

El motor invisible en las nuevas empresas: el papel de la identidad social, el bienestar emprendedor y la conexión familiar en el desempeño empresarial

Rytha Picado-Arroyo

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

Ronald Mora-Esquivel

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

Juan Carlos Leiva-Bonilla

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

Fecha de recepción 26 de marzo 2026 | Fecha de aprobación 26 de agosto 2026

Resumen

Este artículo examina las relaciones entre el bienestar subjetivo y la identidad social de la persona fundadora de una nueva empresa, así como el apoyo familiar que recibe, con el desempeño de dicha empresa. La metodología fue cuantitativa y utilizó la base de datos del Estudio Global sobre Espíritu Emprendedor Universitario (GUESSS por sus siglas en inglés) de 2021. Los resultados indican que la identidad emprendedora de tipo darwiniano —orientada a la competencia y al logro económico— es la única que se asocia simultáneamente con mayores niveles de desempeño y bienestar subjetivo, mientras que la identidad comunitarista—centrada en el sentido de pertenencia y la identificación con una comunidad— se asocia con el bienestar subjetivo. Asimismo, la participación familiar, medida a través de la propiedad de la empresa, se relaciona con la identidad darwiniana, favoreciendo orientaciones más centradas en resultados financieros. Adicionalmente, se encuentra que el bienestar subjetivo del emprendedor se relaciona positivamente con el desempeño empresarial, y que esta relación se ve fortalecida por el apoyo familiar instrumental. El apoyo emocional, aunque relevante, actúa principalmente como un complemento que potencia los efectos del apoyo práctico. Estos hallazgos contribuyen a comprender el desempeño de nuevas empresas desde una perspectiva más integral, destacando el rol de factores personales y contextuales que trascienden la lógica económica tradicional.

Palabras clave: nuevas empresas; desempeño; bienestar; identidades sociales; apoyo familiar.

Abstract

This article examines the relationships among the founders' subjective well-being and social identity, the family support they receive, and the firm's performance. The methodology was quantitative and utilized the 2021 Global University Entrepreneurship Study (GUESSS) database. The results indicate that the Darwinian entrepreneurial identity—oriented toward competition and economic achievement—is the only one associated with both higher performance and subjective well-being, whereas communitarian identity—centered on a sense of belonging and identification with a community—is associated with subjective well-being. Furthermore, family involvement, measured through ownership of the firm, is related to the Darwinian concept of identity, favoring orientations more focused on financial results. Furthermore, the study finds that the entrepreneur's subjective well-being is positively related to business performance and that this relationship is strengthened by instrumental family support. Emotional support, while relevant, primarily complements practical support, enhancing its effects. These findings contribute to a more comprehensive understanding of startup performance, highlighting the role of personal and contextual factors that transcend traditional economic logic.

Key words: new businesses; performance; well-being; social identities; family support.

Introducción

Las nuevas empresas ubicadas en etapas iniciales en términos de su desarrollo y crecimiento [1], constituyen la principal fuente de nuevos empleos en una economía [2]. Este tipo de organizaciones operan en entornos dinámicos y complejos, caracterizados por altos niveles de incertidumbre [3], lo que impone mayores exigencias a sus fundadores al enfrentarse a desafíos empresariales significativos [4].

Uno de esos desafíos es el desempeño empresarial. La investigación sobre el desempeño de las nuevas empresas tiene sus particularidades, ya que, siguen pautas de desarrollo muy diferentes a las empresas consolidadas [4]. Debido a esto, en los últimos años, la comunidad científica sigue interesada en explorar los factores que afectan el desempeño de este tipo de firmas [5], [6], [7].

Uno de esos factores es el bienestar subjetivo que percibe la persona emprendedora, el cual constituye una parte integral de vivir una vida plena y floreciente y está íntimamente relacionado con la capacidad de las personas para trabajar, mantener relaciones saludables y experimentar emociones positivas [8]. De manera específica, existe evidencia de que dicho bienestar subjetivo se asocia con la gestión empresarial, pues entre mayor sea el bienestar, mayor es la posibilidad de obtener mejores resultados [9]. Por ejemplo, se ha demostrado que el bienestar subjetivo se relaciona con el logro de los objetivos [10] y con el crecimiento de la empresa [11].

Otro de los factores es la identidad social. Desde dicha teoría, se identifican tres tipos de identidades sociales que pueden presentar las personas que fundan una empresa: "darwiniana" (que se orientan a logros económicos), "comunitaria" (que sirven a una comunidad) y "misionera" (que persiguen una causa), las cuales impulsan distintas lógicas de acción [12]. Hay evidencia de que las características personales de los emprendedores están relacionadas con altos niveles de bienestar subjetivo y de desempeño objetivo [5].

El último factor relevante identificado, se refiere al apoyo familiar. Los empresarios pueden recibir apoyo tanto emocional como instrumental de los miembros de la familia. El apoyo emocional incluye comportamientos que brindan aliento, comprensión, atención y consideración positiva [13], mientras que el apoyo instrumental incluye aspectos más tangibles como el apoyo financiero y el acceso a redes [14]. Desde la óptica de la teoría del apoyo social, los roles y las relaciones de los miembros de la familia son considerados un recurso importante para los emprendedores, que pueden influir en todo el proceso empresarial, desde el surgimiento de la organización hasta el éxito de la empresa [15].

Partiendo de lo anterior, se identificaron dos vacíos de conocimiento. Primero, es necesario investigar los factores que influyen en el bienestar subjetivo de los emprendedores [16], [17], por lo cual se eligen las identidades sociales ya que falta profundizar sobre los efectos de este tipo de características

personales en el bienestar subjetivo [16]. Segundo, se requiere mejorar aún más la comprensión de cómo se relaciona el bienestar subjetivo con el desempeño de las nuevas empresas, debido a que, en la teoría, el bienestar se ha considerado sobre todo como una variable de resultado, pero no como un antecedente del comportamiento y resultados empresariales [18].

Para abordar esto, se plantean dos líneas de investigación con las siguientes preguntas: ¿De qué manera se relaciona la participación familiar, en términos de estructura de propiedad, con las identidades sociales de los emprendedores? Además, ¿cómo se vinculan estas identidades con la evaluación subjetiva que hacen los emprendedores de su empresa, en términos de desempeño percibido y bienestar subjetivo? Y por último ¿Cómo se relacionan el bienestar subjetivo, el apoyo familiar y el desempeño de nuevas empresas?

Método

Llevamos a cabo dos estudios cuantitativos, con nuevas empresas, entendidas como aquellas con menos de cinco años de permanencia en el mercado. Para ello se utilizó un conjunto de datos del Estudio Global sobre Espíritu Emprendedor Universitario (GUESSS por sus siglas en inglés), edición 2021. Esta base de datos contiene amplia información sobre variables relacionadas con los emprendedores universitarios, ofreciendo un valioso recurso para la investigación y ha sido utilizada en numerosos estudios sobre emprendimiento [18], [19], [7]. Utilizamos variables relativas a características sociodemográficas de los emprendedores activos, perfil del negocio emprendedor y escalas científicamente validadas para las variables de desempeño, identidades sociales, bienestar subjetivo y apoyo familiar.

La metodología del trabajo abarcó un análisis factorial confirmatorio para mostrar la confiabilidad y validez de los datos a utilizar. Posteriormente se utilizaron los métodos de modelado de ecuaciones estructurales basado en covarianza (CB-SEM) [20], así como un análisis de regresión multinivel (MLM) [21].

Resultados

En conjunto, los hallazgos de esta investigación permiten comprender que los resultados de las etapas tempranas de la creación de nuevos negocios de emprendedores no dependen únicamente de decisiones financieras o de racionalidad meramente económica. También guardan un vínculo con aspectos intangibles como lo son: la forma en cómo percibe el emprendedor que se siente con su vida, con el propósito que da sentido a su empresa, así como, del tipo de respaldo que percibe de su familia.

El propósito que guía el negocio y la participación de la familia

Para responder a las dos primeras preguntas de investigación se analizó cómo la participación de la familia en la nueva empresa creada por el emprendedor —medida a través del grado de propiedad familiar en su negocio— está relacionada con el sentido o identidad de propósito que guía el emprendimiento (que la literatura denomina darwiniano, comunitario o misionero) y, a partir de ellos, en la satisfacción personal del emprendedor y en los resultados del negocio. Así, los resultados muestran que no todos los propósitos emprendedores se relacionan de igual forma con el desempeño y el bienestar. En concreto:

- a. El emprendimiento competitivo, es decir, aquel en el que los emprendedores están orientados a competir eficazmente y ganar en el mercado, es el único tipo de propósito que se asocia directamente tanto con mejores resultados empresariales como con una percepción de mayor satisfacción general con la vida del emprendedor.
- b. El emprendimiento comunitario, referido al sentido de pertenencia y la identificación con una comunidad, se vincula solamente con la percepción de mayor satisfacción general con la vida del emprendedor.

- c. La participación de la familia en el negocio actúa como un factor contextual clave: está asociado no solo con resultados relacionados con la empresa, sino también con la forma en que los emprendedores se definen a sí mismos y el tipo de propósito que priorizan para su negocio.
- d. En los casos donde la familia participa activamente en el negocio, se evidencia la necesidad por asegurar la supervivencia y eficiencia económica de la empresa, lo cual se alinea directamente con un enfoque del negocio más competitivo (darwiniano), centrado en resultados, ingresos y sostenibilidad financiera.

RELACIONES ENTRE PARTICIPACIÓN FAMILIAR, IDENTIDAD EMPRENDEDORA Y RESULTADOS

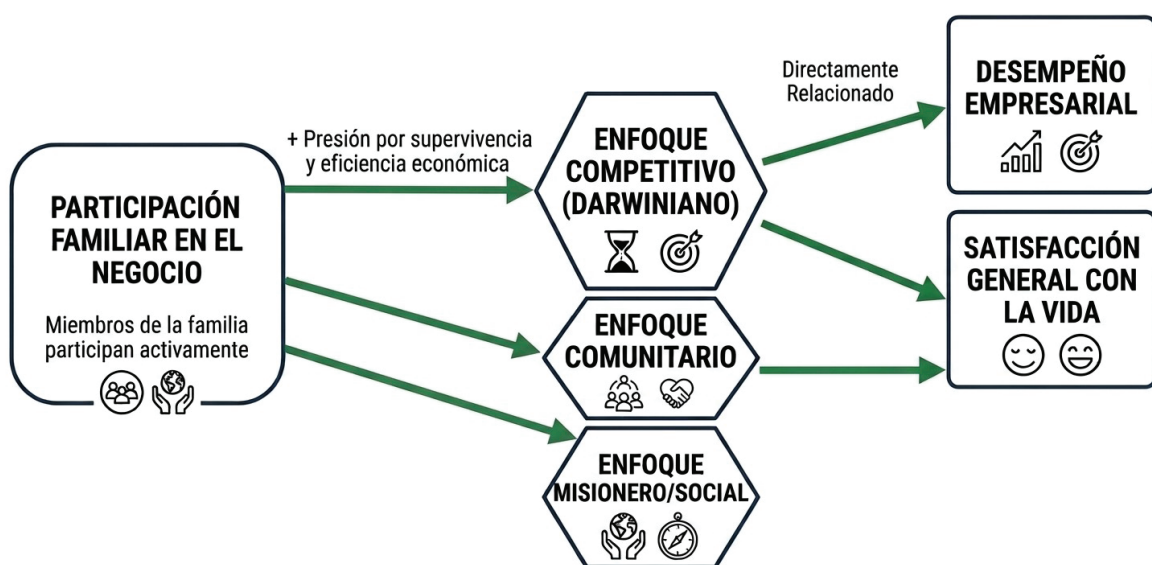


Figura 1. Participación familiar, propósito del emprendimiento y su relación con el desempeño y la satisfacción personal. Fuente: elaboración propia.

Satisfacción del emprendedor con la vida, el apoyo familiar y el desempeño de su negocio

El segundo estudio se centró en responder la tercera pregunta de investigación; analizamos cómo se relaciona y qué tan satisfecho se siente el emprendedor con su vida, el apoyo que recibe de su familia y el desempeño de su empresa. Los hallazgos principales indican que:

- a. Los emprendedores que se sienten más satisfechos con su vida en general tienden a reportar mejores resultados en sus empresas.
- b. Esta relación se fortalece de manera significativa cuando la familia se involucra activamente en el negocio, aportando trabajo, recursos financieros o acceso a contactos clave. En otras palabras, cuando la familia “se arrolla las mangas” para apoyar al emprendedor, el bienestar del emprendedor se traduce con mayor fuerza en mejores resultados empresariales.
- c. En contraste, cuando el apoyo familiar es principalmente emocional —estar ahí, escuchar, acompañar—, la relación entre satisfacción personal y desempeño se debilita. Esto puede explicarse porque este tipo de apoyo resulta especialmente valioso en las etapas iniciales del emprendimiento [14], pero pierde peso a medida que el emprendedor gana experiencia y aprende a manejar los desafíos por sí mismo [22].

- d. Finalmente, ambos tipos de apoyo no actúan de forma aislada. El acompañamiento emocional potencia los efectos del apoyo práctico, reforzando el impacto positivo del bienestar del emprendedor sobre el desempeño de la empresa.

RELACIONES ENTRE BIENESTAR SUBJETIVO, APOYO FAMILIAR Y DESEMPEÑO EMPRESARIAL

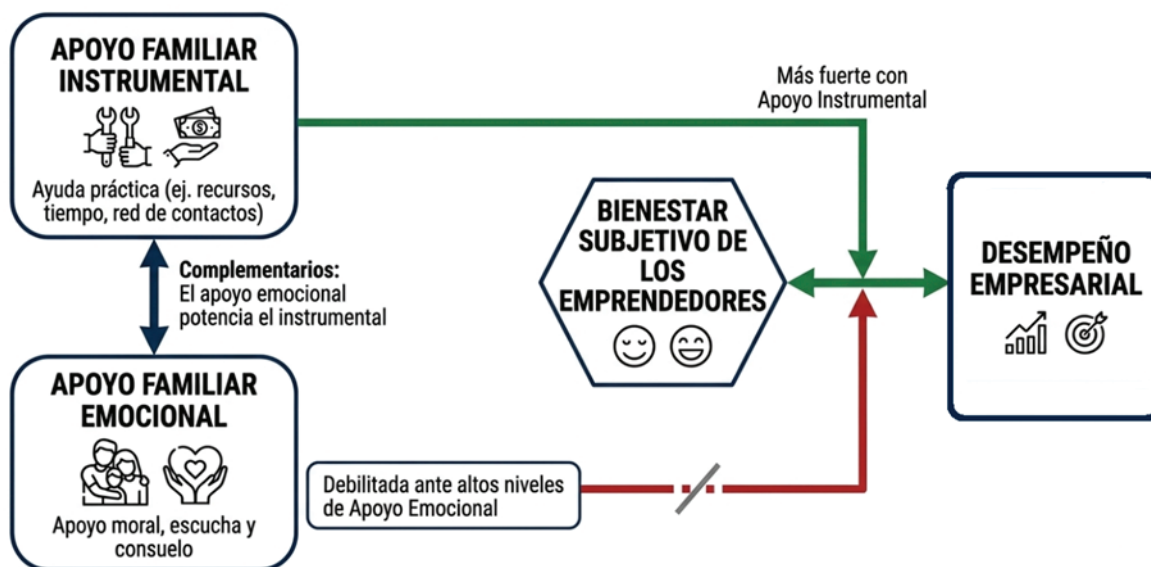


Figura 2. Relación entre satisfacción con la vida, apoyo familiar y desempeño empresarial. Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

Los hallazgos muestran que el bienestar del emprendedor —entendido como una evaluación integral de su vida, sus logros, sus oportunidades y el rumbo que ha tomado— se asocia con mejores resultados empresariales. Sin embargo, este bienestar no actúa en el vacío: su impacto se ve claramente potenciado cuando la familia acompaña, de forma activa y práctica el proyecto emprendedor.

Además, en conjunto, los resultados muestran que el propósito con el que se emprende un nuevo negocio (identidad social) es diferente y esto se relaciona con sus motivaciones y resultados. Estos hallazgos sugieren que la participación familiar está más estrechamente relacionada con las concepciones de sí mismo como emprendedor orientadas al logro que con otros perfiles de identidad. Esa participación familiar también se asocia con los criterios con los que el emprendedor evalúa qué tan satisfecho se siente con su propia vida (bienestar subjetivo) y los resultados del negocio (desempeño).

Desde una perspectiva aplicada, estos resultados invitan a los emprendedores y a sus familias a reconocer que su relación no es únicamente afectiva, sino también estratégica. Comprender el valor del cuánto y del cómo se produce la ayuda familiar podría sumar valor al nuevo negocio del emprendedor y permitir transformar el apoyo en una colaboración más alineada con las necesidades reales del negocio.

Para universidades, incubadoras y programas de apoyo al emprendimiento, este estudio evidencia la importancia de ir más allá del acompañamiento técnico. Reconocer el propósito que guía al emprendedor y fortalecer su bienestar personal podría marcar una diferencia sustantiva en los resultados de las nuevas empresas, evitando enfoques genéricos que no conectan con la realidad de quienes emprenden.

Finalmente, para los responsables de políticas públicas y otros actores del ecosistema emprendedor, los resultados podrían sugerir que promover el bienestar del emprendedor —incluyendo temas como

salud mental, autocuidado y equilibrio entre vida personal y trabajo— no es una agenda paralela al desarrollo económico, sino una condición que puede potenciarlo de manera sostenible.

En síntesis, este estudio evidencia que el único motor del desempeño de las nuevas empresas no siempre es visible en los balances financieros. Ese motor invisible está compuesto por el propósito que da sentido a su negocio, por la percepción de su sentido de bienestar y por la calidad de los vínculos familiares que lo acompañan. Reconocer y cuidar estas otras piezas del motor invisible sería, en última instancia, una decisión estratégica a considerar para aquellos que, en sus etapas iniciales, emprenden nuevos negocios.

Bibliografía

- [1] J. Franczak, M. A. Gyensare, S. E. Lanivich, S. Adomako, and I. Chu, "How and when does founder polychronicity affect new venture performance? The roles of entrepreneurial orientation and firm age," *Journal of Business Research*, vol. 172, p. 114408, Nov. 2023, doi: 10.1016/j.jbusres.2023.114408.
- [2] D. A. Shepherd, V. Souitaris, and M. Gruber, "Creating New Ventures: A review and research agenda," *Journal of Management*, vol. 47, no. 1, pp. 11–42, Jan. 2020, doi: 10.1177/0149206319900537.
- [3] G. N. Chandler, B. Honig, and J. Wiklund, "Antecedents, moderators, and performance consequences of membership change in new venture teams," *Journal of Business Venturing*, vol. 20, no. 5, pp. 705–725, Dec. 2004, doi: 10.1016/j.jbusvent.2004.09.001.
- [4] L. Jin, K. Madison, N. D. Kraiczy, F. W. Kellermanns, T. R. Crook, and J. Xi, "Entrepreneurial Team Composition Characteristics and New Venture Performance: A Meta-Analysis," *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 41, no. 5, pp. 743–771, May 2016, doi: 10.1111/etap.12232.
- [5] K. M. Hmieleski and L. D. Sheppard, "The Yin and Yang of entrepreneurship: Gender differences in the importance of communal and agentic characteristics for entrepreneurs' subjective well-being and performance," *Journal of Business Venturing*, vol. 34, no. 4, pp. 709–730, Jul. 2018, doi: 10.1016/j.jbusvent.2018.06.006.
- [6] A. Kumar, R. Singh, R. Gupta, and P. K. Sinha, "Entrepreneurial competencies influence subjective well-being of subsistence entrepreneurs: Examining the mediating role of business performance," *Journal of Small Business Management*, vol. 63, no. 2, pp. 819–848, Jun. 2024, doi: 10.1080/00472778.2024.2358878.
- [7] G. Shirokova, N. Galieva, J. V. White, and D. Doktorova, "Narcissism, workaholism, family support and new venture performance: a moderated mediation model," *Small Business Economics*, vol. 63, no. 1, pp. 379–419, Nov. 2023, doi: 10.1007/s11187-023-00831-w.
- [8] R. M. Ryan and E. L. Deci, "Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being.," *American Psychologist*, vol. 55, no. 1, pp. 68–78, Jan. 2000, doi: 10.1037/0003-066x.55.1.68.
- [9] E. Diener and R. Biswas-Diener, "Will money increase subjective Well-Being?," *Social Indicators Research*, vol. 57, no. 2, pp. 119–169, Feb. 2002, doi: 10.1023/a:1014411319119.
- [10] M. A. Uy, S. Sun, and M.-D. Foo, "Affect spin, entrepreneurs' well-being, and venture goal progress: The moderating role of goal orientation," *Journal of Business Venturing*, vol. 32, no. 4, pp. 443–460, Jan. 2017, doi: 10.1016/j.jbusvent.2016.12.001.
- [11] M. Drnovšek, A. Slavec, and D. Aleksić, "I want it all': exploring the relationship between entrepreneurs' satisfaction with work-life balance, well-being, flow and firm growth," *Review of Managerial Science*, vol. 18, no. 3, pp. 799–826, Mar. 2023, doi: 10.1007/s11846-023-00623-2.

- [12] E. Fauchart and M. Gruber, "Darwinians, Communitarians, and Missionaries: The role of Founder Identity in Entrepreneurship," *Academy of Management Journal*, vol. 54, no. 5, pp. 935–957, Oct. 2011, doi: 10.5465/amj.2009.0211.
- [13] L. A. King, L. K. Mattimore, D. W. King, and G. A. Adams, "Family Support Inventory for Workers: A new measure of perceived social support from family members," *Journal of Organizational Behavior*, vol. 16, no. 3, pp. 235–258, May 1995, doi: 10.1002/job.4030160306.
- [14] K. Klyver, B. Honig, and P. Steffens, "Social support timing and persistence in nascent entrepreneurship: exploring when instrumental and emotional support is most effective," *Small Business Economics*, vol. 51, no. 3, pp. 709–734, Dec. 2017, doi: 10.1007/s11187-017-9964-5.
- [15] F. Xu, F. W. Kellermanns, L. Jin, and J. Xi, "Family support as social exchange in entrepreneurship: Its moderating impact on entrepreneurial stressors-well-being relationships," *Journal of Business Research*, vol. 120, pp. 59–73, Aug. 2020, doi: 10.1016/j.jbusres.2020.07.033.
- [16] U. Stephan, A. Rauch, and I. Hatak, "Happy Entrepreneurs? everywhere? A Meta-Analysis of Entrepreneurship and Wellbeing," *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 47, no. 2, pp. 553–593, Jan. 2022, doi: 10.1177/10422587211072799.
- [17] J. Wiklund, B. Nikolaev, N. Shir, M.-D. Foo, and S. Bradley, "Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future," *Journal of Business Venturing*, vol. 34, no. 4, pp. 579–588, Jan. 2019, doi: 10.1016/j.jbusvent.2019.01.002.
- [18] S. Laspita, I. Sitaridis, and K. Sarri, "The Effect of Sustainable Development Goals and Subjecting Well-Being on Art Nascent Entrepreneurship: The Moderating Role of Entrepreneurship Education," *Education Sciences*, vol. 14, no. 5, p. 491, May 2024, doi: 10.3390/educsci14050491.
- [19] J. C. Leiva, R. M. Esquivel, D. De La O Cordero, R. P. Arroyo, and M. Solís, "The entrepreneurial activity of university students in Costa Rica: the role of the university ecosystem," *International Journal of Intellectual Property Management*, vol. 12, no. 1, p. 109, Jan. 2022, doi: 10.1504/ijipm.2022.120986.
- [20] J. F. Hair, B. J. Babin, R. E. Anderson and W. C. Black, "Multivariate Data Analysis (8th ed.)", England: Pearson Prentice, 2019.
- [21] P. J. Curran and D. J. Bauer, "The disaggregation of Within-Person and Between-Person effects in longitudinal models of change," *Annual Review of Psychology*, vol. 62, no. 1, pp. 583–619, Dec. 2010, doi: 10.1146/annurev.psych.093008.100356.
- [22] J. Arregle, B. Batjargal, M. A. Hitt, J. W. Webb, T. Miller, and A. S. Tsui, "Family ties in entrepreneurs' social networks and new venture growth," *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 39, no. 2, pp. 313–344, May 2013, doi: 10.1111/etap.12044.

Sobre los autores

Rytha Picado-Arroyo

Profesora en la Escuela de Administración de Empresas y estudiante del Doctorado en Dirección de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica. Su investigación se centra en temas relacionados con emprendimiento, innovación y economía social solidaria. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3292-9060>

Ronald Mora-Esquivel

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>.

Juan Carlos Leiva-Bonilla

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>.