Resultados del modelo [1]		Trayectoria	Coef. ß	Lím. Inferior	Lím. superior	Valor p
Orientación al Cliente → Capacidad Innovadora		*a*	.303	.103	.448	.001
Capacidad Innovadora → Resultados Empresariales		*b*	.395	.382	.671	.001
Orientación al Cliente → Resultados Empresariales		*c'*	.048	.-204	.096	.410
Talento Creativo → Capacidad Innovadora		*d*	.276	.093	.355	.014
Interación x*z → Capacidad Innovadora		*e*	.241	.098	.391	.002
Tipo de Industria → Resultados Empresariales		*f*	.198	-.009	.237	.053
Efecto Directo:						
Orientación al Cliente[2] → Resultados Empresariales		*c'*	.221	.196	.215	.001
Efecto Directo:						
Orientación al Cliente → Resultados Empresariales		*a-b*	.296	.198	.390	.004

(1) BEFORE SEEKING EVIDENCE OF A CONDITIONAL EFFECT, IN A MODEL, EVIDENCE OF THE EXISTENCE OF A MEDIATION EFFECT IS REQUIRED, THAT IS, IT IS TAKEN FOR GRANTED THAT A MEDIATION VARIABLE AND MEDIATION EFFECT EXIST.

ABOVE, A GIVEN EVIDENCE OF A MEDIATION EFFECT OF CUSTOMER ORIENTATION (ORIENTACIONAL AL CLIENTE) B-VALUE 29.6 P=0.04 (LAST LINE IN THE TABLE).

MEDIATION CAN BE SIMPLY CHECKED USING SPSS OR SIMILAR.