

# Compromiso afectivo y comportamiento emprendedor: factores influyentes

**Nathalie Campos Valverde**

Escuela de Administración de Empresas Instituto  
Tecnológico de Costa Rica, Costa Rica  
✉ nacampos@estudiantec.cr

**Juan Carlos Leiva**

Escuela de Administración de Empresas  
Instituto Tecnológico de Costa Rica, Costa Rica  
✉ jleiva@itcr.ac.cr

**Ronald Mora-Esquivel**

Escuela de Administración de Empresas Instituto  
Tecnológico de Costa Rica, Costa Rica  
✉ rmora@itcr.ac.cr

## Introducción

El comportamiento emprendedor consiste en un amplio rango de actitudes y acciones que las personas ejecutan para alcanzar su objetivo de emprender (Anwar ul Haq y colegas., 2018). El compromiso afectivo del emprendedor con su empresa es parte de esta gama de comportamientos emprendedores, y se ha considerado un tema de interés en investigación empresarial debido a su conexión con el éxito y el desempeño del emprendimiento (Anwar ul Haq et al., 2018; Lahti et al., 2019). El compromiso afectivo se define como el apego emocional de los individuos hacia su fuente de trabajo (Meyer y colegas, 1991).

El desarrollo de estas nuevas empresas por sí mismo implica una gran cantidad de etapas y factores determinantes para su sobrevivencia y desempeño a largo plazo, y es ahí donde el investigador empresarial entra en juego para colaborar con la definición de estrategias, metodologías y sugerencias que permitan ayudar a los emprendedores en cada una de las etapas de establecimiento de una nueva empresa (García y Bória, 2005).

A inicios del año 2024, como parte de una tesis doctoral desarrollada en la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica (TEC) para el programa en Dirección de Empresas, se publicó el artículo "Compromiso afectivo en estudiantes emprendedores: factores personales y desempeño empresarial subjetivo" en la revista internacional Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management (MR:JIAM). Esta investigación fue elaborada por el interés de aportar conocimiento en el ámbito de los inductores que moldean el compromiso afectivo.

Este interés surge como una respuesta a la carencia de estudios dedicados a comprender el vínculo de factores personales y contextuales con el compromiso afectivo de las personas emprendedoras con su emprendimiento. Lo anterior fue corroborado mediante una revisión de artículos científicos centrados en el estudio del compromiso afectivo<sup>1</sup>. En el presente escrito, los autores del estudio publicado en la revista MR:JIAM presentan una síntesis de su investigación, enfocada al público profesional general y utilizando un lenguaje accesible y práctico.

## Síntesis de la investigación

El estudio se centró en medir el papel que juegan el género, la edad y la autoestima de las personas emprendedoras en su compromiso afectivo, y de estas variables con el desempeño percibido de sus empresas. Para ello se utilizó la fuente de datos GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey), la cual se construye utilizando respuestas de estudiantes universitarios. GUESSS es un proyecto internacional conducido bajo el liderazgo de las universidades suizas de Berna y St.Gallen. Los datos fueron recolectados por 3000 universidades de 54 países en el 2018. El TEC es la universidad afiliada y coordinadora para la recolección de datos en Costa Rica.

En la investigación los autores utilizaron los datos recopilados en el año 2018<sup>2</sup>, seleccionando únicamente las respuestas de aquellos estudiantes que se identificaron como emprendedores activos. GUESSS define como estudiantes emprendedores activos a aquellos participantes de la encuesta que respondieron afirmativamente a la pregunta “¿Ya tiene su propio negocio/ya trabaja por cuenta propia?”<sup>3</sup>. La metodología de análisis de resultados consistió en un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) con mediación y moderación utilizando STATA 2018.

## Resultados del estudio

En resumen, los resultados de este análisis mostraron que aquellos estudiantes emprendedores con mayor autoestima reportaban mayor compromiso afectivo con sus emprendimientos, y que los hombres indicaban mayor compromiso afectivo que las mujeres. De igual manera, se observó que tanto una mayor autoestima como un mayor compromiso afectivo estaban relacionados con una percepción de un mejor desempeño en el emprendimiento, en comparación con aquellos individuos que reportaban niveles más bajos de estos factores. Nuevamente, los valores asociados al desempeño fueron más altos en el caso de los hombres que en el de las mujeres. Por otra parte, en lo relativo a la edad, los autores no encontraron un efecto sobre el compromiso afectivo; sin embargo, sí notaron que los individuos de mayores edades tendían a tener percepciones más negativas sobre el desempeño de su empresa.

## Implicaciones de la investigación en compromiso afectivo

El estudio presenta información valiosa e implicaciones prácticas en el campo del comportamiento emprendedor. Por ejemplo, se encontró diferencias entre hombres y mujeres respecto a sus niveles de compromiso afectivo y su percepción del desempeño. La divulgación de estos resultados busca crear consciencia respecto a las brechas de género en el emprendimiento. Superar estas desigualdades y promover un entorno emprendedor más equitativo se convierte en un reto en este

1 Escaneo de artículos utilizando la base de datos Web of Science con la cadena de búsqueda (“commitment” OR “Affective commitment” OR “affective-commitment”) AND (“self-esteem” OR “gender” OR “age”) AND (“venture” OR “entrepreneur” OR “student” OR “entrepreneurship”) AND (“Performance”)

2 Se utiliza los resultados del 2018 ya que GUESSS en algunas ocasiones cambia las escalas y tópicos a evaluar. En el 2018 se incluyó el tema del compromiso afectivo en emprendedores, mismo que no se ha repetido en años recientes.

3 Traducción del inglés de la pregunta de GUESSS “Are you already running your own business/are you already self-employed

ámbito del compromiso afectivo emprendedor debido a los roles de género impuestos por la sociedad (Castiblanco, 2016; Ortiz y Olaz, 2016).

En adición a esto, la psicología de los individuos afecta su compromiso afectivo. La autoestima es un aspecto importante ya que se asocia con mayores niveles de motivación, y mejor regulación del estrés en situaciones de estrés que frecuentemente viven los emprendedores (Lahti et al., 2019). Los resultados obtenidos se unen a otros estudios que exponen la importancia de la salud mental y el tratamiento de la autoestima (Baumeister y Vohs). Finalmente, en el artículo se invita a las instituciones interesadas en promover el emprendimiento a trabajar en la implementación de políticas y programas destinados al fortalecimiento de la autoestima y el incentivo del emprendimiento en mujeres.

## Referencias bibliográficas

- Anwar ul Haq, M., Jingdong, Y., Usman, M. y Khalid. (2018), "Factors Affecting Entrepreneurial Behavior Among Employees in Organizations: Mediating Role of Affective Commitment", *Journal of Enterprising Culture*, 26 (4), 349-378, <http://dx.doi.org/10.1142/S0218495818500139>
- Baumeister, R.F. y Vohs, K.D. (2018), "Revisiting our reappraisal of the (surprisingly few) benefits of high self-esteem", *Perspectives on Psychological Science*, 13(2), 137-140, <https://doi.org/10.1177/1745691617701185>
- Campos-Valverde, N., Leiva, J. C., y Mora, R. (2024). Affective commitment in entrepreneurial students: Person-oriented factors and subjective firm performance. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*. <https://doi.org/10.1108/mrjam-10-2023-1466>
- Castiblanco, S. (2016). Female entrepreneurship in a forced displacement situation: The case of Usme in Bogota. *Suma de Negocios*, 7(1), 61-72. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.004>
- García, A. & Bória, S. (2005). Nuevos emprendedores, Los: creación de empresas en el siglo XXI. Publicaciones Universitat de Barcelona.
- Lahti, T., Halkob, M., Karagozoglu, N. y Wincent, J. (2019), "Why and how do founding entrepreneurs bond with their ventures? Neural correlates of entrepreneurial and parental bonding", *Journal of Business Venturing*, 34, 368-388, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.05.001>
- Meyer, J., Allen, N. y Smith, C. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78(4), 538-551. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.4.538>
- Ortiz, P. y Olaz, A. (2016). Elements that contribute to boost female entrepreneurship: A prospective analysis. *Suma de Negocios*, 7(1), 54-60. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.003>

## Sobre los autores

### Nathalie Campos-Valverde

Nathalie Gabriela Campos Valverde (MsC) es estudiante del Doctorado en Dirección de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica. Su investigación se centra en temas de comportamiento emprendedor, como el compromiso afectivo. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9402-7893>

### Juan Carlos Leiva

Juan Carlos Leiva Bonilla (PhD) es Profesor en la Escuela de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica. Su investigación se centra en temas relacionados con emprendimiento, competitividad, innovación y gestión de pequeñas empresas. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9653-4629>.

### Ronald Mora-Esquivel

Ronald Mora Esquivel (PhD) es Profesor en la Escuela de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica. Sus intereses de investigación se centran en el emprendimiento, la competitividad, la innovación y gestión de pequeñas empresas. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4315-0418>. [rmora@itcr.ac.cr](mailto:rmora@itcr.ac.cr)