CAURIENSIA, Vol. XVII (2022) 455-472, ISSN: 1886-4945 – EISSN: 2340-4256

Doi: https://doi.org/10.17398/2340-4256.17.455

¿SON FELICES LOS EMPRENDEDORES ESPAÑOLES EN EL SIGLO XXI? UN ESTUDIO CUANTITATIVO A TRAVÉS DE LA ENCUESTA DEL CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS (CIS)

ARE SPANISH ENTREPRENEURS HAPPY IN THE 21ST CENTURY? A QUANTITATIVE STUDY THROUGH THE SURVEY OF THE SOCIOLOGICAL RESEARCH CENTRE (CIS)

RAFAEL RAVINA-RIPOLL
Universidad de Cádiz

MARÍA-JOSÉ FONCUBIERTA-RODRÍGUEZ
Universidad de Cádiz

MARÍA VICTORIA SANAGUSTÍN-FONS
Universidad de Zaragoza

Recibido: 03/01/2021 Aceptado: 23/06/2021

RESUMEN

Los emprendedores españoles poseen unos niveles de felicidad que vienen determinados por variables sociodemográficas, sirvan de ejemplo la confesión religiosa o el estado civil. En esta investigación, se ha llevado a cabo un análisis estadístico cuantitativo basado en los resultados del barómetro del CIS (septiembre 2018), con el objeto de examinar las relaciones bivariantes entre religión-felicidad y estado civil-felicidad en el colectivo objeto de nuestro estudio. Actualmente, la ciencia económica avanza incluyendo en sus explicaciones racionales teorizaciones sobre la importancia que poseen las

variables espirituales, psicológicas y sociológicas de bienestar. Todo lo cual implica un funcionamiento más adecuado de la economía y la sociedad, más allá de planteamientos centrados exclusivamente en el desempeño y la productividad. Es necesario llevar a cabo más investigaciones en este sentido para desarrollar al máximo el conocimiento en torno al *happiness management* y la Economía de la Felicidad en el siglo XXI.

Palabras clave: Felicidad, emprendedor, religión, estado civil

ABSTRACT

Spanish entrepreneurs have levels of happiness that are determined by sociodemographic variables, such as religious confession or marital status. In this research, a quantitative statistical analysis has been carried out based on the results of the CIS barometer (September 2018), in order to examine the bivariate relationships between religion-happiness and marital status-happiness in the collective object of our study. Currently, economic science is advancing including in its rational explanations theorizations about the importance of the spiritual, psychological and sociological variables of well-being. All of which implies a more adequate functioning of the economy and society, beyond approaches focused exclusively on performance and productivity. It is necessary to carry out more research in this sense to develop to the maximum the knowledge around happiness management and the Economy of Happiness in the 21st century.

Keywords: Happiness, entrepreneur, religion, marital status.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación parte de tres conceptos relevantes que conviene clarificar por su importancia en la gestión empresarial, el emprendimiento y el desarrollo socioeconómico de nuestro país. Además, se plantea un acercamiento empírico a dichos conceptos, dejando abierta la investigación para futuros nuevos planteamientos, tanto desde la perspectiva cuantitativa como desde un enfoque cualitativo, que puedan permitir recoger las impresiones y percepciones individuales y sociales del eje central de la investigación, la felicidad. De este modo, el primer concepto sobre el que versa la investigación, es el de felicidad y la percepción subjetiva por parte de los individuos, así como el componente sociológico presente en la misma; el segundo es el denominado *happiness management system* y, finalmente su relación con el tercer concepto, la Economía de la Felicidad.

Si bien la idea de felicidad ha sido una preocupación fundamental de los filósofos desde siempre, en la actualidad se maneja desde múltiples vertientes novedosas. En la presente investigación se consideran las dos dimensiones generalmente más utilizadas de la felicidad, que son, por un lado, la que tiene que ver con la satisfacción que genera el cumplimiento con las normas éticas por excelencia, el sentirse útil y que la vida posee un significado para el individuo y su papel y valor en sociedad (eudaimonia) y por otro, la dimensión que tiene que ver con el placer y la sensación de bienestar que el mismo provoca (hedonia). La felicidad per se, es una percepción subjetiva de quien la experimenta, difícil de describir, pero que las encuestas plantean conocer. En esta investigación se tomará como observación empírica los resultados de las encuestas del CIS en las que expresamente se pregunta sobre el grado de felicidad que posee la persona encuestada. Para ello se utiliza una escala Likert para las posibles respuestas, considerando así que la felicidad es una actitud global hacia la vida y que puede medirse utilizando dicha escala, aglutinando los componentes afectivos, cognitivos y volitivos de la misma.

La noción sobre el denominado *happiness management system* (Bhatnagar et al. 2012) posee un status de conocimiento científico avalado por investigaciones que demuestran cómo el enfoque centrado en el desempeño, la productividad y el rendimiento se vuelve contra sí mismo y consigue resultados muy inferiores a los enfoques de gestión que procuran considerar que los seres humanos poseemos unas dimensiones de índole espiritual, psicológicas, motivacionales y sociales profundas y que deben ser consideradas en aras a la felicidad de los individuos y la sociedad. De este modo, se consigue alcanzar más y mejores metas organizacionales y empresariales. Por tanto, un sistema basado en la gestión de la felicidad alcanza más y mejores cotas de bienestar para para todos los componentes de la organización, haciendo avanzar de una manera imparable y satisfactoria a todos los implicados en las relaciones laborales, económicas y empresariales.

El sistema de gestión de la felicidad, está incardinado con la denominada Economía de la Felicidad (Mora, 2004), una rama de la economía del bienestar que persigue encontrar soluciones de política económica partiendo del conocimiento sociológico, psicológico y económico de la sociedad y el grado de satisfacción que poseen los individuos respecto a sus vidas. Se puede considerar además que la Economía de la Felicidad es crítica con la economía liberal en el sentido que permite justificar ciertas restricciones a la expansión del mercado. Si bien *a priori*, se puede intuir que versa sobre la importancia del nivel de ingresos respecto a la felicidad de las personas, ciertas investigaciones, como la de Rojas (2009), muestran que aunque el nivel de ingresos posee una función de

satisfacción de necesidades, y un componente que define la posición de las personas, se demuestra que, la relación entre ingreso y bienestar no es estrecha.

MARCO TEÓRICO

Actualmente existe una vasta literatura sobre la Economía de la Felicidad. Muchos de estos trabajos se caracterizan porque usan el término felicidad como sinónimo de las expresiones bienestar subjetivo, satisfacción o calidad de vida (e.g. Medvedev y Landhuis 2018; Veenhoven 2012; Vittersø et al. 2010; Diener 1997). De esta manera, los especialistas de esta determinada disciplina de las ciencias sociales quieren acabar, entre otras cosas, con el clásico debate histórico sobre ¿qué es la felicidad? Esto tiene su origen en la Antigua Grecia, donde el prestigioso filósofo Aristóteles asocia la palabra felicidad al desarrollo personal de los seres humanos (eudaimonía), mientras Epicurio lo vincula directamente con el placer y los sentimientos positivos que ofrece la vida cotidiana a través del consumo diario de bienes materiales (hedonía). A lo largo de las últimas décadas, las investigaciones llevadas a cabo sobre el tópico objeto del presente estudio se caracterizan porque sus autores definen de forma hialina en los trabajos -tanto de naturaleza empírica como teórica- que sus estudios parten del concepto de felicidad eudaimónica o felicidad eudónica (e.g., Ryff 2019; Huta y Waterman 2014; Delle Fave et al. 2011).

Un volumen importante de esta producción bibliográfica está enfocado a estudiar empíricamente el vínculo causa-efecto entre los factores sociodemográficos y la felicidad de los individuos. Muchos de estos estudios se singularizan por demostrar numéricamente que el bienestar subjetivo o la felicidad de los seres humanos está asociada directamente a variables como salud, nivel de estudios, ingresos monetarios, estado civil y religión (ej, Tanaka y Tokimatsu 2020; Senasu et al. 2019; Peiró 2016, Ngoo et al. 2015). De toda esta producción bibliográfica conviene destacar el artículo de Diener et al. (2011) por el avance metodológico que supuso para la disciplina de la Economía del la Felicidad a principios del siglo XXI. Este trabajo es uno de los primeros estudios científicos publicados que ponen sobre el tapete académico que la felicidad de las personas que se declaran creyentes está fuertemente influenciada por residir en territorios que poseen una arraigada cultura religiosa desde muchos siglos atrás. Dicho hallazgo sirvió, entre otras cosas, para abrir las puertas a monografías sobre este determinado tópico (ej., Minkov et al. 2020; Abdel-Khalek 2019; Joshanloo 2019; Churchill et al. 2019; Ritter et al. 2014).

Paralelamente a la divulgación de estas investigaciones, un número importante de economistas, sociólogos y psicólogos se dedican, por un lado, a demostrar estadísticamente que los individuos casados suelen ser más felices que las personas solteras o sin pareja (ej., Lawrence et al. 2019; Kislev 2018; Chapman y Guven 2016). Y por otro, en explorar, desde las específicas teorías de Organización de Empresas, si existe una fuerte correlación lineal entre las dimensiones felicidad y emprendedor en la era de la Industria 4.0 (Su et al. 2020; Leija et al. 2019; Xiong, et al. 2019).

Mahadea y Ramroop (2015) y Binder y Coad (2012) y otros autores revelan la ausencia de una sólida asociación entre ser emprendedor o autónomo y gozar de una vida plena de felicidad individual o familiar. Con la finalidad de seguir profundizando sobre la temática que recoge estos trabajos científicos, Hmieleski y Sheppard (2019), Stephan (2018) y Crump et al (2015) examinaron, respectivamente, si los factores sociodemográficos género, salud y etnia tienen una influencia relevante en el bienestar subjetivo de estos determinados agentes productivos. A pesar de estos estudios académicos, actualmente existe una gran laguna bibliográfica sobre la felicidad de los emprendedores españoles desde el enfoque del *happiness management* (Ravina-Ripoll et al. 2019). Al hilo de lo argumentado, no se puede refrendar, desde nuestro conocimiento, la existencia de una extensa producción bibliográfica que avale en España la incidencia que tienen, en la sociedad digital, los factores sociodemográficos sobre la felicidad de los emprendedores. De esto se deduce un cierto grado de desinterés sobre esta materia por parte de los especialistas de la Economía de la Felicidad. Quizás este hecho se deba a la ausencia de grupos de investigación multidisciplinares que aborden en profundidad dicha cuestión. Esta situación ha empezado a cambiar gracias a la creación a mediados del año 2017 del grupo de investigación IGOMSOH (*Iberoamerican Group of Multidisciplinary Studies on Happiness)*, el cual ha abierto nuevos cauces de estudios sobre la felicidad desde el innovador concepto del *happines management*. Entre sus objetivos se encuentra identificar si los emprendedores felices son más productivos, eficaces e innovadores, lo cual contribuirá a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Aspecto que poco sabemos ante la falta de un panorama estadístico español que contemple dicha información. Por ello, resulta de inestimable ayuda las monografías realizadas a lo largo del año 2019 sobre la gestión de la felicidad en España, de las que son autores entre otros: Foncubierta-Rodríguez y Sánchez-Montero (2019), Galiano-Coronil y Ortega-Gil (2019), Núñez-Barriopedro et al. (2019) y Sánchez-Vázquez y Sánchez-Ordóñez (2019).

Una vez efectuado este repaso a la literatura científica sobre el tópico relativo a nuestra investigación, se pasa sin más dilación a describir la metodología

empleada. En dicho apartado se esbozará de forma descriptiva las hipótesis estadísticas propuestas en el presente artículo. Ello nos permitirá efectuar posteriormente el correspondiente estudio inferencial.

METODOLOGÍA

El enfoque empleado para la realización del presente texto académico es de tipo cuantitativo y empírico correlacional. Como es sabido, los estudios correlacionales surgen con la finalidad de explorar inferencialmente la existencia de un asociación entre dos factores (Corbetta 2007). Al hilo de lo comentado, se hace preciso señalar que este artículo persigue fundamentalmente averiguar si las variables independientes religión y estado civil muestran una influencia de causalidad en la variable dependiente felicidad para el colectivo de los emprendedores españoles. Desde esta perspectiva, este trabajo se plantea las dos siguientes hipótesis de investigación:

1. *H1: La religión influye en la felicidad de los emprendedores.*
2. *H2: El estado civil influye en la felicidad de los emprendedores.*

Los datos primarios de este estudio proceden del Barómetro efectuado por los técnicos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), dependiente del Ministerio de la Presidencia en España, durante el mes de septiembre del 2018. Dicho trabajo se caracteriza, por un lado, por ser de ámbito nacional y poseer una muestra de 2.972 individuos mayores de edad y de ambos sexos (dentro de esta población 536 personas corresponde a la categoría de emprendedor). Y por otro, por usar un procedimiento de selección de muestreo de tipo polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios[1]) y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, y unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad. Asimismo, el error muestral ha sido del ± 1,8% para la muestra completa, con un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas) y p=q. Para la recogida de la información se utilizó el cuestionario de Ander-Egg (1995), ello originó la realización de entrevistas personales en los hogares familiares a lo largo del territorio español.

Antes de seguir avanzando en el desarrollo del presente apartado se hace conveniente detenerse en explicar tres aspectos básicos con respecto a la

[1]Para ello se cruzaron 17 comunidades autónomas con siete categorías de municipios: (1) Menor o igual a 2,000 habitantes; (2) De 2.001 a 10.000; (3) De 10.001 a 50.000; (4) De 50.001 a 100.000; (5) De 100.001 a 400.000; (6) De 400.001 a 1.000.000; y (7) Más de 1.000.000 de habitantes.

metodología empleada. El primero hace referencia a que en el momento de la elaboración de esta investigación la fecha del último barómetro publicado por el CIS que consulta sobre felicidad se hizo en el mes de septiembre de 2018. El segundo que, de acuerdo con el diseño de la pregunta número 38 del cuestionario, los autores de este trabajo consideran que la variable emprendedor debe estar integrada por las siguientes categorías: empresario o profesional con asalariados, profesional o trabajador autónomo (sin asalariado) y miembro de una cooperativa. Y por último, apuntar que nuestro análisis de datos se ha llevado a cabo mediante el software estadístico SPSS 25 (Verma 2013). En este sentido, hemos de indicar que las variables observables del presente trabajo -como se muestra en la tabla 1-, son: emprendedor (P38), religión (P33), estado civil (P34) y felicidad (P6).

Tabla 1. Variables observables de la investigación

Variables	Ítem del cuestionario	Rango/Valores
Situación profesional: emprendedores	P38: Situación profesional del participante.	- Empresario o profesional con asalariados. -Profesional o trabajador autónomo (sin asalariados). - Miembro de una cooperativa.
Autodefinición en materia religiosa	P33: ¿Cómo se define Ud. en materia religiosa: católico, creyente de otra religión, no creyente o ateo?	- Católico. - Creyente de otra religión. - No creyente. - Ateo.
Estado civil	P34: ¿Cuál es su estado civil?	- Casado. - Soltero. - Viudo. - Separado. - Divorciado.
Grado de Felicidad	P6: En términos generales, ¿en qué medida se considera Ud. una persona feliz o infeliz?	0: Completamente infeliz. 10: Completamente feliz.

Fuente: Barómetro de septiembre del CIS (2018). Elaboración propia, 2020.

RESULTADOS

RELACIÓN FELICIDAD-RELIGIÓN

Los estadísticos descriptivos de media y desviación típica que se muestran en la tabla 2 exponen, por un lado, que el grado de felicidad media del colectivo de los emprendedores en España es considerablemente alto, mayor a 7,5 puntos, aunque con una desviación típica superior a la unidad. Y por otro, que tal y como se va pasando por las diferentes categorías, desde ser católico hasta ser ateo, se van teniendo medias de felicidad levemente superiores. No obstante, hay que ser cautos en este sentido, pues las poblaciones son muy dispares en número según las categorías. Esto viene motivado porque los que se definen católicos son el grupo mayoritario de la población muestral (72%). Dicho colectivo se caracteriza, entre otras cosas, por poseer la menor desviación típica de los estratos analizados (católico, creyentes de otra religión, no creyente y ateo), esto es, ser más estables en su percepción del nivel de felicidad.

Tabla 2. Estadística descriptiva según autodefinición en religión de los emprendedores españoles

	Media	Desv. Típica	N
Católico	7,42	0,087	386
Creyente de otra religión	7,67	0,745	8
No creyente	7,72	0,182	87
Ateo	7,82	0,162	55
Total	**7,53**	**1,658**	**536**

Elaboración propia, 2020.

Con el fin de explorar si existe una relación de causalidad entre las variables religión y felicidad en el colectivo de los emprendedores, se optó por aplicar en primer lugar un análisis de correlación. Los resultados obtenidos señalan la existencia de una baja asociación positiva (rho=0,088 para Pearson, y 0,077 para Spearman, y p<0,005 en Pearson), como se puede observar en la tabla 3.

Tabla 3. Coeficiente de Pearson y Spearman: Felicidad- Religión en Emprendedores (España)

		Felicidad	Religión
Felicidad	Coeficiente de Pearson	1	,088*
	Sig. (bilateral)		,041
Religión	Coeficiente de Pearson	,088*	1
	Sig. (bilateral)	,041	
Felicidad	Coeficiente de Spearman	1	,077
	Sig. (bilateral)		,076
Religión	Coeficiente de Spearman	,077	1
	Sig. (bilateral)	,076	

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral). Elaboración propia, 2020.

Ambos resultados nos llevaron a efectuar la prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis, puesto que previamente se verificó que las distribuciones no cumplían con los requisitos de normalidad, homocedasticidad y linealidal. No obstante, se complementa con el contraste con ANOVA, dado que el número de registros supera con creces el centenar. La significación (bilateral) es de 0,294 para Kruskal-Wallis y de 0,208 para ANOVA (tabla 4).

Tabla 4. Test Kruskal-Wallis y ANOVA; Felicidad- Religión en los emprendedores españoles

Kruskal-Wallis			
Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
La distribución de Escala de felicidad personal (0-10) es la misma entre las categorías de Religiosidad de la persona entrevistada.	Kruskal-Wallis para muestras independientes	0,294	Retener la hipótesis nula

ANOVA					
Escala de felicidad personal (0-10)					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	12,838	3	4,279	1,521	0,208
Dentro de grupos	1508,096	536	2,814		
Total	1520,933	539			

El nivel de significación es de 0,05
Elaboración propia, 2020.

Se pone de manifiesto que no hay una asociación estadísticamente significativa entre ambos indicadores para nuestra población objetivo. Basado en los resultados obtenidos por el uso de esta determinada técnica estadística, se plantea que el factor religión no está vinculado con la felicidad de los emprendedores encuestados. Por tanto, se rechaza la hipótesis H_1: *La religión influye en la felicidad de los emprendedores.*

RELACIÓN FELICIDAD-ESTADO CIVIL

En este subapartado se quiere analizar si el parámetro estado civil (casado, soltero, viudo, separado y divorciado) influye en el grado de felicidad individual de los emprendedores. Si se observa la estadística descriptiva de la tabla 5 se detecta que el estrato de emprendedores solteros presenta la mayor cota de felicidad media de todo el colectivo con un registro de 7,56 puntos. Dicha cifra es mayor en 0,66 puntos al grupo que ostenta el nivel más bajo de felicidad media, que son los emprendedores divorciados (7,06 puntos).

Tabla 5. Estadística descriptiva según el estado civil de los emprendedores españoles

	Media	Desv. Típica	N
Casado	7,56	0,092	308
Soltero	7,72	0,129	151
Viudo	7,08	0,224	51
Separado	7,13	1,060	8
Divorciado	7,06	0,508	18
Total	**7,53**	**1,658**	**536**

Elaboración propia, 2020.

Se procede a efectuar los tests de Pearson y Spearman para la muestra en relación al estado civil de los encuestados. Ambos instrumentos confirman la ausencia de significación estadística entre ambas variables (tabla 6).

Tabla 6. Coeficientes de Pearson y Spearman; Felicidad- Estado Civil en los emprendedores españoles

		Felicidad	Estado Civil
Felicidad	Coeficiente de Pearson	1	-,075
	Sig. (bilateral)		,084
Estado civil	Coeficiente de Pearson	-,075	1
	Sig. (bilateral)	,084	
Felicidad	Coeficiente de Spearman	1	-,0038
	Sig. (bilateral)		,385
Estado civil	Coeficiente de Spearman	-,0038	1
	Sig. (bilateral)	,0385	

Elaboración propia, 2020.

Las correlaciones son muy levemente negativas. En principio, podría pensarse que, a medida que pasamos de la categoría casado (valor 1) a la de divorciado, la felicidad va disminuyendo, aunque muy discretamente. No obstante, tras realizarse los tests estadísticos de Kruskal-Wallis y ANOVA (tabla 7), y tal y como sucedía con la variable religiosa, se puede afirmar, con un cierto grado de robustidad, que no hay una relación de causalidad entre los parámetros estado civil y felicidad. Queda rechazada, por tanto, la hipótesis *H2: El estado civil influye en la felicidad de los emprendedores.*

Tabla 7. Test Kruskal-Wallis y ANOVA; Felicidad- Estado civil en los emprendedores españoles

Kruskal-Wallis

Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
La distribución de Escala de felicidad personal (0-10) es la misma entre las categorías de Religiosidad de la persona entrevistada.	Kruskal-Wallis para muestras independientes	0,102	Retener la hipótesis nula

ANOVA

Escala de felicidad personal (0-10)					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	21,187	4	5,297	1,939	0,103
Dentro de grupos	1450,209	531	2,731		
Total	1471,396	535			

El nivel de significación es de 0,05
Elaboración propia, 2020.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir de la década de la pasada centuria, la literatura académica que ha abordado el estudio de la Economía de la Felicidad ha ido en aumento de forma considerable (Núñez-Barriopedro, et al. 2019). No así los trabajos que analizan, bajo un prisma holístico, la felicidad de los emprendedores españoles durante el siglo XXI (Ribes-Giner et al. 2019; Saiz-Álvarez et al. 2014). Ante esta realidad, este artículo quiere profundizar en el análisis empírico de los factores sociodemográficos que influyen en el bienestar subjetivo de este determinado colectivo. El de los emprendedores es, sin lugar a duda, uno de los capitales humanos más importantes que poseen las sociedades contemporáneas más avanzadas para cultivar tejidos productivos que broten de las semillas de la innovación, el humanismo o la responsabilidad social (López-Regalado et al. 2020; Camisón-Zornoza y Gómez-Grass 2019).

Las personas suelen convertirse en potenciales emprendedores siempre que su venidera actividad empresarial a desarrollar les conlleven una mejora exponencial en su felicidad individual y en su economía familiar (Zhao et al. 2019).

En este sentido, conviene advertir que todavía está por clarificar heurísticamente si el recurso intangible de la felicidad estimula de forma activa el espíritu emprendedor de los ciudadanos (Su, Zhang y Liu 2020; García del Junco et al. 2006). Desde esta perspectiva, y después de revisar la literatura de las principales líneas de investigación sobre la Economía de la Felicidad, el propósito básico de este trabajo ha sido evaluar cuantitativamente el impacto que tienen los vectores religión y estado civil en la felicidad de los emprendedores españoles durante el año 2018. Este estudio estadístico utilizó una muestra de 536 emprendedores o autónomos que fueron extraídos del Barómetro realizado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) en el mes de septiembre. Los resultados alcanzados confirman que ninguno de los dos factores sociodemográficos objeto del presente estudio tienen influencia significativa sobre la felicidad de las personas encuestadas. Hallazgo que no está en sintonía con la literatura revisada, como se ha podido observar a lo largo de las páginas anteriores.

Esta investigación es una de las pocas que analizan inferencialmente los constructos religión-felicidad y estado civil-felicidad en los emprendedores en nuestro territorio. Antes de seguir avanzando en el desarrollo del último apartado de este artículo, no se puede dejar de reconocer que esta obra académica, como cualquier otra, no está exentas de sus correspondientes limitaciones. Entre ellas cabe citar, por un lado, que se trata de un estudio estático en el cual no se tiene en cuenta que la relación de los constructos examinados varía según el paso del tiempo. En el futuro sería interesante llevar a cabo trabajos longitudinales observando la evolución temporal de las asociaciones religión- felicidad y estado civil- felicidad. Y por otro, se da ausencia de modelos econométricos que graviten en torno al bienestar subjetivo de los emprendedores. El citado fenómeno dificulta averiguar los efectos, positivos o negativos, que generan otros indicadores de naturaleza sociodemográfica en la felicidad de estos determinados agentes económicos. Hoy nadie discute que las *startups,* las microempresas y los emprendedores ayudan, no solo a fortalecer el Estado de Bienestar, sino también en la construcción de un capitalismo inclusivo basado en los principios rectores de la igualdad de oportunidades, el *homo happy* y la sostenibilidad medioambiental (Arias y Costas 2016; Konow y Earley 2008).

A pesar de las limitaciones apuntadas en el párrafo anterior, este estudio ofrece implicaciones prácticas para los responsables políticos cuando diseñen políticas activas de empleo destinadas a fomentar proactivamente la cultura emprendedora entre sus ciudadanos. Sería interesante la aparición de nuevos trabajos académicos que aborden el análisis de la felicidad de los emprendedores en otros ecosistemas, con la finalidad de comprobar las hipótesis planteadas a

lo largo de estas páginas. Finalmente, sería conveniente que los futuros estudios de investigación exploren cómo afectan otras variables sociodemográficas, psíquicas y sociales, en el estado de bienestar subjetivo de los emprendedores, los cuales no han podido ser aquí examinados debido a la limitación del contenido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abdel-Khalek, Ahmed M. 2019. "Religiosity and subjective well-being in the Arab context: addendum and extrapolation". *Mental Health, Religion & Culture* 22: 860-869. doi:10.1080/13674676.2019.1687135

Arias, Xosé Carlos, y Costas Antón. 2016. *La nueva piel del capitalismo*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2016.

Bhatnagar, V. R., Singhi, M., y Gupta Rajen K. 2012. "From Performance Management System to Happiness Management System". In *12th IHRM Conference: 10th to 13th December, Management*. Gurgaon: Development Institute.

Binder, Martin, and Coad Alex. 2010. Life Satisfaction and Self-Employment: a Matching Approach. *Small Business Economics* 40: 1009-1033. doi:10.1007/s1187-011-9413-9

Camisón-Zornoza, Cesar, and Gómez-Gras José María (Eds).2019. *Diagnóstico del Espíritu Emprendedor y la actitud ante el emprendimiento de los jóvenes preuniversitarios de la Comunidad Valenciana*. Valencia: Universitat de València.

Centro de Investigación Sociológica (CIS).2018. *Barómetro de octubre de 2018*. http://www.analisis.cis.es/cisdb.jsp (consultado el 16 de octubre de 2020).

Chapman, Bruce, and Guven Cahit. 2016. Revisiting the relationship between marriage and wellbeing: Does marriage quality matter?. *Journal of Happiness Studies* 17: 533-551. doi:10.1007/s10902-014-9607-3

Churchill, Sefa Awaworyi, Samuelson, Appau, and Lisa Farrell.2019. Religiosity, income and wellbeing in developing countries. *Empirical Economics* 56: 959-985. doi:10.1007/s00181-017-1380-9

Corbetta, Piergiorgio. 2007. *Metodología y técnicas de investigación social*. México: Mcgraw-Hill.

Crump, Micah E.S., Singh, Robert P., Wilbon, Anthony D., and Gibbs SherRhondan. 2015. Socio-demographic differences of black versus white entrepreneurs. *Academy of Entrepreneurship Journal* 21: 119-134.

Delle Fave, Antonella., Brdar, Ingrid, Freire, Teresa, Vella-Brodrick, Dianne, and Wissing Marié P. 2011.The eudaimonic and hedonic components of happiness: Qualitative and quantitative findings. *Social indicators research* 100: 185-207. doi:10.1007/s11205-010-9632-5

Diener, Ed, Tay, Louis, and Myers David G. 2011.The religion paradox: If religion makes people happy, why are so many dropping out?. *Journal of Personality and Social Psychology* 101:1278–1290. doi:10.1037/a(H)24402

Foncubierta-Rodríguez, María José, and Sánchez-Montero, Juan Manuel.2019. Hacia la felicidad laboral: Atender motivaciones y eliminar «temores digitales. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía* 9:239-257. doi:10.17163/ret.n18.2019.04

Galiano Coronil, Araceli, and Ortega Gil Manuela. 2019. Marketing social, indicadores de bienestar y ODS. Análisis de la cuenta oficial del gobierno de España@ desdelamoncloa. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía* 9: 219-238. doi:10.17163/ret.n18.2019.03

García del Junco, Julio, Martín Velicia, Félix Antonio, and Álvarez Martínez Pedro. 2006. Los valores personales y su influencia en el espíritu emprendedor. *Boletín de estudios económicos* 61: 471-494.

Huta, Veronika, and Waterman Alan S. 2014. Eudaimonia and its distinction from hedonia: Developing a classification and terminology for understanding conceptual and operational definitions. *Journal of Happiness Studies*, 15:1425-1456. doi:10.1007/51092-013-9485-0

Hmieleski, Keith M., and Leah D. Sheppard. 2019. 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* 34: 709-730. doi:10.1016/ jbusvent.2018.06.006

Joshanloo, Mohsen. 2019. Cultural religiosity as the moderator of the relationship between affective experience and life satisfaction: A study in 147 countries. *Emotion* 19: 629-636. doi:10.1037/emo0000469

Kislev, Elyakim.2018. Happiness, post-materialist values, and the unmarried. *Journal of Happiness Studies* 19: 2243-2265. doi:10.1007/s1092-017-9921-7

Konow, James, and Joseph Earley. 2008. The hedonistic paradox: is homo economicus happier?. *Journal of public Economics* 92: 1-33.doi:10.101 6/j.jpubeco.2007.04.006

López-Regalado, Martha. E., Ahumada-Tello. Eduardo, and Ravina-Ripoll Rafael. 2020. Responsabilidad Universitaria desde la perspectiva del Happiness Management. El caso de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma Baja California (Tijuana-México) *Revista Espacios* 41: 26.

Lawrence, Elizabeth. M., Rogers, Richard. G., Zajacova, Anna, and Wadsworth Tim.2019. Marital happiness, marital status, health, and longevity. *Journal of Happiness Studies* 20: 1539-1561. doi:10.1007/s11205-010-9632-5

Leija, Humberto Charles, Sánchez-Rodríguez, Rogelio, Ramírez-Jaramillo, Ana Laura., and Aguirre-Peña Jonathan.2019. Entrepreneurs in Mexico, an approach to their quality of life. *Dimensión empresarial* 17: 1-11.doi:10.15665/dem.v17i3.1646empresarial/article/view/1646

Mahadea, Darma, and Shau, Ramroop. 2015. Influences on happiness and subjective well-being of entrepreneurs and labour: Kwazulu-Natal case study. *South African Journal of Economic and Management Sciences* 18: 245-259.doi:10.17159/2222-3436/2015/v18n2a8

Medvedev, Oleg N., and C. Erik Landhuis.2018. Exploring constructs of well-being, happiness and quality of life. *PeerJ* 6: e4903.doi:10.7717/peerj.4903/supp-1

Minkov, Michael, Christian, Welzel, and Michael Schachner.2020. Cultural evolution shifts the source of happiness from religion to subjective freedom. *Journal of Happiness Studies* 21:2873-2888. doi:10.1007/s10902-019-00203-w

Mora, Fernando Esteve.2014. La Economía de la Felicidad: nuevos elementos para la crítica del liberalismo económico. In *Filosofía y economía de nuestro tiempo: orden económico y cambio social*, Ministerio de Educación y Ciencia, 107-158. Madrid: Secretaría General y Técnica del Ministerio de Educación y Ciencia, 2014.

Ngoo, Yee, Ting, Nai, Peng, Tey, and Eu Chye, Tan. "Determinants of life satisfaction in Asia." *Social Indicators Research* 124, n.º1 (2015): 141-156. doi:10.1007/s11205-014-0772-x

Núñez-Barriopedro, Estela, Ravina-Ripoll, Rafael, and Ahumada-Tello Eduardo. 2020. Happiness perception in Spain, a SEM approach to evidence from the sociological research center. *Quality & Quantity* 54:761-779. doi:10.1007/s11135-019-00955-w

Peiró, Amado.2006. Happiness, satisfaction and socio-economic conditions: Some international evidence. *The Journal of Socio-Economics* 35: 348-365. doi:10.1016/j.socec .2005.11.042

Ravina-Ripoll, Rafael, Ahumada Tello, Eduardo, and Gálvez, Edgar Fernando. 2019. La felicidad como predictor del rendimiento académico de los estudiantes universitarios.: Un análisis comparativo entre México y España. *Cauriensia* 14: 407-426.

Ravina-Ripoll, Rafael, Marchena Domínguez, José, and Montañez Del Rio Miguel Ángel. 2019. Happiness Management in the age of Industry 4.0. *Retos Journal of Administration Sciences and Economics* 9:183-194. doi:10.17163/ret.n18.2019.01

Ribes-Giner, Gabriela, Moya-Clemente, Ismael, Cervelló-Royo, Roberto, and Perello-Marín M.Rosario. 2019. Wellbeing indicators affecting female

entrepreneurship in OECD countries. *Quality & Quantity* 53: 915-933.doi:10.1007/s11135-018-0796-4

Ritter, Ryan S., Preston, Jesse Lee, and Hernández Iván. 2014. Happy tweets: Christians are happier, more socially connected, and less analytical than atheists on Twitter. *Social Psychological and Personality Science* 5: 243-249.doi:10.1177/1948550613492345

Rojas, Mariano. 2009. Economía de la felicidad: hallazgos relevantes respecto al ingreso y el bienestar. *El trimestre económico* 76:537-573.

Ryff, Carol D. 2019. Entrepreneurship and eudaimonic well-being: Five venues for new science. *Journal of business venturing* 34: 646-663. doi:10.1016 /j.jbusvent.2018.09.003

Saiz-Álvarez, José Manuel, Coduras Martínez, Alicia, and Cuervo-Arango Martínez Carlos. 2014. An entrepreneurial well-being model based on GEM data for Spain. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence* 2: 38-47.

Sánchez-Vázquez, Juan Francisco, and Sánchez-Ordóñez Raquel. 2019. Happiness Management»: Revisión de literatura científica en el marco de la felicidad en el trabajo. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía* 9: 259-271. doi:10.17163/ret.n18.2019.05

Senasu, Kalayanee, Arnond, Sakworawich, and Darlene F. Russ-Eft. "Developing Thai happiness index." *Social Indicators Research* 146, nº3 (2019): 425-448.doi:10.1007/s11205-019-02136-6

Stephan, Ute. 2018. Entrepreneurs' mental health and well-being: A review and research agenda. *Academy of Management Perspectives* 32: 290-322.doi:10. 10.5465/amp.2017.0001

Su, Yiyi, A. Zahra, Shaker., Li, Ruí, and Fan Di. 2020. Trust, poverty, and subjective wellbeing among Chinese entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development* 32:221-245. doi:10.1080/08985626.2019.1640483

Su, Xiaohua, Liu, Shengmei, Zhang, Shujun, and Liu Lingling.2020.To Be Happy: A Case Study of Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Process from the Perspective of Positive Psychology. *Sustainability* 12: 584. doi:1 0.3390/su12020584

Tanaka, Shiori, and Koji Tokimatsu.2020. Social Capital, Subjective Well-Being, and Happiness: Evidence from a Survey in Various European and Asian Countries to Address the Stiglitz Report. *Modern Economy* 11: 322-348. doi:10.4236/me.2020.112026

Veenhoven, Ruut.2012.Happiness: Also known as 'life satisfaction' and 'subjective well-being. In *Handbook of social indicators and quality of life research*, eds. Kenneth C. Land, Alex C. Michalos y M. Joseph Sirgy, 63-77. Dordrecht: Springer. doi:10.1007/978-94-007-2421-1_3.

Verma, Jai. Prakash. 2013. *Data analysis in management with SPSS software*. New Dheli: Springer. doi:10.1007/978-81-322-0786-3_7

Vittersø, Joar, Søholt, Yngvil, Hetland, Audun, Thoresen, Irina. Alekseeva, and Røysamb Espen. 2010. Was Hercules happy? Some answers from a functional model of human well-being. *Social Indicators Research* 95:1. doi:10.1007/s11205-009-9447-4

Xiong, Li., Wu, Tingting, Li, Yuan, and Chen Hao.2020. Can the government enhance the happiness of entrepreneurs?: evidence from China. *Journal of the Asia Pacific Economy* 25:227-249. doi:10.1080/13547860.2019.1643694

Zhao, Daping, Jialing Jiang, and Zhichao Yin.2020. Can entrepreneurship bring happiness? Evidence from China. *Economic Modelling* 91: 679-686.doi:10.1016/j.econmod.2019.12.009

Rafael Ravina Ripoll
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Cádiz
Avda. C. Enrique Villegas Vélez 2
11002 Cádiz (España)
https://orcid.org/0000-0001-7007-3123

María-José Foncubierta-Rodríguez
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Campus Bahía de Algeciras - Universidad de Cádiz
Avda.Ramón Puyol s/n
11202 Algeciras (España)
https://orcid.org/0000-0003-3231-5261

Maria Victoria Sanagustin-Fons
Facultad de Empresa y Gestión Pública
Campus Huesca Universidad de Zaragoza
Plaza de la Constitución s/n
22001 Huesca (España)
https://orcid.org/0000-0002-3957-2466