales y el éxito en el deporte.

La investigación ha mostrado que el *GRIT* puede ser desarrollado y fortalecido a través de diferentes estrategias, como establecer metas claras y realistas, cultivar una mentalidad de crecimiento, practicar la autorregulación y buscar el apoyo social adecuado.

1.4.1. Síntesis conceptual de *GRIT*

En resumen, el concepto de *GRIT* se refiere a un rasgo de personalidad no cognitivo que engloba la perseverancia en el esfuerzo y la pasión en términos de consistencia de interés hacia metas a largo plazo. Este constructo ha sido ampliamente investigado y se ha demostrado su relevancia en distintos ámbitos de la vida. Es importante continuar explorando este concepto y sus implicaciones para comprender mejor cómo la determinación puede influir en el logro de metas y el éxito personal y profesional.

La relevancia del constructo *GRIT* en el contexto de la orientación emprendedora ha sido ampliamente reconocida en la literatura científica. Este concepto ha sido objeto de numerosas investigaciones, tanto como un constructo independiente como en relación con temas organizacionales. La comprensión de la evolución científica en esta área es crucial para avanzar en el conocimiento y la aplicación de estos conceptos en el ámbito emprendedor.

En resumen, este estudio ha identificado y analizado un amplio conjunto de artículos relacionados con el *GRIT* y la orientación emprendedora, demostrando la creciente relevancia y atención que se le ha dado a este tema en la literatura

científica. Los resultados obtenidos proporcionan una base sólida para futuras investigaciones y contribuyen al avance del conocimiento en este campo.

En el ámbito de la investigación organizacional, se han planteado cuestionamientos y desafíos en relación con el concepto de *GRIT*. A pesar de su relevancia y popularidad, se han identificado problemas relacionados con la operacionalización y medición de este constructo, así como inconsistencias en los hallazgos obtenidos en diferentes estudios (Allen *et al.*, 2021; Morell *et al.*, 2021; Matthews y Edmondson, 2022; Jordan *et al.*, 2019).

Estos cuestionamientos han llevado a reflexionar sobre las dimensiones y alcances del concepto de *GRIT*. Se ha planteado la necesidad de considerar otras variables, como la esperanza y la adaptación, que amplían la comprensión de este constructo multidimensional. En lugar de limitarse únicamente a la tradicional perseverancia y pasión, se ha propuesto explorar diferentes facetas del *GRIT* y su relación con el comportamiento y desempeño en contextos organizacionales (Singh y Chukkali, 2021; Rioux, 2022).

Este debate en torno al concepto de *GRIT* refleja la complejidad y la necesidad de una mayor claridad conceptual y consistencia en su estudio. La operacionalización precisa y la definición clara de sus dimensiones y componentes son aspectos clave para avanzar en la investigación y comprensión de este constructo.

Asimismo, es importante considerar las críticas y las perspectivas alternativas en relación con el *GRIT*. Estas reflexiones contribuyen a enriquecer el conocimiento y promueven una visión más completa y matizada de este rasgo de personalidad en el contexto organizacional.

En conclusión, los problemas de operacionalización y las inconsistencias en los hallazgos relacionados con el concepto de *GRIT* plantean desafíos en la investigación organizacional. La reflexión sobre diferentes dimensiones y variables relacionadas con este constructo multidimensional, así como la consideración de perspectivas críticas, permiten ampliar la comprensión y el análisis de este fenómeno en el ámbito emprendedora. Avanzar en la claridad conceptual y enfoques más precisos en la medición del *GRIT* es fundamental para impulsar el desarrollo teórico y aplicado en esta área de estudio (Allen *et al.*, 2021; Jordan *et al.*, 2019; Morell *et al.*, 2021; Matthews y Edmondson, 2022; Singh y Chukkali, 2021; Rioux, 2022).

1.4.2. Cuestionamientos al concepto de *GRIT*.

En el contexto de los cuestionamientos y debates en torno al concepto de *GRIT*, se ha planteado la posibilidad de que las habilidades predictivas de esta categoría, asociada al término "determinación", se concentren en algunas de sus dimensiones específicas, como la perseverancia en el esfuerzo. Esto ha llevado a reflexionar sobre la necesidad de medir de manera óptima este término y considerar sus componentes de manera más precisa (Karaman *et al.*, 2019; Allen *et al.*, 2021).

Uno de los instrumentos de medición utilizados para evaluar el *GRIT* es la Escala Breve de *GRIT* o *GRIT-S*. Sin embargo, también existen cuestionamientos sobre los componentes de esta escala, especialmente en relación con los términos "pasión" y "largo plazo". Algunos estudios han señalado la ambigüedad y la falta de claridad en la conceptualización y medición de estos aspectos (Morell *et al.*, 2021).

Estas discusiones contrastan con hallazgos previos que enfatizan la importancia de la pasión emprendedora en relación con la orientación emprendedora, o resaltan la relevancia de la pasión en el contexto del *GRIT*. Este contraste entre diferentes perspectivas y enfoques alimenta el debate en torno a las inconsistencias y ambigüedades que surgen en la investigación sobre el *GRIT*, sin invalidar los hallazgos acumulados hasta el momento (Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Zhou *et al.*, 2022).

En este sentido, es necesario abordar estos debates y desafíos de manera constructiva, con el objetivo de avanzar en el desarrollo científico y teórico en relación con el *GRIT*. Esto implica una revisión crítica de los conceptos, medidas y metodologías utilizadas, así como una mayor precisión en la definición y operacionalización de las dimensiones y componentes de este constructo. Al hacerlo, se puede impulsar la acumulación de conocimiento en esta área y promover una comprensión más sólida y consistente del *GRIT* y su influencia en diferentes contextos y áreas de desempeño (Allen *et al.*, 2021; Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Karaman *et al.*, 2019; Morell *et al.*, 2021; Zhou *et al.*, 2022).

Además de los cuestionamientos previamente mencionados, la conceptualización del *GRIT* también ha sido objeto de dudas y reflexiones, particularmente en relación con sus componentes tradicionales y su relación entre la pasión y la perseverancia. Algunos estudios han evidenciado un mayor distanciamiento entre estas variables en comparación con el modelo original propuesto por Duckworth y colaboradores (Duckworth *et al.*, 2021).

Es importante destacar que, además de las características individuales, también se han observado vínculos entre el *GRIT* y factores externos a la persona, como el estatus socioeconómico. Se plantea la hipótesis de que un alto estatus socioeconómico puede conferir ventajas estructurales en la dimensión de la perseverancia en el esfuerzo. Esto se debe a que un mayor sentido de control sobre la propia vida, derivado de los recursos asociados con un alto estatus

socioeconómico, puede influir en la capacidad de perseverar en el logro de metas (Kwon, 2021). Asimismo, la consistencia de interés o pasión puede estar influenciada por el nivel educativo propio o el de los padres, lo que sugiere una posible influencia del entorno socioeconómico en la formación y desarrollo del *GRIT*.

La inconsistencia conceptual en torno al término *GRIT* contrasta con el amplio programa de investigación desarrollado en este campo. Por lo tanto, resulta imprescindible realizar un análisis crítico y exhaustivo de los estudios previos, con el objetivo de comprender y abordar las posibles limitaciones y ambigüedades conceptuales. Este análisis permitirá avanzar hacia una mayor claridad y coherencia en la definición y medición del *GRIT*, promoviendo así la acumulación de conocimiento sólido y riguroso en este ámbito de investigación (Duckworth *et al.*, 2021; Kwon, 2021).

Los cuestionamientos al constructo denominado *GRIT* presentes en la literatura científica no invalidan los diferentes hallazgos que lo relacionan con efectos positivos en variables fundamentales para diversos ámbitos del desempeño. Específicamente, se ha observado una asociación entre el *GRIT* y el rendimiento organizacional en general, así como en aspectos como la autonomía, la esperanza, el aprendizaje autodirigido con resultados exitosos, la autorregulación, el liderazgo, la planificación, la satisfacción subjetiva, la resiliencia, el clima organizacional y el éxito en la selección de personal, entre otros (Ain *et al.*, 2021; O'shea *et al.*, 2005; Lee y Jang, 2018; Kim *et al.*, 2021; Samborowski *et al.*, 2021; Mirza *et al.*, 2021; Yu *et al.*, 2021; Rioux, 2022; Lee, 2022).

1.5. Relevancia de la orientación emprendedora

El constructo de la orientación emprendedora es una estrategia organizativa que se relaciona con el desempeño y se centra en la identificación y explotación de oportunidades de mercado, basándose en diversas dimensiones que son objeto de debate constante (Covin y Slevin, 1989; Cho y Lee, 2018; Lumpkin y Dess, 1996; Wiklund y Shepherd, 2003; Miller, 2011). Esta estrategia se refiere a la forma en que una empresa percibe y responde a su entorno emprendedora, y las dimensiones que comprende incluyen la innovación (capacidad para generar nuevas ideas y soluciones), la proactividad (capacidad para responder y anticiparse a los cambios en el mercado) y la asunción de riesgos (capacidad de la organización para asumir riesgos calculados para aprovechar las oportunidades del mercado). Además, se han agregado más adelante la autonomía y la agresividad competitiva como dimensiones adicionales. Este constructo tiene como objetivo fundamentar las ventajas competitivas y permite comparar el comportamiento organizacional entre diferentes empresas y también dentro de una empresa en diferentes momentos temporales.

En este contexto, es posible establecer una relación entre la orientación emprendedora y los procesos psicológicos debido a la influencia de estas operaciones mentales en las actividades emprendedores y su desempeño (Baluku *et al.*, 2016; Baron *et al.*, 2016; Boada-Grau *et al.*, 2016; Cho y Lee, 2018).

Específicamente, la curiosidad se ha planteado como un sentimiento de privación que refleja incertidumbre y tensión psicológica, y que impulsa la búsqueda de información (Litman y Jimerson, 2004; Grossnickle, 2016). Este sentimiento está relacionado con el constructo de la orientación emprendedora debido a la necesidad de aprovechar las oportunidades del mercado. La curiosidad se define como el deseo de adquirir nuevos conocimientos y se divide en dos tipologías: curiosidad perceptiva, que se basa en la percepción de estímulos visuales, auditivos o táctiles y se activa en situaciones extraordinarias o eventos que afectan los sentidos, y curiosidad epistémica, que se refiere al impulso epistemológico por el conocimiento y surge de la información, el deseo de aprender nuevas ideas, cerrar brechas de información y resolver problemas (Altun, 2018; Litman y Spielberger, 2003; Litman, 2008).

La investigación sobre la curiosidad ha experimentado diferentes etapas de actividad, desde la década de 1960, centrada en los fundamentos psicológicos de la curiosidad, hasta la década de 1970 y 1980, con intentos de medir y evaluar las dimensiones de la curiosidad. A lo largo de los años, se ha enfocado en explicar por qué las personas buscan voluntariamente la curiosidad y cuáles son los determinantes de este comportamiento (Loewenstein, 1994).

En este sentido, se argumenta que la curiosidad es un factor importante en el proceso de identificación de oportunidades de mercado. Los empresarios más curiosos son capaces de identificar más oportunidades nuevas, lo que representa un rasgo de personalidad relevante para aquellos que impulsan el proceso emprendedor. Esta capacidad

para reconocer y aprovechar oportunidades puede contribuir al éxito y la ventaja competitiva de las organizaciones (Gupta *et al.*, 2006; Huyghebaert y Knockaert, 2015; Zhao *et al.*, 2010). Además, la curiosidad se ha relacionado con otras características emprendedoras como la creatividad, la disposición a asumir riesgos y la toma de decisiones innovadoras (Amabile, 2012; Kaufmann y Schneider, 2004; Hung y Chang, 2010).

Finalmente, es evidente la importancia de comprender y fomentar la curiosidad como un factor clave en el contexto emprendedor (Altun, 2018; Litman y Spielberg, 2003; Litman, 2008). Las organizaciones pueden promover un clima propicio para el desarrollo de la curiosidad, fomentando la exploración, el aprendizaje continuo y la apertura a nuevas ideas y perspectivas. Asimismo, los líderes y gerentes pueden desempeñar un papel crucial al fomentar y recompensar la curiosidad entre sus empleados, brindando espacios para la experimentación y el pensamiento innovador. En conclusión, la curiosidad se presenta como un constructo relevante en el ámbito emprendedor, vinculado estrechamente con la orientación emprendedora y el proceso de identificación de oportunidades. Su comprensión y promoción pueden contribuir al desarrollo de organizaciones más innovadoras y adaptativas en entornos emprendedores cada vez más complejos y cambiantes.

2. Capítulo 2: Objetivos.

2.1. Objetivo General:

Examinar la influencia de la orientación emprendedora en la interacción entre la curiosidad y la perseverancia en individuos que participan en proyectos empresariales, utilizando enfoques cienciométricos y mediciones psicométricas, con el propósito de obtener una comprensión más profunda de la dinámica de estas variables en el contexto del emprendimiento.

2.2. Objetivos Específicos:

1.-Evaluar la orientación emprendedora de individuos involucrados en proyectos empresariales y determinar su correlación con el nivel de curiosidad observado en estos participantes.

2.-Evaluar la orientación emprendedora de individuos involucrados en proyectos empresariales y determinar su relación con el nivel de perseverancia evidenciado en dichos participantes.

3.-Realizar un análisis exhaustivo de la influencia de la orientación emprendedora en la perseverancia de emprendedores, considerando su producción científica.

4.-Investigar detalladamente cómo la orientación emprendedora afecta la relación entre la perseverancia y la curiosidad en emprendedores, teniendo en cuenta el estado del arte en la materia.

3. Capítulo 3: Método.

En un esfuerzo por alcanzar el objetivo general previamente establecido, se han llevado a cabo tres estudios detallados, cada uno de ellos cumpliendo con un objetivo específico (Asad *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024). A continuación, se presenta una descripción concisa de los elementos clave de cada estudio, incluyendo los participantes, los instrumentos utilizados, el procedimiento seguido para la recopilación de datos y el análisis de los mismos. Cada investigación se ha realizado con meticulosidad, destacando los aspectos más significativos de los participantes, los instrumentos, el procedimiento y el análisis de datos.

3.1. Participantes

En la Investigación-1, se llevó a cabo un análisis cuantitativo que contó con una muestra de publicaciones desde 1975 hasta 2020, todas ellas relacionadas con la orientación emprendedora y la curiosidad. La composición de la muestra mostró una distribución geográfica del 100%, siendo en su mayoría de origen estadounidense. En cuanto a la procedencia cultural de los autores, se identificaron múltiples nacionalidades, con una concentración significativa en la región de Estados Unidos (Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024).

En la Investigación-2, se llevó a cabo un análisis cuantitativo que contó con una muestra de publicaciones desde el 1 de enero de 1975 hasta el 31 de diciembre de 2021,

todas ellas relacionadas con la orientación emprendedora y el constructo denominado *GRIT*. La composición de la muestra mostró una distribución geográfica del 100%, siendo en su mayoría de origen estadounidense. En cuanto a la procedencia cultural de los autores, se identificaron múltiples nacionalidades, con una concentración significativa en Estados Unidos (Tsusaki *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024).

En la Investigación-3, se realizó un estudio transversal contó con una muestra de 1,761 participantes, todos ellos trabajadores activos. La distribución de género mostró un 49.8% de hombres, con una edad media de 38.88 años (SD = 12.53 años). Del total de participantes, el 22.9% se identificaron como colombianos, mientras que el 77.1% eran de origen español (White *et al.*, 2024).

En la Investigación-4, de tipo transversal, la muestra estuvo compuesta por 1,761 participantes seleccionados mediante un muestreo de conveniencia, todos ellos trabajadores activos. La distribución de género mostró un 49.8% de hombres, con una edad media de 38.88 años (SD = 12.53 años). Del total de participantes, el 22.9% se identificaron como colombianos, mientras que el 77.1% eran de origen español (Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024).

3.2. Instrumentos

En los estudios 1 y 2, se utilizaron indicadores bibliométricos para analizar la producción científica en los campos de orientación emprendedora, curiosidad y perseverancia, así como en orientación emprendedora y perseverancia. La base de datos utilizada es la *Web of Science* (1975-2023) que permite obtener indicadores bibliométricos para identificar autores, países, publicaciones, citas, revistas e instituciones en el ámbito de la investigación (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024). En los estudios 3 y 4, se emplearon escalas psicométricas para medir variables clave, como la orientación emprendedora (OE), la determinación (*GRIT*) y la curiosidad.

3.3. Procedimiento

En el Estudio 1, se realizó un análisis cienciométrico sobre Orientación emprendedora y Curiosidad (1975-2020). Se llevó a cabo una búsqueda y extracción de datos de la base de datos Web of Science. Una vez obtenida la muestra, se analizaron y sintetizaron los indicadores bibliométricos relevantes. El instrumento de medición fue autoadministrado a través del software Google Forms (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024).

En el Estudio 2, se realizó un análisis cienciométrico sobre Orientación emprendedora y Perseverancia (1975-2021). Se consideró la población nacional de

publicaciones en la base de datos Web of Science. Una vez obtenida la muestra, se realizó un análisis y síntesis de indicadores bibliométricos significativos (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024). El instrumento de medición fue autoadministrado a través del software Google Forms, en el contexto de la pandemia por COVID-19.

En el Estudio 3, se realizó un estudio sobre Moderación de la Determinación en la Relación entre Orientación Emprendedora y Probabilidad de Iniciar un Negocio. Se consideró la población nacional de directores de la institución participante del estudio, con representación de las dieciséis regiones de Chile (Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024). Se administraron cuestionarios que incluyen la Escala de Orientación Emprendedora y la Escala de Determinación. Se recopiló respuestas de autopercepción sobre la probabilidad de iniciar un negocio en los próximos 5 años. El instrumento de medición fue autoadministrado a través del software Google Forms, en el contexto de la pandemia por COVID-19.

En el Estudio 4, se realizó un estudio sobre Moderación de la Curiosidad en la Relación entre Orientación Emprendedora y Probabilidad de Iniciar un Negocio. Se llevó a cabo un muestreo considerando la población nacional de 1,761 participantes, todos ellos trabajadores activos. Se aplicaron cuestionarios que incluyen la Escala de Orientación Emprendedora y la Escala de Curiosidad. Se recopiló respuestas de autopercepción sobre la probabilidad de iniciar un negocio en los próximos 5 años. La composición de la muestra mostró una distribución de género del 49.8%, siendo en su mayoría hombres, con una edad promedio de 41.15

años ($SD = 12.72$ años). En cuanto a la procedencia cultural, el 22.9% de los participantes se identificaron como colombianos, mientras que el 77.1% eran de origen español. El instrumento de medición fue autoadministrado a través del software Google Forms (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024).

3.3. Análisis de Datos

Este trabajo comprende cuatro estudios interconectados que abordan diversos aspectos del emprendimiento desde múltiples disciplinas. Utilizando enfoques cuantitativos, estos estudios examinan la orientación emprendedora, la curiosidad, la perseverancia y la determinación en el ámbito empresarial (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024). Los dos primeros estudios emplean un análisis cienciométrico, utilizando la base de datos Web of Science, para rastrear la evolución de la investigación en orientación emprendedora y su interrelación con la curiosidad y la perseverancia desde 1975 hasta 2020 y 2021, respectivamente. Estos estudios identifican tendencias, autores destacados y concentraciones geográficas en Estados Unidos, proporcionando una visión actualizada del estado de la investigación en estos campos.

Los dos estudios subsiguientes se enfocan en la relación entre la orientación emprendedora y los factores psicológicos. El tercer estudio investiga cómo la determinación (*GRIT*) modera la relación entre la orientación emprendedora y la probabilidad de iniciar un negocio. En conjunto, estos cuatro estudios, a pesar de sus

variadas metodologías, contribuyen al avance del conocimiento en el campo del emprendimiento y la psicología empresarial (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024). Proporcionan una comprensión más profunda de las interacciones entre la orientación emprendedora, la curiosidad, la perseverancia y la determinación, destacando la importancia de los factores psicológicos en el emprendimiento y su evolución a lo largo del tiempo.

Los primeros dos estudios de esta investigación se centraron en el uso de análisis bibliométricos para explorar la orientación emprendedora y su relación con la curiosidad y la perseverancia (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024). Estos análisis permitieron identificar tendencias, autores destacados, países líderes y otros indicadores relevantes en estos campos de estudio.

Estos estudios se basaron en la cienciometría, una disciplina que se enfoca en el análisis de la producción científica de los investigadores, el impacto de las publicaciones a través de las citas y las posibles conexiones entre los artículos producidos (Araya-Castillo *et al.*, 2021). Esta metodología incluye un análisis bibliométrico retrospectivo que utiliza técnicas estadísticas para rastrear la evolución cualitativa y cuantitativa de un tema de investigación científica, perfilar las publicaciones sobre el tema y detectar tendencias dentro de una disciplina (De Bakker *et al.*, 2005).

La cuantimetría aborda temas clave como las formas de medir la calidad e impacto de la investigación, la comprensión de los procesos de citación, la cartografía de los campos científicos y el uso de indicadores en la política y gestión de la investigación (Hernández-Perlines *et al.*, 2023). Además, existe un creciente interés en los estudios de ciencia y tecnología por la globalización de la producción de conocimientos y la ubicación geográfica de estas actividades.

Para llevar a cabo estos análisis, se realizó una búsqueda en la base de datos Web of Science (WoS) dentro de un período temporal específico (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024). Los programas estadísticos utilizados para este propósito fueron SPSS (v29) y Software VOSviewer (2022).

Los estudios 3 y 4 implementaron análisis de moderación simple y de doble moderación para explorar las relaciones entre la orientación emprendedora y variables psicológicas como la determinación (*GRIT*) y la curiosidad, teniendo en cuenta factores sociodemográficos (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024).

El análisis de moderación es una técnica multivariante en la que una variable independiente (predictora, A) influye en una variable dependiente (criterio, B), y esta relación se ve afectada por la interacción con una tercera variable, conocida como variable moderadora © (Fernández-Muñoz y García-González, 2017). En este marco, la variable

moderadora © modifica la fuerza y/o la dirección de la relación entre la variable predictora (A) y la variable de criterio (B) (Fairchild y MacKinnon, 2009).

Este análisis se lleva a cabo mediante una serie de regresiones múltiples, donde se examina tanto el impacto de cada una de las variables predictoras (A y W por separado) sobre la variable dependiente (B), como la interacción entre ambas variables predictoras (AW) sobre la variable dependiente (B) (Fairchild y MacKinnon, 2009). Cuando esta interacción es significativa, indica que el efecto de la variable independiente (A) sobre la dependiente (B) no puede interpretarse de manera aislada, ya que este efecto depende de una tercera variable (Fritz y Arthur, 2017).

Por lo tanto, el análisis de moderación permite entender cuándo o en qué situaciones se produce un efecto determinado. Una variable moderadora © altera la relación entre la variable independiente (A) y la dependiente (B), de tal manera que la magnitud y la dirección de la relación entre ambas variables dependen de la influencia de la variable moderadora (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024). Para llevar a cabo estos análisis, se utilizan programas estadísticos como SPSS (v29).

4. Capítulo 4: Resultados.

Estudio I: Scientometric Analysis in Entrepreneurial Orientation and Curiosity

Estudio II: Scientometric Analysis on Entrepreneurial Orientation and Perseverance

Produced Based on Web Of Science Data Between 1975 and 2023

Estudio III: Passion and perseverance: How the components of *GRIT* affect the probability of starting a business.

Estudio IV: Curiosity as a Moderator of the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Perceived Probability of Starting a Business.

SCIENTOMETRIC ANALYSIS IN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND CURIOSITY


NICOLÁS BARRIENTOS ORADINI, LUIS ARAYA-CASTILLO,
MARÍA BOADA-CUERVA, JOAN BOADA-GRAU AND
FRANCISCO GANGA-CONTRERAS

SUMMARY

Studies regarding various factors involved in both the corporate and academic realms have been scrutinized and analyzed over the past four decades, amplifying their relevance in the current period. This is specified within the framework of research concepts such as entrepreneurial orientation and curiosity through a scientometric analysis, aiming to describe the bibliometric indicators of scientific development in this field from the earliest records in the Web of Science online database dating back to 1975 to 2023, identify-

ing authors, countries, publications, citations, journals, and institutions. In general terms, the results revealed a growing development of publications related to the thematic vector, increasing in recent years and showing a geographical concentration associated with the United States region. The findings demonstrate that greater contributions provide an updated insight into research on entrepreneurial orientation and curiosity and their development through standards-based measurements and evidence.

Introduction

 Within the framework of scientometric analyses with bibliometric techniques applied to science (Vanti, 2000), research is conducted, focusing on documents as empirical material, regarding the construct

called entrepreneurial orientation, in relation to the construct of curiosity. Entrepreneurial orientation refers to an organization's ability to identify and exploit market opportunities, developing innovative products and services with a long-term vision, establishing itself as a strategic mindset focused on identifying market opportunities and the company's

ability to exploit those opportunities (Miller, 2011). Empirically, applications of the scale for measuring entrepreneurial orientation have been developed (Boada-Grau *et al.*, 2016), driving a line of research in entrepreneurial orientation (Covin and Slevin, 1989; Lumpkin and Dess, 1996; Wiklund and Shepherd, 2003). In this sense, entrepreneurial

KEYWORDS / Bibliometric Indicators / Curiosity / Entrepreneurial Orientation / Scientometric Analysis / Scientific Development / United States Region / Web of Science /

Received: 04/06/2024. Modified: 07/01/2024. Accepted: 07/08/2024.

Nicolás Barrientos Oradini. Doctor in Philosophy of Business Administration, Academic, Faculty of Economics and Business, Universidad Alberto Hurtado, Chile. e-mail: nbarriento@uahurtado.cl. Researcher, School of Business and Administration, Universidad Miguel de Cervantes, Chile. e-mail: nbarrientos@corp.umc.cl.

Luis Araya-Castillo. PhD. in Management Sciences. Doctor in Management Sciences. Doctor in Business. Dean, Faculty of Engineering and Business, Universidad Católica Silva Henríquez, Chile. e-mail: larayac@ucsh.cl.

Maria Boada-Cuerva. PhD in Business Administration (Human Resources). Associate Professor, Rovira i Virgili University, Spain. e-mail: maria.boada@urv.cat.

Joan Boada-Grau. Doctor in Psychology. Professor, Full-Time Professor, Distinguished Professor, Rovira i Virgili University, Spain. e-mail: joan.boada@urv.cat.

Francisco Ganga-Contreras (Corresponding author). Doctor in Strategic Management and International Business. Professor, Department of Education. Faculty of Education and Humanities, Universidad de Tarapacá, Chile. Address: Universidad de Tarapacá Departamento de Educación, Facultad de Educación y Humanidades. José Victorino Lastarria 26, Santiago, Chile. e-mail: franciscoganga@academicos.uta.cl.

orientation can be understood as a dynamic ability that allows companies to adapt to changes and maintain their long-term competitive advantage by seizing market opportunities (Lumpkin and Dess, 1996; Teece *et al.*, 1997; Wiklund and Shepherd, 2003). In this framework, it has been evidenced that psychological processes have significant influences on entrepreneurial behavior, with psychological capital being significant predictors of business success and entrepreneur well-being (Baluku *et al.*, 2016; Baron *et al.*, 2016). In this context, curiosity is taken as a relevant psychological component, understood as a feeling of deprivation that reflects uncertainty and mental tension, which motivates information-seeking behavior and problem-solving (Litman and Jimerson, 2004), which relates to the concept of entrepreneurial orientation in the sense of exploring market opportunities (Miller, 2011).

In this context, the present research describes attributes of the scientific community, identifying association links supported by: co-authorships in publications, the degree of impact of institutions and authors, cooperation among regions, common references, common keywords, among other factors to identify the characteristics of scientific production associated with the research vector.

Theoretical Framework

The construct of entrepreneurial orientation is an organizational strategy associated with performance, focusing on identifying and exploiting market opportunities, founded on different dimensions subject to constant discussion (Covin and Slevin, 1989; Lumpkin and Dess, 1996; Wiklund and Shepherd, 2003; Miller, 2011; Cho and Lee, 2018). This concept refers to an approach that centers management on identifying and exploiting market opportunities, concerning the long-term success of the company, within the context of changes and maintaining competitive advantage. In this sense, it is how the company perceives and responds to its business environment. The dimensions incorporated into the construct of entrepreneurial orientation consist of innovation, which refers to the capacity to generate new ideas and solutions; proactivity, referring to the ability to respond to and anticipate market changes; and risk-taking, referring to an organization's ability to take calculated risks to seize market opportunities; later, autonomy and competitive aggressiveness are added to these dimensions. In this regard, this construct is aimed at substantiating competitive advantages, allowing for the comparison of

organizational behavior among different companies, and also within a company at different time periods.

In this context, it is possible to relate entrepreneurial orientation to psychological processes, due to the influences of these mental operations on business activities and performance (Baluku *et al.*, 2016; Baron *et al.*, 2016; Boada-Grau *et al.*, 2016; Cho and Lee, 2018). Particularly, curiosity as a feeling of deprivation, reflecting uncertainty and psychological tension, which drives information-seeking behavior (Litman and Jimerson, 2004; Grossnickle, 2016), related to the construct of entrepreneurial orientation due to the need to seize market opportunities. In this sense, curiosity is defined as the desire to acquire new knowledge, understood through two typologies, namely perceptual curiosity, which is understood from the perception of stimuli evoked by visual, auditory, or tactile stimulation, which is activated by extraordinary situations, events, factors, developments affecting the sense organs, hearing, life, taste, temperature, and epistemic curiosity, defined as an epistemological impulse for knowledge, stemming from information, in the sense of the desire for knowledge that motivates individuals to learn new ideas, bridging information gaps and problem-solving, being an exclusively human impulse for knowledge, underlying intellectual and academic development (Litman and Spielberger, 2003; Litman, 2008; Altun, 2018). In this field, research on curiosity has presented waves of activity, in which in the 1960s it mainly focused on the psychological foundations of curiosity, and in the 1970s and 1980s, it was characterized by attempts to measure curiosity and assess its dimensions, aimed at explaining why people voluntarily seek curiosity and what the determinants of curiosity are (Loewenstein, 1994). In this framework, the relationship between entrepreneurial orientation and curiosity has been argued that curiosity is an important factor in the process of identifying market opportunities, with more curious entrepreneurs being able to identify more new opportunities, being an important personality trait for individuals driving the entrepreneurial process.

Methodology

The methodology employed integrates both bibliometric and scientometric analyses. Bibliometric analysis is a mathematical and statistical approach that examines patterns in the publication and usage of documents (Diodato, 1994). Scientometric analysis, a subset of

bibliometric techniques, focuses specifically on scientific literature to understand the globalization of knowledge production and its geographic distribution (Frenken *et al.*, 2009; Vanti, 2000).

The data for this study were collected from the Web of Science (WoS) database, covering the period from 1975 to 2020. This extensive timespan includes publications in various disciplines such as pure and applied sciences, medical and social sciences, as well as arts and humanities (Vanti, 2000).

The study explores structural aspects of the scientific community by examining collaborations in publications, common references, and shared keywords. The search targeted the concepts of "Entrepreneurial Orientation" and "Curiosity" in multiple languages, resulting in the identification of 3,815 articles that have been cited 86,787 times.

Several bibliometric indicators were used in the analysis, including the number of articles, citations, journals, institutions, authors, and countries. A bibliometric map was created to visualize key concepts and clusters, utilizing VOSviewer version 1.6.15.

The detailed search query in WoS up to December 2023 was as follows: TS=("Entrepreneurial orientation" or "Entrepreneurial intention" and "curiosity") AND DOCUMENT TYPES:(Article) Indexes=SCI-EXPANDED, SSCI, A&HCI, ESCI Timespan=1975-2023.

Results

Articles and citations in the field of study

3,815 articles on "entrepreneurial orientation" and "curiosity" were identified between 1975 and 2023, with publications ranging from 1993 to 2020. The first article, by Kavil Ramachandran and Subramaniam Ramnarayan, dates back to 1993, indicating that previous ones are not in indexed WoS journals. Table I shows the citation rate with a total of 76,392 citations. It is observed that 234 articles (9.64%) have not been cited, 1,862 (76.69%) have fewer than 50 citations, 183 (7.54%) have between 50 and 100 citations, 116 (4.78%) have between 100 and 300 citations, 22 (0.91%) have between 300 and 700 citations, 10 (0.41%) have between 700 and 1,500 citations, and 1 (0.04%) exceeds 3,000 citations.

Of the 3,815 articles reported by WoS (2021), the Hirsch index (h-index) (Bornmann and Hans-Dieter, 2013) stands out. Among the 123 articles with more than 123 citations, the article by G. Tom Lumpkin and Gregory G.

TABLE I
GENERAL CITATION STRUCTURE

Citation	Number	(%)
More than 1500 quotes	1	0.04
More than 700 quotes less than 1500	10	0.41
More than 300 quotes less than 700	22	0.91
More than 100 less than 300	116	4.78
More than 50 less than 100	183	7.54
Less than 50	1,862	76.69
0 quotes	234	9.64
Total	2,428	100.00

Source: Own elaboration based on Web of Science Data (2023).

Dess (1996) accounts for 5.17% of the total with 3,955 citations, published in the *Academy of Management Review* (Q1) by Acad Management. It proposes to clarify the nature of entrepreneurial orientation (EO) and presents a contingency framework for investigating the relationship between EO and firm outcomes. The second most cited article is

by Andreas Rauch, *et al.* (2009), with 1,321 citations (1.73% of the total), published in *Entrepreneurship Theory and Practice* (Q1). It conducts a meta-analysis on the relationship between entrepreneurial orientation and performance, evaluating potential moderators. Table II details the 10 most influential articles, each with at least 750 citations per article.

Top Authors

Of the 2,428 articles according to WoS (2021) on entrepreneurial orientation and curiosity, 15,842 authors are identified. The distribution is not highly concentrated, evidenced by the low percentage of citations (6.63%) from the top 10 most influential authors. The most prominent author is G. Tom Lumpkin from the University of Oklahoma, with 17 articles and 7,355 citations (9.63% of the total), maintaining 12 articles among the 123 most influential by the h-index. Johan Wiklund from Syracuse University is the second most influential author, with 10 articles, 5,058 citations, and 8 articles among the 123 most influential. Additional details of the 8 most influential authors are found in Table III.

G. Tom Lumpkin is a recognized scholar in the field of entrepreneurial orientation. He has significantly contributed to understanding this concept and its relationship with curiosity and innovation. According to Lumpkin,

TABLE II
ARTICLES WITH THE HIGHEST CITATIONS IN SCIENTIFIC PRODUCTION

R	Authors	Year	Qualification	Publisher	TC
1	Lumpkin GT and Dess GG	1996	Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance	Acad Management	3955
2	Rauch A, Wiklund J, Lumpkin G, Frese M	2009	Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future	Sage Publications Inc	1321
3	Wiklund J and Shepherd D	2005	Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach	Elsevier	1287
4	Lumpkin G and Dess GG	2001	Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle	Elsevier Science Bv	1255
5	Wiklund J and Shepherd D	2003	Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses	John Wiley & Sons Ltd	1157
6	Hult GTM, Hurley RF, Knight GA	2004	Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance	Elsevier Science Inc	1010
7	Lee C; Lee K, Pennings JM	2001	Internal capabilities, external networks, and performance: A study on technology-based ventures	John Wiley & Sons Ltd	1008
8	Berrone P, Cross C, Gomez-Mejia LR	2012	Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches, and Agenda for Future Research	Sage Publications Inc	904
9	Zhou KZ, Yim CK, Tse DK	2005	The effects of strategic orientations on technology- and market-based breakthrough innovations	Sage Publications Inc	875
10	Rosenbusch N, Brinckmann J, Bausch A	2011	Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs	Elsevier	761

R: ranking, TC: total citations Source: Own elaboration based on Web of Science data (2023).

TABLE III
MOST INFLUENTIAL AUTHORS IN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND CURIOSITY

R	Author	Institution	TA-EC	TC-EC	(%)	HA	TP	TC	T123
1	Lumpkin GT	University of Oklahoma System	17	7,355	9.63	15	48	9,887	12
2	Wiklund J	Syracuse University	10	5,058	6.62	10	50	8,982	8
3	Covin Jeffrey G.	Indiana University System	16	2,350	3.08	15	75	12,094	6
4	Wales WJ.	State University of New York	17	1,524	1.99	12	24	1,838	7
5	Kraus S	University of Exeter	33	1,269	1.66	21	213	5,081	2
6	Hughes M	Loughborough University	16	1,193	1.56	12	65	2,350	3
7	Short JC	University of North Texas Denton	14	1,180	1.54	13	79	5,010	4
8	Miller D	Hec Montreal	7	1,061	1.39	7	147	23,334	5
9	Li Y	Xi'an Jiaotong University	15	605	0.79	10	8	309	3
10	Payne GT	Texas Tech. University	13	953	1.25	11	55	2,203	3

R: author ranking, TA-EC: total articles by the author in business orientation and curiosity, TC-EC: total author citations of articles on business orientation and curiosity, HA: h- author index, TP: total articles by the author, TC: total citations per author, T123: Total articles by the author that are among the 123 most influential articles published of all time. Source: Own elaboration based on Web of Science data (2023).

entrepreneurial orientation is a strategic choice or orientation towards a dynamic process of seeking new opportunities for business creation. It refers to the methods, practices, and decision-making styles that companies use to identify and pursue new business ventures. Lumpkin and Dess (1996) identified five key dimensions of entrepreneurial orientation: a) Autonomy: The tendency to bring forth ideas and see them through to completion; b) Competitive Aggressiveness: The tendency to challenge rivals intensely and directly rather than trying to avoid competition; c) Innovativeness: The tendency to pursue novel ideas, creative processes, and experimentation. d) Proactiveness: The tendency to anticipate and act on future opportunities rather than relying solely on existing products and services. e) Risk-taking:

The tendency to take bold actions rather than being cautious. These dimensions are crucial in entrepreneurial behavior and represent the "process" aspects of the entrepreneurial phenomenon. Curiosity plays an important role in this context as it drives the search for new opportunities and the exploration of innovative ideas. In summary, entrepreneurial orientation is a strategic approach that involves developing entrepreneurial activities, and curiosity is a key driver of this process.

The quantity of articles developed and published is a key metric for assessing authors' contributions to the knowledge on entrepreneurial orientation and curiosity. Table IV presents authors with at least 15 articles on this topic, highlighting the number of articles, total citations, average citations, percentage of

total articles, h-index, and total publications and citations in WoS up to October 2021. This approach acknowledges the importance of authors in various scenarios and perspectives, even if they are not always recognized as the most influential.

Table IV highlights 9 authors who have published at least 15 articles on entrepreneurial orientation and curiosity. Surprisingly, 6 out of these 9 authors are among the most influential in terms of citations, despite the total presence of 15,842 authors in this field. G. Tom Lumpkin from the University of Oklahoma stands out, ranking second in the number of articles (17) but leading in citations, with 12 of his articles among the top 123 most influential of all time. Figure 1 presents a co-authorship graph among authors related to entrepreneurial

TABLE IV
MOST PRODUCTIVE AUTHORS

R	Author	University	TA-EC	TC-EC	PC-EC	% Tt	HA	TP-A	TC-A
1	Kraus S	University of Exeter	33	1,269	38.45	1.36	21	213	5,081
2	Lumpkin GT	University of Oklahoma System	17	7,355	432.65	0.70	15	48	9,887
3	Wales WJ	State University of New York	17	1,524	89.65	0.70	12	24	1,838
4	Covin JG	Indiana University System	16	2,350	146.88	0.66	15	75	12,094
5	Hughes M	Loughborough University	16	1,193	74.56	0.66	12	65	2,350
6	Adomako S	University of Bradford	16	259	16.19	0.66	10	49	517
7	Hernandez-Perlines F	Castilla-La Mancha University	16	225	14.06	0.66	9	38	354
8	Li Y	Xi'an Jiaotong University	15	605	42.93	0.62	10	8	309
9	Eggers F	Menlo College	15	461	30.73	0.62	12	3.4	846
	Total		134	13,267	99.01	6.69	43	554	33,276

R: author ranking, TA-EC: total of articles by the author considering the search vectors, TC-EC: total citations of the author's articles in the search vectors, PC-EC: Citations per article in the search vectors, % Tt : percentage of the total articles on the search vectors, HA: h- author index , TP-A: total articles by the author, TC-A: total citations per author. Source: Own elaboration based on Web of Science data (2023).

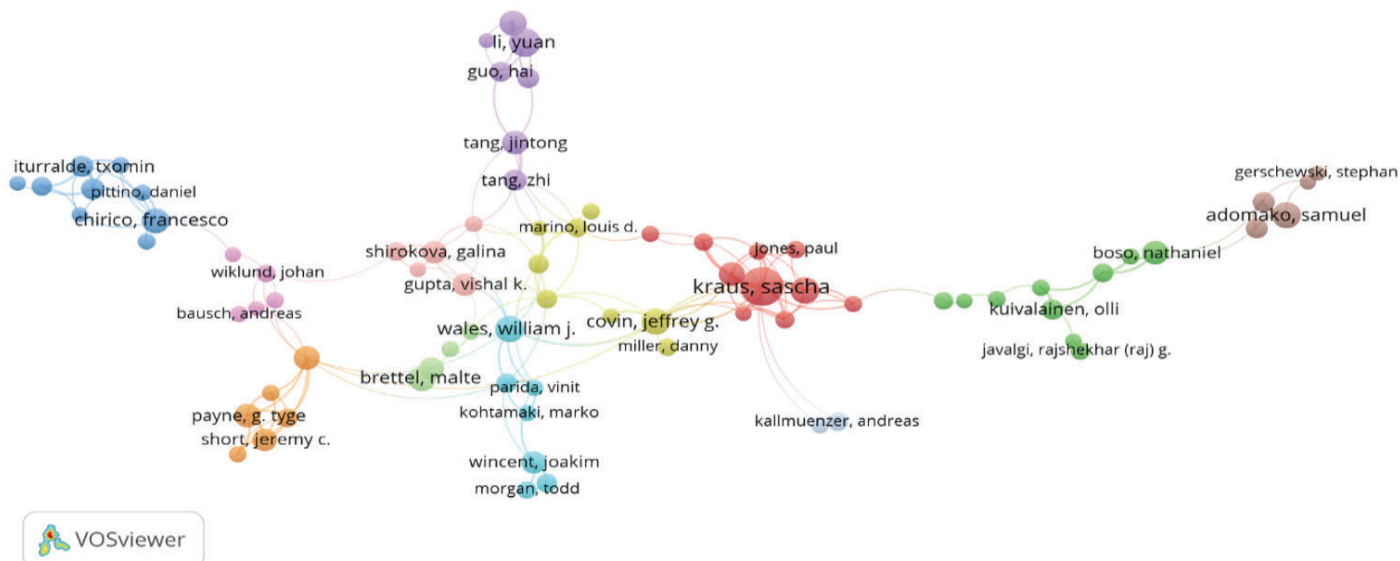


Figure 1. Co-authorship graph among authors related to entrepreneurial orientation and Source: Own elaboration using VOSviewer Software.

orientation and curiosity. The articles were analyzed with VOSviewer, which groups authors into clusters, detailed in Table V.

Top Journals

Of the 2,428 articles analyzed, they were published in 566 journals indexed in WoS, with a moderate level of concentration. The top 10 journals contribute 23.4% of the total

publications on this topic, totaling 569 articles with an average of 53.2 citations per article. The set of these journals accumulates 30,268 citations and an h-index of 82. Table VI details the top 10 journals with at least 33 records, ordered by the number of articles and total citations as the second criterion.

The analysis from Table VI highlights the Journal of Business Research by Elsevier Science Inc. (United

States) as the journal with the highest number of articles (99). However, the most influential journal is Entrepreneurship Theory and Practice by Sage Publications Inc. (United States), with the highest number of citations (7,847 out of 30,268), the highest h-index (38), the highest average citations, and the highest 5-year impact factor (15.732). Additionally, Journal of Business Venturing by Elsevier (Netherlands) leads

TABLE V
CO-AUTHORSHIP CLUSTERS FOR SCIENTIFIC PRODUCTION

Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	Cluster 6
Bouncker RB	Bos N	Arzubiaga U	Anderson BS	Gou H	Anokhin S
Chang M-L	Cadogan JW	Bauweraerts J	Covin JG	L Y	Kohtamaki M
Eggers F	Ciravegna L	Chirico Fo	Kreiser PM	Liu H	Morgan T
Filser M	Fellnhofer K	Iturrealde, T	Marino LD	Liu Y	Parida V
Hughes M	Javalgi R(raj)G	Kotlar J	Mcdowell WC	Su Z	Patel PC
Jones P	Kauivalainen O	Maseda A	Miller D	Tang J	Wales WJ
Kraus S	PuumalainenK	Pittino DI	Slevin DP	Tang Z	Wincent J
Niemand T	Saarenketo S	Sanchez-Famoso V	Weaver KM		
Rigtering JPC	Story VM	Sciascia S			
Stoekmann C	Sundqvist S				
Cluster 7	Cluster 8	Cluster 9	Cluster 10	Cluster 11	Cluster 12
Brigham KH	Adomako S	Baush A	Beliaeva T	Baum M	Kallmuenzer A
Lumpkin GT	Amankwah-Amoah J	Frese M	Gupta VK	Brettel M	Peters M
McKenny AF	Danso A	Nordqvist M	Marino LD	Engelen A	
MossTW	Gerschewski S	Rauch A	Shirokova G	Schwens C	
Payne GT	Khan Z	Wiklund J	Wales W		
Short JC					

Source: Data from Web of Science (2023) conducted with VOSviewer Software.

TABLE VI
WEB OF SCIENCE JOURNALS IN WHICH SCIENTIFIC PRODUCTION IS GENERATED

R	Sources (Journals)	N	% Tt	PC-EC	H-EC	TC-EC	IF 5Y	Q
1	<i>Journal Business Research</i>	99	4.08	34.6	32	3,425	8,488	Q1
2	<i>Journal of Small Business Management</i>	71	2.92	38.8	30	2,757	6,799	Q2
3	<i>Sustainability</i>	67	2.76	8.94	15	599	3,473	Q2
4	<i>Entrepreneurship Theory and Practice</i>	65	2.68	120.72	38	7,847	15,191	Q1
5	<i>International Entrepreneurship and Management Journal</i>	65	2.68	18.86	20	1,226	6,458	Q2
6	<i>Industrial Marketing Management</i>	51	2.10	58.29	25	2,973	8,698	Q1
7	<i>International Small Business Journal Researching Entrepreneurship</i>	48	1.98	47.31	25	2,271	7.22	Q2
8	<i>Management Decision</i>	37	1.52	22.59	16	836	4,816	Q2
9	<i>Journal of Business Venturing</i>	33	1.36	237.76	29	7,846	15,732	Q1
10	<i>International Journal of Entrepreneurial Behavior Research</i>	33	1.36	13.82	13	456	4,996	Q2
	Summary	569	23.43	53.2	82	30,268		

R: ranking, N: total of articles only with business orientation and curiosity in the journal, %Tt : percentage of articles out of the total articles on business orientation and curiosity, PC-EC: Average citations per article in the search vectors, H-EC: h-index with search vectors only, TC-EC total citations only with the search vectors, IF Y5: impact factor of the journal in the last 5 years, Q: quartile in the category. Source: Own based on Web of Science data (2023).

in impact factor, serving as a quality measure for these journals.

WoS Categories

Similarly, concerning the main WoS categories, the 2,428 articles studied have been published in journals affiliated with 80 WoS categories, some of which are published in different categories concurrently. This set of 10 categories maintains an h-index reaching 123 with a total of 74,931 citations and 34.47 citations per article that have been referenced 32,357 times by other articles. This information is detailed in Table VII.

From Table VII, it can be inferred that the largest contribution is generated in the Business category with 54.2%, which also maintains the highest h-index reaching 113, as well as the highest number of citations with 58,791 times and the highest number of references by other articles with 25,900. It is worth noting the Applied Psychology category, which with only 43 articles obtains the highest average number of citations with 53.88 citations per article.

Institutions

Regarding the main affiliation organizations, scientists have

generated this knowledge with a high institutional concentration, affiliating with 1,993 organizations based on the 2,428 articles. Of these, 10 institutions contribute with at least 27 articles related to the analyzed theme. Table VIII, ordered by influence in the topic (measured through the number of articles, h-index, average citations, total citations, and number of articles citing them around the search vector of entrepreneurial orientation and curiosity), details the analysis of these institutions.

From Table VIII, it is evident that the 10 institutions that have published at least 27 articles related to

TABLE VII
WEB OF SCIENCE CATEGORIES ASSOCIATED WITH SCIENTIFIC PRODUCTION

R	Web of Science Categories	N	% Tt	H-EC	PC-EC	TC-EC	AC
1	Business	1,316	54.20	113	44.67	58,791	25,900
2	Management	1,195	49.22	84	32.56	38,912	21,360
3	Economics	174	7.17	23	16.22	2,822	2,431
4	Environmental Studies	109	4.49	22	14.4	1,570	1,377
5	Green Sustainable Science Technology	85	3.50	19	11.59	985	885
6	Environmental Sciences	81	3.34	19	20.07	1,626	1,526
7	Industrial Engineering	80	3.29	29	34.1	2,728	2,448
8	Hospitality Leisure Sport Tourism	51	2.10	19	20.76	1,059	823
9	Psychology Applied	43	1.77	21	53.88	2,317	2,027
10	Operations Research Management Science	43	1.77	24	43.47	1,869	1,752
	Summary	2,164	89.13	123	34.47	74,931	32,357

R: ranking, N: total of articles only on business orientation and curiosity in the journal, % Tt : percentage of article over the total articles on the search vectors, PC-EC: Average citations per article in the search vectors, H-EC: h-index with entrepreneurial orientation and curiosity, TC-EC: total citations in business orientation and curiosity, AC: Number of articles in which it is cited. Source: Web of Science data (2023).

TABLE VIII
WEB OF SCIENCE CATEGORIES ASSOCIATED WITH SCIENTIFIC PRODUCTION

R	Institutions	Country	N	% Tt	H-EC	PC-EC	TC-EC	AC
1	Xi An Jiaotong University	China	46	1.89	22	33	1,518	1,312
2	University of Valencia	Spain	38	1.57	11	18.39	699	637
3	Castilla-La Mancha University	Spain	38	1.57	15	15.05	572	464
4	Lappeenranta University of Technology	Finland	35	1.44	18	44.17	1,546	1,271
5	University of North Carolina	USA	3. 4	1.40	14	21.59	734	679
6	State University System of Florida	USA	32	1.32	16	80.84	2,587	2,531
7	Indiana University System	USA	31	1.28	24	111.03	3,442	2,170
8	Indiana University Bloomington	USA	29	1.19	24	118.21	3,428	2,156
9	Jönköping University	Sweden	27	1.11	21	227.3	6,137	4,091
10	IU Kelley School of Business	USA	27	1.11	22	122.07	3,296	2,091
Total			269	13.88	59	62.52	16,819	9,630

R: ranking, N: total articles with only business orientation and curiosity, % Tt : percentage of article out of the total articles of business orientation and curiosity, H-EC: h-index with search vectors only, PC-EC: average citations per article for the search vectors, TC-EC: total citations only with the search vectors, AC: number of articles in which it is cited. Source: Web of Science data (2023).

the search concepts account for 13.9% of the total articles on the topic. Together, these institutions maintain an h-index of 59, with an average of 62.52 citations and a total of 16,819 citations. Additionally, these institutions are cited in 9,630 articles.

Xi'an Jiaotong University of China stands out as the most productive institution with 46 articles. However, Jönköping University of Sweden emerges as the most influential institution by maintaining the highest number of citations (6,137), the highest average citations (227.3), and the highest number of articles citing it (4,091). On the other hand, Indiana University System and Indiana University Bloomington have the highest h-index with 24, indicating that at least 24 of its articles have been cited 24 times or more.

A bibliometric analysis of citations related to these institutions reveals the existence of 7 clusters, considering a minimum of 12 documents per organization. These clusters are detailed in Table IX, and the graph in Figure 2 shows the connections between the different institutions, with different colors for each of the 7 clusters.

Countries

Regarding the main affiliation countries, based on the analysis of 2,428 articles, scientists have produced this knowledge with a high geographical concentration, as 59.8% of the articles are concentrated in 5 countries out of a total of 100 that have generated at least one article related to the search concept.

Table X details the 10 countries that have developed and published at least 95 articles related to entrepreneurial orientation and curiosity. These 10 countries collectively obtain an h-index of 118 with an average of 42.4 citations per article, a total of 66,135 citations, and the number of articles citing this set of countries is 29,513 articles.

Based on the data shown in Table X we can conclude that the United States is the most productive country, as it has generated 548 articles related to entrepreneurial orientation and curiosity. It is also the most influential country, maintaining the highest number of citations with 38,154 citations, as well as possessing the highest h-index with 87 and being cited in 19,392 articles. It is noteworthy to highlight Sweden, which, with 95 articles, maintains the highest average number of citations per article, reaching 92.1 citations per article.

Bibliometric analysis of keywords

Out of the 4,520 author keywords (AK) included in the articles published in Web of Science, 209 appear more than 7 times, and they are used concurrently as depicted in Figure 3. This accounts for 12 clusters, composed as detailed below in Table XI.

Table XI is where the clusters are grouped, recognizing the various emphases around which the studied articles are developed. In the graph, each cluster is assigned a color for identification purposes. Among the analysis of the graph, the keyword "Entrepreneurial orientation" is the most used with 833

occurrences corresponding to cluster 2, followed by "Innovation" with 170 occurrences corresponding to cluster 1, and in third position, the keyword "performance" with 168 occurrences corresponding to cluster 11. These three keywords maintain different interconnections with the majority of the keywords. Table XII provides a detailed list of the top 10 keywords with the highest occurrences.

Discussion

The bibliometric and scientometric analyses reveal a comprehensive picture of the scholarly landscape concerning entrepreneurial orientation and curiosity from 1975 to 2023. The identified 3,815 articles signify a substantial body of work, but the distribution of citations indicates a wide variance in impact. The fact that 76.69% of these articles have fewer than 50 citations underscores the concentrated influence of a select few key papers, notably the seminal work by Lumpkin and Dess (1996), which alone accounts for 5.17% of the total citations.

The analysis highlights the pivotal role of high-impact articles in shaping the discourse. Lumpkin and Dess's (1996) foundational article, with its 3,955 citations, is a cornerstone in understanding entrepreneurial orientation (EO). Its focus on delineating EO and its contingency framework for assessing the EO-performance relationship has profoundly influenced subsequent research. Similarly, Rauch *et al.* (2009) meta-analysis, with 1,321 citations, provides critical insights into the EO-performance

TABLE IX
CITATION GRAPH AMONG INSTITUTIONS

Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4
Aalto University	Jonkoping Int Business Sch	Cardiff University	Brock University
Athens University of Economics and Business	Northeastern University	De Montfort University	Renmin China University
Erasmus University	Texas Tech University	Lappeenranta University Technol	Rochester Inst Technol
James Madison University	University of Innsbruck	Loughborough University	Shanghai Jiao Tong University
Lulea University of Technology	University Lancaster	University Bradford	St. Louis University
Qatar University	University Mississippi	University Ghana	University of Alabama University of Tennessee
Syracuse University	University of North Carolina	University of Granada	Xi'an Jiao Tong University
University Interior Beira	University of Oklahoma	University Kent	
University of Glasgow	University of Seville	University Leeds	
University of Illinois	University St Gallen	University Nottingham	
University Jaume 1	WHU – Otto Beisheim School of Management		
University of Nebraska			
University Sains Malaysia			
University Tehran			
University Tutara Malaysia			
University of Vaasa			
Cluster 5	Cluster 6	Cluster 7	
Menlo College	RWTH Aachen University	Indiana University	
Tomas Bata University Zlin	Univ Castilla La Mancha	State University of New York at Albany	
University Bayreuth	Univ Valencia	University of Witwatersrand	
University of Liechtenstein			
University of Utrecht			

Source: Web of Science data (2023) generated with VOSviewer Software.

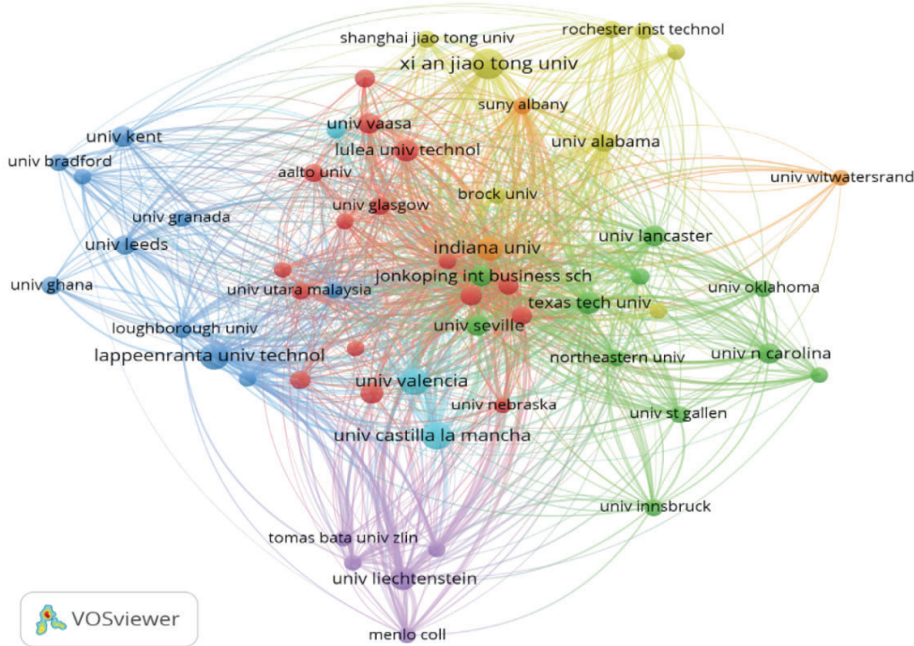


Figure 2. Connections between the different institutions. Source: Own elaboration using VOSviewer Software.

nexus and potential moderating factors. These highly cited works illustrate the crucial contributions of pioneering studies in establishing research trajectories and methodologies.

The bibliometric data identifies G. Tom Lumpkin as the most influential author, reflecting his significant contributions with 7,355 citations across 17 articles. Lumpkin's work, particularly in collaboration with Dess, has been instrumental in defining and expanding the theoretical underpinnings of EO. Johan Wiklund, with 10 articles and 5,058 citations, emerges as another key figure, further cementing the importance of prolific authors in advancing the field.

The analysis of journals reveals a moderate level of concentration, with the top 10 journals accounting for 23.4% of the total publications. Notably, the Journal of Business Research and Entrepreneurship Theory and Practice are prominent publication outlets, with the latter being the most influential based on citation metrics and impact factors. This concentration in high-impact journals

TABLE X
COUNTRIES ASSOCIATED WITH SCIENTIFIC PRODUCTION, BASED ON AUTHOR AFFILIATION

R	Countries/Regions	N	% Tt	H-EC	PC-EC	TC-EC	AC
1	USA	548	22.57	87	69.62	38,154	19,392
2	England	252	10.38	47	33.61	8,470	6,386
3	Spain	243	10.01	39	29.82	7,246	5,670
4	People's Republic of China (China)	234	9.64	3. 4	21.97	5,141	4,087
5	Germany	176	7.25	42	46.19	8,130	6,023
6	Australia	119	4.90	27	23.45	2,791	2,528
7	Italy	109	4.49	23	21.43	2,336	2,023
8	Finland	106	4.37	3. 4	34.56	3,663	2,809
9	Canada	98	4.04	26	42.06	4,122	3,512
10	Sweden	95	3.91	35	92.09	8,749	5,951
	Total	1559	64.21	118	42.42	66,135	29,513

R: ranking, N: total articles related to business orientation and curiosity, % Tt: percentage of articles from the search vectors over the total articles from the same search vectors, H-EC: h-index in business orientation and curiosity, PC-EC: average citations per article on search vectors, TC-EC: total citations only with the search vectors, AC: number of articles in which it is cited. Source: Web of Science data (2023).

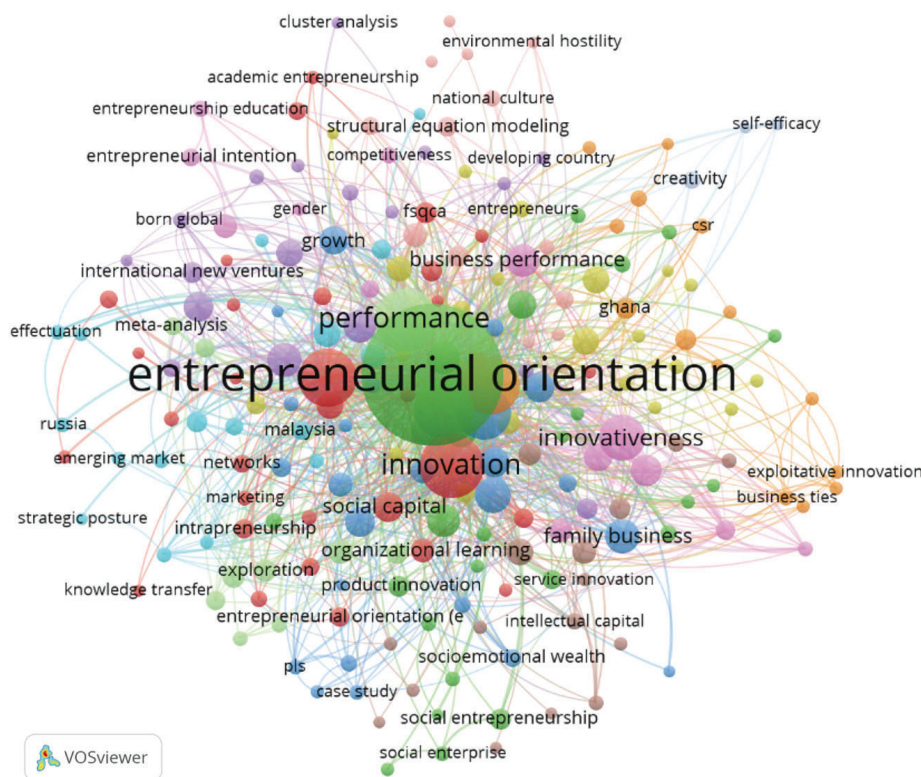


Figure 3. Co-occurrence clusters in the use of author's keywords. Source: Own elaboration using VOSviewer Software.

highlights the critical role of reputable publication venues in disseminating influential research.

The institutional analysis indicates a high degree of concentration, with a few key institutions, such as Xi'an Jiaotong University and Jönköping University, leading in productivity and

influence. The geographic analysis further underscores the dominance of a handful of countries, with the United States at the forefront. This concentration suggests that research in EO and curiosity is heavily influenced by institutional and geographic factors, potentially shaping research agendas and funding opportunities.

The keyword analysis, visualized through co-occurrence clusters, sheds light on the thematic focus areas within the field. "Entrepreneurial orientation," "innovation," and "performance" are the most frequently occurring keywords, reflecting core areas of interest and research. The clustering of keywords into thematic groups indicates the multidisciplinary nature of EO research, intersecting with innovation studies, performance evaluation, and strategic management.

The bibliometric characterization reveals a steady growth in research output, with a notable acceleration in the last six years. This growth trajectory suggests a burgeoning interest and increasing recognition of the importance of EO and curiosity in entrepreneurial studies. The analysis underscores the need for continued exploration of the interplay between EO and various organizational outcomes, including performance, strategy, and innovation.

While the current study provides a robust quantitative analysis, future research should incorporate qualitative assessments to deepen the understanding of the nuanced contributions of key studies. A systematic literature review could complement the bibliometric analysis, offering a comprehensive synthesis of empirical findings and theoretical advancements. Such an approach would provide a holistic view of the state of the art in EO research, guiding future scholarly endeavors and practical applications.

In conclusion, the field of entrepreneurial orientation and curiosity is dynamic and evolving, characterized by significant contributions from key scholars and institutions. The bibliometric analysis

TABLE XI
CO-OCCURRENCE CLUSTERS IN AUTHOR KEYWORDS USAGE

Cluster 1 31 items (red)	Academic Entrepreneurship – Ambidexterity – Capabilities – Developing Countries – Entrepreneur – Entrepreneurial Orientation (Eo) – Entrepreneurial University – Entrepreneurship – Firm Growth – Fsqca – Higher Education – Innovation – Innovation Orientation – Institutions – Intrapreneurship – Knowledge Management – Knowledge Transfer – Leadership – Marketing – Networks – Organizational Learning – Resource-Based View – Social Capital – Social Networks – Spain – Strategic Learning – Strategic Planning – Structural Equation Modeling – Technology Transfer – Transformational Leadership – University Spin-Offs
Cluster 2 27 items (green)	Competitive Advantage – Dynamic Capabilities – Emerging Economies – Entrepreneurial Marketing – Entrepreneurial Orientation – Entrepreneurship Orientation – Environmental Turbulence – Firm Size – India – Innovation Capabilities – Knowledge Creation – Learning Orientation – Market Orientation – Marketing Capability – Marketing Performance. Opportunity Recognition – Organizational Performance – Pakistan – Process Innovation – Product Innovation- Radical Innovation – Social Enterprise – Social Entrepreneurship – Strategic Orientation – Sustainable Development – Sustainable Entrepreneurship – Value Creation
Cluster 3 24 items (blue)	Absorptive Capacity – Case Study – Corporate Entrepreneurship – Corporate Venturing – Environment – Family Business – Family Businesses – Family Firm – Family Firms – Family Involvement – Firm Performance – Growth – Innovation Capability – International Entrepreneurial Orientation – International Performance – Literature Review – Moderation Effect – Networking Capability – New Product Development – Pls – Pls-Sem – Socioemotional Wealth – Sustainable Entrepreneurial Orientation – Top Management Team
Cluster 4 21 items (yellow)	Business Strategy – Competitive Strategy – Entrepreneurial Behavior – Entrepreneurialism – Entrepreneurs – Environmental Uncertainty – Financial Performance – Hospitality – Learning – Long-Term Orientation – Manufacturing – Motivation – New Ventures – Operational Performance – Organizational Capabilities – Organizational Culture – Small and Medium Enterprises – Strategic Management – Supply Chain Management – Sustainability – Training
Cluster 5 18 items (purple)	Born Global – Born Globals – Business Environment – Cluster Analysis – Developing Country – Emerging Economy – Exports – Human Capital – International Business – International Entrepreneurship – International New Ventures – Internationalization – Internationalization – Network – Resource Orchestration – Resource-Based Theory – Small To Medium -Sized Enterprises – Sme
Cluster 6 17 items (sky blue)	Brans Orientation – Business Model Innovation – China – Effectuation – Emerging Market – Emerging Markets – Environmental Dynamism – Innovative Performance – Institutional Theory – Knowledge – Malaysia – Networking – New Venture Performance – Russia – Sme Performance – Strategic Orientations – Strategic Posture
Cluster 7 16 items (Orange tree)	Business Ties – Competitive Intensity – Configurational Approach – Csr – Developing Economy – Exploitative Innovation – Exploratory Innovation – Firm Innovativeness – Ghana – Institutional Environment – Market Turbulence. Marketing Capabilities – New Product Performance – Political Ties – Smes – Technology Orientation
Cluster 8 16 items (coffee)	Corporate Social Responsibility – Customer Orientation – Dynamic Capability – Export Performance – Green Entrepreneurial Orientation – Hotel Industry – Innovation Performance – Intangible Resources – Intellectual Capital – Knowledge Sharing – Organizational Ambidexterity – Service Innovation – South Africa – Sustainable Competitive – Total Quality Management – Vietnam
Cluster 9 13 items (pink)	Autonomy – Business Performance – Competitive Aggressiveness – Competitiveness – Entrepreneurial Intention – Entrepreneurship Education – Gender – Individual Entrepreneurial Orientation – Innovativeness – Proactiveness – Risk Taking – Risk-Taking – Trust
Cluster 10 13 items (burgundy)	Content Analysis – Contingency Theory – Culture – Environmental Hostility – Eo – Franchising – Market Performance – National Culture – Small Business – Small Firms – Strategic Alliances – Strategy – Structural Equation Modeling
Cluster 11 10 items (light red)	Exploitation – Exploration – Knowledge Acquisition – Knowledge-Based View – Meta-Analysis – Open Innovation – Performance – Resources – Small and Medium -Sized Enterprises – Strategic Entrepreneurship
Cluster 12 3 items (Light Blue)	Creativity – Mediation – Self-Efficacy

Source: Data from Web of Science (2021).

highlights the influential works and trends, providing a foundation for future research directions that can further enrich our understanding of this critical area in entrepreneurship studies.

Conclusion

The characterization of the quantity of scientific articles published between 1975 and 2020 reveals the

evolution of research on the concepts of entrepreneurial orientation and curiosity, describing the research trend of weak linear growth from 1993 to 2014, with an exponential acceleration in knowledge

production in the last 6 years of the study period, with a strong increase that doubles in 2015, reaching its peak scientific production in 2020, evidencing the increase in critical mass in the thematic research vector. It is worth noting the article written by G. Tom Lumpkin and Gregory G. Dess (1996), which concentrates 5.17% of the total citations on the subject with 3,955 citations, published by *Academy of Management Review* (Q1) from Acad Management. The article aims to clarify the nature of the entrepreneurial orientation (EO) construct and propose a contingency framework for investigating the relationship between entrepreneurial orientation and firm performance; using examples from the literature related to EO, alternative models are suggested to test this relationship. The second most cited article corresponds to Andreas Rauch, *et al.*, published in 2009, with 1,321 citations, concentrating 1.73% of the total citations, published by *Entrepreneurship Theory And Practice* (Q1), noting that entrepreneurial orientation has recently received attention, as it represents one of the few areas of research that addresses entrepreneurship; the article develops a meta-analysis exploring the magnitude of the relationship between entrepreneurial orientation and performance, as well as evaluating possible moderators affecting this relationship.

Regarding the main countries of affiliation, based on the 2,428 articles analyzed, scientists have produced this knowledge with a high geographical concentration, as 59.8% of the articles are concentrated in 5 countries out of a total of 100 countries that have generated at least one article related to the search concept. Table X details the 10 countries that have developed and published at least 95 articles related to entrepreneurial orientation and curiosity. These 10 countries collectively obtain an h-index of 118 with an average of 42.4 citations per article, a total of 66,135 citations, and the number of articles citing this set of countries is 29,513 articles. In this context, the inclusion of scientific research for bibliometric review was guided by the criterion of having indexing in WoS, and was carried out without considering quality control filters in the articles, generating the situation that it is not possible to exercise specific control over the contents of the analyzed articles, due to this being an initial and exhaustive review, with the purpose of developing a general overview of scientific production on entrepreneurial orientation and perseverance, in the context of scientific articles indexed in WoS.

In this sense, it is possible to establish that this thematic field is

in a growing development. Given this, the need arises to understand the studies that have been developed on the subject, since scientific production cannot advance without the support of preceding works. With this purpose, a scientometric analysis was carried out, based on analysis based on bibliometric laws that support scientometrics as a scientific activity. The main contribution of this research is to synthesize knowledge and offer an updated discussion on research conducted on entrepreneurial orientation and perseverance, within the framework of the most important journals, the most cited articles, the amount of production according to geography, among other bibliometric variables, to support future research, and in this sense, through the work carried out, guidelines are established for future researchers, establishing criteria to make the work of academics efficient. In this sense, global research in this field allows us to show that a broad research space has been built, evidenced by 75,696 citations. In this context, the need to develop a thematic systematization of the review of specialized scientific literature arises, so that current works constitute the basis for future publications. With this purpose, this set of articles published in relation to the thematic vector was analyzed, based on bibliometric laws that support the scientometrics of scientific activity (Price, 1976; Bulick, 1978; Morse and Leimkuhler, 1979; Pontigo and Lancaster, 1986; Vega and Romero, 2006; Cleber-Da-Silva *et al.*, 2014; Severino-González and Gaete-Quezada, 2019). This is justified because scientometrics has been extended and established as a relevant methodological technique for the evaluation of scientific production and all phenomena linked to the communication of science. In this sense, the bibliometric analysis carried out in the results is descriptive, allowing structural aspects within the scientific community to be studied.

Therefore, it can be concluded that the topic is an area in development with potential lines of research, such as organizational performance, organizational strategy, organizational success, and family organizations. However, within the framework of this scientometric research, there are limitations to bibliometrics due to inaccuracies and considering only the possibility of quantitative measurements, with reduced qualitative contributions and interpretation of the quality of the analyzed research. Given this, a future line of research could consider the possibility of a systematic review of the scientific literature, understood as research with the purpose of objectively and systematically integrating the results of empirical

studies on a specific research problem, to determine the state of the art in that field of study. Despite the comprehensive nature of this bibliometric analysis, the study has several limitations. Firstly, the reliance on Web of Science as the sole database may exclude relevant articles indexed in other databases, potentially skewing the analysis. Additionally, the study does not apply quality control filters, which means that the analysis includes articles of varying quality and significance. This approach limits the ability to assess the qualitative impact of the research accurately. Moreover, the use of bibliometric methods inherently focuses on quantitative metrics, which may not fully capture the nuanced contributions and contextual importance of individual studies. Future research could benefit from a systematic review approach, integrating qualitative assessments to provide a more holistic understanding of the field's development and identify emerging research trends and gaps.

REFERENCES

- Altun A (2018) Trajectory of curiosity towards historical figures in primary and secondary schools and a study on historical curiosity. *Education and Science* 43: 4210 <https://doi.org/10.15390/eb.2018.4210>
- Baron RA, Franklin RJ, Hmieleski KM (2016) Why entrepreneurs often experience low, not high, levels of stress: The joint effects of selection and psychological capital. *Journal of Management* 42: 742-768. <https://doi.org/10.1177/0149206313495411>
- Borrmann L, Hans-Dieter D (2013) Full-Text Citation Analysis: A New Method to Enhance. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 64: 1852-1863. <https://doi.org/10.1002/asi.22883>
- Berrone P, Cruz C, Gomez-Mejia LR (2012) Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. *Family Business Review* 25: 258-279. <https://doi.org/10.1177/0894486511435355>
- Boada-Grau J, Sánchez-García JC, Viardot E, Boada-Cuerva M, Vigil-Colet A (2016) Entrepreneurial orientation scale: adaptation to Spanish. *The Spanish Journal of Psychology* 19: E47. <https://doi.org/10.1017/sjp.2016.19>
- Baluku MM, Kikooma JF, Kibanja GM (2016) Psychological capital and the startup capital-entrepreneurial success relationship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* 28: 27-54. <https://doi.org/10.1080/08276331.2015.1132512>
- Cho YH, Lee JH (2018) Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship* 12: 124-134. <https://doi.org/10.1108/APJIE-05-2018-0028>
- Covin JG, Slevin DP (1989) Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal* 10: 75-87. <https://doi.org/10.1002/smj.4250100107>

- Diodato DM (1994) *A compendium of fracture flow models*. United States. <https://doi.org/10.2172/110769>
- Frenken K, Hardeman S, Hoekman J (2009) Spatial scientometrics: Towards a cumulative research program. *Journal of Informetrics* 3: 222-232. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2009.03.005>
- Grossnickle EM (2016) Disentangling curiosity: Dimensionality, definitions, and distinctions from interest in educational contexts. *Educational Psychology Review* 28: 23-60. <https://doi.org/10.1007/s10648-014-9294-y>
- Hult GTM, Hurley RF, Knight GA (2004) Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management* 33: 429-438. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2003.08.015>
- Litman JA (2008) Interest and deprivation factors of epistemic curiosity. *Personality and Individual Differences* 44: 1585-1595. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.01.014>
- Litman JA, Jimerson TL (2004) The measurement of curiosity as a feeling of deprivation. *Journal of Personality Assessment* 82: 147-157. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa8202_3
- Litman JA, Spielberger CD (2003) Measuring epistemic curiosity and its diverse and specific components. *Journal of Personality Assessment* 80: 75-86. https://doi.org/10.1207/S15327752JPA8001_16
- Lumpkin GT, Dess GG (1996) Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review* 21: 135-172. <https://doi.org/10.2307/258632>
- Lumpkin GT, Dess GG (2001) Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing* 16: 429-451. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00048-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00048-3)
- Lee C, Lee K, Pennings JM (2001) Internal capabilities, external networks, and performance: a study on technology-based ventures. *Strategic Management Journal* 22: 615-640. <https://doi.org/10.1002/smj.181>
- Loewenstein G (1994) The psychology of curiosity: A review and reinterpretation. *Psychological Bulletin* 116: 75-98. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.116.1.75>
- Miller D (2011) Miller (1983) revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice* 35: 873-894. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00457.x>
- Rauch A, Wiklund J, Lumpkin GT, Frese M (2009) Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice* 33: 761-787. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x>
- Ramachandran K, Ramnarayan S (1993) Entrepreneurial orientation and networking: Some Indian evidence. *Journal of Business Venturing* 8: 513-524. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90036-5](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90036-5)
- Rosenbusch N, Brinckmann J, Bausch A (2011) Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing* 26: 441-457. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.12.002>
- Teece DJ, Pisano G, Shuen A (1997) Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal* 18: 509-533. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-0266\(199708\)18:7<509::aid-smj882>3.0.co;2-z](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-0266(199708)18:7<509::aid-smj882>3.0.co;2-z)
- Vanti N (2000) Métodos cuantitativos de evaluación de la ciencia: bibliometría, ciencia métrica e informetría. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información* 14. <https://doi.org/10.22201/iibi.0187358xp.2000.29.3943>
- Vega-Muñoz A, Arjona-Fuentes JM, Ariza-Montes A, Han H, Law R (2020) In search of 'a research front' in cruise tourism studies. *International Journal of Hospitality Management* 85: 102353. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102353>
- Wiklund J, Shepherd D (2003) Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal* 2: 1307-1314. <https://doi.org/10.1002/smj.360>
- Wiklund J, Shepherd D (2005) Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing* 20: 71-91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>
- Zhou KZ, Yim CK, Tse DK (2005) The effects of strategic orientations on technology-and market-based breakthrough innovations. *Journal of Marketing* 69: 42-60. <https://doi.org/10.1509/jmkg.69.2.42.60756>

ANÁLISIS CIENCIOMÉTRICO SOBRE ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA Y CURIOSIDAD

Nicolás Barrientos Oradini, Luis Araya-Castillo, María Boada-Cuerva, Joan Boada-Grau and Francisco Ganga-Contreras

RESUMEN

Se han examinado y analizado estudios sobre diversos factores involucrados tanto en el ámbito corporativo como académico durante las últimas cuatro décadas, amplificando su relevancia en el período actual. Esto se especifica dentro del marco de conceptos de investigación como la orientación emprendedora y la curiosidad a través de un análisis cuantitativo, con el objetivo de describir los indicadores bibliométricos del desarrollo científico en este campo desde los primeros registros en la base de datos en línea Web of Science que datan de 1975 hasta 2023,

identificando autores, países, publicaciones, citas, revistas e instituciones. En términos generales, los resultados revelaron un creciente desarrollo de publicaciones relacionadas con el vector temático, aumentando en los últimos años y mostrando una concentración geográfica asociada con la región de Estados Unidos. Los hallazgos demuestran que mayores contribuciones proporcionan una visión actualizada sobre la investigación en orientación emprendedora y curiosidad y su desarrollo a través de mediciones y evidencia basadas en estándares.

AUTHOR CONTRIBUTIONS

NB y JB-G: preparation of the theoretical framework, methodological framework, discussion elaboration, and general revision of the manuscript, and data analysis. LA-C, MB-C, and FG-C: data collection, database construction. All authors contributed to the article and approved the submitted version.

SCIENTOMETRIC ANALYSIS ON ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND PERSEVERANCE PRODUCED BASED ON WEB OF SCIENCE DATA BETWEEN 1975 AND 2023


NICOLÁS BARRIENTOS ORADINI, LUIS ARAYA-CASTILLO, MARÍA BOADA-CUERVA, JOAN BOADA-GRAU AND FRANCISCO GANGA-CONTRERAS

SUMMARY

The present analysis explicates the scientometric relationships, in line with entrepreneurial orientation and perseverance, with the purpose of understanding the relationship between entrepreneurial orientation and the construct called grit. The research, in its central purpose, is inserted in the description of bibliometric indicators of scientific development in this field, from the earliest records of the Web of Science database, online, corresponding to January 1, 1975, until December 31, 2023. The reported methodology identified authors, countries, publications, citations, indexed journals, and institutions according to research in the area of entrepreneurial orientation and persever-

ance in the context of an updated discussion on studies in this field. The results showed sustained evidence regarding a growing development of publications related to the thematic vector, increasing in recent years, and a geographical concentration associated with the United States. Additionally, the lines of research observed in the most influential publications are related to the areas of strategy, performance, and success. Altogether, the main contribution of this research revealed a synthesis of knowledge in the context of a scientometric analysis on entrepreneurial orientation and grit, offering an updated view on research in entrepreneurial orientation and perseverance.

Introduction

 According to studies on entrepreneurial orientation, we know it is a relevant conceptual construct and a source of competitive advantage as a form of entrepreneurial

behavior in academic and business environments (Lumpkin and Dess, 1996; 2001; Rauch *et al.*, 2009; Lee *et al.*, 2011; Mishra, 2017; Capelleras *et al.*, 2020; Kwon, 2021; Akos *et al.*, 2023; Chhabra *et al.*, 2023). Indeed, it is a category composed of innovation, risk-taking, and pro-activity (Miller, 2011; Barrientos Oradini

et al., 2022; Guo *et al.*, 2023), to which autonomy and competitive aggressiveness are added (Covin and Slevin, 1989; Lumpkin and Dess, 1996).

In this line, what has been evidenced is the comparability of entrepreneurial behavior among different individuals or even within the same

KEYWORDS / Entrepreneurial Orientation / Grit / Organizational Management / Perseverance / Scientometrics /

Received: 04/06/2024. Modified: 06/14/2024. Accepted: 06/18/2024.

Nicolás Barrientos Oradini. Doctor in Philosophy of Business Administration, Academic, Faculty of Economics and Business, Universidad Alberto Hurtado, Chile. e-mail: nbarrientos@uahurtado.cl. Researcher, School of Business and Administration, Universidad Miguel de Cervantes, Chile. e-mail: nbarrientos@corp.umc.cl.

Luis Araya-Castillo. PhD. in Management Sciences. Doctor in Management Sciences. Doctor in Business. Dean, Faculty of Engineering and Business, Universidad Católica Silva Henríquez, Chile. e-mail: larayac@ucsh.cl.

Maria Boada-Cuerva. PhD in Business Administration (Human Resources). Associate Professor, Rovira i Virgili University, Spain. e-mail: maria.boada@urv.cat .

Joan Boada-Grau. Doctor in Psychology. Professor, Full-Time Professor, Distinguished Professor, Rovira i Virgili University, Spain. e-mail: joan.boada@urv.cat .

Francisco Ganga-Contreras (Corresponding author). Doctor in Strategic Management and International Business. Professor, Department of Education. Faculty of Education and Humanities, Universidad de Tarapacá, Chile. Address: Universidad de Tarapacá Departamento de Educación, Facultad de Educación y Humanidades. José Victorino Lastarria 26, Santiago, Chile. e-mail: franciscoganga@academicos.uta.cl.

individual at different times, as it relates to: the ability to perceive opportunities, high entrepreneurial performance, fear of failure, and among other variables associated with business, with social capital and risk-taking (Hult *et al.*, 2004; Covin *et al.*, 2006; Naldi *et al.*, 2007; Stam and Elfring, 2008; Vij and Bedi, 2012; Boada-Grau *et al.*, 2016; Cho and Lee, 2018; Barrientos Oradini *et al.*, 2022).

Academic literature addresses the concept of entrepreneurial orientation in a multidimensional sense and considering the existence of a mode of behavior (Covin and Slevin, 1989; Ramachandran and Ramnarayan, 1993; Lumpkin and Dess, 1996, 2001; Zhou *et al.*, 2005; Miller, 2011; Rosenbusch *et al.*, 2011; Berrone *et al.*, 2012; Vij and Bedi, 2012; Mishra, 2017; Capelleras *et al.*, 2020; Kwon, 2021; Ákos *et al.*, 2023; Guo *et al.*, 2023). In this framework, the concept of entrepreneurial orientation can be linked to the components of the grit or perseverance construct, due to its association with optimal performance in different types of endeavors.

In other words, this is associated with sustained and focused application of talent over time, with results in various spheres, including organizational domains (Alhadabi and Karpinski, 2020; Al Issa, 2020; Allen *et al.*, 2021; Collantes *et al.*, 2021; Cousins *et al.*, 2021; Wang *et al.*, 2023) from a personality trait perspective (Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth and Gross, 2014; Bernardy and Antoni, 2021).

Given the above, the research was carried out through a search for information in the online database, Web of Science (WoS), from the earliest records maintained by this information and technology provider, which correspond to the year 1975 up to the year 2023. The review, as a source of certified knowledge (Serrano *et al.*, 2019), considered the year 1975 as the starting point, as it was the year in which the Arts and Humanities Citation Index was first published (Jiménez-Bucarey *et al.*, 2020a; Araya-Castillo *et al.*, 2021a; Morales-Parragué *et al.*, 2022; Vicencio-Ríos *et al.*, 2023).

Regarding this line of work, the concepts of entrepreneurial orientation and perseverance, known in English, were used to analyze the bibliometric variables present in scientific production data, with the purpose of describing scientific productivity in this field.

Considering the above, and regarding the study typology, the basic concept of entrepreneurial orientation and its intersection with the concept of perseverance were combined and studied

through a network analysis based on graph theory (Vega-Muñoz *et al.*, 2020; Van Eck and Waltman, 2010). In this sense, the main methodological contribution of the research was the combined use of bibliometric and scientometric analyses with the aim of organizing and synthesizing scientific publications on entrepreneurial orientation and perseverance, as well as the updated orientation on research in entrepreneurial orientation and perseverance according to its criteria, characterization, and trends.

Theoretical Framework

The phenomenon that has been raised with the concept of perseverance in relation to entrepreneurial orientation is related to the positive effects of the latter concept regarding the outcomes of this orientation, where the English category called grit stands out, associated with the Spanish term *determinación y perseverancia*, referring to a non-cognitive personality trait. This dimensionality, as a whole, is composed of: a) effort perseverance; and, b) passion, in terms of consistency of interest; both variables oriented towards long-term goals (Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth and Gross, 2014; Christopoulou *et al.*, 2018; Barriopedro *et al.*, 2018; Alhadabi and Karpinski, 2020; Al Issa, 2020; Datu, 2021; Morell *et al.*, 2021; Nothnagle and Knoester, 2022; Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Ákos *et al.*, 2023; Chhabra *et al.*, 2023; Guo *et al.*, 2023; Postigo *et al.*, 2023).

Therefore, the importance of the grit construct is highlighted within the framework of entrepreneurial orientation, which has been justified, as a standalone concept and in relation to organizational matters, in different researches in the scientific literature (Duckworth *et al.*, 2007; Duckworth and Gross, 2014). In this sense, it is possible to observe that there is attention and questioning of the grit concept in the field of organizational research related to entrepreneurial orientation, due to its operationalization problems, measurement, and inconsistencies in findings (Jordan *et al.*, 2019; Allen *et al.*, 2021; Morell *et al.*, 2021; Matthews and Edmondson, 2022). Clarifyingly, there is reflection regarding the different possible dimensions of the concept, such as hope or adaptation, among others, instead of traditional perseverance and passion, increasing the variables of this multidimensional term (Singh and Chukkali, 2021; Rioux, 2022).

In the context of the questioning of the grit concept, some studies establish that the predictive

abilities of this English category associated with the term determination could concentrate on some of its dimensions, such as effort perseverance, and not on the general concept, posing the challenge of measuring this construct optimally (Karaman *et al.*, 2019; Allen *et al.*, 2021).

On the other hand, regarding grit measured by the Short Grit Scale or Grit-S, there are questions about its components, particularly the term passion and the long term (Morell *et al.*, 2021); a situation that contrasts with findings where emphasis is placed on the passion component at the expense of perseverance, in relation to entrepreneurial orientation, or where entrepreneurial passion is highlighted in relation to this term (Duckworth *et al.*, 2021; Barrientos Oradini *et al.*, 2022; Zhou *et al.*, 2022). Thus, debates are established regarding inconsistencies and ambiguities, stimulating scientific development without invalidating the different aggregated findings (Duckworth *et al.*, 2021).

In this conceptual line, the questioning also concerns definitions and reflects on the traditional components of grit by presenting an analysis that establishes a greater distance between the variables of passion and perseverance (Duckworth *et al.*, 2021). In this sense, there are observations associating determination or grit with factors external to the individual, such as socioeconomic status, establishing that a high socioeconomic situation would translate structural advantages in the dimension of effort perseverance through a sense of control over their own lives, derived from the resources of high socioeconomic status; which would also establish an association with the individual's or parents' educational level in relation to consistency of interest or passion (Kwon, 2021).

Now, the way to address the problem of the term grit, as a conceptual inconsistency of the term, contrasts with the proliferation of studies developed according to Duckworth *et al.* (2021), which must be analyzed from perspectives or approaches (O'shea *et al.*, 2005; Lee and Jang, 2018; Duckworth *et al.*, 2021; Mirza *et al.*, 2021; Kim *et al.*, 2021; Samborowski *et al.*, 2021; Yu *et al.*, 2021; Ain *et al.*, 2021; Lee, 2022; Rioux, 2022). Thus, the present study provides a general review of the development of science linked to entrepreneurial orientation and the appropriation of one of the components of grit, perseverance.

Methodology

To fulfill the study's purposes, a descriptive analysis based on

longitudinal data was conducted (Malhotra, 2004) as a means to synthesize and analyze existing production on the study topic over a 48-year timeframe. Secondly, this study utilized scientometrics methodology, allowing for the examination of emerging topics (Glänzel, 2012), based on scientometric analysis (Meneghini and Packer, 2010), focusing on researchers' productivity, publication citation impact, and the potential interconnectedness of relationships among produced articles (Yáñez-Jara *et al.*, 2019; Jiménez-Bucarey *et al.*, 2020a; Araya-Castillo *et al.*, 2021a; Morales-Parragué *et al.*, 2022; Vicencio-Ríos *et al.*, 2023).

Thus, in line with the aim of understanding the evolution of literature in this matter, 3,794 articles published on these topics between 1993 and 2023 were identified, with data presented in the results section, using the database from the inception of the WoS online database in 1975 until December 31, 2023. In accordance with this, the methodology involved a retrospective bibliometric analysis, which consisted of applying statistical methods to determine the qualitative and quantitative evolution of a scientific research topic; establishing the profile of publications on the subject, and identifying trends within a discipline (Diodato, 1994; Vanti, 2000; De Bakker *et al.*, 2005). Simultaneously, the scientometric analysis corresponded with the development of quantitative research methods on science as an informative process (Nalimov and Mulcjenko, 1971).

Among the main topics addressed by scientometrics are ways to measure the quality and impact of research, understanding citation processes, mapping scientific fields, and the use of indicators in research policy and management (Mingers and Leydesdorff, 2015; Morales-Parragué *et al.*, 2022; Hernández-Perlines *et al.*, 2023). On the other hand, there is a growing interest in science and technology studies in the globalization of knowledge production and the location of these activities in specific places (Frenken *et al.*, 2009; Araya-Castillo *et al.*, 2021; Lydiah Kiburu *et al.*, 2023).

From a specific viewpoint, the study was conducted through information retrieval in the Web of Science (WoS) database between January 1, 1975, and December 31, 2023, considering its indicators in the Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED), which covers most major international journals in the fields of pure, applied, and medical sciences, as well as the Social Science Citation Index (SSCI), which serves the same function for the social sciences; and the Arts and Humanities

Citation Index (AHCI), which performs the same role for arts and humanities areas, in addition to the Conference Proceedings Citation Index-Social Science and Humanities (CPCI-SSH), Conference Proceedings Citation Index-Science (CPCI-S), the Book Citation Index-Social Science and Humanities (BKCI-SSH), and the Emerging Sources Citation Index (ESCI) implemented in late 2015 by Clarivate Analytics as a new WoS database.

Given the nature of the study, structural aspects of the scientific community were examined by addressing cases of associations through: co-authorships in publications, measuring the degree of impact of these associations between institutions, analyzing cooperation between countries, institutions, and/or authors, common references (co-citation or bibliographic coupling) establishing scientific networks, and common keywords (co-words) identifying membership in a specific scientific discipline. Thus, a greater closeness is established, considering a search vector based on keywords, logical conjunction connectors, and proximity constraints in indexed articles (Vega-Muñoz *et al.*, 2020).

Therefore, the basal concept of "entrepreneurial orientation" and its intersection with "perseverance" in all languages were analyzed. The search yielded 3,794 articles which have been cited 124,661 times. The outcome rate was studied through bibliometric analysis (Araya-Castillo *et al.*, 2021b; Yáñez-Jara *et al.*, 2022; Morales-Parragué *et al.*, 2023) and text mining (Van Eck and Waltman, 2010; Kumari *et al.*, 2019). Data retrieval was conducted in the WoS platform, updated until December 31, 2023, and its intervening verifier was as follows: (TS=("entrepreneurial orientation" or "entrepreneurial intention" and "perseverance")) AND DOCUMENT TYPES: (Article) Indexes=SCI-EXPANDED, SSCI, ESCI, AHCI, CPCI-SSH, CPCI-S, BKCI-SSH Timeframe=1975-2023.

Results

Articles and Citations in the Study Area

The approach employed allowed for an understanding of the evolution of research on the concepts of entrepreneurial orientation and perseverance from 1975 to 2023. Regarding the search, it also considered the concept of entrepreneurial intention, leading to the identification of 3,794 articles spanning from 1993 to 2023. In this regard, the first article was published in 1993 by Kavil Ramachandran and Subramaniam Ramnarayan, establishing that any article related to this concept, written before this date, was not published in WoS-indexed journals.

According to the WoS database, in 2016, article publication increased by 57% compared to the previous year, experiencing exponential growth since then, reaching its peak scientific production in 2022 with 596 articles. Over the last five years, accumulating 72.6% of the publications, indicating the increase in critical mass in this area of study.

Table I shows the distribution of article citations in WoS, and based on the description, we can establish that there are 411 articles that have not been cited, 1,885 have fewer than 50 citations, 184 articles have more than 50 citations and less than 100 citations; 80 articles have more than 100 and less than 200 citations, 48 articles have more than 200 and less than 1,000 citations, and only 9 articles have more than 1,000 citations.

Based on the found background, within the set of 3,794 articles, those with a high Hirsch or h-Index (Bornmann and Hans-Dieter, 2013) stand out. This index generally favors authors with long-standing careers who continuously publish works with lasting impact above the average. Among the most impactful publications in the entire

TABLE I
CHARACTERISTICS OF THE STUDENTS (%)

Number of Citations	Number of Items	Articles (%)
More than 1,000	9	0.15
More than 200 less than 1,000	48	1.84
More than 100 minus 200	80	3.06
More than 50 less than 100	184	7.04
Least 50 quotes	1,885	72.17
0 quotes	411	15.74
Total citations	2,612	100.00

Source: Own based on data from Web of Science (2023).

study set is the article by Lumpkin and Dess (1996), which gathers 4.39 citations (1.88% of the total), aiming primarily to clarify the nature of the entrepreneurial orientation (EO) construct and propose a contingency framework to investigate the relationship between EO and firm performance.

Table II details the 11 articles considered the most influential in terms of total citations per article, each maintaining at least 800 citations.

Top Authors

Regarding authorship, considering the 3,794 articles, 5,384 authors are recognized for investigating the topic either as sole authors or in collaboration. When including the influential author variable, the top 10 prestigious authors account for 27% of the total

citations. From Table III, we can establish that the most influential author is Tom Lumpkin from the University of Oklahoma, who is a globally recognized academic. He serves as a co-editor of the Strategic Entrepreneurship Journal and received the Foundational Paper Award from the Entrepreneurship Division of the Academy of Management in 2009 for his influential contribution to entrepreneurship research through his article "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance," co-authored with Gregory G. Dess, published in 1996.

On the other hand, concerning search concepts, Professor Lumpkin has 14 articles published in WoS-indexed journals related to entrepreneurial orientation and perseverance, with 3,183 citations. This represents 4.6% of the total citations related to the search concepts, with 8 of his articles among the

top 118 most influential considering the search vector's h-index. To understand the citation effect magnitude, it was noted that Professor Lumpkin's most cited article is "Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle," with 1,246 citations. It is noteworthy that this paper analyzes two of the five dimensions of EO: proactivity and competitive aggressiveness.

According to the analysis and information search, the second most influential author is Johan Wiklund from Syracuse University, with 9 articles garnering 2,676 citations, placing six of his articles among the top 118 influential articles in the period. The details of the most influential authors on the topic are observed in Table III.

On the other hand, the number of published articles serves to

TABLE II
ARTICLES WITHIN SCIENTIFIC PRODUCTION WITH THE HIGHEST CITATION

Ranking	Authors	Year	Qualification	Magazine	Total Citations
1	Lumpkin GT and Dess GG	1996	Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance	Academy of Management Review	4,539
2	Rauch A, Wiklund J, Lupkin GT, Frese M	2009	Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future	Entrepreneurship Theory And Practice	1,655
3	Wiklund J and Shepherd, D	2005	Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach	Journal of Business Venturing	1,546
4	Lumpkin G and Dess GG	2001	Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle	Journal of Business Venturing	1,504
5	Berrone P, Cruz C, Gomez-Mejia LR	2012	Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches, and Agenda for Future Research	Family Business Review	1,376
6	Wiklund J and Shepherd D	2003	Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses	Strategic Management Journal	1,357
7	Hult, GTM; Hurley, RF, Knight GA	2004	Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance	Industrial Marketing Management	1,189
8	Lee C, Lee K, Pennings JM	2001	Internal capabilities, external networks, and performance: A study on technology-based ventures	Strategic Management Journal	1,088
9	Zhou, K.Z. Yim, C.K. and Tse, D.K.	2005	The effects of strategic orientations on technology- and market-based breakthrough innovations	Journal of Marketing	1,030
10	Rosenbusch N, Brinckmann J, Bausch A	2011	Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs	Journal of Business Venturing	990
11	Mueller SL and Thomas AS	2001	Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness	Journal of Business Venturing	847

Source: Own elaboration based on Data from Web of Science (2023).

TABLE III
MOST INFLUENTIAL AUTHORS IN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND PERSEVERANCE

R	Author	Institution	TP-EO	TC-EO	(%)	HA	TP	TC	T118
1	Lumpkin GT	University of Oklahoma System	14	3,138	4.6	25	49	10,201	8
2	Wiklund J	Syracuse University	9	2,676	4.0	39	50	9,350	6
3	Shepherd DA	University of Notre Dame	3	2,419	3.6	71	209	18,297	3
4	Knight G	Willamette University	7	1,724	2.6	28	54	7,166	3
5	Dess Gregory G	University of Texas Dallas	4	1,644	2.4	30	50	13,689	3
6	Kraus S	Free University of Bozen-Bolzano	40	1,462	2.2	43	227	5,750	2
7	Covin JG	Indiana University System	15	1,458	2.2	45	76	12,511	5
8	Wales W	State University of New York at Albany	18	1,336	2.0	16	24	1976	8
9	Hughes M	Loughborough University	21	1,270	1.9	27	66	2,583	3
10	Nordqvist M	Stockholm School of Economics	6	1,252	1.9	28	56	3,489	5

R: author ranking, TP-EO: total articles by the author related to the search concepts, TC-EO: total author citations related to the search concepts, HA: *h*- author index, TP: total articles by the author, TC: total citations per author, T118: Total articles by the author that are among the 118 most influential articles published of all time. Source: Own elaboration based on Data from Web of Science (2023).

determine the authors' contribution to knowledge generation regarding the search vector. These authors are not always the most influential, but they become relevant as they contribute from the standpoint of scientific productivity. Thus, Table IV details the 11 authors who have at least 15 articles related to the search concepts, indicating the number of articles on the topic, the total citations related to the topic, and the average citations per published article. Additionally, it shows the percentage of the total articles published on the topic, the author's *h*-index, the total publications registered in the WoS platform as of December of the year 2021, and the total citations of the author calculated over the total publications in the WoS platform as of December of the year 2023.

On the other hand, from Table IV, it emerges that out of the 11 authors who have published the most regarding EO and perseverance, four of them are repeated as the most influential: Sascha Kraus, Mathew Hughes, William Wales, and Jeffrey Covin. Furthermore, we can establish that the most productive author concerning the search vectors is Sascha Kraus, who is a full professor of management at the Free University of Bozen-Bolzano (Italy). This author holds a Ph.D. in social and economic sciences from the University of Klagenfurt (Austria) and a Ph.D. in industrial engineering and management from the Helsinki University of Technology, and he has obtained habilitation (Venia Docendi) from the Lappeenranta University of Technology.

Top Journals

Regarding the results obtained from the articles studied, it is verified that they have been published in 575 journals indexed in WoS, where 10 of them have published 631 articles, totaling 24.16% of the total publications on the topic, with an average of 36.34 citations per article, a total of 22,981 citations for the set, and an *h*-index of 72. Table V shows the details of the ten journals that accumulate the highest number of published articles.

Next, upon analyzing Table VI, we can establish that the ten journals that concentrate the highest production of scientific articles represent almost 25% of the total articles published

TABLE IV
MOST PRODUCTIVE AUTHORS

R	Author	University	TP-EO	TC-EO	PC-EO	%Tt	HA	TP-A	TC-A
1	Kraus S	Free University of Bozen -Bolzano	40	1,462	36.55	11.66	43	227	5,750
2	Hughes M	Loughborough University	21	1,270	60.48	6.12	27	66	2,583
3	Hernández F	Castilla-La Mancha University	19	238	12.53	5.54	13	45	415
4	Wales W	State University of New York (Albany)	18	1,336	74.22	5.25	16	24	1976
5	Adomako S	University Birmingham	17	272	16.00	4.96	15	52	617
6	García P	Castilla-La Mancha University	16	214	13.38	4.66	13	54	584
7	Ruiz-Ortega J	Castilla-La Mancha University	16	209	13.06	4.66	14	3.4	430
8	Brettel M	RWTH Aachen University	15	457	30.47	4.37	35	123	4,023
9	Covin JG	Indiana University System	15	1,458	97.20	4.37	45	76	12,511
10	Li Y	Xi'an Jiaotong University	15	984	65.6	4.37	29	126	2,680
11	Tang J	Saint Louis University	15	579	38.6	4.37	20	31	1,785

R: author ranking, TP-EO: total of articles by the author considering the search vectors, TC-EO: total citations of the author's articles in the search vectors, PC-EO: Average citations per article in the search vectors, % Tt : percentage of the total articles on the search vectors, H-A: *h* - author's index , TP-A: total articles by the author, TC-A: total author citations. Source: Own elaboration based on Data from Web of Science (2023).

TABLE V
JOURNALS IN WEB OF SCIENCE GENERATING SCIENTIFIC PRODUCTION

R	Sources (Journals)	N	%Tt	TC-OE	PC-OE	H-OE	IF 5Y	Q
1	<i>Journal of Business Research</i>	127	4.86	4,030	31.73	35	8,488	Q1
2	<i>Sustainability</i>	88	3.37	733	8.33	15	3,473	Q2
3	<i>Journal of Small Business Management</i>	82	3.14	2,928	35.71	30	6,799	Q2
4	<i>International Entrepreneurship and Management Journal</i>	69	2.64	1,366	19.8	22	6,458	Q2
5	<i>Entrepreneurship Theory and Practice</i>	60	2.30	3,520	100.2	35	15,191	Q1
6	<i>Industrial Marketing Management</i>	55	2.11	3,122	56.76	25	8,698	Q1
7	<i>International Small Business Journal Researching Entrepreneurship</i>	45	1.72	2,255	50.11	24	7,220	Q2
8	<i>Management Decision</i>	37	1.42	882	23.84	16	4,816	Q2
9	<i>International Journal of Entrepreneurial Behavior Research</i>	35	1.34	494	14.11	14	4,996	Q2
10	<i>International Business Review</i>	33	1.26	1,122	3.4	20	6,753	Q2
Summary		631	24.16%	22,933	36.34	72	7,349	

R: Ranking, NP: total number of articles considering the search vectors in the journal, Tt (%) : percentage of articles out of the total articles related to the search vectors, TC-OE: total citations only with the search vectors, PC-OE: Average citations per article in the search vectors, H-OE: *h*-index considering the articles on search vectors, IF Y5: impact factor of the journal in the last 5 years, Q: quartile to which the magazine belongs. Source: Own based on data from Web of Science (2023).

TABLE VI
INSTITUTIONS WITH WHICH SCIENTIFIC PRODUCTION IS ASSOCIATED ACCORDING TO AUTHOR AFFILIATION

R	Institution	Country	NP	%Tt	TC-OE	PC-OE	H-OE
1	Xi An Jiaotong University	China	47	1.80	1,527	32.49	22
2	Castilla-La Mancha University	Spain	45	1.72	640	14.22	16
3	University of Valencia	Spain	44	1.68	766	17.41	12
4	University of North Carolina	USA	35	1.34	647	18.49	14
5	Loughborough University	England	33	1.26	910	27.58	15
6	State University System of Florida	USA	33	1.26	1,871	56.7	13
7	Indiana University System	USA	31	1.19	2,891	93.41	19
8	Lappeenranta University of Technology	Finland	30	1.15	1,504	50.13	18
9	Beira Interior University	Portugal	30	1.15	321	10.7	12
10	Indiana University Bloomington	USA	29	1.11	2,882	99.38	19
Summary			357	13.67	10,622	35.06	49

R: Ranking, NP: total articles with the search vectors, % Tt: percentage of articles out of the total articles published, TC-OE: total citations with the search vectors, PC-OE: Average citations per article for the search vectors, H-OE: *h*-index with search vectors only. Source: Data from Web of Science (2023).

in WoS and in the 575 journals that have published any article related to the search vectors. This set of journals, in turn, concentrates 33.94% of the total citations, demonstrating a high concentration around the journals that publish on this topic.

In light of this situation, we can establish that the Journal of Business Research, maintaining the highest number of articles (127), emerges as the most cited, with 4,030 citations, and holding the highest *h*-index at 35. It is noteworthy that, to better understand these indices, Entrepreneurship Theory and Practice stands out, maintaining the highest average citations (100.2 citations

per article) and the highest 5-year impact factor of 15.191, allowing for the determination of the significant consistency of the journal as a measure of publication quality.

Institutions

The results from Table VII show the top ten affiliations of researchers from among the 2,213 institutions that have published an article on the WoS platform related to the search vectors of this research. These 10 institutions concentrate 13.67% of the total articles published; moreover, collectively they maintain an *h*-index of 49 with a total of

10,622 citations and an average of 35.06 citations per article.

Analyzing the results from Table VI entails establishing that the most productive university is Xi'an Jiaotong University in China, which has published 47 articles related to entrepreneurial orientation and perseverance. In this regard, the mentioned university is a higher education institution in China, located in the city of Xi'an in central China, and it is one of the oldest and most important universities in China, directly under the Ministry of Education.

Now, one of the most productive authors in the search vectors, who belongs to this institution, is Yuan

TABLE VII
CO-AUTHORSHIPS AMONG INSTITUTIONS

Cluster 1 (red)	Cluster 2 (green)	Cluster 3 (blue)	Cluster 4 (yellow)	Cluster 5 (purple)
Cardiff University	Brock University	Erasmus University	Northwestern Polytech	George Washington
Coventry University	Jilin University	Indiana University	Renmin China University	James Madison University
Islamic Azad University	Mississippi State University	Jonkoping Int Business	Rochester Inst Technol	Suny Albany
Kwame Nkrumah University	Northeastern University	Macquarie University	Shanghai Jiao Tong University	Syracuse University
Lappeenranta University Tech	Rhein Westal Th Aachen	University Bergano	St Louis University	Texas Tech. University
University Ghana	University Burn	University Lancaster	Sun Yat Sen Univ	University Alabama
University Leeds	University Louisville	University Missouri	Xi An Jiao Tong Univ	University Illinois
University Loughborough	University Mississippi	University Nebraska	Xiamen University	University Oklahoma
University Manchester	University of North Carolina			
Univ Pretoria	University Tennessee			
University Tasmania	Whu Otto Beisheim Sch			
University Tehran				
Cluster 6 (Light blue)	Cluster 7 (orange tree)	Cluster 8 (gray)	Cluster 9 (pink)	Cluster 10 (light pink)
Aalto University	De Montfort University	Athens University Econ & B	University Almeria	Free Univ Bozen Bolzano
Kent State University	Florida State University	Harbin Inst Technol	Univ Castilla La Mancha	Lut University
Lulea University Technol	Loughborough University	University Glasgow	University Jaume 1	University Innsbruck
University Eastern Finland	University Bradford	University of Granada	Univerzita V Novom Sade (University of Novi Sad – UNIVERSITY)	University Skovde
University St Gallen	University Kent	University Groningen	Univ Valencia	Zhejiang University
University Vaasa	University Utara Malaysia	University Twente		
Cluster 11 (dark green)	Cluster 12 (light blue)	Cluster 13 (beige)		
Menlo Coll	Qatar University	University Interior Beira		
University Bayreuth	Temple Univ	University Tras- os- Montes (Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro)		
University Durham	United Arab Emirates			
University Liechtenstein				
University Utrecht				

Source: Own elaboration based on Data from Web of Science (2023).

Li, although we also find other authors (such as Zhe Zhang, Xin Wang, Wan Chen, among others), who individually may not be among the most productive, but collectively have contributed to making this institution the most productive in the search vectors. However, in analyzing the results, we can also establish that the most influential university in the search vectors of the research is the Indiana University System in the United States with 2,891 citations, with 31 articles published, generating an average of 93.41 citations per article, closely followed by Indiana University Bloomington with a total of 2,882 citations and an average of 99.38 citations per article.

Specifically, the bibliometric analysis of co-authorships between institutions with a minimum of 10 published articles reveals 93 institutions

distributed across 13 clusters detailed in Table VII and represented in the graph in Figure 1. The graph depicts connections between different institutions, with different colors for each of the 13 clusters, highlighting the institution with the highest co-authorship in bold and italics.

Countries

It is important to note that scientists from different geographical origins have produced this knowledge with a high territorial concentration. Specifically, 56.9% of the articles belong to 10 out of 104 countries that have generated at least one article related to the search concept. Table VIII details the 10 countries that have developed and published at least 90 articles related to entrepreneurial orientation and perseverance. Collectively, these countries contribute

1,722 articles out of 2,612, garnering 56,396 citations, averaging 32.75 citations per article, and achieving a combined h-index of 108.

From the analysis of Table VIII, we can establish that the United States is the most productive and influential country, having published 558 articles related to the theme of entrepreneurial orientation and perseverance, which collectively have garnered 30,483 citations, along with the highest h-index of 82. It stands apart from China, which is in second place, presenting 307 articles and 5,609 citations, and third place is held by England with 286 articles and 8,663 citations.

The graph in Figure 1 corresponds to co-authorship among countries, which illustrates how 59 out of the 104 countries maintain, at least, 10 co-authored articles, grouped into eight clusters.

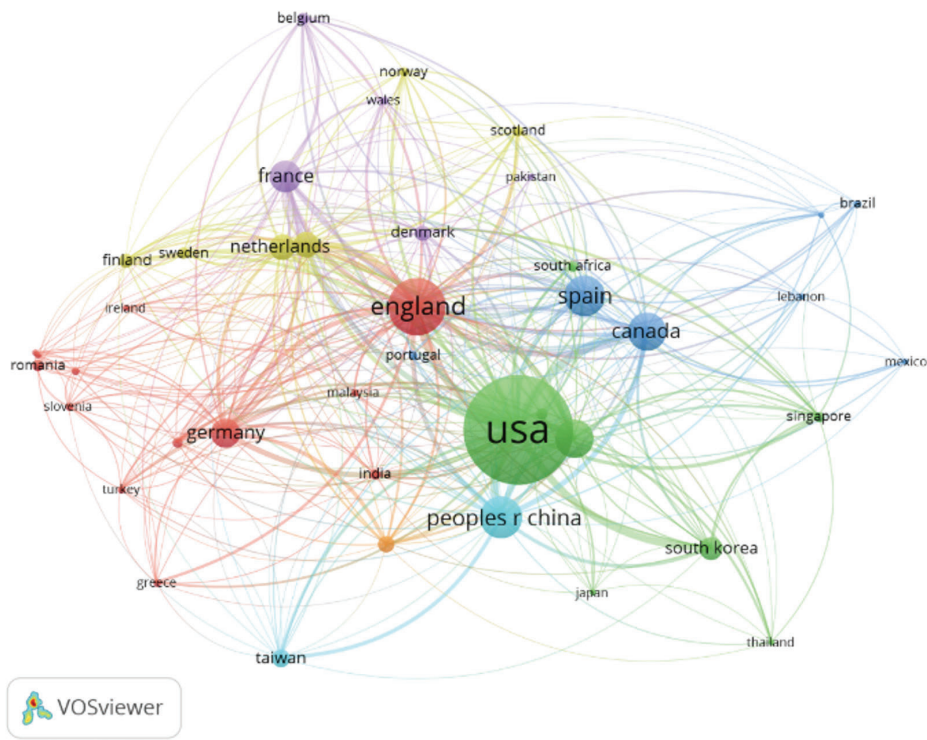


Figure 1. Co-authorship among countries Source: Authors own elaboration based on VOSviewer (2022).

Those countries maintaining the highest number of co-authorships with other countries are highlighted in bold and italicized. These figures are detailed in Table IX and represented in the graph of Figure 1 with different colors.

Conclusions

The scientometric analysis of publications over an extended

period on entrepreneurial orientation and perseverance highlights the study's primary contribution: synthesizing knowledge and offering an updated discussion on research regarding these concepts. This analysis considers critical bibliometric variables, including the most influential journals, the most cited articles, and the geographic distribution of research output.

By analyzing these parameters, this study can positively

impact future research within the WoS database system. It helps establish guidelines for future researchers, enhancing the efficiency and significance of their academic contributions.

Examining the scientific articles published between 1975 and 2023 reveals the evolution of research in entrepreneurial orientation and perseverance or "grit." Initially, a linear growth trend is observed, followed by a significant increase in 2016, with a 57% rise compared to 2015. This exponential growth continues until 2023, the end of the analysis period. In 2022, the peak of scientific production is reached, with 72.6% of the publications for the last five years, highlighting the importance of critical mass in this research area.

In contrast to the growth in publications, the number of citations shows a varied pattern, peaking in 2012 and then decreasing. The ten most influential authors, representing 27% of all citations, include Sascha Kraus, Mathew Hughes, William Wales, and Jeffrey Covin. Notably, Professor Sascha Kraus from the Free University of Bolzano in Italy is highlighted for his significant contributions to scientific productivity in this field.

Regarding scientific journals, the top ten concentrate nearly 25% of all articles and 33.94% of all citations, indicating a high concentration of citations. These journals include the *Journal of Business Research*, *Sustainability*, *Journal of Small Business Management*, *International Entrepreneurship and Management Journal*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, *Industrial Marketing Management*, *International Small Business Journal*, and *Researching Entrepreneurship, Management*

TABLE VIII
COUNTRIES ASSOCIATED WITH SCIENTIFIC PRODUCTION ACCORDING TO AUTHORS AFFILIATION

Countries/Regions	NP	Tt (%)	TC-OE	PC-OE	H-OE	H-OE
1 United States (USA)	558	21.26	30,483	54.63	82	22
2 China (People's R China)	307	11.70	5,609	18.27	36	16
3 England	286	10.90	8,663	30.29	47	12
4 Spain	278	10.59	6,995	25.16	40	14
5 Germany	186	7.09	6,060	32.58	39	15
6 Italy	129	4.91	2,606	20.20	26	13
7 Australia (Australia)	120	4.57	2,458	20.48	27	19
8 Finland	107	4.08	3,538	33.07	33	18
9 France (France)	99	3.77	2,256	22.79	27	12
10 Malaysia (Malaysia)	94	3.58	840	8.94	15	19
Set Data	1,722	65.9	56,396	32.75	108	49

R: Ranking; NP: total related search vectors; % Tt: percentage of articles out of total articles; TC-OE: total citations only of the articles published on the search vectors; PC-OE: Average citations per article on the search vectors; H-OE: *h*-index considering the articles published by each country, on the search vectors. Source: Data from Web of Science (2023).

TABLE IX
CO-AUTHORSHIP CLUSTER AMONG COUNTRIES

Cluster 1 (red)	Cluster 2 (green)	Cluster 3 (blue)	Cluster 4 (yellow)
Australia	France	Austria	Brazil
Bangladeshi	Greece	Denmark	Chili
Canada	Israel	Finland	Colombia
Indonesia	Oman	Germany	Mexico
Ireland	Qatar	Iran	Portugal
Lithuania	Romania	Liechtenstein	Russia
Malaysa	Saudi Arabia	Netherlands	Spain
New Zealand	Scotland	Sweden	USA
Norway	Tunisia	Tanzania	
Pakistan	Turkey		
People's R China	United Arabic Emirates		
Poland			
Singapore			
Thailand			
Vietnam			
Cluster 5 (purple)	Cluster 6 (light blue)	Cluster 7 (orange tree)	Cluster 8 (burgundy)
England	Belgium	Czech Republic	South Korea
Ghana	Croatia	Serbia	
India	Italy	Slovakia	
Nigeria	Japan	Taiwan	
South Africa	Switzerland		
Wales			

Source: Own elaboration based on Data from Web of Science (2023).

Decision, International Journal of Entrepreneurial Behavior Research, and International Business Review.

Xi An Jiaotong University in China emerges as the most productive higher education institution in terms of scientific publications, while the University of Indiana in the United States is the most influential. This geographical concentration shows that 56.9% of scientific publications come from 10 out of the 104 countries that have generated at least one publication in this area. The United States leads with 21.26% of the publications and the highest number of citations, followed by China with 11.70%. Notably, 84.26% of scientific articles have been cited at least once, demonstrating high citation rates in the global community.

Given the findings and the existing scientific literature, it is clear that further research is needed. New studies could focus on factors linked to entrepreneurial orientation in innovation performance and entrepreneurial behaviors in higher education institutions, utilizing mixed, multidisciplinary methods and exploring interrelationships with management, quality, and performance.

Considering the extensive bibliographic review conducted by

the authors, it is essential to propose future research directions that delve deeper into the relationship between perseverance (or "grit") and entrepreneurial outcomes. These future lines of investigation should consider various external and internal variables that could affect the motivational factor of perseverance in entrepreneurs.

Firstly, the economic context is crucial to explore. Future research could examine how economic cycles, market volatility, and access to capital impact an entrepreneur's perseverance. For instance, during economic downturns, the availability of funding and resources might be limited, testing the resilience and persistence of entrepreneurs in a more challenging environment.

Secondly, the socio-cultural context plays a significant role. Studies could investigate how cultural attitudes towards entrepreneurship, societal support systems, and familial expectations influence an entrepreneur's perseverance. Comparing different cultural backgrounds could provide insights into how societal values either bolster or hinder entrepreneurial perseverance.

Additionally, personal attributes and psychological factors warrant further exploration. Future research could

delve into the interplay between an entrepreneur's mental health, stress management strategies, and perseverance. Understanding the psychological resilience of entrepreneurs, including how they cope with failure and setbacks, could provide valuable insights for developing support systems that enhance perseverance.

Moreover, technological advancements and digital transformation are increasingly relevant. Investigating how adopting new technologies and the digitalization of business processes affect entrepreneurial perseverance could offer insights into how modern tools and platforms can support sustained entrepreneurial efforts.

Finally, the role of education and continuous learning in fostering perseverance deserves attention. Research could focus on how entrepreneurial education programs, mentorship, and lifelong learning opportunities contribute to building and maintaining perseverance among entrepreneurs.

By considering these variables, future research can provide a more comprehensive understanding of the factors that influence perseverance in entrepreneurship, ultimately leading to more targeted interventions and support

mechanisms to enhance entrepreneurial success. This addition highlights various potential areas of future research that can significantly contribute to understanding and enhancing the role of perseverance in entrepreneurial success.

REFERENCES

- Ain, NU, Munir M, Suneel I (2021) Role of emotional intelligence and grit in life satisfaction. *Heliyon* 7: https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06829
- Tóth-Pajor A, Zsolt B, Vivien C (2023) Digitalization in entrepreneurship education and its effect on entrepreneurial capacity building. *Cogent Business y Management* 10: 2. https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2210891
- Al Issa H (2020) When grit leads to success: The role of individual entrepreneurial orientation. *Business: Theory and Practice* 21: 643-653. https://doi.org/10.3846/btp.2020.12346
- Alhadabi A, Karpinski AC (2020) Grit, self-efficacy, achievement orientation goals, and academic performance in university students. *International Journal of Adolescence and Youth* 25: 519-535. https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1679202
- Allen RE, Kannagara C, Carson J (2021) True grit: How important is the concept of grit for education? a narrative literature review. *International Journal of Educational Psychology* 10: 73-87. https://doi.org/10.17583/ijep.2021.4578.
- Araya-Castillo L, Hernández-Perlines F, Moraga H, Ariza-Montes A (2021a) Scientometric Analysis of Research on Socioemotional Wealth. *Sustainability* 13: 3742. https://doi.org/10.3390/su13073742.
- Araya-Castillo L, Moraga H, BarrientoN, Rivera-Arroyo J (2021b) Crisis sociales como área de investigación en seguridad internacional. *Revista Científica General José María Córdova*, 19: 979-1007. https://doi.org/10.21830/19006586.792.
- Barrientos Oradini NP, Rubio A, Araya-Castillo L, Boada-Cuerva M, Vallejo-Velez, M (2022) Passion and perseverance: How the components of grit affect the probability of starting a business. *Frontiers in Psychology* 13. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.906701.
- Barriopedro MI, Quintana I, Ruiz LM (2018) Perseverance and passion in achieving the objectives: Spanish validation of the duckworth's grit scale. [La perseverancia y pasión en la consecución de objetivos: Validación española de la escala grit de duckworth]. *RICYDE: Revista Internacional de Ciencias del Deporte* 14: 297-308. https://doi.org/10.5232/ricyde2018.05401.
- Bernardy V, Antoni CH (2021) With grit to innovative teams? A theoretical model to examine team grit as a team innovation competence. [Mit Grit zu innovativen Teams?: Ein theoretisches Modell zur Untersuchung von Team Grit als Innovationskompetenz von Teams] Gruppe. *Interaktion. Organisation. Zeitschrift Fur Angewandte Organisations Psychologie* 52: 65-78. https://doi.org/10.1007/s11612-021-00555-z.
- Berrone P, Cru C, Gomez-Mejia LR (2012) Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. *Family Business Review* 25: 258-279. https://doi.org/10.1177/0894486511435355.
- Boada-Grau J, Sánchez-García JC, Viardot E, Boada-Cuerva M, Vigil-Colet A (2016) Entrepreneurial orientation scale: Adaptation to Spanish. *Spanish Journal of Psychology* 19. https://doi.org/10.1017/sjp.2016.19.
- Bornmann L, Hans-Dieter D (2013) Full-Text Citation Analysis: A New Method to Enhance. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 64: 1852-1863. https://doi.org/10.1002/asi.22883.
- Capelleras JL, Contin-Pilart I, Garcés-Galdeano L, Larraza-Kintana M (2020) The role of entrepreneurial orientation and family control of the firm in the economic recovery of underperforming firms. *Academia Revista Latinoamericana de Administración* 33: 177-197. https://doi.org/10.1108/arla-03-2018-0081.
- Chhabra M, Hassan R, Shah MA, Sharma R (2023) A bibliometric review of research on entrepreneurial capacity for the period 1979 to 2022: Current status, development, and future research direction. *Cogent Business y Management* 10: 1. https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2178338.
- Cho YH, Lee JH (2018) Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship* 12: 124-134. https://doi.org/10.1108/apjie-05-2018-0028.
- Christopoulou M, Lakioti A, Pezirkianidis C, Karakasidou E, Stalikas A (2018) The Role of Grit in Education: A Systematic Review. *Psychology* 9: 2951-2971. https://doi.org/10.4236/psych.2018.915171.
- Collantes-Tique N, Pineda-Parra JA, Ortiz-Otálo CD, Ramírez Castañeda S, Jiménez-Pachón C, Quintero-Ovalle C, Riveros Munévar F, Uribe Moreno ME (2021) Validation of the psychometric structure of the grit-O and grit-S scales in the Colombian context, and its relation with academic success. *Acta Colombiana de Psicología* 24: 95-110. https://doi.org/10.14718/acp.2021.24.2.9.
- Cousins JM, Peterson MJ, ChristopherAN, Francis AP, Betz HH (2021) Grit-passion and grit-perseverance in ultramarathon runners. *Journal of Human Sport and Exercise* 16: 1-9. https://doi.org/10.14198/jhse.2021.164.18.
- Covin JG, Slevin DP (1989) Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal* 10: 75-87. https://doi.org/10.1002/smj.4250100107.
- Covin JG, Green KM, Slevin DP (2006) Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sales growth rate relationship. *Entrepreneurship theory and practice* 30: 57-81. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00110.
- Datu JAD (2021) Beyond passion and perseverance: Review and future research initiatives on the science of grit. *Frontiers in Psychology* 11. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.545526.
- De Bakker FGA, Groenewegen P, den Hond F (2005) A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance. *Business and Society* 44: 283-317. https://doi.org/10.1177/0007650305278086.
- Diodato DM (1994) *A compendium of fracture flow models*. Argonne National Lab., Argonne, IL, United States. https://doi.org/10.2172/110769.
- Diodato V, Gellaty P (2013) *Dictionary of Bibliometrics*. Routledge. Oxfordshire, UK. 194 pp.
- Duckworth AL, Peterson C, Matthews MD, Kelly DR (2007) Grit: Perseverance and passion for long-term goals. *Journal of Personality and Social Psychology* 92: 1087-1101. https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.6.1087.
- Duckworth AL, Quinn PD, Tsukayama E (2021) Revisiting the Factor Structure of Grit: A Commentary on Duckworth and Quinn (2009). *Journal of Personality Assessment* 103: 573-575. https://doi.org/10.1080/00223891.2021.1942022.
- Duckworth A, Gross JJ (2014) Self-control and grit: Related but separable determinants of success. *Current Directions in Psychological Science* 23: 319-325. https://doi.org/10.1177/0963721414541462.
- Frenken, K, Hardeman, S, Hoekman, J. (2009) Spatial scientometrics: Towards a cumulative research program. *Journal of Informetrics* 3: 222-232. https://doi.org/10.1016/j.joi.2009.03.005.
- Glänzel W (2012) Bibliometric methods for detecting and analysing emerging research topics. *El Profesional de la Información* 21: 194-201. https://doi.org/10.3145/epi.2012.mar.11.
- Guo, Y, Zhu L, Zhao Y (2023) Tourism entrepreneurship in rural destinations: measuring the effects of capital configurations using the fs-QCA approach. *Tourism Review* 78: 834-848. https://doi.org/10.1108/TR-07-2022-0333.
- Hernández-Perlines F, Araya-Castillo, L, Millán Toledo, F, Ibarra Cisneros, M.A. (2023) Bibliometric Analysis of Studies on Socioemotional Wealth. *European Research on Management and Business Economics* 29: 100218. https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2023.100218.
- Hult GTM, Hurley RF, Knight GA (2004) Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management* 33: 429-438. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2003.08.015.
- Jiménez-Bucarey CG, Araya-Castillo L, Ganga-Contreras F, Sáez W (2023) Scientometric Analysis of Economic Regulation of Higher Education. *Interciencia* 48: 236-244. https://www.interciencia.net/wp-content/uploads/2023/06/02_6971_A_Ganga_v48n5_9.pdf.
- Jiménez-Bucarey CG, Araya-Castillo L, Rojas-Vallejos J (2020a) Calidad como área de investigación en educación superior. *Utopía y Praxis Latinoamericana* 25: 177-193. https://doi.org/10.5281/zenodo.4292724.
- Jiménez-Bucarey CG, Araya-Castillo L, Rojas-Vallejos J (2020b) Personalidad de marca como área de investigación en educación superior. *Revista de Ciencias Sociales* 26: 394-418. https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34670.
- Jordan SL, Ferris GR, Hochwarter WA, Wright TA (2019) Toward a work motivation conceptualization of grit in organizations. *Group and Organization Management* 44: 320-360. https://doi.org/10.1177/1059601119834093.
- Karaman MA, Cavazos Vela J, Aguilar, AA, Saldana K, Montenegro, MC (2019) Psychometric properties of U.S.-spanish versions of the grit and resilience scales with a latinx population. *International Journal for the Advancement of Counselling* 41: 125-136. https://doi.org/10.1007/s10447-018-9350-2.
- Kim HR, Choi JA, Um JJ (2021) Influence of Adolescent Grit, Self-determination, Positive Psychological Capital, Relationship Support and Teachers' Autonomy Support and Passion. *Journal of the Korean Applied Science and Technology* 38: 1183-1194. https://doi.org/10.12925/jkocs.2021.38.4.1183.

- Kumari, R, Jeong, J. Y, Lee, B-H, Choi, K-N, y Choi, K. (2019) Topic modelling and social network analysis of publications and patents in humanoid robot technology. *Journal of Information Science* 47: 658-676. <https://doi.org/10.1177/0165551519887878>.
- Kwon HW (2021) What can sociology say about grit? A cross-cultural exploration of the relationships between socioeconomic status, sense of control, and grit. *Socius* 7. <https://doi.org/10.1177/23780231211005216>.
- Lee CS, Jang HY (2018) The roles of growth mindset and grit in relation to hope and self-directed learning. *Journal of the Korea Convergence Society* 9: 95-102. <https://doi.org/10.15207/jkcs.2018.9.1.095>.
- Lee J (2022) The role of grit in organizational performance during a pandemic. *Frontiers in Psychology* 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.929517>.
- Lee SM, Lim Sb, Pathak RD (2011) Culture and entrepreneurial orientation: a multi-country study. *Int Entrep Manag J* 7: 1-15. <https://doi.org/10.1007/s11365-009-0117-4>.
- Leydesdorff L, Milojević S (2013) *Scientometrics* ArXiv:1208.4566 [Cs]. <http://arxiv.org/abs/1208.4566>.
- Litman JA (2008) Interest and deprivation factors of epistemic curiosity. *Personality and Individual Differences* 44: 1585-1595. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.01.014>.
- Litman JA, Jimerson TL (2004) The measurement of curiosity as a feeling of deprivation. *Journal of Personality Assessment* 82: 147-157. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa8202_3.
- Litman JA, Spielberger CD (2003) Measuring epistemic curiosity and its diverse and specific components. *Journal of Personality Assessment* 80: 75-86. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa8001_16.
- Loewenstein G (1994) The psychology of curiosity: A review and reinterpretation. *Psychological Bulletin* 116: 75-98. <https://doi.org/10.1037//0033-2909.116.1.75>.
- Lumpkin GT, Dess GG (1996) Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review* 21: 135-172. <https://doi.org/10.2307/258632>.
- Lumpkin, G. T, y Dess, G. G. (2001) Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing* 16: 429-451. [https://doi.org/10.1016/s0883-9026\(00\)00048-3](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(00)00048-3).
- Kiburur L, Njiraini N, Boso N (2023) Social networks and consumer technology usage: A systematic literature review and future research directions. *Cogent Business y Management* 10: 1. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2153487>.
- Malhotra NK (2004) *Investigación de mercados: Un enfoque aplicado*. Pearson Educación. México. 990 pp.
- Matthews LM, Edmondson DR (2022) The role of grit and emotional exhaustion in the selling process. *Journal of Business-to-Business Marketing* 29: 239-246 <https://doi.org/10.1080/1051712x.2022.2121509>.
- Meneghini R, Packer AL (2010) The extent of multidisciplinary authorship of articles on scientometrics and bibliometrics in Brazil. *Interiencia* 35: 510-514. <https://www.interiencia.net/wp-content/uploads/2018/01/510-c-PACKER.pdf>
- Miller D (2011) Miller (1983) revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice* 35: 873-894. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00457.x>.
- Mingers J, Leydesdorff L (2015) A review of theory and practice in scientometrics. *European Journal of Operational Research* 246: 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2015.04.002>.
- Mirza TI, Yasmeen R, Mahboob U (2021) Nurturing grit among medical students. *Pakistan Journal of Medical Sciences* 37: 1-5. <https://doi.org/10.12669/pjms.37.2.2999>.
- Mishra CS (2017) Entrepreneurial orientation. *Entrepreneurship Research Journal* 7: 20170112. <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0112>.
- Morales-Parragu M, Araya-Castillo L, Molina-Luque F, Moraga-Flores H (2022) Scientometric Analysis of Research on Corporate Social Responsibility. *Sustainability* 14: 2291. <https://doi.org/10.3390/su14042291>.
- Morales-Parragué MA, Varela-Laso RA, Araya-Castillo L, Molina-Luque F (2023) Corporate Social Responsibility: Where Does It Come from, and Where Does It Go? Evolution of the Conceptual Structure from 1975 to 2021. *Sustainability* 15: 5770. <https://doi.org/10.3390/su15075770>.
- Morell M, Yang JS, Gladstone JR, Faust LT, Ponnock AR, Lim HJ, Wigfield A (2021) Grit: The long and short of it. *Journal of Educational Psychology* 113: 1038-1058. <https://doi.org/10.1037/edu0000594>.
- Naldi L, Nordqvist M, Sjöberg K, Wiklund J (2007) Entrepreneurial orientation, risk taking, and performance in family firms. *Family Business Review* 20: 33-47. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2007.00082>.
- Nalimov, V, Mulcjenko, B. (1971) *Measurement of science: Study of the development of science as an information process*. Foreign Technology Division. Washington DC, USA. 110 pp.
- Newman A, Ucbasaran D, Zhu F, Hirst G (2014) Psychological capital: A review and synthesis. *J. Organiz. Behav.* 35: S120-S138. <https://doi.org/10.1002/job.1916>.
- Nothnagle EA, Knoester C (2022) Sport participation and the development of grit. *Leisure Sciences*. 1-18. <https://doi.org/10.1080/01490400.2022.2090037>.
- Ormeño Fuenzalida J, Araya-Castillo L, Hernández-Perlines F, Moraga-Flores H (2023) Bioética en la empresa: análisis científico. *Revista Venezolana de Gerencia* 28: 1825-1848. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.104.18>.
- O'shea RP, Allen TJ, Chevalier A, Roche F (2005) Entrepreneurial orientation, technology transfer and spinoff performance of US universities. *Research Policy* 34: 994-1009. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.05.011>.
- Postigo A, Barria JCuesta M, García-Cueto E (2023) Psychometric properties of the Chilean version of the Oviedo grit scale. *Collabra: Psychology* 9: 57516 <https://doi.org/10.1525/collabra.57516>.
- Ramachandran K, Ramnarayan S (1993) Entrepreneurial orientation and networking: Some Indian evidence. *Journal of Business Venturing* 8: 513-524. [https://doi.org/10.1016/08839026\(93\)90036-5](https://doi.org/10.1016/08839026(93)90036-5).
- Rauch A, Wiklund J, Lumpkin GT, Frese M (2009) Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 33: 761-787. <https://doi.org/10.1111/j.15406520.2009.00308.x>.
- Rioux C (2022) La esperanza como fuente de valor. *Ergo* 8: 33. <https://doi.org/10.3998/ergo.2234>.
- Rosenbusch N, Brinckmann J, Bausch A (2011) Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing* 26: 441-457. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.12.002>.
- Samborowski L, Price J, Pratico J (2021) The Correlation between Grit and Leadership: A Longitudinal Study. *Black Sea Journal of Management and Marketing* 2: 1-24. <https://doi.org/10.47299/bsjmm.v2i1.63>.
- Sandeep V, Harpreet SB, (2012) Relationship between Entrepreneurial Orientation and Business Performance: A Review of Literature. *The IUP Journal of Business Strategy* 9: 17-31. <https://ssrn.com/abstract=2179844>.
- Schwaba T, Luhmann M, Denissen JJA, Chung JM, Bleidorn W (2018) Openness to experience and culture-openness transactions across the lifespan. *Journal of Personality and Social Psychology* 115: 118-136. <https://doi.org/10.1037/pspp0000150>.
- Serrano L, Sianes A, Ariza-Montes A (2019) Using bibliometric methods to shed light on the concept of sustainable tourism. *Sustainability* 11: 6964. <https://doi.org/10.3390/su11246964>.
- Singh S, Chukkali S (2021) Development and validation of multi-dimensional scale of grit. *Cogent Psychology* 8: 1923166. <https://doi.org/10.1080/23311908.2021.1923166>.
- Stam W, Elfring T (2008) Entrepreneurial orientation and new venture performance: The moderating role of intra-and extraindustry social capital. *Academy of Management Journal* 51: 97-111. <https://doi.org/10.5465/amj.2008.30744031>.
- Van Eck NJ, Waltman L (2010) Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics* 84: 523-538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>.
- Vanti N (2000) Métodos cuantitativos de evaluación de la ciencia: Bibliometría, ciencia e informática. *Investigación Bibliotecológica: Archiconomía, Bibliotecología e Información* 14. <https://doi.org/10.22201/iibi.0187358xp.2000.29.3943>.
- Vega-Muñoz A, Arjona-Fuentes JM (2020) Social networks and graph theory in the search for distant knowledge in the field of industrial engineering. Cap. 17. In *Handbook of Research on Advanced Applications of Graph Theory in Modern Society*. Eds.: Pal M, Samanta S, Pal A. IGI-Global. Hershey, PA, USA. pp. 397-418.
- Vega-Muñoz A, Arjona-Fuentes JM, Ariza-Montes A, Han H, Law R (2020) In search of 'a research front' in cruise tourism studies. *International Journal of Hospitality Management* 85: 102353. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102353>.
- Vicencio-Ríos G, Araya-Castillo L, Millán-Toledo C, Rivera Flores Y (2020) Desarrollo de la investigación en personalidad de marca. *Revista Venezolana de Gerencia* 25: 284-298. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i92.34282>.
- Vicencio-Ríos G, Rubio A, Araya-Castillo L, Moraga-Flores H (2023) Scientometric

- Analysis of Brand Personality. *Sustainability* 15: 731. <https://doi.org/10.3390/su15010731>.
- Wang S, Zhao Y, Li J (2023) True grit and brain: Trait grit mediates the connection of DLPFC functional connectivity density to posttraumatic growth following COVID-19. *Journal of Affective Disorder* 325: 313-320. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2023.01.022>.
- Wang Y, Tsai CH, Tsai FS, Huang W, de la Cruz S (2018) Antecedent and Consequences of Psychological Capital of Entrepreneurs. *Sustainability* 10: 3717. MDPI AG. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su10103717>.
- Wiklund J, Shepherd D (2003) Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal* 24: 1307-1314. <http://www.jstor.org/stable/20060622>.
- Wiklund J, Shepherd D (2005) Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing* 20: 71-91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>.
- Yáñez Jara V, Araya-Castillo L, Ganga-Contreras F, Barrientos Oradini N, Moraga-Flores H, Vergara Maldonado LF (2022) Desarrollo de la literatura especializada sobre grupos estratégicos: un análisis de lo publicado en el Science Citation Index, período 1975-2019. *Interciencia* 47: 252-263. https://www.interciencia.net/wp-content/uploads/2022/11/01_6838_A_Ganga_v47n7_12.pdf.
- Yáñez-Jara V, Vega-Muñoz A, Araya-Castillo L (2019) Grupos estratégicos como área de investigación en educación superior. *Revista Espacios* 40: 11. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n44/19404411.html>.
- Yu Y, Hua L, Feng X, Wang, Yu Z, Zi T, Zhao Y, Li J (2021) True grit in learning math: The math anxiety-achievement link is mediated by math-specific grit. *Frontiers in Psychology* 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.645793>.
- Zhou KZ, Yim CK, Tse DK (2005) The effects of strategic orientations on technology-and market-based breakthrough innovations. *Journal of Marketing* 69: 42-60. <https://doi.org/10.1509/jmkg.69.2.42.6075>.
- Zhou X, Zhang L, Su X (2022) Entrepreneurial institutional environment and entrepreneurial orientation: The mediating role of entrepreneurial passion. *Frontiers in Psychology* 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.840548>.
- Zupic I, Cater T (2015) Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organ. Res. Methods* 18: 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>.

ANÁLISIS CIENCIOMÉTRICO SOBRE ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA Y PERSEVERANCIA ELABORADO A PARTIR DE DATOS DE LA WEB OF SCIENCE ENTRE 1975 Y 2023

Nicolás Barrientos Oradini, Luis Araya-Castillo, María Boada-Cuerva, Joan Boada-Grau y Francisco Ganga-Contreras
RESUMEN

El presente análisis explica las relaciones cuantitativas, en línea con la orientación emprendedora y la perseverancia, con el propósito de comprender la relación entre la orientación emprendedora y el constructo denominado grit. La investigación, en su propósito central, se inserta en la descripción de indicadores bibliométricos del desarrollo científico en este campo, desde los registros más antiguos de la base de datos Web of Science, en línea, correspondientes al 1 de enero de 1975, hasta el 31 de diciembre de 2023. La metodología reportada identificó autores, países, publicaciones, citas, revistas indexadas e instituciones según investigaciones en el área de orientación y perseverancia empresarial en el contexto de una discusión

actualizada sobre estudios en este campo. Los resultados mostraron evidencias sostenidas sobre un desarrollo creciente de publicaciones relacionadas al vector temático, aumentando en los últimos años, y una concentración geográfica asociada a los Estados Unidos. Además, las líneas de investigación observadas en las publicaciones más influyentes están relacionadas con las áreas de estrategia, rendimiento y éxito. En conjunto, la principal contribución de esta investigación reveló una síntesis del conocimiento en el contexto de un análisis cuantitativo sobre orientación emprendedora y grit, ofreciendo una visión actualizada sobre la investigación en orientación emprendedora y perseverancia.

AUTHOR CONTRIBUTIONS

NB y JB-G: preparation of the theoretical framework, methodological framework, discussion elaboration, and general revision of the manuscript, and data analysis. LA-C, MB-C, and FG-C: data collection, database construction. All authors contributed to the article and approved the submitted version.



OPEN ACCESS

EDITED BY

Lisete M. Mónico,
University of Coimbra, Portugal

REVIEWED BY

Marco Opazo,
University of Deusto, Spain
Gustavo Rodríguez-Albor,
Universidad Autónoma del Caribe,
Colombia

*CORRESPONDENCE

Andrés Rubio
andres.rubio@unab.cl

SPECIALTY SECTION

This article was submitted to
Positive Psychology,
a section of the journal
Frontiers in Psychology

RECEIVED 28 March 2022

ACCEPTED 23 September 2022

PUBLISHED 20 October 2022

CITATION

Barrientos Oradini NP, Rubio A,
Araya-Castillo L, Boada-Cuerva M and
Vallejo-Velez M (2022) Passion
and perseverance: How
the components of grit affect
the probability of starting a business.
Front. Psychol. 13:906701.
doi: 10.3389/fpsyg.2022.906701

COPYRIGHT

© 2022 Barrientos Oradini, Rubio,
Araya-Castillo, Boada-Cuerva and
Vallejo-Velez. This is an open-access
article distributed under the terms of
the [Creative Commons Attribution
License \(CC BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). The use, distribution
or reproduction in other forums is
permitted, provided the original
author(s) and the copyright owner(s)
are credited and that the original
publication in this journal is cited, in
accordance with accepted academic
practice. No use, distribution or
reproduction is permitted which does
not comply with these terms.

Passion and perseverance: How the components of grit affect the probability of starting a business

Nicolás Pablo Barrientos Oradini¹, Andrés Rubio^{2,3*},
Luis Araya-Castillo², Maria Boada-Cuerva⁴ and
Mauricio Vallejo-Velez⁵

¹School of Administration and Business, Miguel de Cervantes University, Santiago, Chile, ²Faculty of Economics and Business, Andres Bello University, Santiago, Chile, ³Faculty of Psychology, Diego Portales University, Santiago, Chile, ⁴Human Factor, Organizations and Markets (FHOM), Faculty of Business and Economics, Universitat Rovira i Virgili (URV), Tarragona, Spain, ⁵Faculty of Psychology, University of Medellín, Medellín, Colombia

There is vast evidence that accounts for the association between entrepreneurial orientation (EO) and the probability of starting a business (PSB). However, there are not many studies that test how psychological factors moderate this relationship. A variable that has been little studied in this relationship is Grit. Grit is considered a personality trait defined as perseverance and passion for long-term goals. Grit considers two sub-dimensions, one linked to the consistency of interests (Grit-Passion) and the other linked to perseverance in the effort (Grit-Perseverance). The objective of this article is to analyze the moderating role that both sub-dimensions of grit plays in the relationship between EO and PSB, considering its interaction with sociodemographic variables such as age, gender, and culture. This cross-sectional study has a sample of 1,761 participants, active workers (49.8% men; mean age 41.15 years, SD = 12.72 years; 22.9% Colombian and 77.1% Spanish). The EO scale and a Grit Scale were applied. In addition, participants were asked, based on their perception, how likely they were to start their own business within the next 5 years. A simple moderation analysis was considered to test the moderating role of grit in the relationship between EO and PSB. Subsequently, a double moderation analysis was carried out in order to identify which sociodemographic variables moderate the moderating effect of grit on the relationship in question. The results show that only the Grit-Passion component of grit moderates the relationship between EO and PSB. Regarding the sociodemographic variables, neither age, culture, nor gender showed a moderating effect on the moderation exercised by Grit-Passion in the relationship between OE and PSB. The results are discussed in terms of psychological capital, particularly with an emphasis on explaining why only the Grit-Passion shows a moderating effect on the relationship between EO and PSB, in detriment of Grit-Perseverance. In addition, the power of grit in

the field of entrepreneurship is discussed, considering that its moderating effect is transversal to variations in age, gender and culture, as well as its relevance when considering interventions and pedagogical models in the field of entrepreneurship.

KEYWORDS

entrepreneurial orientation, entrepreneurship, grit, passion, perseverance

Introduction

Entrepreneurship, understood as the human activity oriented to the design, development, and execution of projects that create value (economic or social), from problems and/or opportunities identified in the market (or in society, in general), is constituted as a relevant economic and social phenomenon, as it allows individuals to develop in economic and psychological aspects (creativity, achievement) and, at the same time, contribute to society in economic development and value generation (Quadrini, 2000; Lippmann et al., 2005; Avila, 2021). Some authors suggest that entrepreneurship corresponds to one of the main vehicles of social mobility (Pathak and Muralidharan, 2018), while others highlight its value in terms of personal fulfillment and life satisfaction (Brieger et al., 2020). Considering the above, studying the variables associated with entrepreneurship is of great interest, since it allows us to better understand this phenomenon and also promote it. Within the variables related to entrepreneurship, the one that appears to be most directly related to entrepreneurship or the ability to undertake is entrepreneurial orientation (EO).

In this sense the association between EO and specific actions to set up a business or the Probability of Setting up a Business (PSB) has been extensively studied (Rauch et al., 2009; Vij and Singh Bedi, 2012; Cho and Lee, 2018). However, some psychological factors that could affect this relationship and that could help better understand its nature, have not yet been sufficiently explored within the entrepreneurial field.

One of these factors is grit (Al Issa, 2020). Grit is defined as trait-level passion for and perseverance in pursuing long-term goals. It is considered one of the most relevant personality traits when explaining the variety of responses to adversity or failure experienced by people who are involved in projects in the longer term (Duckworth et al., 2007). While some people tend to persevere in the pursuit of their goals (despite the barriers, obstacles and failures that appear along the way), other people tend to abandon them when they become challenging. This is precisely what the construct of grit apprehends.

Theoretically, the construct of grit has been defined from two sub-dimensions. On the one hand, there is passion, which refers (in the context of grit) to the tendency to remain committed to the same goals for months and years or, in

other words, to have consistency in long-term interests. On the other hand, there is perseverance of effort, which refers to the tendency to work diligently toward the objectives, despite the obstacles that arise (Duckworth et al., 2021).

Different studies show that grit is a personality trait associated with positive emotional-motivational states that are associated, at the same time, with the achievement of long-term goals. In particular, grit is positively associated with self-efficacy (Alhadabi and Karpinski, 2020), resilience (Karaman et al., 2019), growth mindset (Lee and Jang, 2018), self-determination (Kim et al., 2021), motivation (Jordan et al., 2019), self-control (Duckworth and Gross, 2014), and leadership (Samborowski et al., 2021), among others constructs. These associations could give rise to think that grit could be positively associated with EO, entrepreneurial behaviors and affect the relationship between both variables.

We take into account that the possible effects that grit could have on the relationship between OE and more specific entrepreneurial behaviors (such as PSB) have not been analyzed. Furthermore, we can see that grit stands out as a construct of interest when it comes to understanding phenomena where variables such as motivation, effort, focus, and perseverance are key (as is the case of entrepreneurship). Considering the above, the objective of this study is to address this knowledge gap by analyzing the moderating effect of the grit subcomponents (passion and perseverance) on the relationship between EO and PSB. Specifically, to analyze how the different levels of passion and perseverance shown by individuals can affect the relationship between their EO and PSB. Likewise, this study also seeks to analyze whether the possible moderators found are moderated by sociodemographic factors. This in order to identify whether the effect of grit on the relationship between EO and PSB is general or depends on variables such as age, gender, or culture.

The relevance of addressing this knowledge gap lies in the identification of key variables that allow increasing the probability of moving from attitudes related to entrepreneurship to specific entrepreneurial behaviors. In this way, these variables could be considered when identifying profiles of effective entrepreneurs, as well as to develop pedagogical content in the training of new entrepreneurs. In the case of grit, it is important to know if, in particular terms, passion and/or perseverance

play a key role in this context, in order to identify increasingly specific characteristics of individuals that are favorable to entrepreneurship, to focus on them and promote them.

The present study aims to analyze the relationship between the variables of EO, PSB, and the types of grit. First, the methodological aspects that frame the study will be described. Subsequently, the relationship between EO and PSB will be analyzed, as well as the relationship of these two variables with the types of grit. Once this is done, the possible moderating effect of grit types on the relationship between EO and PSB will be analyzed (also analyzing whether sociodemographic variables affect this moderation). Finally, the results will be discussed, and the conclusions and limitations of the study will be presented, as well as future lines of research.

Materials and methods

Participants

This quantitative study with a cross-sectional design is based on a convenience sample of 1,761 participants of active workers contacted during 2018 and 2019. The average age of the sample was 38.88 years ($SD = 12.53$ years), with 49.8% of the sample being male (50.2% female), 22.9% Colombian nationals and 77.1% Spanish nationals.

Measures

The instrument considered, among other scales, an EO Scale and a Grit Scale, and also an item evaluating their perception of the probability of starting a business in the next 5 years.

Entrepreneurial orientation scale

Adapted to Spanish by [Boada-Grau et al. \(2016\)](#) based on its original version, developed by [Lee et al. \(2011\)](#), it is a Likert-type scale with 12 items. The scale measures the degree of agreement or disagreement on different levels (on a scale of one to five, with 1 = completely disagree, and 5 = completely agree). These assess EO in four sub-dimensions: Autonomy (related to self-sufficiency in facing challenges), innovation (related to enjoyment and orientation to work on new things), risk-taking (related to the willingness to face difficulties in the future), and aggressive competitiveness (related to perseverance and belief in success). Examples of sentences considered in the items are “I don’t want to be financially supported by my parents, family, etc., because I am already an adult,” “I am more interested in starting my own business than in getting a job,” and “even if I start new businesses and fail many times, I will keep trying until I succeed.” According to [Boada-Grau et al. \(2016\)](#) the instrument had good psychometric properties, both in terms of validity and reliability. In this study, the overall reliability of the instrument,

as shown by its Cronbach’s Alpha, was 0.74. The sum of the scores obtained in each of the 12 items that make up the scale was used to calculate the total score of the scale.

Grit scale

The original version of the grit scale was developed by [Duckworth et al. \(2007\)](#), which was adapted to Spanish and validated by [Barriopedro et al. \(2018\)](#). This scale has 12 items that measure perseverance and passion for long-term goals from two sub-dimensions (each one made up of six items): consistency of interests (passion) and perseverance of effort. The passion subdimension includes items such as “New ideas and new projects sometimes distract me from previous ones” and “I often set a goal but later choose to pursue a different one” which must be evaluated on a scale from 1 to 5, according to their degree of agreement/disagreement with the statements (1 = completely disagree, 2 = somewhat disagree, 3 = neither agree nor disagree, 4 = quite agree, and 5 = completely agree). The perseverance sub-dimension includes items such as “I finish whatever I begin” and “I have achieved a goal that took years of work,” which should be evaluated in the same way. The authors of the Spanish adaptation reported good psychometric properties, considering both its validity and reliability. In this study, reliability (Cronbach’s alpha) was 0.70 for the passion sub-dimension and 0.71 for the perseverance sub-dimension. The total score for each dimension of the scale was calculated based on the sum of the scores obtained in each of the five items that make up the scale. In the case of the items of the passion sub-dimension, the score of the items was inverted, because they referred to exactly the opposite that the construct theoretically referred to.

Probability of starting a business and sociodemographic factors

The participants’ perceived likelihood of starting their own business in the next 5 years was measured using the statement “estimate the probability of starting your own business in the next five years” (PSB), which could be rated on a scale from 0 to 10, where 0 corresponded to “not at all,” 5 to “neutral,” and 10 to “very likely.” In terms of sociodemographic factors, participants were asked their age (in years) and gender (male/female). To assess the culture of the participants (Latin American or European), the country where the instrument was applied (Colombia/Spain) was taken into account.

Data analysis

First, descriptive analyses were carried out for all the variables involved in the study (calculation of minimum, maximum, mean, and standard deviations). Also, a bivariate correlation analysis (Spearman’s rho) was then performed among all the variables, in order to observe how they were

associated. Next, two simple moderation analyses were carried out to test the moderating role of both sub-dimensions of grit in the relationship between EO and PSB. Then, a double moderation analysis was carried out in order to determine which sociodemographic variables (age, gender, and culture) moderates the moderating effect of grit in the relationship between EO and the perceived possibility of setting up a business. The statistical analyses were carried out using the IBM-SPSS v.24 program and the PROCESS for SPSS v3.2.01 modelling tool (Hayes, 2018).

Results

Descriptive results

Table 1 shows the minimum and maximum scores, the mean, and the standard deviation of each of the variables considered in the study. To facilitate reporting of results, the passion sub-dimension of grit will be named Grit-Passion and the perseverance of effort sub-dimension of grit will be named Grit-Perseverance.

Table 2 presents the Spearman correlation coefficients (Spearman rho), among all the variables. As it can be observed, all associations were positive and statistically significant and the Grit-Perseverance showed a stronger association than the Grit-Passion, with both EO and PSB.

Simple moderation analysis

This section presents the results of the simple moderation analyses performed. These models considered PSB as a

TABLE 1 Descriptive analysis of the study variables.

	Min.	Max.	M	SD
1. EO	12.00	60.00	38.68	7.69
2. Grit-Passion	6.00	30.00	17.60	4.30
3. Grit-Perseverance	6.00	30.00	22.63	3.92
4. PSB	0.00	10.00	4.72	2.56

TABLE 2 Bivariate correlation matrix (Spearman's rho) for the study variables.

	1	2	3	4
1. EO	1			
2. Grit-Passion	0.27**	1		
3. Grit-Perseverance	0.35**	0.09*	1	
4. PSB	0.53**	0.12**	0.31**	1

**The correlation is significant at the 0.01 level (bilateral). *The correlation is significant at the 0.05 level (bilateral).

dependent variable, EO as an independent variable and the Grit-Passion and Grit-Perseverance as moderating variables. A BCa bootstrapped CI based on 5,000 samples was used to calculate the confidence intervals of all the models used. The mean, low, and high values of the moderating variables considered their mean plus/minus a standard deviation.

Grit-Perseverance as a moderator of the relationship between entrepreneurial orientation and perceived probability of starting a business

Table 3 shows the results of the linear regression model that considers PSB as a dependent variable, and EO, Grit-Perseverance, and the interaction between them, as independent variables.

In this case, the interaction was not statistically significant (p -value = 0.58). That is, there is no evidence to argue that the Grit-Perseverance moderates the relationship between EO and PSB.

Grit-Passion as a moderator of the relationship between entrepreneurial orientation and perceived probability of starting a business

Table 4 shows the results of the linear regression model that considers PSB as a dependent variable, and EO, Grit-Passion, and the interaction between them, as independent variables.

The fact that the interaction between independent variables was statistically significant for the model (p -value < 0.05) means that the moderation is statistically significant. An analysis was then carried out how the relationship between EO and PSB varied for the different levels of Grit-Passion. The results of this analysis are presented in **Figure 1**. As shown, as the Grit-Passion increases, the relationship between EO and PSB becomes stronger.

Double moderation analysis

The results of the double moderation analyses are presented below. They were performed to observe how age, gender, and culture, can moderate the moderation of Grit-Passion in the relationship between EO and PSB (see **Figure 2**).

This procedure considers a multiple linear regression analysis, which includes as a dependent variable the PSB, and as independent variables the EO, Grit-Passion, one of the sociodemographic factors (age, gender, or culture), and all possible combinations between these three variables (including the triple combination), as presented in **Figure 3**.

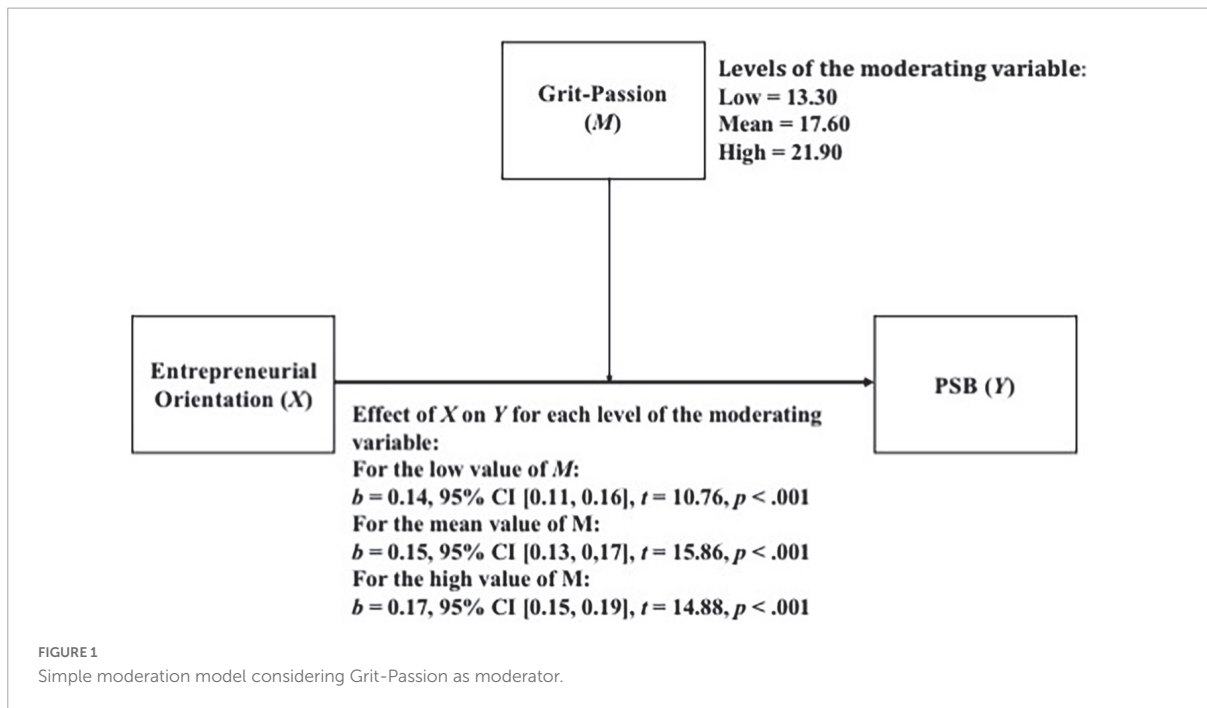
As in the previous analyses, a BCa bootstrapped CI based on 5,000 samples was used to calculate the confidence intervals

TABLE 3 Linear model of predictors of PSB, considering Grit-Perseverance ($R^2 = 28.08\%$, $p < 0.001$).

	B	95% CI	SE B	t-value	P-value
Constant	-0.42	[-3.15, 2.31]	1.39	-0.30	0.76
EO	0.12	[0.05, 0.19]	0.04	3.31	<0.01
Grit-Perseverance	0.06	[-0.06, 0.19]	0.06	0.99	0.32
EO × Grit-Perseverance	0.00	[0.00, 0.00]	0.00	0.55	0.58

TABLE 4 Linear model of predictors of PSB, considering Grit-Passion ($R^2 = 26.11\%$, $p < 0.001$).

	B	95% CI	SE B	t-value	P-value
Constant	-2.13	[-4.54, 0.27]	1.23	-1.74	0.08
EO	0.21	[0.15, 0.27]	0.04	7.09	<0.001
Grit-Passion	0.14	[0.00, 0.28]	0.07	2.00	<0.05
EO × Grit-Passion	0.01	[0.00, 0.01]	0.00	1.98	<0.05



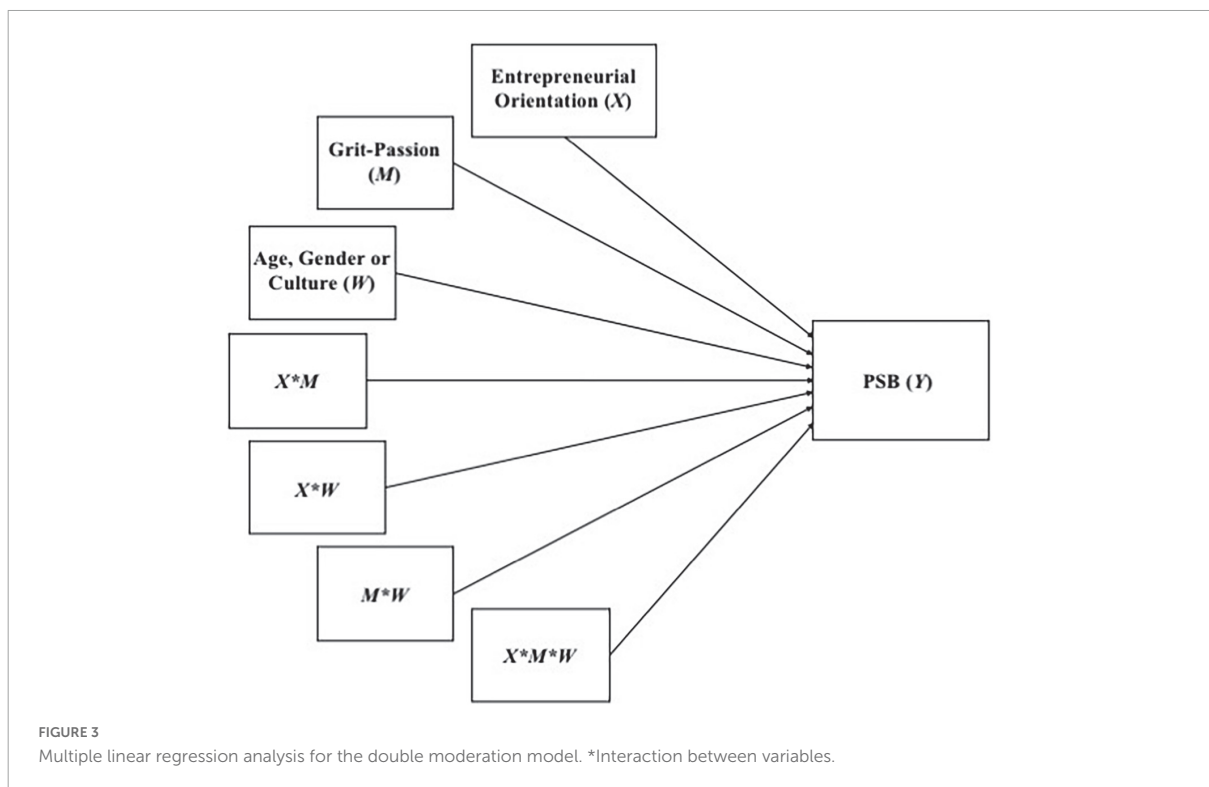
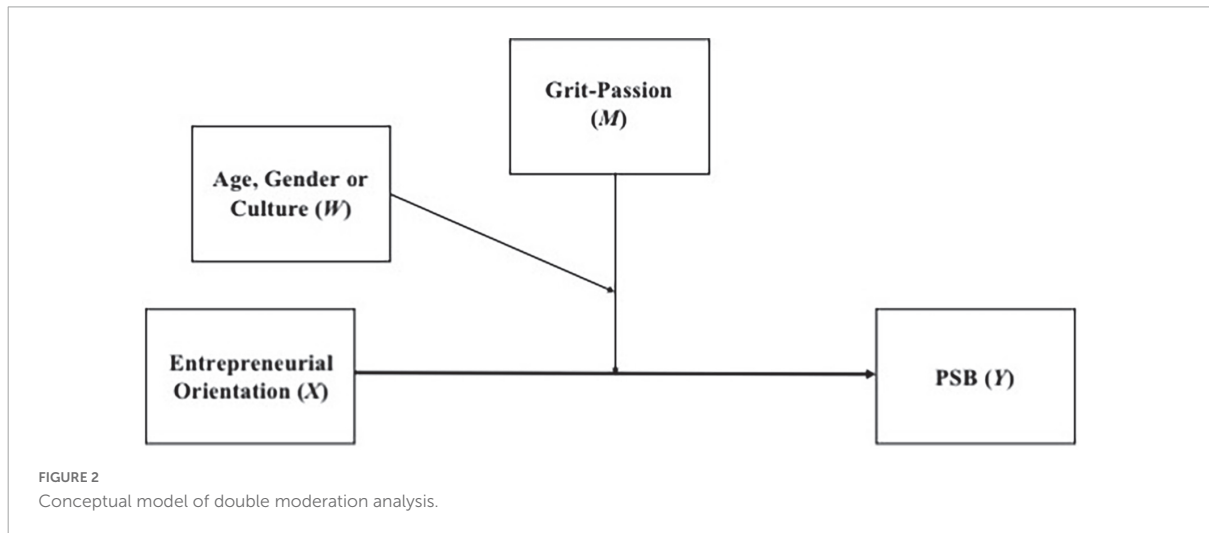
of all the models used. Due to the quantity and complexity of the models, only the results of the triple interaction between the EO, the Grit-Passion, and each of the sociodemographic factors are presented, as this is the only factor that can show if the double moderation is statistically significant. These results are presented in Table 5.

Regarding the sociodemographic variables, neither age, culture, nor gender showed a moderating effect on the moderation exercised by Grit-Passion in the relationship between EO and PSB. In other words, the strength with which Grit-Passion moderates the relationship between EO and PSB

does not vary according to the number of years the individuals are, their gender, or their culture.

Discussion

The objective of this study was to address the way in which a psychological variable can mediate the relationship between EO and PSB. The results of this article complemented those presented in the paper “Curiosity as a Moderator of the Relationship between EO and Perceived Probability



of Starting a Business” (Barrientos-Oradini et al., 2022). Both articles are part of the same investigation, which aims to contribute to the identification of differentiating psychological factors in the process of moving from an EO to more specific entrepreneurial behaviors and contribute to the “Entrepreneurial Psychological Capital and Spirituality: a core distinction among entrepreneurs” research topic. The same sample and database were used,

but at the time of analysis both studies were carried out independently.

Considering that there was not much information regarding the moderating role of Grit in EO and actual PSB, the aim of this study was to analyze this possible moderating role for the two sub-dimensions of the Grit construct. One of them is passion, which refers (in the context of grit) to the tendency to remain committed to the same goals for months and years or, in other

TABLE 5 Statistical significance of the interaction between EO, Grit-Passion, and sociodemographic factors.

	B	95% CI	SE B	t-value	P-value
EO × Grit-Passion × Age	0.00	[0.00, 0.00]	0.00	−1.33	0.18
EO × Grit-Passion × Gender	0.00	[−0.01, 0.01]	0.00	0.28	0.78
EO × Grit-Passion × Culture	0.00	[0.00, 0.01]	0.00	0.92	0.36

words, to have consistency in long-term interests. And the other is perseverance of effort, which refers to the tendency to work diligently toward the objectives, despite the obstacles that arise (Duckworth et al., 2021).

This study showed that only the Grit-Passion moderated the relation between the EO and the PSB. The higher the levels of Grit-Passion, the stronger the relation between the EO and PSB. This moderating effect could be explained by the consistency of interests allowing individuals to remain focused (or with controlled dispersion), which would have positive effects on task achievement. Added to this is the fact that long-term focus is positively associated with entrepreneurial behavior (Thapa and Shah, 2021). In this sense, having higher levels of Grit-Passion would allow individuals to carry out tasks more effectively.

Moreover, the fact that Grit-Perseverance did not moderate the relationship could be explained because perseverance of effort alone is not a guarantee of achieving more specific entrepreneurial behaviors. It could be that the effort, haphazardly, very dispersed, and attacking different things at the same time, could fulfill the saying “he who takes ahold of too much can’t hold on to all of it.” It is, precisely, the ability to maintain focus on a challenge (Grit-Passion) what makes the difference when developing an enterprise effectively.

In addition, the aim was also to study how sociodemographic factors, such as age, gender, and culture, might moderate the moderation in question. This was only analyzed for Grit-Passion, as it was the only one that showed a statistically significant moderation of the relationship between EO and PSB. The results showed that neither age, nor gender, nor culture (Spain or Colombia) showed a moderating effect on the moderation exerted by Passion-Grit on the relationship between EO and PSB. This means that the influence of Grit-Passion on the relationship between EO and PSB is transversal to whether the individuals are young or old, men or women, and Spanish or Colombian. This is interesting, since it could show the strength that Grit-Passion has when it comes to influencing the exercise of specific entrepreneurial behaviors, regardless of the sociodemographic characteristics of the individuals in question.

Conclusion

The results of this study can be framed within the field of entrepreneurial psychological capital. Psychological capital

is defined as a positive psychological state that is mainly based on four elements: self-efficacy, optimism, hope, and resilience (Newman et al., 2014). If psychological capital is applied to the field of entrepreneurship, it is possible to see how certain psychological characteristics can be part of the psychological resources people have in order to successfully face the challenges of entrepreneurship. Some studies show that psychological capital is positively associated with entrepreneurs’ business success (Baluku et al., 2016; Wang et al., 2018). Baron et al. (2016) also demonstrated that high levels of psychological capital lead to low levels of stress in entrepreneurs, while Wang et al. (2018) showed how psychological capital is associated to entrepreneurs’ job satisfaction. In turn, Grit-Passion can be associated with elements of psychological capital such as self-efficacy, considering the determination implied by Grit-Passion to achieve what one sets out to achieve with respect to specific objectives; optimism and hope, considering that the idea of staying focused could go hand in hand with the feeling of a good forecast; and resilience, considering that maintaining a constant interest in a specific objective goes hand in hand with the ability to overcome the adverse circumstances that it presents.

As pointed out in the introduction, the results of this article are relevant in the sense that they can help us identify profiles of successful individuals in the field of entrepreneurship. Likewise, identifying Grit-Passion as a relevant variable when promoting more concrete actions in the field of entrepreneurship, serves as an input to design pedagogical interventions that aim to develop or strengthen the idea of the consistency of interests in children, adolescents, and adults (Christopoulou et al., 2018).

Data availability statement

The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Ethics statement

Ethical review and approval was not required for the study on human participants in accordance with the local legislation and institutional requirements. The

patients/participants provided their written informed consent to participate in this study.

Author contributions

NB and AR: preparation of the theoretical framework, methodological framework, and data analysis. LA-C, MB-C, and MV-V: data collection, database construction, discussion elaboration, and general revision of the manuscript. All authors contributed to the article and approved the submitted version.

Acknowledgments

We appreciate the support of SCIA ANID CIE160009 and FONDECYT 3210780 projects.

References

- Al Issa, H. E. (2020). When grit leads to success: The role of individual entrepreneurial orientation. *Verslas* 21, 643–653. doi: 10.3846/btp.2020.12346
- Alhadabi, A., and Karpinski, A. C. (2020). Grit, self-efficacy, achievement orientation goals, and academic performance in University students. *Int. J. Adolesc. Youth* 25, 519–535. doi: 10.1080/02673843.2019.1679202
- Avila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Rev. Invest. Negocios* 14, 32–48. doi: 10.38147/invneg.v14i23.126
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., and Kibanja, G. M. (2016). Psychological capital and the startup capital–entrepreneurial success relationship. *J. Small Bus. Entrep.* 28, 27–54. doi: 10.3389/fpsyg.2020.588121
- Baron, R. A., Franklin, R. J., and Hmieleski, K. M. (2016). Why entrepreneurs often experience low, not high, levels of stress: The joint effects of selection and psychological capital. *J. Manag.* 42, 742–768. doi: 10.1177/0149206313495411
- Barrientos-Oradini, N., Rubio, A., Araya-Castillo, L., Boada-Cuerva, M., and Vallejo-Velez, M. (2022). Curiosity as a moderator of the relationship between entrepreneurial orientation and perceived probability of starting a business. *Front. Psychol.* 13:884092. doi: 10.3389/fpsyg.2022.884092
- Barriopedro, M. I., Quintana, I., and Ruiz, L. M. (2018). La perseverancia y pasión en la consecución de objetivos: Validación española de la Escala Grit de Duckworth. *Rev. Int. Cienc. Deporte* 24, 297–308. doi: 10.5232/ricyde2018.05401
- Boada-Grau, J., Sánchez-García, J. C., Viardot, E., Boada-Cuerva, M., and Vigil-Colet, A. (2016). Entrepreneurial orientation scale: Adaptation to Spanish. *Span. J. Psychol.* 19, E47. doi: 10.1017/sjp.2016.19
- Brieger, S. A., De Clercq, D., Hessels, J., and Pfeifer, C. (2020). Greater fit and a greater gap: How environmental support for entrepreneurship increases the life satisfaction gap between entrepreneurs and employees. *Int. J. Entrep. Behav. Res.* 26, 561–594. doi: 10.1108/IJEBR-03-2019-0185
- Cho, Y. H., and Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pac. J. Innov. Entrep.* 12, 124–134. doi: 10.1108/apjie-05-2018-0028
- Christopoulou, M., Lakioti, A., Pezirkianidis, C., Karakasidou, E., and Stalikas, A. (2018). The role of grit in education: A systematic review. *Psychology* 9, 2951–2971. doi: 10.4236/psych.2018.915171
- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D., and Kelly, D. R. (2007). Grit: Perseverance and passion for long-term goals. *J. Pers. Soc. Psychol.* 92:1087. doi: 10.1037/0022-3514.92.6.1087
- Duckworth, A. L., Quinn, P. D., and Tsukayama, E. (2021). Revisiting the factor structure of grit: A commentary on Duckworth and Quinn (2009). *J. Pers. Assess.* 103, 573–575. doi: 10.1080/00223891.2021.1942022
- Duckworth, A., and Gross, J. J. (2014). Self-control and grit: Related but separable determinants of success. *Curr. Direct. Psychol. Sci.* 23, 319–325. doi: 10.1177/0963721414541462
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*, 2nd Edn. New York, NY: The Guilford Press.
- Jordan, S. L., Ferris, G. R., Hochwarter, W. A., and Wright, T. A. (2019). Toward a work motivation conceptualization of grit in organizations. *Group Organ. Manag.* 44, 320–360.
- Karaman, M. A., Cavazos Vela, J., Aguilar, A. A., Saldana, K., and Montenegro, M. C. (2019). Psychometric properties of US-Spanish versions of the grit and resilience scales with a Latinx population. *Int. J. Adv. Counsel.* 41, 125–136. doi: 10.1007/s10447-018-9350-2
- Kim, H. R., Choi, J. A., and Um, J. J. (2021). Influence of adolescent grit, self-determination, positive psychological capital, relationship support and teachers' autonomy support and passion. *J. Korean Appl. Sci. Technol.* 38, 1183–1194.
- Lee, C. S., and Jang, H. Y. (2018). The roles of growth mindset and grit in relation to hope and self-directed learning. *J. Korea Converg. Soc.* 9, 95–102.
- Lee, S. M., Lim, S. B., and Pathak, R. D. (2011). Culture and entrepreneurial orientation: A multi-country study. *Int. Entrep. Manag. J.* 7, 1–15. doi: 10.1007/s11365-009-0117-4
- Lippmann, S., Davis, A., and Aldrich, H. E. (2005). Entrepreneurship and inequality. *Entrep. Res. Sociol. Work* 15, 3–31. doi: 10.1016/S0277-2833(05)15002-X
- Newman, A., Ucbasaran, D., Zhu, F., and Hirst, G. (2014). Psychological capital: A review and synthesis. *J. Organ. Behav.* 35, 120–138. doi: 10.1002/job.1916
- Pathak, S., and Muralidharan, E. (2018). Economic inequality and social entrepreneurship. *Bus. Soc.* 57, 1150–1190. doi: 10.1177/0007650317696069
- Quadrini, V. (2000). Entrepreneurship, saving, and social mobility. *Rev. Econ. Dyn.* 3, 1–40. doi: 10.1006/redy.1999.0077
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., and Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrep. Theory Pract.* 33, 761–787. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x

Conflict of interest

Author MB-C was employed by Human Factor Corporation.

The remaining authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's note

All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.

Samorowski, L. J., Price, J., and Pratico, J. (2021). The correlation between grit and leadership: A longitudinal study. *Black Sea J. Manag. Market.* 2, 1–24. doi: 10.1073/pnas.1910510116

Thapa, N., and Shah, P. (2021). Long-term focus and attitude toward entrepreneurial behaviors: The moderating effect of industry-clockspeed. *Int. J. Innov. Sci.* 13, 492–519.

Vij, S., and Singh Bedi, H. (2012). Relationship between entrepreneurial orientation and business performance: A review of literature. *IUP J. Bus. Strategy* 9, 17–31. doi: 10.1186/s12913-016-1423-5

Wang, Y., Tsai, C. H., Tsai, F. S., Huang, W., la Cruz, D., and Malapitan, S. (2018). Antecedent and consequences of psychological capital of entrepreneurs. *Sustainability* 10:3717. doi: 10.3390/su10103717



Curiosity as a Moderator of the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Perceived Probability of Starting a Business

Nicolás Pablo Barrientos Oradini¹, Andrés Rubio^{2,3*}, Luis Araya-Castillo², Maria Boada-Cuerva⁴ and Mauricio Vallejo-Velez⁵

¹School of Administration and Business, Miguel de Cervantes University, Santiago, Chile, ²Faculty of Economics and Business, Andres Bello University, Santiago, Chile, ³Faculty of Psychology, Diego Portales University, Santiago, Chile, ⁴Human Factor, Organizations and Markets (FHOM), Faculty of Business and Economics, Universitat Rovira i Virgili (URV), Tarragona, Spain, ⁵Faculty of Psychology, Universidad de Medellín, Medellín, Colombia

OPEN ACCESS

Edited by:

Lisete Mónico,
University of Coimbra, Portugal

Reviewed by:

Sonia Brito-Costa,
Instituto Politécnico de Coimbra,
Portugal
H. M. Kamrul Hassan,
University of Chittagong, Bangladesh

*Correspondence:

Andrés Rubio
andres.rubio@unab.cl

Specialty section:

This article was submitted to
Positive Psychology,
a section of the journal
Frontiers in Psychology

Received: 25 February 2022

Accepted: 29 April 2022

Published: 20 May 2022

Citation:

Barrientos Oradini NP, Rubio A, Araya-Castillo L, Boada-Cuerva M and Vallejo-Velez M (2022) Curiosity as a Moderator of the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Perceived Probability of Starting a Business. *Front. Psychol.* 13:884092. doi: 10.3389/fpsyg.2022.884092

Although the correlation between Entrepreneurial Orientation (EO) and concrete actions to set up a business or the Probability of Starting a Business (PSB) has been widely studied, the psychological factors that can affect this relationship have not yet been sufficiently addressed in the field of entrepreneurship. One of them is curiosity. Both at theoretical and empirical level, a distinction are usually made between two types of curiosity. I-type curiosity is associated with the anticipated pleasure of discovering something new, and D-type curiosity is associated with reducing uncertainty and eliminating unwanted states of ignorance. Consequently, this paper aims to analyze the moderating role that the types of curiosity play in the relationship between EO and PSB, considering their interaction with sociodemographic variables. The sample of this cross-sectional study consisted of 1,761 participants (convenience sampling of active workers; 49.8% men; mean age 38.88 years, $SD=12.53$ years; 22.9% Colombian and 77.1% Spanish). The EO scale and a curiosity scale were applied. In addition, participants were asked, based on their perception, how likely they were to start their own business within the next 5 years. A simple moderation analysis was considered to test the moderating role of both types of curiosity in the relationship between EO and PSB. Next, a double moderation analysis was carried out in order to identify, which sociodemographic variables moderate the moderating effect of curiosity. The results show that only the D-type component moderates the relationship between EO and PSB: The higher the D-type curiosity, the stronger the association between EO and PSB. In terms of sociodemographic variables, neither culture nor gender showed a moderating effect on the moderation exerted by D-type curiosity. While, age did moderate the moderating effect of D-type curiosity on the relationship between EO and PSB. Results are discussed in terms of spirituality (attitudes, practices, and behaviors) and the resolution of problems associated with the entrepreneurial process, considering cognitive and psychological factors, particularly with an emphasis on explaining why only D-type curiosity shows a moderating effect. Finally, the limitations of the study and potential future lines of research are pointed out.

Keywords: entrepreneurial orientation, entrepreneurship, curiosity, sense of execution, intrinsic motivation

INTRODUCTION

In the field of entrepreneurship, interest in the study of factors associated with spirituality (understood as a set of practices and attitudes) and psychological capital (understood as the ability to maintain a positive emotional state in the face of adversity and demands) has been increasing. Likewise, the study of these variables in this field has been acquiring relevance in the context of the COVID-19 Pandemic, considering the importance of psychological factors when explaining individual differences. These factors usually mark the main differences when individuals can see (or not) crisis contexts as opportunity contexts.

Despite the above, there are variables linked to spirituality and psychological capital that have not yet been analyzed in terms of their effects in the context of entrepreneurship. One of these variables is curiosity. For example, the association between Entrepreneurial Orientation (EO) and specific actions to set up a business or the Probability of Setting up a Business (PSB) has been extensively studied (Rauch et al., 2009; Vij and Singh Bedi, 2012; Cho and Lee, 2018), but we do not know how curiosity can affect this relationship.

Curiosity is theoretically understood as the desire of knowledge, which motivates people to learn new ideas, eliminate outdated information, and solve intellectual problems (Loewenstein, 1994). Berlyne (1978), regarded as the first great theorist on curiosity, described it as a human characteristic in the journey toward knowledge that leads to experimentation, intellectual development, and achievement. Curiosity is a dispositional tendency that manifests itself as a personality trait associated with positive emotional-motivational states involving interest and intrinsic pleasure in learning and problem solving. In this regard, curiosity is positively associated with the search for sensations (Hsee and Ruan, 2016; Silvia, 2017), the interest in exploring unfamiliar subjects in order to learn something new (Grossnickle, 2016; Wade and Kidd, 2019), the enjoyment of problem-solving (Kashdan et al., 2018), facing challenges (Geum et al., 2020), and with cognitive activity, as it is a motivator for learning and is crucial in decision-making processes. (Kidd and Hayden, 2015). According to Litman (Litman and Jimerson, 2004; Litman, 2010, 2019; Litman et al., 2010), there are two types of curiosity. The first one is the I-type, which is associated with the anticipated pleasure felt when acquiring new knowledge, simply for the intrinsic pleasure of gaining it. The second one is D-type, which is associated with a wish to lower uncertainty and to eliminate unwanted ignorance. In this second type of curiosity, there is a need to know in which areas the importance of accuracy, precision, and ownership of information is paramount, and it is conceptualized as a state of unfulfilled need. In this type of curiosity, learning is oriented toward performance and solving tangible problems. Considering the above, curiosity seems to be a highly relevant variable when it comes to understanding phenomena linked to motivation, satisfaction, or learning, as in the case of entrepreneurship (Silvia, 2012; Halamish et al., 2019; Murnieks et al., 2020). Although there

is already evidence showing the relationship between curiosity and EO (Syed et al., 2020; Boada-Grau et al., 2021), as well as between curiosity and specific entrepreneurial behaviors (Prihatsanti, 2018) there is no evidence on how curiosity can affect the relationship between these two concepts. In this respect, the analysis of how different types of curiosity may moderate the relationship between EO and PSB, i.e., how different levels of curiosity shown by individuals may affect the relationship between EO and PSB is presented in this work as a knowledge gap.

Considering the above, the research problem of this study refers to how the different types of curiosity affect the relationship between EO and PSB. The contribution of this study is to know how a psychological characteristic such as curiosity moderates the relationship between EO and PSB is a key to better understand the entrepreneurship phenomenon. This makes it possible to identify the factors that would make entrepreneurs move from an entrepreneurial orientation to specific entrepreneurial behaviors (such as setting up a company). Furthermore, these types of identified factors (those favoring specific entrepreneurial behaviors) can be used as input for developing pedagogical approaches in the field of entrepreneurship, both in children, adolescents, and adults.

Considering the previous, it is important to understand to what extent these two types of curiosity work as differentiating psychological factors in the process of moving from an entrepreneurial orientation toward more concrete entrepreneurial behaviors. Therefore, this study aims at analyzing the moderating role played by the types of curiosity in the relationship between EO and PSB, considering their interaction with socio-demographic variables, such as age, gender, and culture.

MATERIALS AND METHODS

Participants

This is a quantitative study with a cross-sectional design. The population was defined as adult workers (men and women), with the aim of analyzing the variables in the general population and not only in the population linked to entrepreneurship. The participants were from Spain and Colombia, to analyze possible cultural differences in the relationships between the variables studied. A convenience sample of 1,761 participants of active workers contacted during 2018 and 2019 was considered. The average age of the sample was 38.88 years ($SD = 12.53$ years), with 49.8% of the sample being male (50.2% female), 22.9% Colombian nationals, and 77.1% Spanish nationals.

Measures

The instrument considered, among other scales, an entrepreneurial orientation scale and a curiosity scale.

Entrepreneurial Orientation Scale

Adapted to Spanish by Boada-Grau et al. (2016) on the basis of its original version, developed by Lee et al. (2011), it is a Likert-type scale that, based on 12 items, measures the degree

of agreement or disagreement on different levels (on a scale of 1–5, with 1 = completely disagree, and 5 = completely agree). These assess entrepreneurial orientation in four sub-dimensions: autonomy (related to self-sufficiency in facing challenges), innovation (related to enjoyment and orientation to work on new things), risk-taking (related to the willingness to face difficulties in the future), and aggressive competitiveness (related to perseverance and belief in success). Examples of sentences considered in the items are “I do not want to be financially supported by my parents, family, etc., because I am already an adult,” “I am more interested in starting my own business than in getting a job,” and “even if I start new businesses and fail many times, I will keep trying until I succeed.” According to Boada-Grau et al. (2016), the instrument had good psychometric properties, both in terms of validity and reliability. In this study, the overall reliability of the instrument, as shown by its Cronbach’s Alpha, was 0.74. The sum of the scores obtained in each of the 12 items that make up the scale was used to calculate the total score of the scale.

Curiosity Scale

Developed by Litman (2008), this scale integrates two scales that measure two different types of curiosity: the epistemic curiosity scale developed by Litman and Spielberger (2003) and the Feeling-of-Deprivation Scale, developed by Litman and Jimerson (2004). The first is related to curiosity linked to interest (I-type) and is associated with the anticipated pleasure felt when making new discoveries or acquiring new knowledge, simply for the intrinsic satisfaction of gaining it. The second refers to curiosity in terms of deprivation (D-type), and is associated with the need to acquire knowledge in order to reduce uncertainty and eliminate unwanted ignorance, which is why the accuracy and relevance of the information to be acquired are relevant in this case. The instrument has 10 items, five for the I-type curiosity and five for the D-type curiosity. The items correspond to sentences representing experiences to be rated according to the frequency with which they are experienced on a Likert-type scale from 1 to 4 (1 = almost never; 2 = sometimes; 3 = often; and 4 = almost always). These sentences are for instance “I enjoy learning unfamiliar topics” and “I get frustrated when I cannot solve a problem, so I try harder.” Litman (2008) stated that the instrument had good psychometric properties, both in terms of validity and reliability. In this study, the overall reliability of the instrument, as shown by its Cronbach’s Alpha, was 0.74 for the I-type curiosity and 0.71 for the D-type curiosity. The total score for each dimension of the scale was calculated based on the sum of the scores obtained in each of the five items that make up the scale.

The participants’ perceived likelihood of starting their own business in the next 5 years was also measured using the statement “estimate the probability of starting your own business in the next 5 years” (PSB), which could be rated on a scale from 0 to 10, where 0 corresponded to “not at all,” 5 to “neutral,” and 10 to “very likely.” In terms of socio-demographic variables, participants were asked their age (in years) and

gender (male/female). To assess the culture of the participants (Latin American or European), the country where the instrument was applied (Colombia/Spain) was taken into account.

Data Analysis

First, descriptive analyses were carried out for all the variables involved in the study (calculation of minimum, maximum, mean, and SDs). Also, a bivariate correlation analysis (Spearman’s rho) was then performed among all the variables, in order to observe how they were associated. Next, two simple moderation analyses were carried out to test the moderating role of both types of curiosity in the relationship between EO and PSB. Then, a double moderation analysis was carried out in order to determine which sociodemographic variables (age, gender, and culture) moderates the moderating effect of curiosity in the relationship between entrepreneurial orientation and the perceived possibility of setting up a business. The statistical analyses were carried out using the IBM-SPSS v.24 program and the PROCESS for SPSS v2.10 modelling tool (Hayes, 2018).

RESULTS

Descriptive Results

Table 1 shows the minimum and maximum scores, the mean, and the SD of each of the variables considered in the study.

Table 2 presents the Spearman correlation coefficients (Spearman rho), among all the variables. As it can be observed, all associations were positive and statistically significant (value of $p < 0.01$), and the I-type curiosity showed a stronger association than the D-type, with both EO and PSB.

Simple Moderation Analysis

This section presents the results of the simple moderation analyses performed. These models considered PSB as a dependent variable, EO as an independent variable and the I-type curiosity and D-type curiosity as moderating variables. A BCa bootstrapped CI based on 5,000 samples was used to calculate the CIs of all the models used. The mean, low, and high values of the moderating variables considered their mean plus/minus a SD.

I-Type Curiosity as a Moderator of the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Perceived Probability of Starting a Business

Table 3 shows the results of the linear regression model that considers PSB as a dependent variable, and EO, I-type curiosity, and the interaction between them, as independent variables.

TABLE 1 | Descriptive analysis of the study variables.

	Min.	Max.	M	SD
1. EO	12.00	60.00	38.68	7.69
2. I-type curiosity	5.00	20.00	15.61	3.13
3. D-type curiosity	5.00	20.00	15.04	3.07
4. PSB	0.00	10.00	4.72	2.56

TABLE 2 | Bivariate correlation matrix (Spearman's rho) for the study variables.

	1.	2.	3.	4.
1. EO	1			
2. I-type curiosity	0.41*	1		
3. D-type curiosity	0.28*	0.52*	1	
4. PSB	0.53*	0.31*	0.15*	1

*The correlation is significant at the 0.01 level (bilateral).

TABLE 3 | Linear model of predictors of Probability of Starting a Business (PSB), considering perceived I-type curiosity ($R^2 = 27.41\%$, $p < 0.001$).

	B	95% CI	SE B	t	p
Constant	-0.37	[-3.00, 2.26]	1.34	-0.27	0.79
EO	0.13	[0.06, 0.20]	0.04	3.69	<0.001
I-type curiosity	0.09	[-0.09, 0.26]	0.09	0.95	0.34
EO x I-type curiosity	0.00	[0.00, 0.00]	0.00	0.21	0.83

In this case, the interaction was not statistically significant (value of $p = 0.83$). That is, there is no evidence to argue that the I-type curiosity moderates the relationship between EO and PSB.

D-Type Curiosity as a Moderator of the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Perceived Probability of Starting a Business

Table 4 shows the results of the linear regression model that considers PSB as a dependent variable, and EO, I-type curiosity, and the interaction between them, as independent variables.

The fact that the interaction between independent variables was statistically significant for the model (value of $p < 0.05$) means that the moderation is statistically significant. An analysis was then carried out how the relationship between EO and PSB varied for the different levels of D-type curiosity. The results of this analysis are presented in Figure 1. As shown, as the D-type curiosity increases, the relationship between EO and PSB becomes stronger.

Double Moderation Analysis

The results of the double moderation analyses are presented below. They were performed to observe how age, gender, and culture, can moderate the moderation of D-type curiosity in the relationship between EO and PSB (see Figure 2).

This procedure considers a multiple linear regression analysis, which includes as a dependent variable the PSB, and as independent variables the EO, the D-type curiosity, one of the sociodemographic factors (age, gender, or culture), and all possible combinations between these three variables (including the triple combination), as presented in Figure 3.

As in the previous analyses, a BCa bootstrapped CI based on 5,000 samples was used to calculate the CIs of all the models used. Due to the quantity and complexity of the models, only the results of the triple interaction between the EO, the D-curiosity, and each of the sociodemographic factors are

TABLE 4 | Linear model of predictors of PSB, considering perceived D-type curiosity ($R^2 = 26.415\%$, $p < 0.001$).

	B	95% CI	SE B	t	p
Constant	3.01	[0.23, 5.77]	1.41	2.13	<0.05
EO	0.08	[0.01, 0.15]	0.04	2.25	<0.05
D-type curiosity	-0.19	[-0.37, 0.00]	0.09	-1.99	<0.05
EO x D-type curiosity	0.01	[0.00, 0.01]	0.00	2.12	<0.05

presented, as this is the only factor that can show if the double moderation is statistically significant. These results are presented in Table 5.

Regarding the sociodemographic variables, neither culture nor gender showed a moderating effect on the moderation exerted by the D-type curiosity in the relationship between EO and PSB. The double moderations of gender and culture were not statistically significant (value of $p = 0.35$ and 0.36 , respectively). Table 6 shows how the variables interacted in the model that was statistically significant. The mean, low, and high values of the moderating variables considered their mean plus/minus a standard deviation.

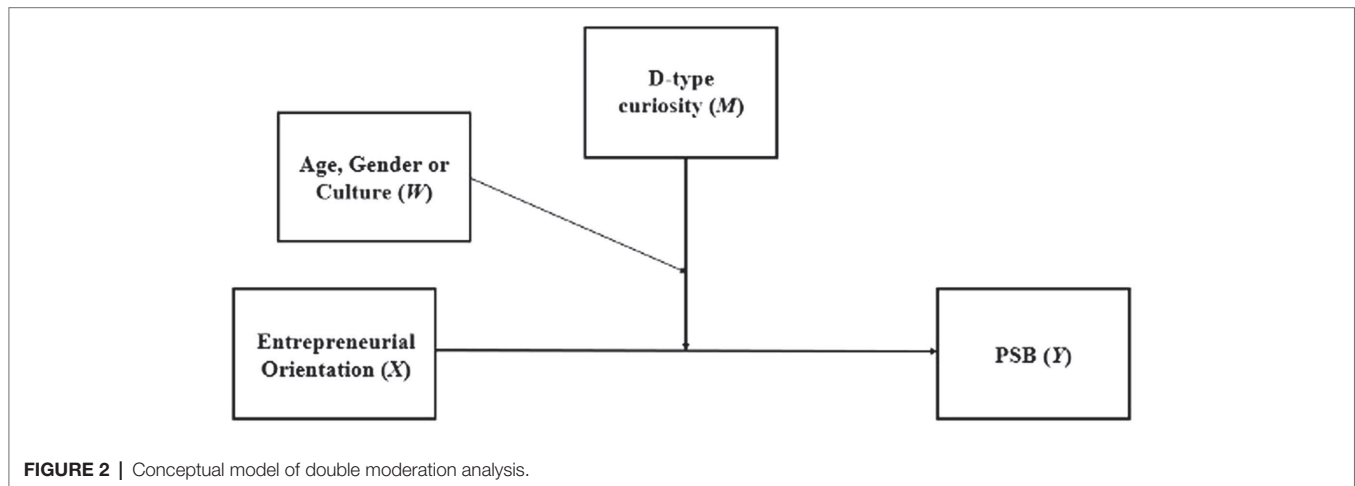
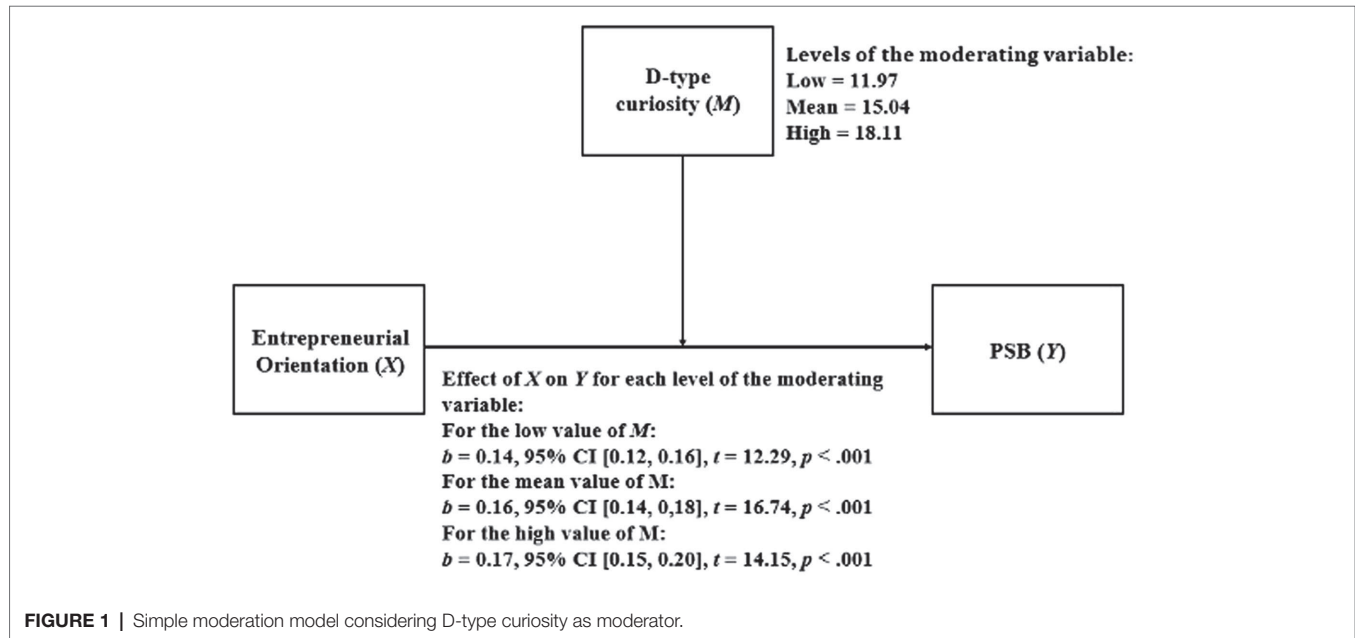
As shown, for the younger segment, the different levels of D-type curiosity do not modify the strength of the relationship between EO and PSB, while for the middle-aged and older segments (especially for the latter), as the levels of D-type curiosity increase, so does the strength of the relationship between EO and PSB (especially in the older segment).

DISCUSSION AND CONCLUSION

Considering that there was not much information regarding the moderating role of curiosity in the relationship between entrepreneurial orientation and actual actions related to entrepreneurship (such as starting a business), the aim of this study was to analyze this possible moderating role for different types of curiosity: I-type curiosity (linked to the intrinsic satisfaction of obtaining knowledge) and D-type curiosity (linked to the need of knowing for the purpose of solving a problem).

I-Type and D-Type Curiosity as a Simple Moderator of the Relationship Between EO and PSB

This study showed that only the D-type curiosity moderated the relation between the EO and the PSB. The higher the levels of D-type curiosity, the stronger the relation between the EO and PSB. This makes sense as, considering the D-type curiosity corresponds to a need to acquire knowledge for a problem-solving purpose, it can be said that this type of need is goal-orientated (Litman, 2019). Thus, people who search relevant and pertinent knowledge in order to solve concrete problems, would show higher probabilities of setting up a business (in practical terms) using their entrepreneurial orientation. In contrast, the I-type curiosity component did not show a moderating effect on the



relationship under study. This could be explained by the fact that this type of curiosity is associated with the need to acquire knowledge simply for the intrinsic satisfaction of obtaining it and not in terms of achieving a goal, hence, with a contemplative rather than transformative vision of reality (Litman, 2019). It would therefore be logical to think that people with higher levels of this type of curiosity focus more on understanding how the world works rather than doing something about it. This finding could have particular relevance in entrepreneurship education and training. In this way, it should be considered to strengthen psychological aspects that are linked to the achievement of specific goals, before strengthening psychological aspects linked to obtaining knowledge that only generates satisfaction intrinsically.

I-Type and D-Type Curiosity and Their Interaction With Sociodemographic Variables, as Moderators of the Relationship Between EO and PSB

In addition, the aim was also to study how socio-demographic factors, such as age, gender, and culture, might moderate the moderation in question. This was only analyzed for the D-type curiosity, as it was the only one that showed a statistically significant moderation of the relationship in question. Results showed that age was the only factor with a moderating effect on the moderation under study. This suggests, firstly, that the effects of the D-type curiosity in entrepreneurship may be cross-cutting across gender and culture. In terms of age, for the younger segment, the different levels of D-type curiosity do not modify the strength of the relationship between EO and PSB, while for the middle-aged and

older segments (especially for the latter), as the levels of D-type curiosity increase, so does the strength of the relationship between EO and PSB (especially in the older segment). This could be explained by arguing that the curiosity of younger people could be linked more to their enthusiasm than their problem-solving attitude, given that during this life stage they are more

open to new experiences (Schwaba et al., 2018) and, generally, to higher levels of divergent thinking (Fusi et al., 2021). In terms of older people, the opposite could be true, as curiosity and EO could be linked to more convergent thinking and more focused practical behavior. However, beyond attitude factors, the moderation due to age on this matter could be explained on the basis of

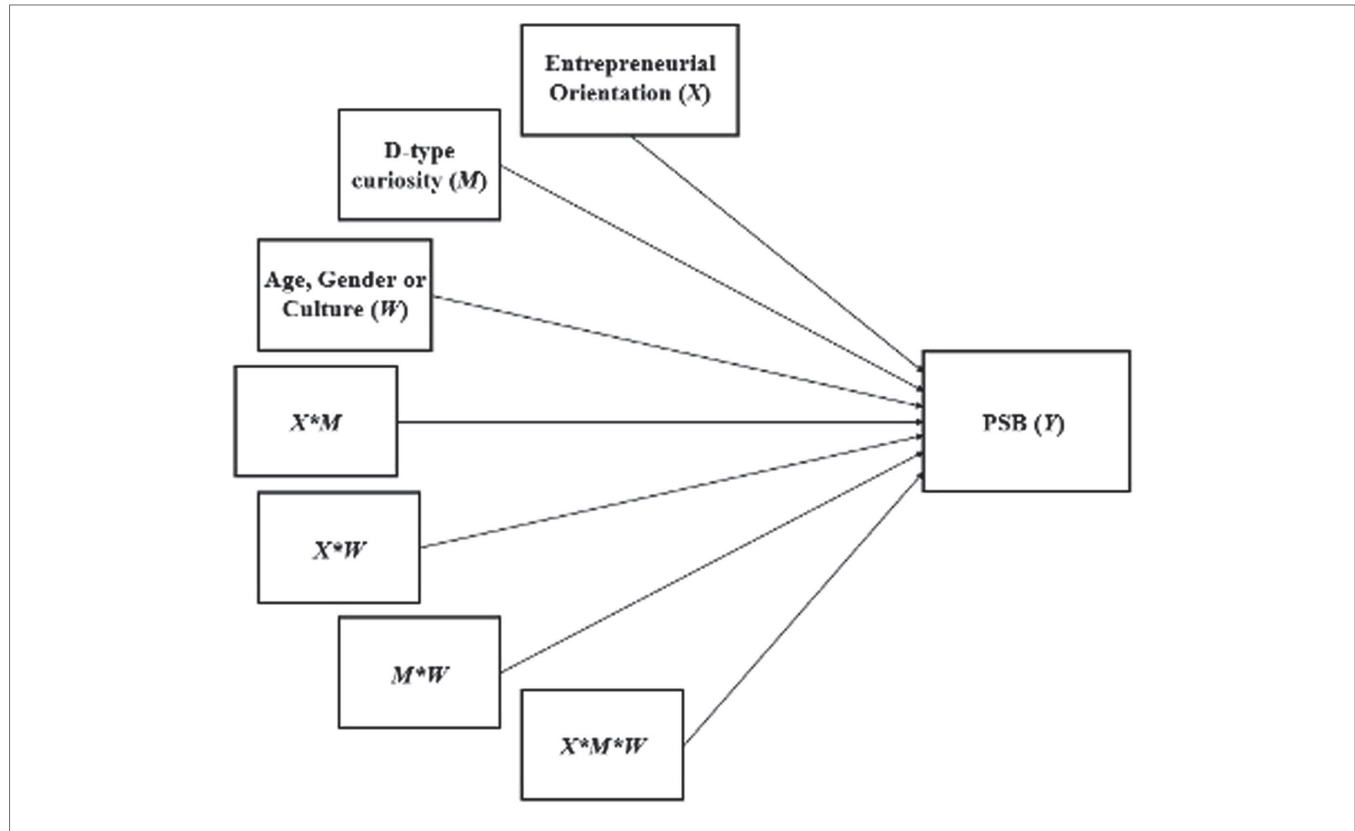


FIGURE 3 | Multiple linear regression analysis for the double moderation model.

TABLE 5 | Statistical significance of the interaction between Entrepreneurial Orientation (EO), D-type curiosity, and the sociodemographic factors.

	<i>b</i>	95% CI	SE B	<i>t</i>	<i>p</i>
EO × D-type curiosity × Age	0.00	[0.00, 0.00]	0.00	2.69	<0.01
EO × D-type curiosity × Gender	0.00	[-0.01, 0.01]	0.01	0.93	0.35
EO × D-type curiosity × Culture	0.00	[-0.01, 0.01]	0.00	0.91	0.36

TABLE 6 | Conditional effect of EO on PSB at different levels of D-type curiosity and age.

Age	D-type curiosity	<i>b</i>	SE B	<i>t</i>	<i>p</i>	LLCI	ULCI
26.35	11.96	0.11	0.01	7.71	<0.001	0.08	0.14
26.35	15.04	0.11	0.01	7.63	<0.001	0.08	0.14
26.35	18.11	0.11	0.02	5.85	<0.001	0.07	0.14
38.88	11.96	0.13	0.01	10.42	<0.001	0.11	0.16
38.88	15.04	0.15	0.01	15.45	<0.001	0.13	0.17
38.88	18.11	0.17	0.01	13.20	<0.001	0.14	0.19
51.41	11.96	0.16	0.02	7.80	<0.001	0.12	0.20
51.41	15.04	0.19	0.01	13.68	<0.001	0.16	0.22
51.41	18.11	0.23	0.02	12.81	<0.001	0.19	0.26

more tangible elements. Generally speaking, young people tend to have less stability and financial freedom. As a result, apart from their convictions, they might encounter more barriers when trying to set up a business, even when they focus on finding knowledge directly linked to the resolution of concrete problems (D-type curiosity). This finding could also have particular relevance in education and training in entrepreneurship, since it shows that the psychological skills to intervene to improve success in the field of entrepreneurship, affect the results of individuals in different ways, depending on their age.

CONCLUSION

The results of this study can be framed within the field of entrepreneurial psychological capital. Psychological capital is defined as a positive psychological state that is mainly based on four elements: self-efficacy, optimism, hope, and resilience (Newman et al., 2014). If psychological capital is applied to the field of entrepreneurship, it is possible to see how certain psychological characteristics can be part of the psychological resources people have in order to successfully face the challenges of entrepreneurship. Some studies show that psychological capital is positively associated with entrepreneurs' business success (Baluku et al., 2016; Wang et al., 2018). Baron et al. (2016) also demonstrated that high levels of psychological capital lead to low levels of stress in entrepreneurs, while Wang et al. (2018) showed how psychological capital is associated to entrepreneurs' job satisfaction. In turn, curiosity (in particular D-type curiosity), can be associated with elements of psychological capital such as self-efficacy (with orientation as a common goal) and resilience (with orientation to persevere when facing difficulties as a common goal). In this context, the D-type curiosity can be associated with entrepreneurial psychological capital and, therefore, with higher levels of entrepreneurial orientation and probability of starting a business, as shown by the results of this study.

This study has some limitations. One of them is its cross-cutting design. If a longitudinal design were available, it would be possible to better study how variables are related in terms

of sequentiality, i.e., which variables precede which. Moreover, an experimental design would make it possible to analyze the relationship between the study variables in terms of causality. Also, actually measuring people's entrepreneurial actions would be more objective than asking them about their perception of future actions (such as their perceived probability of starting a business). In this way, measurements would not be affected by people's biases or expectations (positive or negative) about their own performance. Future studies should consider these limitations to obtain a more precise understanding of the entrepreneurship phenomenon.

DATA AVAILABILITY STATEMENT

The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

ETHICS STATEMENT

Ethical review and approval was not required for the study on human participants in accordance with the local legislation and institutional requirements. The patients/participants provided their written informed consent to participate in this study.

AUTHOR CONTRIBUTIONS

NB and AR: preparation of the theoretical framework, methodological framework, and data analysis. LA-C, MB-C, and MV-V: data collection, database construction, discussion elaboration, and general revision of the manuscript. All authors contributed to the article and approved the submitted version.

ACKNOWLEDGMENTS

We appreciate the support of SCIA ANID CIE160009 and FONDECYT 3210780 projects.

REFERENCES

- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., and Kibanja, G. M. (2016). Psychological capital and the startup capital-entrepreneurial success relationship. *J. Small Bus. Entrep.* 28, 27–54. doi: 10.1080/08276331.2015.1132512
- Baron, R. A., Franklin, R. J., and Hmieleski, K. M. (2016). Why entrepreneurs often experience low, not high, levels of stress: the joint effects of selection and psychological capital. *J. Manag.* 42, 742–768. doi: 10.1177/0149206313495411
- Berlyne, D. E. (1978). Curiosity and learning. *Motiv. Emot.* 2, 97–175. doi: 10.1007/BF00993037
- Boada-Grau, J., Sánchez-García, J. C., Viardot, E., Boada-Cuerva, M., and Vigil-Colet, A. (2016). Entrepreneurial orientation scale: adaptation to Spanish. *Span. J. Psychol.* 19:E47. doi: 10.1017/sjp.2016.19
- Boada-Grau, J., Vallejo-Vélez, M., Serrano-Fernández, M. J., Sánchez-García, J. C., Boada-Cuerva, M., Assens-Serra, J., et al. (2021). Curiosity as a moderating variable between impulsivity and entrepreneurial orientation. *Ann. Psychol.* 37, 334–340. doi: 10.6018/analesps.421621
- Cho, Y. H., and Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pac. J. Innov. Entrep.* 12, 124–134. doi: 10.1108/apjie-05-2018-0028
- Fusi, G., Lavalpe, S., Crepaldi, M., and Rusconi, M. L. (2021). The controversial effect of age on divergent thinking abilities: a systematic review. *J. Creat. Behav.* 55, 374–395. doi: 10.1002/jocb.461
- Geum, Y.-P., Kim, P., and Jang, Y.-H. (2020). The effect of Entrepreneur's curiosity on challenge, innovation and competition. *APJBVE* 15, 253–255. doi: 10.16972/APJBVE.15.2.202004.253
- Grossnickle, E. M. (2016). Disentangling curiosity: dimensionality, definitions, and distinctions from interest in educational contexts. *Educ. Psychol. Rev.* 28, 23–60. doi: 10.1007/s10648-014-9294-y
- Halamish, V., Madmon, I., and Moed, A. (2019). Motivation to learn. *Exp. Psychol.* 66, 319–330. doi: 10.1027/1618-3169/a000455
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. New York: The Guilford Press.
- Hsee, C. K., and Ruan, B. (2016). The Pandora effect: the power and peril of curiosity. *Psychol. Sci.* 27, 659–666. doi: 10.1177/09567976166631733
- Kashdan, T. B., Stiksma, M. C., Disabato, D. D., McKnight, P. E., Bekier, J., Kaji, J., et al. (2018). The five-dimensional curiosity scale: capturing the bandwidth of curiosity and identifying four unique subgroups of curious people. *J. Res. Pers.* 73, 130–149. doi: 10.1016/j.jrp.2017.11.011

- Kidd, C., and Hayden, B. Y. (2015). The psychology and neuroscience of curiosity. *Neuron* 88, 449–460. doi: 10.1016/j.neuron.2015.09.010
- Lee, S. M., Lim, S. B., and Pathak, R. D. (2011). Culture and entrepreneurial orientation: a multi-country study. *Int. Entrep. Manag. J.* 7, 1–15. doi: 10.1007/s11365-009-0117-4
- Litman, J. A. (2008). Interest and deprivation factors of epistemic curiosity. *Personal. Individ. Differ.* 44, 1585–1595. doi: 10.1016/j.paid.2008.01.014
- Litman, J. A. (2010). Relationships between measures of I- and D-type curiosity, ambiguity tolerance, and need for closure: an initial test of the wanting-like model of information seeking. *Personal. Individ. Differ.* 48, 397–402. doi: 10.1016/j.paid.2009.11.005
- Litman, J. A. (2019). “Curiosity: nature, dimensionality, and determinants,” in *The Cambridge Handbook of Motivation and Learning*. eds. K. A. Renninger and S. E. Hidi (Cambridge: Cambridge University Press), 418–442.
- Litman, J. A., Crowson, H. M., and Kolinski, K. (2010). Validity of the interest and deprivation type epistemic curiosity distinction in non-students. *Personal. Individ. Differ.* 49, 531–536. doi: 10.1016/j.paid.2010.05.021
- Litman, J. A., and Jimerson, T. L. (2004). The measurement of curiosity as a feeling of deprivation. *J. Pers. Assess.* 82, 147–157. doi: 10.1207/s15327752jpa8202_3
- Litman, J. A., and Spielberger, C. D. (2003). Measuring epistemic curiosity and its diverse and specific components. *J. Pers. Assess.* 80, 75–86. doi: 10.1207/S15327752JPA8001_16
- Loewenstein, G. (1994). The psychology of curiosity: a review and reinterpretation. *Psychol. Bull.* 116, 75–98. doi: 10.1037/0033-2909.116.1.75
- Murnieks, C. Y., Klotz, A. C., and Shepherd, D. A. (2020). Entrepreneurial motivation: a review of the literature and an agenda for future research. *J. Organ. Behav.* 41, 115–143. doi: 10.1002/job.2374
- Newman, A., Ucbasaran, D., Zhu, F., and Hirst, G. (2014). Psychological capital: a review and synthesis. *J. Organ. Behav.* 35, S120–S138. doi: 10.1002/job.1916
- Prihatsanti, U. (2018). “The Relationship Between Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Curiosity and Innovative Behavior on Entrepreneur Students,” in *3rd ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCPH 2017)*. February, 2018; Atlantis Press.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., and Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: an assessment of past research and suggestions for the future. *Enterp. Theory Pract.* 33, 761–787. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x
- Schwaba, T., Luhmann, M., Denissen, J. J. A., Chung, J. M., and Bleidorn, W. (2018). Openness to experience and culture-openness transactions across the lifespan. *J. Pers. Soc. Psychol.* 115, 118–136. doi: 10.1037/pspp0000150
- Silvia, P. J. (2012). “Curiosity and motivation,” in *The Oxford Handbook of Human Motivation*. ed. R. M. Ryan (New York: Oxford University Press), 157–166.
- Silvia, P. J. (2017). “Curiosity,” in *The Science of Interest*. eds. P. O’Keefe and J. Harackiewicz (Cham: Springer International Publishing), 97–107.
- Syed, I., Butler, J. C., Smith, R. M., and Cao, X. (2020). From entrepreneurial passion to entrepreneurial intentions: the role of entrepreneurial passion, innovativeness, and curiosity in driving entrepreneurial intentions. *Personal. Individ. Differ.* 157:109758. doi: 10.1016/j.paid.2019.109758
- Vij, S., and Singh Bedi, H. (2012). Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Business Performance: A Review of Literature.
- Wade, S., and Kidd, C. (2019). The role of prior knowledge and curiosity in learning. *Psychon. Bull. Rev.* 26, 1377–1387. doi: 10.3758/s13423-019-01598-6
- Wang, Y., Tsai, C. H., Tsai, F. S., Huang, W., la Cruz, D., and Malapitan, S. (2018). Antecedent and consequences of psychological capital of entrepreneurs. *Sustain. For.* 10:3717. doi: 10.3390/su10103717

Conflict of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher’s Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.

Copyright © 2022 Barrientos Oradini, Rubio, Araya-Castillo, Boada-Cuerva and Vallejo-Velez. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

5. Capítulo 5: Discusión General.

La serie de cuatro estudios independientes, aunque abordando distintas facetas, converge de manera decidida hacia un objetivo común: avanzar significativamente en la comprensión del fenómeno emprendedor desde perspectivas multidisciplinares (Asad *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024). Este exhaustivo cuerpo de investigación adopta un enfoque cuantitativo y se vale de una metodología integral para explorar la orientación emprendedora, la curiosidad, la perseverancia y la determinación en el contexto empresarial, buscando revelar las complejidades que subyacen en estas interacciones.

Los primeros dos estudios, mediante análisis cienciométricos basados en la base de datos Web of Science, trazan meticulosamente la evolución de la investigación en orientación emprendedora y su intersección con la curiosidad y la perseverancia a lo largo de varias décadas, utilizando técnicas bibliométricas para destilar patrones emergentes. Estos estudios no solo arrojan luz sobre tendencias actuales, sino que también identifican con precisión a los autores destacados y destacan concentraciones geográficas, con especial énfasis en el panorama estadounidense (Asad *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024). Al hacerlo, proporcionan una visión actualizada y panorámica del estado de la investigación en estos campos, ofreciendo así una comprensión detallada del desarrollo histórico y geográfico de las ideas en el ámbito del emprendimiento, la curiosidad y el *GRIT* (Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024).

Los dos estudios siguientes ahondan en las complejas relaciones entre la orientación emprendedora y factores psicológicos, centrándose específicamente en la moderación de la determinación o *GRIT* y la curiosidad en la probabilidad de iniciar un negocio. Ambos estudios emplean cuestionarios autoadministrados y escalas psicométricas meticulosamente diseñadas para medir las variables clave (Asad *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024). El tercer estudio resalta la influencia altamente significativa del componente de pasión del *GRIT* y la moderación por edad en la relación entre la orientación emprendedora y la probabilidad de iniciar un negocio. En contraste, el cuarto estudio revela que únicamente un tipo específico de curiosidad desempeña un papel moderador, con este efecto influenciado nuevamente por la variable edad (Asad *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024).

La metodología integrada, que abarca desde el diseño de investigación hasta el análisis de datos, emerge como un componente crucial que permite una comparación efectiva entre los estudios, subrayando la consistencia en los enfoques metodológicos adoptados. Los análisis cienciométricos, en particular, proporcionan una visión cuantitativa y precisa de la investigación en orientación emprendedora y sus conexiones con la curiosidad y la perseverancia (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024).

Los resultados y conclusiones de estos estudios ofrecen una comprensión más profunda y completa de las intrincadas interacciones entre la orientación

emprendedora, la curiosidad, la perseverancia y la determinación. Mientras que los estudios 1 y 2 brindan una visión general y actualizada del estado de la investigación, los estudios 3 y 4 profundizan en la importancia crucial de los factores psicológicos en el emprendimiento, destacando la necesidad apremiante de considerar la pasión y la curiosidad en el contexto empresarial (White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024).

En términos de contribuciones, este riguroso cuerpo de investigación avanza decididamente en el conocimiento del emprendimiento al proporcionar no solo información valiosa sobre la investigación en orientación emprendedora, curiosidad, perseverancia y determinación, sino también al destacar la necesidad de integrar elementos psicológicos en el estudio del fenómeno emprendedor (Asad *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024). La metodología integrada y la diversidad de enfoques utilizados fortalecen la validez y la relevancia de los hallazgos, abriendo nuevas y prometedoras vías para futuras investigaciones en el cruce entre emprendimiento y psicología empresarial. En conjunto, estos estudios conforman un marco sólido y comprehensivo para entender las complejidades del emprendimiento desde una perspectiva tanto histórica como psicológica, ofreciendo un aporte valioso al campo científico y empresarial (Asad *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024).

6. Capítulo 6: Conclusiones Generales.

Estudio 1:

1. Crecimiento Continuo en Investigación y Concentración Geográfica: El análisis cienciométrico revela un crecimiento constante en la investigación sobre orientación emprendedora y perseverancia, particularmente en años recientes. Sin embargo, destaca una concentración geográfica notable en Estados Unidos, sugiriendo la necesidad de una mayor diversificación geográfica en el estudio de este tema.
2. Líneas de Investigación Influyentes y Contribución Principal del Estudio: Las áreas de estrategia, desempeño y éxito emergen como las líneas de investigación más influyentes. La contribución principal de este análisis radica en ofrecer una visión actualizada del conocimiento en este campo, identificando tendencias, autores destacados y áreas de enfoque. Estos resultados proporcionan una base sólida para futuras investigaciones, permitiendo a la comunidad académica comprender mejor la evolución de la orientación emprendedora y *GRIT*.

Estudio 2:

3. Aumento en Publicaciones y Concentración Geográfica: El análisis cienciométrico resalta un incremento significativo en las publicaciones relacionadas con la orientación emprendedora y la curiosidad, especialmente

con una concentración geográfica marcada en los Estados Unidos. Este fenómeno sugiere un creciente interés y actividad investigativa en este ámbito, aunque también señala la necesidad de una mayor diversificación geográfica en el estudio de esta temática.

4. **Contribución del Estudio y Limitaciones:** La principal contribución de este análisis reside en la síntesis del conocimiento disponible, ofreciendo una perspectiva actualizada sobre la investigación en orientación emprendedora y perseverancia. Los hallazgos proporcionan una comprensión esencial de las tendencias, los autores prominentes y las áreas clave de investigación en este campo emergente. Sin embargo, se reconoce la existencia de limitaciones inherentes al estudio, las cuales deben tenerse en cuenta para futuras investigaciones y análisis más completos.

Estudio 3:

5. **Importancia del Componente de Pasión en *GRIT* como Moderador:** Los resultados revelan un papel significativo del componente de pasión del *GRIT* como moderador en la relación entre la orientación emprendedora (EO) y la probabilidad de iniciar un negocio (PSB). Este hallazgo subraya la importancia crucial de la perseverancia y la pasión a largo plazo en la intersección entre la EO y la PSB, destacando su relevancia en el contexto del emprendimiento.
6. **Consideraciones sobre el Capital Psicológico y la Influencia de *GRIT* en el Emprendimiento:** Se discute la relevancia de considerar el capital psicológico en

el estudio, particularmente destacando por qué solo la *GRIT*-Pasión muestra un efecto moderador, en detrimento de *GRIT*-Perseverancia. Además, se enfatiza la poderosa influencia del *GRIT* en el emprendimiento, señalando su capacidad para atravesar variaciones en edad, género y cultura.

Estudio 4:

7. Influencia Moderadora Única de la Curiosidad Tipo D: El estudio destaca la influencia moderadora única de la curiosidad tipo D en la relación entre la orientación emprendedora (EO) y la probabilidad de iniciar un negocio (PSB). Se observa que una mayor curiosidad de tipo D se asocia con una conexión más fuerte entre la EO y la PSB, sugiriendo un papel significativo de este tipo de curiosidad en el proceso emprendedor.
8. Impacto de la Edad en la Moderación de la Curiosidad Tipo D: Aunque la cultura y el género no ejercieron una moderación significativa, se encontró que la edad afectó el papel moderador de la curiosidad tipo D. Esta observación resalta la importancia de considerar variables demográficas como la edad al analizar el impacto de la curiosidad en la relación entre la EO y la PSB.

7. Capítulo 7: Limitaciones, Futuras Líneas de Investigación e Implicaciones.

7.1. Limitaciones

La presente investigación, aunque significativa en su enfoque y hallazgos (Asad *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024;), no está exenta de limitaciones que requieren una cuidadosa consideración para interpretar adecuadamente sus resultados y contribuciones. Al abordar estas limitaciones, también se explorarán vías prometedoras para futuras investigaciones que puedan profundizar en la comprensión de los fenómenos estudiados.

Una limitación es la generalización geográfica de los resultados puede ser objeto de cuestionamiento debido a la marcada concentración en Estados Unidos en los estudios cienciométricos analizados. Aunque estos proporcionan una perspectiva valiosa, es crucial reconocer que las dinámicas empresariales y psicológicas pueden variar sustancialmente en contextos globales diversos (Asad *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024). Por lo tanto, la generalización de los hallazgos a nivel mundial puede ser limitada. Para abordar esta limitación, futuras investigaciones deberían considerar la inclusión de muestras más diversificadas, abarcando distintas regiones y culturas empresariales.

Otra limitación crítica es el sesgo de la muestra observado en los estudios 3 y 4, donde la mayoría de los participantes eran trabajadores activos. Esta composición específica de la muestra puede introducir un sesgo significativo, ya que las experiencias y perspectivas de los emprendedores pueden diferir considerablemente de aquellos que no están directamente involucrados en la creación y gestión de negocios (Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024). Para superar esta limitación, futuros estudios podrían diversificar la muestra, incorporando emprendedores con diferentes niveles de experiencia, desde aquellos en etapas iniciales hasta empresarios consolidados y representantes de startups.

Además, la limitación temporal asociada con la metodología cuantitativa utilizada en los estudios 1 y 2, centrada hasta 2021, destaca la necesidad de una comprensión más dinámica y a largo plazo del campo del emprendimiento (Tsusaki *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024). El ámbito empresarial es altamente susceptible a cambios rápidos, tanto en términos de tendencias como de tecnología. Por ende, futuras investigaciones podrían beneficiarse de una extensión temporal para evaluar las transformaciones a lo largo del tiempo y capturar nuevas tendencias emergentes.

7.2. Implicaciones teóricas y prácticas

Los cuatro estudios realizados han dejado un legado significativo en el campo del emprendimiento (Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024;), ofreciendo valiosa información sobre

la orientación emprendedora, la curiosidad, la perseverancia y la determinación, así como sus complejas interacciones en el contexto empresarial. La metodología integrada adoptada no solo proporcionó una visión holística de estos fenómenos, sino que también abrió nuevas perspectivas y enfoques metodológicos para futuras investigaciones.

En el Estudio 1, a través de un análisis cienciométrico detallado, no solo documentó la evolución del conocimiento en orientación emprendedora y curiosidad desde 1975 hasta 2020, sino que también destacó tendencias emergentes, autores influyentes y áreas de enfoque (Franczak *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024). La concentración geográfica en los Estados Unidos señala la importancia de considerar contextos culturales en la investigación empresarial. Teóricamente, este estudio aporta a la comprensión del desarrollo histórico del campo y ofrece una base sólida para futuras investigaciones.

En el Estudio 2, este análisis cienciométrico extendido hasta 2021 proporcionó una panorámica actualizada de la orientación emprendedora y perseverancia (Asad *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024). Las líneas de investigación identificadas, relacionadas con estrategia organizacional y éxito, tienen implicaciones teóricas importantes. La evolución de estas áreas destaca la dinámica del campo y señala la necesidad de adaptación en las teorías y modelos existentes.

En el Estudio 3, aporta a la comprensión de la moderación de la determinación (*GRIT*) en la relación entre la orientación emprendedora y la probabilidad de iniciar un negocio. La identificación del componente *GRIT*-Pasión como moderador destaca la

relevancia de aspectos emocionales en el emprendimiento (Tsusaki *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024). Las implicaciones prácticas sugieren que los programas de apoyo al emprendimiento podrían beneficiarse al considerar no solo la orientación emprendedora, sino también la pasión en los emprendedores.

En el Estudio 4, la investigación sobre la moderación de la curiosidad proporciona conocimientos esenciales sobre cómo diferentes tipos de curiosidad afectan la relación entre la orientación emprendedora y la probabilidad de emprender. La identificación del componente de curiosidad de tipo D como el único moderador subraya la importancia de abordar la motivación intrínseca en el contexto empresarial. Las aplicaciones prácticas podrían incluir estrategias de fomento de la curiosidad en programas de desarrollo empresarial (Asad *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024;).

En resumen, estos estudios no solo han enriquecido el campo del emprendimiento y la psicología empresarial, sino que también han proporcionado una plataforma sólida para futuras investigaciones (Asad *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024). Las implicaciones teóricas señalan la necesidad de adaptar y expandir teorías existentes, mientras que las implicaciones prácticas sugieren intervenciones específicas para promover el emprendimiento con un enfoque en aspectos psicológicos clave. Estos estudios representan un hito importante para avanzar en la comprensión integral del fenómeno emprendedor.

7.3. Investigaciones Futuras

Finalmente, a continuación, se detallan perspectivas futuras de investigación, enumeradas en tópicos generales:

1) **Comportamiento Emprendedor:** Una vía de investigación prometedora es la exploración de cómo las diferencias culturales influyen en la orientación emprendedora y en la relación entre factores psicológicos y la probabilidad de iniciar un negocio. Comprender cómo las variaciones culturales afectan la percepción y adopción de comportamientos emprendedores podría enriquecer significativamente la comprensión global del emprendimiento (White *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024).

2) **Impacto de la Tecnología:** En un mundo cada vez más digital, se presenta una oportunidad intrigante para investigar cómo los avances tecnológicos están afectando la orientación emprendedora. Es esencial determinar si estos cambios requieren habilidades psicológicas específicas para el éxito empresarial en entornos tecnológicos en constante evolución (Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024).

3) **Longitudinalidad:** La adopción de enfoques longitudinales en futuras investigaciones podría arrojar luz sobre la evolución a lo largo del tiempo de la orientación emprendedora, la curiosidad y la determinación en individuos que

inician y mantienen negocios. Este análisis en profundidad podría proporcionar una comprensión más rica de los procesos de desarrollo emprendedor y las variables psicológicas asociadas (Terry *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024).

Las implicaciones prácticas derivadas de esta investigación son fundamentales para informar futuras acciones en diversos ámbitos. Por un lado, está el Desarrollo de Habilidades. Los resultados resaltan la importancia de las habilidades psicológicas, como la determinación y la curiosidad, en el emprendimiento. La integración de entrenamientos específicos para fortalecer estas habilidades en los programas de desarrollo emprendedor y empresarial, podría potenciar significativamente las capacidades de los emprendedores (Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024; Terry *et al.*; Tsusaki *et al.*, 2024; 2024;). Además, está la Orientación de Políticas. A nivel gubernamental, ajustar las políticas y programas de apoyo al emprendimiento para considerar la influencia de factores psicológicos sería beneficioso. Proporcionar recursos y orientación que reconozcan la importancia de la determinación y la curiosidad podría mejorar la eficacia de las iniciativas empresariales. Finalmente, se encuentra la Educación Empresarial. Las instituciones educativas pueden desempeñar un papel crucial revisando y adaptando sus programas de educación empresarial. La inclusión de la enseñanza y el desarrollo de habilidades psicológicas clave prepararía a los futuros emprendedores para enfrentar con éxito los desafíos y demandas del mundo

empresarial en constante cambio (Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024).

Estas consideraciones, tanto en términos de limitaciones como de perspectivas futuras, sirven como cimientos sólidos para la evolución continua del campo del emprendimiento, enriqueciendo la comprensión existente y señalando direcciones clave para investigaciones y prácticas futuras (Asad *et al.*, 2024; Franczak *et al.*, 2024; White *et al.*, 2024; Tsusaki *et al.*, 2024; Terry *et al.*, 2024).

8. Capítulo 8: Referencias bibliográficas.

- Ain, N. U., Munir, M., y Suneel, I. (2021). Role of emotional intelligence and *GRIT* in life satisfaction. *Heliyon*, 7 (4). doi:10.1016/j.heliyon.2021.e06829
- Al Issa, H. (2020). When *GRIT* leads to success: The role of individual entrepreneurial orientation. *Business: Theory and Practice*, 21(2), 643-653. doi:10.3846/btp.2020.12346
- Alhadabi, A., y Karpinski, A. C. (2020). *GRIT*, self-efficacy, achievement orientation goals, and academic performance in university students. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 519-535. doi:10.1080/02673843.2019.1679202
- Allen, R. E., Kannangara, C., y Carson, J. (2021). True *GRIT*: How important is the concept of *GRIT* for education? a narrative literature review. *International Journal of Educational Psychology*, 10(1), 73-87. doi:10.17583/IJEP.2021.4578
- Altun, A. (2018). Trajectory of curiosity towards historical figures in primary and secondary schools and a study on historical curiosity. *Egitim ve Bilim-Education and Science*. doi:10.15390/eb.2018.4210
- Araya-Castillo, L., Hernández-Perlines, F., Moraga, H., y Ariza-Montes, A. (2021). *Scientometric Analysis of Research on Socioemotional Wealth*. *Sustainability*, 13(7), 3742. doi:10.3390/su13073742

- Asad, M., Aledeinat, M., Majali, T. E., Almajali, D. A., & Shrafat, F. D. (2024). Mediating role of green innovation and moderating role of resource acquisition with firm age between green entrepreneurial orientation and performance of entrepreneurial firms. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2291850. doi: 10.1080/23311975.2023.2291850
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., y Kibanja, G. M. (2016). Psychological capital and the startup capital–entrepreneurial success relationship. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 28(1), 27-54. doi:10.1080/08276331.2015.1132512
- Baron, R. A., Franklin, R. J., y Hmieleski, K. M. (2016). Why entrepreneurs often experience low, not high, levels of stress: The joint effects of selection and psychological capital. *Journal of Management*, 42(3), 742-768. doi:10.1177/0149206313495411
- Barrientos Oradini, N. P., Rubio, A., Araya-Castillo, L., Boada-Cuerva, M., y Vallejo-Velez, M. (2022). Passion and perseverance: How the components of GRIT affect the probability of starting a business. *Frontiers in Psychology*, 13 doi:10.3389/fpsyg.2022.906701
- Barriopedro, M. I., Quintana, I., y Ruiz, L. M. (2018). Perseverance and passion in achieving the objectives: Spanish validation of the duckworth's GRIT scale. [La perseverancia y pasión en la consecución de objetivos: Validación española de la escala GRIT de duckworth] *RICYDE: Revista Internacional De Ciencias Del Deporte*, 14(54), 297-308. doi:10.5232/ricyde2018.05401

- Bernardy, V., y Antoni, C. H. (2021). With *GRIT* to innovative teams?: A theoretical model to examine team *GRIT* as a team innovation competence. [Mit *GRIT* zu innovativen Teams?: Ein theoretisches Modell zur Untersuchung von Team *GRIT* als Innovationskompetenz von Teams] *Gruppe.Interaktion.Organisation.Zeitschrift Fur Angewandte Organisationspsychologie*, 52(1), 65-78. doi:10.1007/s11612-021-00555-z
- Berrone, P., Cruz, C., y Gomez-Mejia, L. R. (2012). Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. *Family Business Review*, 25(3), 258-279. doi: 10.1177/0894486511435355
- Boada-Grau, J., Sánchez-García, J. C., Viardot, E., Boada-Cuerva, M., y Vigil-Colet, A. (2016). Entrepreneurial orientation scale: Adaptation to spanish. *Spanish Journal of Psychology*, 19. doi:10.1017/sjp.2016.19
- Bornmann, L., y Hans-Dieter, D. (2013). Full-Text Citation Analysis: A New Method to Enhance. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64 (July), 1852–1863. doi:10.1002/asi
- Cho, Y. H. y Lee, J. H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12 (2), 124-134. doi:10.1108/APJIE-05-2018-0028

- Christopoulou, M., Lakioti, A., Pezirkianidis, C., Karakasidou, E., y Stalikas, A. (2018). The Role of GRIT in Education: A Systematic Review. *Psychology, 9*, 2951-2971. doi:10.4236/psych.2018.915171
- Collantes-Tique, N., Pineda-Parra, J. A., Ortiz-Otálo, C. D., Ramírez Castañeda, S., Jiménez-Pachón, C., Quintero-Ovalle, C., . . . Uribe Moreno, M. E. (2021). Validation of the psychometric structure of the *GRIT-O* and *GRIT-S* scales in the colombian context, and its relation with academic success. [Validación de la estructura psicométrica de las escalas *GRIT-O* y *GRIT-S* en el contexto colombiano y su relación con el éxito académico] *Acta Colombiana De Psicología, 24*(2), 95-110. doi:10.14718/ACP.2021.24.2.9
- Cousins, J. M., Peterson, M. J., Christopher, A. N., Francis, A. P., y Betz, H. H. (2021). *GRIT*-passion and *GRIT*-perseverance in ultramarathon runners. *Journal of Human Sport and Exercise, 16*(4), 1-9. doi:10.14198/jhse.2021.164.18
- Covin, J. G., y Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal, 10*, 75-87. doi: 10.1002/smj.4250100107
- Covin, J. G., Green, K. M., y Slevin, D. P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation–sales growth rate relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice, 30*(1), 57-81. doi: 10.1111/j.1540-6520.2006.00110.x
- Datu, J. A. D. (2021). Beyond passion and perseverance: Review and future research initiatives on the science of *GRIT*. *Frontiers in Psychology, 11* doi:10.3389/fpsyg.2020.545526

- Diodato, D M. (1994). *A compendium of fracture flow models*. United States. doi:10.2172/110769
- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D., y Kelly, D. R. (2007). *GRIT: Perseverance and passion for long-term goals*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(6), 1087-1101. doi:10.1037/0022-3514.92.6.1087
- Duckworth, A. L., Quinn, P. D., y Tsukayama, E. (2021). Revisiting the factor structure of *GRIT*: A commentary on duckworth and quinn (2009). *Journal of Personality Assessment*, 103(5), 573-575. doi:10.1080/00223891.2021.1942022
- Duckworth, A., y Gross, J. J. (2014). Self-control and *GRIT*: Related but separable determinants of success. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 319-325. doi:10.1177/0963721414541462
- Franczak, J., Gyensare, M. A., Lanivich, S. E., Adomako, S., & Chu, I. (2024). How and when does founder polychronicity affect new venture performance? The roles of entrepreneurial orientation and firm age. *Journal of Business Research*, 172, 114408. doi:10.1016/j.jbusres.2023.114408
- Frenken, K., Hardeman, S., y Hoekman, J. (2009). Spatial scientometrics: Towards a cumulative research program. *Journal of Informetrics*, 3(3), 222–232. doi:10.1016/j.joi.2009.03.005

- Grossnickle, E. M. (2016). Disentangling curiosity: Dimensionality, definitions, and distinctions from interest in educational contexts. *Educational Psychology Review*, 28(1), 23-60. doi: 10.1007/s10648-014-9294-y
- Hult, G. T. M., Hurley, R. F., y Knight, G. A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429-438. doi: 10.1016/j.indmarman.2003.08.015
- Jordan, S. L., Ferris, G. R., Hochwarter, W. A., y Wright, T. A. (2019). Toward a work motivation conceptualization of GRIT in organizations. *Group and Organization Management*, 44(2), 320-360. doi:10.1177/1059601119834093
- Karaman, M. A., Cavazos Vela, J., Aguilar, A. A., Saldana, K., y Montenegro, M. C. (2019). Psychometric properties of U.S.-spanish versions of the GRIT and resilience scales with a latinx population. *International Journal for the Advancement of Counselling*, 41(1), 125-136. doi:10.1007/s10447-018-9350-2
- Kim, H.-R., Choi, J.-A., y Um, J.-J. (2021). Influence of Adolescent GRIT, Self-determination, Positive Psychological Capital, Relationship Support and Teachers' Autonomy Support and Passion. *Journal of the Korean Applied Science and Technology*, 38(4), 1183-1194. doi:10.12925/JKOCS.2021.38.4.1183

- Kwon, H. W. (2021). What can sociology say about *GRIT*? A cross-cultural exploration of the relationships between socioeconomic status, sense of control, and *GRIT*. *Socius*, 7 doi:10.1177/23780231211005216
- Lee, C. S., y Jang, H. Y. (2018). The roles of growth mindset and *GRIT* in relation to hope and self-directed learning. *Journal of the Korea Convergence Society*, 9(1), 95-102. doi:10.15207/JKCS.2018.9.1.095
- Lee, C., Lee, K., y Pennings, J. M. (2001). Internal capabilities, external networks, and performance: a study on technology-based ventures. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 615-640. doi: 10.1002/smj.181
- Lee, J. (2022). The role of *GRIT* in organizational performance during a pandemic. *Frontiers in Psychology*, 13 doi:10.3389/fpsyg.2022.929517
- Lee, S.M., Lim, S.B. y Pathak, R.D. (2011). Culture and entrepreneurial orientation: a multi-country study. *International Entrepreneurship Management Journal*, 7, 1-15. doi:10.1007/s11365-009-0117-4
- Leydesdorff, L., y Milojević, S. (2013). *Scientometrics*. ArXiv:1208.4566 [Cs]. <http://arxiv.org/abs/1208.4566>
- Litman, J. A. (2008). Interest and deprivation factors of epistemic curiosity. *Personality and Individual Differences*, 44(7), 1585-1595. doi:10.1016/j.paid.2008.01.014

Litman, J. A., y Jimerson, T. L. (2004). The measurement of curiosity as a feeling of deprivation.

Journal of Personality Assessment, 82(2), 147-157. doi:10.1207/s15327752jpa8202_3

Litman, J. A., y Spielberger, C. D. (2003). Measuring epistemic curiosity and its diverse and specific components. *Journal of Personality Assessment*, 80 (1), 75-86.

doi:10.1207/S15327752JPA8001_16

Loewenstein, G. (1994). The psychology of curiosity: A review and reinterpretation. *Psychological*

Bulletin, 116 (1), 75-98. doi:10.1037/0033-2909.116.1.75

Lumpkin, G. T., y Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172. doi:

10.5465/amr.1996.9602161568

Lumpkin, G. T., y Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of*

Business Venturing, 16 (5), 429-451. doi:10.1016/S0883-9026(00)00048-3

Matthews, L. M., y Edmondson, D. R. (2022). The role of GRIT and emotional exhaustion in the selling process. *Journal of Business-to-Business Marketing*,

doi:10.1080/1051712X.2022.2121509

- Miller, D. (2011). Miller (1983) revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 873-894. doi: 10.1111/j.1540-6520.2011.00457.x
- Mirza, T. I., Yasmeen, R., y Mahboob, U. (2021). Nurturing GRIT among medical students. *Pakistan Journal of Medical Sciences*, 37(2), 1-5. doi:10.12669/pjms.37.2.2999
- Mishra, C. S. (2017). Entrepreneurial orientation. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(4) doi:10.1515/erj-2017-0112
- Morell, M., Yang, J. S., Gladstone, J. R., Faust, L. T., Ponnock, A. R., Lim, H. J., y Wigfield, A. (2021). GRIT: The long and short of it. *Journal of Educational Psychology*, 113(5), 1038-1058. doi:10.1037/edu0000594
- Naldi, L., Nordqvist, M., Sjöberg, K., y Wiklund, J. (2007). Entrepreneurial orientation, risk taking, and performance in family firms. *Family Business Review*, 20(1), 33-47. doi: 10.1111/j.1741-6248.2007.00082.
- Newman, A., Ucbasaran, D., Zhu, F. y Hirst, G. (2014), Psychological capital: A review and synthesis. *Journal of Organizational Behavior*, 35: S120-S138. doi:10.1002/job.1916
- Nothnagle, E. A., y Knoester, C. (2022). Sport participation and the development of GRIT. *Leisure Sciences*, doi:10.1080/01490400.2022.2090037

O'shea, R. P., Allen, T. J., Chevalier, A., y Roche, F. (2005). Entrepreneurial orientation, technology transfer and spinoff performance of US universities. *Research Policy*, 34(7), 994-1009. doi: j.respol.2005.05.011

Postigo, A., Sr., Barria, J., Sr., Cuesta, M., Sr., y García-Cueto, E., Sr. (2023). Psychometric properties of the chilean version of the oviedo GRIT scale. *Collabra: Psychology*, 9(1) doi:10.1525/collabra.57516

Ramachandran, K., y Ramnarayan, S. (1993). Entrepreneurial orientation and networking: Some indian evidence. *Journal of Business Venturing*, 8(6), 513-524. doi:10.1016/0883-9026(93)90036-5

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. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x

Rioux, C., (2022). La esperanza como fuente de valor. *Ergo* 8: 33. doi:10.3998/ergo.2234

Rosenbusch, N., Brinckmann, J., y Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of business Venturing*, 26(4), 441-457. doi: 10.1016/j.jbusvent.2009.12.002

- Samborowski, L., Price, J., y Pratico, J. (2021). The Correlation between *GRIT* and Leadership: A Longitudinal Study. *Black Sea Journal of Management and Marketing*, 2(1), 1-24. doi:10.47299/bsjmm.v2i1.63
- Schwaba, T., Luhmann, M., Denissen, J. J. A., Chung, J. M., y Bleidorn, W. (2018). Openness to experience and culture-openness transactions across the lifespan. *Journal of Personality and Social Psychology*, 115(1), 118-136. doi:10.1037/pspp0000150
- Singh, S., y Chukkali, S. (2021). Development and validation of multi-dimensional scale of *GRIT*. *Cogent Psychology*, 8(1) doi:10.1080/23311908.2021.1923166
- Stam, W., y Elfring, T. (2008). Entrepreneurial orientation and new venture performance: The moderating role of intra-and extraindustry social capital. *Academy of management journal*, 51(1), 97-111. doi: 10.5465/amj.2008.30744031
- Teece, D. J., Pisano, G., y Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18 (7), 509-533. doi: 10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z
- Terry, D., Peck, B., y Biangone, M. (2024). The mechanisms of student *GRIT* at the height of a major crisis: Identifying key predictors when times get really tough. *Nursing Open*, 11 (1), e2069. doi: 10.1002/nop2.2069

Tsusaki, R., Mullassery, D., y Ramaswamy, P. (2024). Stress, *GRIT*, Satisfaction With Life, and Remediation of Prelicensure. *Nursing Students. Nurse Educator*, 49 (1), 19-24. doi: 10.1097/NNE.0000000000001481

Van Eck, N. J., y Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84 (2), 523-538. doi:10.1007/s11192-009-0146-3

Vega-Muñoz, A., Arjona-Fuentes, J. M., Ariza-Montes, A., Han, H., y Law, R. (2020). In search of ‘a research front’ in cruise tourism studies. *International Journal of Hospitality Management*, 85(July), 102353. doi: 10.1016/j.ijhm.2019.102353

Vega-Muñoz, A., Arjona-Fuentes, J. M., Ariza-Montes, A., Han, H., y Law, R. (2020). In search of ‘a research front’ in cruise tourism studies. *International Journal of Hospitality Management*, 85(July), 102353. doi: 10.1016/j.ijhm.2019.102353

Vij, S. y Bedi, H. S. (2012). Relationship between Entrepreneurial Orientation and Business Performance: A Review of Literature. *The IUP Journal of Business Strategy*, IX (3), 17-31, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2179844>

Wang, S., Zhao, Y., y Li, J. (2023). True *GRIT* and brain: Trait *GRIT* mediates the connection of DLPFC functional connectivity density to posttraumatic growth following COVID-19. *Journal of Affective Disorders*, 325, 313-320. doi: 10.1016/j.jad.2023.01.022

- Wang, Y., Tsai, C.-H., Tsai, F.-S., Huang, W., y de la Cruz, S. (2018). Antecedent and Consequences of Psychological Capital of Entrepreneurs. *Sustainability*, 10(10), 3717. MDPI AG. Retrieved from doi: 10.3390/su10103717
- White, K. A., Ruth-Sahd, L. A., y Slota, P. (2024). Relationship Between Self-Directed Learning, *GRIT*, and Compassionate Teaching in Doctoral Nursing Education. *Nurse Educator*, 49 (1), 13-18. doi: 10.1097/NNE.0000000000001470
- Wiklund, J., y Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24(13), 1307-1314. doi: 10.1002/smj.360
- Wiklund, J., y Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71-91. doi: 10.1016/j.jbusvent.2004.01.001
- Yu, Y., Hua, L., Feng, X., Wang, Y., Yu, Z., Zi, T., . . . Li, J. (2021). True *GRIT* in learning math: The math anxiety-achievement link is mediated by math-specific *GRIT*. *Frontiers in Psychology*, 12 doi:10.3389/fpsyg.2021.645793
- Zhou, K. Z., Yim, C. K., y Tse, D. K. (2005). The effects of strategic orientations on technology- and market-based breakthrough innovations. *Journal of Marketing*, 69(2), 42-60. doi: 10.1509/jmkg.69.2.42.60756

Zhou, X., Zhang, L., y Su, X. (2022). Entrepreneurial institutional environment and entrepreneurial orientation: The mediating role of entrepreneurial passion. *Frontiers in Psychology, 13*
doi:10.3389/fpsyg.2022.840548

9. Capítulo 9: Anexos

9.1. Instrumentos utilizados en estudios empíricos y escalas.

1.-DATOS DE LA EMPRESA / ORGANIZACIÓN

emp1.- Número total de empleados de la compañía / institución:

emp 2.- Sector o Actividad económica de la empresa (escoger sólo una opción):

1.-Primario

2.-Secundario

3.-Terciario

emp 3.-Tipo de empresa según su naturaleza (escoger sólo una opción):

1.-Multinacional

2.-Estatal

3.-Local

4.-Familiar

5.-Cooperativas

6.-Administración

Pública

7.-Otros

emp 4.-Desde una perspectiva económica, la situación de la empresa en los últimos 12 meses es:

1.--Nada estable

2.--Un poco estable

3.--Bastante estable

4.--Muy estable

5.--Totalmente estable

2.-DATOS DEL ENTREVISTADO

- ent 1.-Género: 1.-Hombre 2.-Mujer
 ent 2.-Edad: (en años)
 ent 3.-Estado Civil: 1.-Casado o vive en pareja
 2.-Soltero
 3.-Divorciado o Separado
 4.-Viudo
 5.-Otro

- ent 4.-Antigüedad en el lugar de trabajo actual: (en años)
 ent 5.-Antigüedad en esta profesión: (en años)
 ent 6.-Antigüedad en esta empresa: (en años)

- ent 7.-Nivel Formación Académica:
 1.-Sin estudios. Ningún certificado o título académico
 2.-Estudios primarios acabados
 3.-Estudios secundarios acabados
 4.-Universidad: Diplomatura o Ingeniero Técnico (3 años)
 5.-Universidad: Licenciado, Ingeniero Superior o Arquitecto (más de 3 años)
 6.-Titulación de Máster, Doctorado, etc.

- ent 8.-Grupo profesional (CIUO). Señalar solamente una opción:
 1.-Personal directivo (directores ejecutivos, personal directivo, gerentes, empresarios, políticos y similares)
 2.-Profesionales, científicos e intelectuales (ingeniería, arquitectura, salud, enseñanza, derecho, ciencias sociales y similares)
 3.-Técnicos profesionales de nivel medio (ciencias, ingeniería, salud, finanzas, administración, derecho, servicios sociales, información, comunicación y similares)
 4.-Administrativos (oficinistas, contables y similares)
 5.-Trabajadores de servicios, vendedores de comercios y mercados (servicios personales, vendedores, cuidados personales, hostelería, peluquería, limpieza, cajeros, expendedores de billetes y similares)
 6.-Agricultores y trabajadores cualificados agropecuarios, forestales y pesqueros.
 7.-Oficiales y operarios (construcción, pintores, soldadores, chapistas, caldereros, instaladores, montadores, reparadores y similares).
 8.-Trabajadores no cualificados (peones y ayudantes)
 9.-Ocupaciones militares y policía (fuerzas armadas y seguridad)

ent 9.-Conteste según:

1	2	3	4	5
Casi nunca	A veces	Neutral	A menudo	Casi siempre

9.1.-En términos generales, ¿se siente saludable?	
9.2.-Teniendo en cuenta la felicidad, ¿cómo está de feliz con su vida?	
9.3.-¿Con qué frecuencia se lleva trabajo a casa?	

3.-PARTE

A continuación encontrarás algunas afirmaciones sobre LA ORIENTACIÓN A EMPRENDER UN PROYECTO PROFESIONAL PROPIO (empresa, microempresa, etc.) EN EL FUTURO. No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco respuestas buenas o malas. Lee atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas.				
1 Completamente en desacuerdo	2 Bastante en desacuerdo	3 Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	4 Bastante de acuerdo	5 Completamente de acuerdo
				Puntuación
oe1.-No quiero recibir ningún apoyo financiero de mis padres, familia, etc., porque ya soy adulto/a				
oe2.-Siempre soy positivo/a sobre los problemas que surgen en mi vida, y los resuelvo yo mismo/a				
oe3.-Si creo una empresa, puedo aportar mis propios fondos y los recursos humanos				
oe4.-Disfruto trabajando en cosas nuevas, por lo que normalmente estoy al día sobre tendencias y modas				
oe5.-Suelo tener ideas progresistas e innovadoras, más que ideas conservadoras				
oe6.-Me gusta hablar sobre el futuro y, cuando lo hago, puedo convencer a mis amigos para que estén de acuerdo con mis predicciones				
oe7.-Prefiero vivir una vida difícil a una vida cómoda, aunque sé que tendré que afrontar muchas dificultades				
oe8.-Me interesa más crear mi propia empresa que conseguir un trabajo				
oe9.-Creo que fundar una empresa es el único modo de tener éxito en la vida				
oe10.-Si tuviera que crear una nueva empresa, estoy convencido/a de que tendría éxito y generaría beneficios				
oe11.-Aunque la gente rechace de plano mis peticiones, persisto sin importarme que piensen que soy un plomo				
oe12.-Aunque cree nuevas empresas y fracase muchas veces, seguiré intentándolo hasta tener éxito				

4.-PARTE

No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco respuestas buenas o malas. Lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas. Conteste según la escala:				
1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Completamente de acuerdo
				Puntuación
at01.-No tolero bien situaciones ambiguas				
at02.-Prefiero evitar resolver problemas que deben verse desde distintas perspectivas				
at03.-Intento evitar situaciones que son ambiguas				
at04.-Prefiero situaciones que me son familiares a otras nuevas				
at05.-Los problemas que no pueden ser considerados desde un único punto de vista me intimidan un poco				
at06.-Evito situaciones que son demasiado complicadas como para que yo las comprenda o interprete fácilmente				
at07.-Soporto bien situaciones ambiguas				
at08.-Me gusta enfrentarme a problemas lo suficientemente complejos para ser ambiguos				
at09.-Intento evitar problemas que no parecen tener una solución claramente mejor que otras				
at10.-Generalmente prefiero novedad a situaciones conocidas				
at11.-Me disgustan las situaciones ambiguas				
at12.-Encuentro difícil elegir cuando el resultado es incierto				
at13.-Prefiero situaciones en las que hay cierta ambigüedad				

5.-PARTE

No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco respuestas buenas o malas. Lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas. Conteste según la escala:				
1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Completamente de acuerdo
				Puntuación
ILC1.- Creo que las condiciones socioeconómicas no inciden en mi éxito laboral.				
ILC2.- Pienso que no es muy importante planificar con tiempo las actividades ya que pueden verse afectadas por eventos repentinos.				
ILC3.- Tener éxito en la vida depende principalmente de mis habilidades.				
ILC4.- Cuando tengo éxito en el trabajo suele ser porque he trabajado duro.				
ILC5.- Para mí, el éxito en el trabajo es básicamente tener buena suerte.				
ILC6.-Mi vida está determinada por mis propias acciones.				
ILC7.- Siento que la mayoría de cosas que suceden en mi vida están determinadas principalmente por personas que ocupan altos cargos en el poder.				
ILC8.- Siento que soy el único responsable de mi éxito laboral.				
ILC9.- Pienso que, a pesar de trabajar duro, las capacidades de las personas no suelen reconocerse.				
ILC10.- Me siento eufórico cuando creo oportunidades empresariales para mí.				

6.-PARTE

No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco respuestas buenas o malas. Lee atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas.				
1 Completamente en desacuerdo	2 Bastante en desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 Bastante de acuerdo	5 Completamente de acuerdo
				Puntuación
ieo1.- Me gusta probar actividades nuevas y poco corrientes pero que no necesariamente conllevan riesgos				
ieo2.- Me gusta adoptar medidas ambiciosas que me lleven a lo desconocido				
ieo3.- Suelo actuar anticipando problemas, necesidades o cambios futuros				
ieo4.- Generalmente con los proyectos prefiero enfatizar los enfoques únicos y exclusivos, y no reutilizar los enfoques probados y verdaderos que ya se han utilizado antes				
ieo5.- Tiendo a planificar los proyectos con antelación				
ieo6.- Estoy dispuesto a invertir mucho tiempo y/o dinero en algo que pueda producir ganancias importantes				
ieo7.- Cuando aprendo cosas nuevas prefiero hacerlo a mi manera en lugar de hacer lo que hacen los demás				
ieo8.- Prefiero hacer un paso al frente y poner las cosas en marcha en vez de quedarme sentado y esperar				
ieo9.- Tiendo a actuar con atrevimiento en situaciones que implican riesgo				
ieo10.- Favorezco enfoques originales y de experimentación para resolver problemas en vez de utilizar los métodos que suelen utilizar otros para solucionar sus problemas				

7.-PARTE

No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco respuestas buenas o malas. Lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas. Conteste según la escala:				
1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Completamente de acuerdo
				Puntuación
AO1.-Me siento eufórico cuando mi desempeño sobresale.				
AO2.- Invierto el tiempo suficiente y otros recursos para que mi organización funcione mejor.				
AO3.- Suelo sacrificar la comodidad personal con el fin de aprovechar oportunidades profesionales.				
AO4.- Hago esfuerzos enormes para conseguir lo mejor de mis recursos profesionales/empresariales.				
AO5.- Me siento orgulloso cuando consigo buenos resultados para mi empresa.				
AO6.- Invierto un tiempo considerable en analizar mis necesidades profesionales/empresariales futuras antes de distribuir mis recursos.				
AO7.- Me propongo a mí mismo hacer algo significativo y con sentido en el trabajo.				
AO8.- Me deprimó si no consigo algún trabajo significativo.				
AO9.-Me pongo unos estándares y me esfuerzo para lograrlos				
AO10.-Trabajo horas para tener éxito en todo lo que emprendo				

8.-PARTE

No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco respuestas buenas o malas. Lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas. Conteste según la escala:				
1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Completamente de acuerdo
				Puntuación
PA1.-En general en el trato con la competencia, suelo iniciar una acción antes de responder a los movimientos de mis competidores				
PA2.- Nunca he tenido la sensación de haber tardado demasiado en decidir algo.				
PA3.- A menudo participo en las reuniones de la empresa sin estar del todo preparado.				
PA4.- Necesito mucho tiempo para instalarme en el trabajo.				
PA5.-Tiendo a detectar una nueva oportunidad de negocio mucho antes que la competencia lo haga				

9.-PARTE

No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco respuestas buenas o malas. Lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas. Conteste según la escala:				
1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Completamente de acuerdo
				Puntuación
opt1.-En tiempos difíciles, suelo esperar lo mejor				
opt2.-Me resulta fácil relajarme				
opt3.-Si algo malo me tiene que pasar, estoy seguro de que me pasará				
opt4.-Siempre soy optimista en cuanto al futuro				
opt5.-Disfruto un montón de mis amistades				
opt6.-Para mí es importante estar siempre ocupado				
opt7.-Rara vez espero que las cosas salgan a mi manera				
opt8.-No me disgusta fácilmente				
opt9.-Casi nunca cuento con que me sucedan cosas buenas				
opt10.-En general, espero que me ocurran más cosas buenas que malas				

10.-PARTE

Por favor, lee estas instrucciones cuidadosamente antes de comenzar. Este cuestionario contiene 23 frases. Lee, por favor, atentamente cada una de ellas y escoge la respuesta que se corresponda mejor con tu manera más frecuente de ser, pensar o actuar (V=Verdadero F=Falso). No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco respuestas buenas o malas. Asegúrate de que has respondido a todas las frases		
	V	F
dii1. No me gusta tomar decisiones de forma rápida, aunque sean decisiones sencillas, como por ejemplo, qué ropa me pongo o qué voy a cenar.		
dii 2. Frecuentemente digo lo primero que se me ocurre sin pensar mucho antes		
dii 3. Me gusta solucionar lenta y cuidadosamente los problemas		
dii 4. Soy bueno aprovechando las ventajas de las oportunidades inesperadas, en las que tienes que hacer algo rápidamente o pierdes tu oportunidad		
dii 5. La mayor parte del tiempo puedo concentrarme en mis trabajos de forma rápida		
dii 6. Frecuentemente me propongo actividades sin pensar si seré capaz de llevarlas a cabo		
dii 7. Frecuentemente compro cosas sin pensar si realmente me puedo permitir comprarlas		
dii 8. No me siento a gusto cuando tengo que decidirme rápidamente		
dii 9. Me gusta tomar parte en conversaciones rápidas en las que realmente no hay mucho tiempo para pensar antes de hablar		
dii 10. A menudo me decido rápidamente sin tomarme el tiempo necesario para considerar la situación desde todos los puntos de vista		
dii 11. Frecuentemente, no paso mucho tiempo pensando sobre una situación antes de actuar		
dii 12. No me gusta tener que hacer las cosas de forma rápida, aun cuando esté haciendo algo que no es muy difícil		
dii 13. Disfrutaría trabajando en una ocupación que requiera tomar decisiones rápidas		
dii 14. Frecuentemente, me meto en situaciones apuradas porque no pienso antes de actuar		
dii 15. Muchas veces los planes que hago no resultan bien porque antes no los he madurado cuidadosamente		
dii 16. Me gusta los deportes y los juegos en los que se tiene que escoger el próximo movimiento muy rápidamente		
dii 17. A menudo pierdo oportunidades debido a que tengo que decidirme rápidamente		
dii 18. La gente me valora porque puedo pensar de forma rápida		
dii 19. Raramente me veo implicado en proyectos sin considerar primero los posibles potenciales problemas		
dii 20. Antes de tomar decisiones importantes, sopeso cuidadosamente los pro y los contra		
dii 21. Soy bueno razonando detenidamente		
dii 22. Intento evitar aquellas actividades donde tengo que actuar sin tener antes mucho tiempo para pensar		
dii 23. A menudo digo y hago cosas sin considerar las consecuencias		

11.-PARTE

Expresé el nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes expresiones:

1	2	3	4
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente De acuerdo

	1	2	3	4
cpr1.-Me implico seriamente en lo que hago, pues es la mejor manera para alcanzar mis propias metas.				
cpr 2.- Aún cuando suponga mayor esfuerzo, opto por los trabajos que suponen para mí una experiencia nueva.				
cpr 3.-Hago todo lo que puedo para asegurarme el control de los resultados de mi trabajo.				
cpr 4.- Considero que el trabajo que realizo es de valor para la sociedad y no me importa dedicarle todos mis esfuerzos.				
cpr 5.- En mi trabajo me atraen preferentemente las innovaciones y novedades en los procedimientos.				
cpr 6.- Las cosas solo se consiguen a base de esfuerzo personal.				
cpr 7.- Realmente me preocupo y me identifico con mi trabajo.				
cpr 8.- En mi trabajo profesional me atraen aquellas tareas y situaciones que implican un desafío personal.				
cpr 9.- El control de las situaciones es lo único que garantiza el éxito.				
cpr 10.- Mi trabajo cotidiano me satisface y hace que me dedique totalmente a él.				
cpr 11.- En la medida que puedo trato de tener nuevas experiencias en mi trabajo cotidiano.				
cpr 12.- Las cosas salen bien cuando las preparas a conciencia.				
cpr 13.- Me gusta comprometerme personalmente en los objetivos del grupo o de la colectividad.				
cpr 14.- Dentro de lo posible busco situaciones nuevas y diferentes en mi ambiente de trabajo.				
cpr 15.- Si me lo propongo puedo vencer y controlar las antipatías.				
cpr 16.- La mejor manera que tengo de alcanzar mis propias metas es implicándome a fondo.				
cpr 17.- Tengo una gran curiosidad por lo novedoso tanto a nivel personal como profesional.				
cpr 18.- Cuando se trabaja seriamente y a fondo se controlan los resultados.				
cpr 19.- Mis propias ilusiones son las que hacen que siga adelante con la realización de mi actividad.				
cpr 20.- Me gusta que haya una gran variedad en mi trabajo.				
cpr 21.- Si te lo propones puedes asegurar lo que va a pasar mañana controlando lo que ocurre hoy.				

12.-PARTE

No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco respuestas buenas o malas.
 Lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas.
 Conteste según la escala:

Ítems	Escala						
pv1.-Generalmente me encuentro...	1 Completamente aburrido	2	3	4 Neutro	5	6	7 Exuberante, entusiasmado
pv2.-La vida me parece...	1 Completamente rutinaria	2	3	4 Neutro	5	6	7 Siempre emocionante
v3.-En la vida tengo...	1 Ninguna meta o anhelo	2	3	4 Neutro	5	6	7 Muchas metas y anhelos definidos
pv4.-Cada día es...	1 Exactamente igual	2	3	4 Neutro	5	6	7 Siempre nuevo y diferente
pv5.-Si pudiera elegir...	1 Nunca habría nacido	2	3	4 Neutro	5	6	7 Tendría otras nueve vidas iguales a esta
pv6.-Después de retirarme...	1 Holgazancaría el resto de mi vida	2	3	4 Neutro	5	6	7 Haría las cosas emocionantes que siempre deseé realizar
pv7.-Mi vida es...	1 Vacía y llena de desesperación	2	3	4 Neutro	5	6	7 Un conjunto de cosas buenas y emocionantes
pv8.-Al pensar en mi propia vida...	1 Me pregunto a menudo la razón por la que existo	2	3	4 Neutro	5	6	7 Siempre encuentro razones para vivir
pv9.-He descubierto...	1 Ninguna misión o propósito en mi vida	2	3	4 Neutro	5	6	7 Metas claras y un propósito satisfactorio para mi vida
pv10.- Considero que mi capacidad para encontrar un significado, un propósito o una misión en la vida es...	1 Prácticamente nula	2	3	4 Neutro	5	6	7 Muy grande

13.-PARTE

<p>No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco respuestas buenas o malas. Lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas. Conteste según la escala:</p>				
1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Completamente de acuerdo
				Puntuación
gr1.-Generalmente establezco una meta pero posteriormente escojo proseguir con otra				
gr2.-He conseguido una meta que requirió años de trabajo				
gr3.- A veces, alguna idea o proyecto nuevos me distraen de los que tenía primeramente				
gr4.-He superado contratiempos para lograr un reto importante				
gr5.-Me intereso en nuevas actividades cada pocos meses				
gr6.-Termino todo lo que empiezo				
gr7.- Mis intereses cambian cada año				
gr8.-Los contratiempos no me desaniman				
gr9.- Estuve obsesionado con una idea o proyecto por algún tiempo pero luego perdí el interés				
gr10.-Trabajo duro				
gr11.-Tengo dificultad para mantener el enfoque de los proyectos que duran más de un par de meses.				
gr12.-Soy diligente				

14.-PARTE

Lea atentamente cada ítem e indique el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a los mismos. Señale con una "X" la respuesta que más se aproxime a sus preferencias. Recordarle que no hay respuestas correctas o incorrectas, ni buenas o malas.				
1	2	3	4	5
Nada de acuerdo	Algo de acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
				Puntuación
re1.-Pocas veces me frenan las dificultades y adversidades.				
re2.-Puedo trabajar durante mucho tiempo sin cansarme.				
re3.-Después de quedar físicamente agotado me recupero rápidamente.				
re4.-Puedo seguir realizando mis tareas incluso cuando tengo mucha sed o hambre.				
re5.-Por más hambre o sed que tenga, me recupero rápidamente después de comer o beber.				
re6.-Me considero una persona emocionalmente "fuerte".				
re7.-Reacciono con calma frente a los acontecimientos grandes, inesperados y muy importantes.				
re8.-Siempre mantengo la esperanza cuando me enfrento a grandes dificultades o situaciones muy adversas.				
re9.-Supero la tristeza y la sensación de depresión con rapidez.				
re10.-Mantengo los pies en el suelo cuando me suceden cosas muy buenas.				
re11.-Puedo mantener buenas relaciones durante mucho tiempo con personas que muestran mal humor.				
re12.-Soy capaz de aprender de personas muy estrictas.				
re13.-Creo en mí mismo incluso cuando repetidamente se burlan de mí, me desprecian y se ríen de mí.				
re14.-Creo en la verdad y la justicia cuando los demás son injustos conmigo o me incriminan injustamente.				
re15.-Siempre me recupero rápidamente de los grandes reveses y fracasos.				

15.-PARTE

<p>No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco respuestas buenas o malas. Lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas. Conteste según la escala:</p>			
1 = Casi nunca	2 = Algunas veces	3 = A menudo	4 = Casi siempre
			Puntuación
cu1.- Disfruto explorando ideas nuevas.			
cu2.- Dedico horas a un problema porque no soporto quedar sin respuesta			
cu3.- Para mí es fascinante aprender información nueva			
cu4.- Doy muchas vueltas para conseguir resolver un problema			
cu5.-Disfruto aprendiendo temas que no me son familiares			
cu6.- Los problemas conceptuales me mantienen despierto pensando			
cu7.- Disfruto hablando de temas abstractos			
cu8.- Me frustra no poder resolver un problema, de modo que me esfuerzo más			
cu9.- Cuando aprendo algo nuevo, me gusta averiguar más sobre el tema			
cu10.- Trabajo intensamente en los problemas que considero que deben solucionarse.			

16.-PARTE

Lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas. Conteste, según la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Nada de acuerdo	Algo de acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Puntuación

st1	En general, estoy satisfecho/a conmigo mismo/a.						
st2	A veces pienso que no soy bueno/a en nada.						
st3	Tengo la sensación de que poseo algunas buenas cualidades.						
st4	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de las personas.						
st5	Siento que no tengo demasiadas cosas de las que sentirme orgulloso/a.						
st6	A veces me siento realmente inútil.						
st7	Tengo la sensación de que soy una persona de valía al menos igual que la mayoría de la gente.						
st8	Ojalá me respetara más a mí mismo/a.						
st9	En definitiva, tiendo a pensar que soy un fracasado/a.						
st10	Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.						

17.-PARTE

Lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas.
Conteste, según la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Nada de acuerdo	Algo de acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

		Puntuación				
fi1	Puedo encontrar la forma de obtener lo que quiero aunque alguien se me oponga.					
fi2	Puedo resolver problemas difíciles si me esfuerzo lo suficiente.					
fi3	Me es fácil persistir en lo que me he propuesto hasta llegar a alcanzar mis metas.					
fi4	Tengo confianza en que podría manejar eficazmente acontecimientos inesperados.					
fi5	Gracias a mis cualidades y recursos puedo superar situaciones imprevistas.					
fi6	Cuando me encuentro en dificultades puedo permanecer tranquilo/a porque cuento con las habilidades necesarias para manejar situaciones difíciles.					
fi7	Venga lo que venga, por lo general soy capaz de manejarlo.					
fi8	Puedo resolver la mayoría de los problemas si me esfuerzo lo necesario.					
fi9	Si me encuentro en una situación difícil, generalmente se me ocurre qué debo hacer.					
fi10	Al tener que hacer frente a un problema, generalmente se me ocurren varias alternativas de cómo resolverlo.					

18.-PARTE

A continuación se presentan un conjunto de frases en relación a tu forma de pensar y de actuar. Has de decidir hasta qué punto te describen cada una de las afirmaciones.

1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	Bastante de acuerdo	Completamente de acuerdo

Contesta....

	1	2	3	4	5
pe 1.- Me gusta probar cosas nuevas.					
pe 2.- Soy el alma de la fiesta.					
pe 3.- Me siento cómodo conmigo mismo.					
pe 4.- Siempre estoy dispuesto a asumir responsabilidades.					
pe 5.- Siempre mantengo mi palabra.					
pe 6.- Suelo hablar bien de los demás.					
pe 7.- El arte me parece aburrido.					
pe 8.- Me desenvuelvo bien en situaciones sociales.					
pe 9.- A menudo tengo el ánimo por el suelo.					
pe 10.- Evito mis obligaciones.					
pe 11.- Alguna vez he cogido algo que no era mío.					
pe 12.- Respeto a los demás.					
pe 13.- Creo en la importancia de formarse culturalmente.					
pe 14.- Hablo poco.					
pe 15.- A menudo me siento triste.					
pe 16.- Dejo las cosas a medias.					
pe 17.- Creo que los demás tienen buenas intenciones.					
pe 18.- Evito las discusiones filosóficas.					
pe 19.- Alguna vez he dicho algo malo de alguien.					
pe 20.- Hago amigos con facilidad.					
pe 21.- Es difícil que las cosas me preocupen.					
pe 22.- Dejo mis cosas desordenadas.					
pe 23.- Soy muy crítico con los demás.					
pe 24.- Me gusta visitar museos.					
pe 25.- Prefiero que otros sean el centro de atención.					
pe 26.- Alguna vez me he aprovechado de alguien.					
pe 27.- Me dejo llevar por el pánico con facilidad.					
pe 28.- Soy perfeccionista.					
pe 29.- A menudo soy desagradable con otras personas.					
pe 30.- Me gusta visitar sitios nuevos.					
pe 31.- Permanezco en segundo plano.					
pe 32.- Cambio de humor a menudo.					
pe 33.- Pierdo el tiempo.					
pe 34.- Acepto a la gente tal y como es.					
pe 35.- Siento curiosidad por el mundo que me rodea.					
pe 36.- Sé cautivar a la gente.					
pe 37.- Me desagrado.					
pe 38.- Cuando hago planes, los mantengo.					
pe 39.- Cuando alguien me la juega, se la devuelvo.					
pe 40.- El teatro me parece poco interesante.					

19.-PARTE

19.1.-Si algún día yo llegase a crear mi propia empresa lo haría.

1 Completamente en desacuerdo	2 Bastante en desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 Bastante de acuerdo	5 Completamente de acuerdo
-------------------------------------	--------------------------------	--	-----------------------------	----------------------------------

Si algún día yo llegase a crear mi propia empresa lo haría...

	1	2	3	4	5
1.-Por tener un poder y prestigio social.					
2.-Por conseguir éxito personal.					
3.-Por obtener placer y gratificación lúdica.					
4.-Por tener novedades y cambios en la vida.					
5.-Por tener mayor independencia.					
6.-Por evitar un trabajo rutinario.					
7.-Por un sentimiento de realización personal.					
8.-Por tener una mayor libertad en el trabajo.					
9.-Por tener una seguridad laboral.					
10.-Como último recurso, porque no tengo más opciones.					

19.2.-Estima la probabilidad de crear tu propia empresa en los PRÓXIMOS CINCO AÑOS.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada					Neutro					Muchísimo

1.-¿Cómo de factible consideras el poner en marcha tu propia empresa?	
2.-¿Es una idea atractiva para ti el crear tu propia empresa?	
3.-¿Tu familia o pareja te apoyaría para que crearas tu propia empresa?	
4.-¿Y tus amigos te apoyarían para que crearas tu propia empresa?	
5.-Grado de conocimiento que tienes sobre los pasos a seguir para crear una empresa.	
6.-En qué medida estas al corriente de las oportunidades de mercado -o acontecimientos- que surgen a tu alrededor y que te permitirían crear tu propia empresa.	
7.-¿Tienes alguna idea para crear tu propia empresa?	