

Gestión de la felicidad y emprendimiento universitario: revisión de la literatura

Happiness management and university entrepreneurship: literature review

Pedro Cuesta-Valiño

Catedrático del Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de Alcalá, España
pedro.cuesta@uah.es
<https://orcid.org/0000-0001-9521-333X>

Pilar Yustres-Duro

Becaria predoctoral de la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad Camilo José Cela, España
pilar.yustres@ucjc.edu
<https://orcid.org/0000-0003-4250-0575>

Laura Melendo-Rodríguez-Carmona

Profesora contratada de la Facultad de Comunicación y Humanidades de la Universidad Camilo José Cela, España
lmelendo@ucjc.edu
<https://orcid.org/0000-0003-1111-1905>

Estela Núñez-Barriopedro

Profesora titular del Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de Alcalá, España
estela.nunezb@uah.es
<https://orcid.org/0000-0002-2292-8147>

Recibido: 14/05/24 **Revisado:** 16/08/24 **Aprobado:** 26/08/24 **Publicado:** 01/10/24

Resumen: el incremento de la importancia del concepto de gestión de la felicidad en los 10 últimos años hace necesario una revisión de la literatura que permita valorar las principales líneas de investigación y posibles gaps. Adicionalmente existe la necesidad de mayor educación empresarial dentro de las universidades. Por lo que el presente trabajo pretende contribuir al avance de gestión de la felicidad en el contexto del emprendimiento universitario, donde se identifican las relaciones existentes entre los constructos gestión de la felicidad y emprendimiento y felicidad y emprendimiento. En este trabajo se hace una revisión de la literatura, donde a través de cinco procesos de filtrado se llega a un total de 391 artículos seleccionados como objeto de estudio. Posteriormente se debate sobre el estado de la cuestión y se identifican las áreas temáticas de investigación del emprendimiento universitario en relación con la gestión de la felicidad, las cuales son: el análisis de la gestión y organización empresarial, modelos de negocio, tipos de emprendimiento, financiación y capacidades y formación como temáticas más destacadas. Por último, se mencionan las aportaciones de este estudio al estado de la cuestión y las conclusiones alcanzadas, determinando, mediante la identificación de las distintas áreas de temáticas, la hoja de ruta para la implementación de futuras estrategias de gestión de la felicidad dentro de los emprendimientos en la universidad.

Palabras clave: emprendimiento, desarrollo económico, satisfacción laboral, economía urbana, rural y regional, actividad económica regional: crecimiento, desarrollo, cuestiones medioambientales, cambio.

Cómo citar: Cuesta-Valiño, P., Yustres-Duro, P., Melendo-Rodríguez-Carmona, L. y Núñez-Barriopedro, E. (2024). Gestión de la felicidad y emprendimiento universitario: revisión de la literatura. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 14(28), 261-275. <https://doi.org/10.17163/ret.n28.2024.05>

Abstract: the increasing importance of the concept of happiness management in the last 10 years makes it necessary to review the literature to assess the main lines of research and the possible gaps. Additionally, there is a need for more business and entrepreneurship education within universities. Therefore, this paper aims to contribute to the advancement of happiness management in the context of university entrepreneurship, where the existing relationships between the constructs happiness management and entrepreneurship and happiness and entrepreneurship are identified. In this work a literature review is made, where through five filtering processes a total of 391 articles selected as object of study are reached. Subsequently, the state of the art is discussed and the thematic areas of research on university entrepreneurship in relation to happiness management are identified, which are: the analysis of management and business organization, the business models, the types of entrepreneurs, the financing and the capabilities and training as the most prominent topics. In the end, the contributions of this study to the state of the art and the conclusions reached are mentioned, determining, through the identification of the different thematic areas, the roadmap for the implementation of future happiness management strategies within university entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship, economic development, job satisfaction, urban, rural, and regional economics, regional economic activity: growth, development, environmental issues, changes.

Introducción

Este trabajo consiste en una revisión de la literatura sobre el emprendimiento en la universidad y como el “happiness management” influye en la actividad emprendedora. Su punto de partida son anteriores revisiones de la literatura (Alonso-García *et al.*, 2021; Ravina-Ripoll *et al.*, 2023; Cuevas-Estrada y Sánchez-Bayón, 2024; Sierra-Casanova *et al.*, 2024; Melendo Rodríguez-Carmona *et al.*, 2024).

La gestión de la felicidad se ha convertido en un elemento indispensable dentro del funcionamiento de la empresa, puede aplicarse en diversas áreas o departamentos y sirve para impulsar el crecimiento empresarial. También es importante resaltar que se ha incrementado la demanda de formación relacionada con el emprendimiento dentro de la Universidad (Piperopoulos y Dimov, 2015). Esta necesidad surge por la dificultad que tiene la constitución de una empresa para los posibles emprendedores, quienes escasean en la formación y conocimiento necesario en materia empresarial (Martínez Martín *et al.*, 2019), es decir, aun teniendo una idea de negocio innovadora y potencialmente exitosa, se percibe como difícil emprender, especialmente si es en el mundo rural (Martínez-Campillo *et al.*, 2019). Frente a esto y con una orientación universitaria adecuada se coloca al estudiante en el corazón del ecosistema empresarial, para que tome decisiones e incida en la actividad empresarial (Audretsch y Belitski, 2017).

En línea con lo anterior, Ruiz-Navarro *et al.* (2021) encuentran que un 11,6 % de los estudiantes universitarios nacientes y un 20,8 % de los estudiantes universitarios consolidados tienen

intención de emprender. Esto es debido al efecto mediador de la proactividad y el optimismo que se ha dado desde el 2022, aumentando la intención emprendedora (Cardella *et al.*, 2024). Esta situación evidencia la necesidad de apoyar a la educación empresarial en las universidades, donde la mano de obra con formación académica alta se convierte en el núcleo de la innovación y transferencia de conocimiento de la economía actual (Ravina-Ripoll *et al.*, 2017). Es aquí donde las universidades aumentan su rango de actuación asumiendo nuevas misiones y relaciones para contribuir al desarrollo económico y social del territorio en el que operan con base en la innovación y el espíritu emprendedor (González Moreno *et al.*, 2019), fomentando la gestión de la felicidad dentro de la empresa y lo que esta gestión puede aportar a empresarios y trabajadores.

Conviene subrayar lo expuesto por La Rubia *et al.* (2021) y Bel Durán *et al.* (2023), quienes resaltan la necesidad de fomentar la cultura emprendedora en todas las etapas educativas, dado que cuando los alumnos llegan a la universidad es demasiado tarde para fomentar dicha cultura. Asimismo, es fundamental, orientar las carreras que no tengan una vinculación directa con las ciencias empresariales hacia la inclusión de módulos formativos sobre emprendimiento dentro de su programación (Salas-Velasco, 2023) y hacerlo con formación especializada en los distintos requerimientos para ser emprendedor, así como en la forma de gestionar la felicidad dentro de su vida laboral, esto como una tendencia nueva dentro de las ciencias de la gestión.

Todo lo anterior demuestra cómo el espíritu empresarial gana fuerza y cómo la gestión de la

felicidad a su vez adquiere protagonismo, viéndose involucrada en distintas partes de la empresa, como en estrategias de marketing social (Elías Zambrano *et al.*, 2021; Jiménez-Marín *et al.*, 2020). Otra manera de tratar la gestión de la felicidad sería centrando sus esfuerzos en incentivar la creatividad y la innovación (Ravina-Ripoll *et al.*, 2019). Además, este concepto de la gestión de la felicidad también se liga con la gestión del talento humano (Ravina-Ripoll *et al.*, 2021a) de la empresa teniendo muy presente el capital del personal. También se considera la gestión de la felicidad un elemento de progreso económico (Ravina-Ripoll *et al.*, 2022), ya que impulsa complejas acciones productivas o de sostenibilidad dentro de la empresa.

A continuación, se presenta, en primer lugar, el cambio económico tradicional y el emprendimiento y la gestión de la felicidad en este; después, los criterios de selección del corpus; después, se exponen los debates; a continuación, las aportaciones en el estado de la cuestión y, por último, las conclusiones.

Cambio económico tradicional y emprendimiento

El apoyo y fomento del espíritu emprendedor en la universidad es una acción para avanzar en el cambio de modelo económico tradicional, al permitir el crecimiento de un reciente tejido productivo más innovador e intensivo en el uso de tecnologías y competitivo internacionalmente (La Rubia *et al.*, 2021). Esta acción emprendedora dentro de la universidad puede darse desde el enfoque académico y el universitario. Las diferencias entre ambos enfoques emprendedores son: la asunción de riesgos por parte del empresario, el esfuerzo organizativo y que el objeto de emprendimiento ha de ser una tarea innovadora (Abreau y Grinevich, 2013). Ambos enfoques se caracterizan por la limitación de recursos con los que cuenta la propia universidad (Bezanilla *et al.*, 2020) que serán con los que tendrán que desarrollar su proyecto.

Por un lado, está el emprendimiento académico (Abreau y Grinevich, 2013) definido como un acto que va más allá de los roles académicos

tradicionales de enseñanza y/o investigación, entendiéndose como una actividad innovadora, que conlleva un riesgo y que aporta recompensas financieras para el académico o la institución en la que trabaja. También, se amplía la definición para que enfatice el valor comercial del emprendimiento con el carácter social de la tarea emprendedora, para dotar de un mayor valor intangible al emprendimiento académico, como el estímulo del aprendizaje en entornos emprendedores, la sostenibilidad de las instituciones, etc. Este tipo de emprendimiento facilita la transferencia académica y la creación de *spin-offs* universitarias (Vega Gómez *et al.*, 2019).

Además, existe el emprendimiento universitario, que cada vez gana más peso (Bel Durán *et al.*, 2023), está liderado por la masa estudiantil, resulta interesante en universidades con menos capacidad de investigación al centrar su enfoque en la creación de empresas por parte de sus estudiantes (Siegel y Wright, 2015). Se fomentan los talleres empresariales y complementos formativos que incentivan el emprendimiento y el espíritu empresarial (Escalante Castro *et al.*, 2024). La universidad emprendedora perfecciona la universidad de investigación al unir la búsqueda de soluciones de los problemas de la industria y la sociedad con el ámbito académico (Etzkowitz, 2017) utilizando el modelo de investigación básica con el que trabaja tradicionalmente la universidad.

Las empresas nacidas en la universidad se entienden como genuinamente innovadoras, no solo por nacer de grupos de investigación sino por transferir el conocimiento de la universidad a la sociedad (Bel Durán *et al.*, 2023), por ejemplo, la implementación de la realidad virtual en un negocio puede afectar a los consumidores, creando un valor experiencial (Li *et al.*, 2023). Además, la universidad emprendedora adquiere un fuerte carácter social, entendiendo que la generación de riqueza que se produzca a través de esta función tiene que contribuir a la creación de valor social (Bel Durán *et al.*, 2023), lo que llevaría a considerar al emprendimiento el motor de la innovación y crecimiento social (Ward *et al.*, 2019; Aparicio *et al.*, 2021) de un país. Se puede considerar a los emprendedores como una fuente de innovación,

creación de empleo, adopción de prácticas responsables y promotores del concepto empresas sostenible (Boscán Carroz *et al.*, 2023).

Gestión de la felicidad en el emprendimiento

El cambio social que busca producir el emprendimiento se refleja en la creación de empleo, crecimiento económico, impulso de la productividad, aumento de la competitividad, incentivación de las empresas a mejorar la eficiencia y la introducción de la innovación (Mortan *et al.*, 2014; Robb y Robinson, 2014). Este cambio social al afectar a las personas se liga con la gestión de la felicidad dentro del ecosistema emprendedor. La empresa busca adaptarse a la sociedad al adoptar estrategias de gestión de la felicidad orientadas a las cambiantes demandas sociales. Por ejemplo, a través de la creación de empresas sociales (Bull y Ridley-Duff, 2019) que desafían la conceptualización tradicional de la empresa en aras de una orientación moral del sistema económico y del valor social que esta genera. Otro ejemplo es el “*ecopreneurship*” orientado al desarrollo sostenible (Del Brío González *et al.*, 2022).

Estos movimientos se enmarcan en la “economía verde” que otorga especial entidad al carácter sostenible de la actividad productiva para preservar los ecosistemas (González-Argote *et al.*, 2024). La economía verde se ve influenciada por los cambios comportamentales de los consumidores, ya que, se está produciendo un aumento en la preferencia de los clientes por marcas sostenibles (Ravina-Ripoll *et al.*, 2021b). La “economía verde” también se extrapola al ámbito de los recursos humanos junto con la gestión de la felicidad (Martínez-Falcó *et al.*, 2024), evidenciando que estas prácticas perfeccionan el compromiso laboral, bienestar de los empleados y rendimiento sostenible.

Además, la implementación y el uso de la cultura sostenible de la organización orientada a prácticas de responsabilidad social corporativa puede hacer que se alcance un mayor nivel de desempeño financiero y que la propia empresa escale puestos dentro del ranking empresarial (Pinzón-Castro y Maldonado-Guzmán, 2023).

También, este tipo de proyectos causa un efecto directo dentro del crecimiento regional del sitio en el que se desarrollan, contribuyendo al incremento de la riqueza regional (Aparicio *et al.*, 2023).

Resulta interesante incentivar aspectos sostenibles o de responsabilidad social corporativa dentro de la empresa para influenciar en la felicidad tanto de la propia empresa como del consumidor (Cuesta-Valiño *et al.*, 2023a), al ser coherentes con los actuales valores y fines sociales que busca el emprendedor. Esta felicidad del consumidor, provocada por ver satisfechas sus demandas sociales y sostenibles, influye en su lealtad y supone una alineación con la gestión de la felicidad de la empresa, ya que incentiva la adopción de hábitos o conductas sociales y sostenibles dentro de la organización para satisfacer las demandas de sus consumidores (Gutiérrez-Rodríguez *et al.*, 2023).

Asimismo, se entiende que el inicio de la actividad emprendedora genera una utilidad procesal o procedimental (Frey y Benz, 2003; Kautonen *et al.*, 2015), es decir, siguiendo con la línea de conseguir un fin más allá del económico, se trabaja con un enfoque orientado a los resultados de bienestar. Así, se puede identificar que el hecho de ser emprendedor, trabajando en jerarquías reducidas, puede aumentar la felicidad en el trabajo, lo que se relaciona con una mejor comunicación interna de estas empresas ya que se ha demostrado una vinculación estrecha entre la felicidad y esta (Castro-Martínez y Díaz-Morilla, 2020). Al igual que puede ser beneficioso trabajar la comunicación de la empresa en general, el contenido informativo de calidad por redes sociales puede ser muy eficaz, impactando directamente en la intención de compra y la lealtad de los consumidores (Çil *et al.*, 2023). Además, utilizar técnicas de comunicación y marketing de contenidos por parte de la empresa crea valor funcional, social y emocional a nivel consumidor (Repovienė y Pažeraitė, 2023).

Otro de los aspectos que puede aumentar la felicidad del emprendedor es la autonomía, entendiéndola también como la autoorganización individual (Shir *et al.*, 2019; Rosenblat y Stark, 2016), ya que se consideran “sus propios jefes”, esta característica se tiene en tan alta estima que

compensa con creces las dificultades asociadas al trabajo por cuenta propia (Binder y Coad, 2010), además los emprendedores también se caracterizan por su mentalidad compartida, talento, innovación y flexibilidad en el trabajo (Ravina-Ripoll *et al.*, 2017; Teece, 2014a), lo que también se entiende como componentes fundamentales del salario emocional (Madero-Gómez *et al.*, 2021). Este salario emocional tiene un impacto directo sobre la felicidad en el trabajo y, además, media entre la justicia organizativa y la felicidad en el trabajo, por lo que se vuelve un elemento fundamental dentro de la gestión de la felicidad (Ravina-Ripoll *et al.*, 2024).

También, la felicidad derivada de las particularidades emprendedoras puede contribuir a

maximizar los logros del propio sujeto y los de la organización (Cuesta-Valiño *et al.*, 2023b; Stam *et al.*, 2014). Por lo tanto, el “*happiness management*” dentro del entorno empresarial, a través de empresas sociales (Battilana *et al.*, 2015) o sostenibles, por ejemplo, puede generar beneficios a nivel personal y profesional dentro de los empleados y empleadores, pero que repercuten en la entidad en la que estas personas trabajan (Ravina-Ripoll *et al.*, 2022; Rando-Cueto *et al.*, 2023) lo que terminaría incrementando la calidad de vida de la población en general.

La tabla 1 sintetiza la relación entre los constructos objeto de estudio, la gestión de la felicidad con el emprendimiento y la felicidad con el emprendimiento.

Tabla 1

Análisis de la relación entre la gestión de la felicidad-emprendimiento y felicidad- emprendimiento

Constructos relacionados	Relación entre constructos
Gestión de la felicidad- emprendimiento	En los emprendimientos la gestión de la felicidad tiene un papel crucial, ya que se aplica a conceptos como el salario, el horario, la autonomía del emprendedor, entre otros.
Felicidad-emprendimiento	La felicidad dentro de los emprendimientos se ve reflejada en los resultados del emprendimiento, debido a que el bienestar del emprendedor repercute en los beneficios de la empresa.

Criterios de selección del corpus

Con el propósito de contribuir al estudio de la gestión de la felicidad dentro del contexto del emprendimiento universitario se realiza una revisión sistemática de la literatura. Para ello se sigue una metodología PRISMA donde se recaban datos de la base de datos Web of Science el 17 de junio de 2024. Los criterios de búsqueda se basan en escoger artículos que contuvieran como Topic: “*happiness management*” AND “*entrepreneur*” AND “*university*” AND “*happiness management*” OR “*happiness at work*” OR “*workplace happiness*” OR “*happiness*” OR “*happiness index*” OR “*employee happiness*” OR “*entrepreneur happiness*” OR “*subjective happiness*” AND “*wellbeing management*” OR “*wellbeing at work*” OR “*wellbeing happiness*” OR “*wellbeing*” OR “*wellbeing index*” OR “*employee wellbeing*” OR “*entrepreneur wellbeing*” OR “*subjective wellbeing*” AND “*well-being management*” OR

“*well-being at work*” OR “*well-being happiness*” OR “*well-being*” OR “*well-being index*” OR “*employee well-being*” OR “*entrepreneur well-being*” OR “*subjective well-being*” AND “*entrepreneur*” OR “*entrepreneurial*” OR “*entrepreneurship*” OR “*entrepreneurs*” OR “*university entrepreneur*” OR “*university entrepreneurial*” OR “*university entrepreneurship*” OR “*university entrepreneurs*”.

Posteriormente se realiza un primer filtrado en el que se limita por *Document type*, *Article*. Después se filtra por segunda vez por idioma limitando a inglés y español la búsqueda y también se hace un tercer filtrado por fecha de publicación, del 2014-2024, debido a que es el periodo en el que se ha identificado el grueso de los artículos de esta temática.

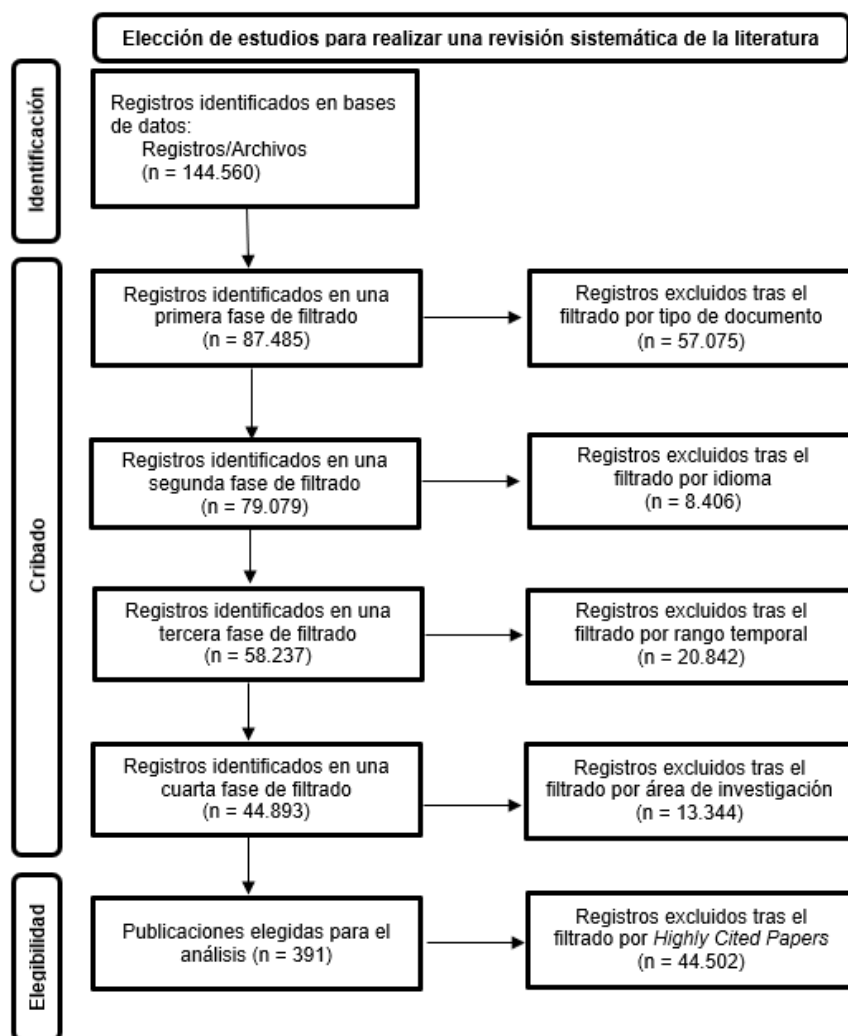
Más adelante se vuelve a filtrar por cuarta vez por Área de investigación: *Business*, *Economics*, *Behavioral Sciences*, *Social Issues*, *Social Sciences* *Other Topics*, *Social Work* y *Development Studies*. Y,

por último, se hace un quinto filtro por Highly Cited Papers. Tras este proceso de búsqueda se obtienen 391 artículos. A continuación, se inclu-

ye un diagrama de flujo para explicar de forma visual el proceso de búsqueda y filtrado de los artículos (ilustración 1).

Ilustración 1

Diagrama de flujo de la revisión sistemática de la literatura



Debates en el estado de la cuestión

A continuación, se describen los artículos seleccionados a fin de determinar cuáles son las áreas temáticas que abordaron el tema en cuestión, con el fin de exponer las contribuciones principales y la aplicación de estos artículos al objeto de estudio. Por razones de espacio se realiza una tabla donde se sintetizan los artículos más rele-

vantes de esta revisión según su número de citas y área temática, y las principales contribuciones y aplicaciones de la gestión de la felicidad en el emprendimiento universitario.

Áreas temáticas

Con el análisis de esta sección se pretende exponer cuáles son las áreas que suscitan más interés en el estudio de la gestión de la felicidad en el emprendimiento universitario. En la tabla

2 se pueden ver las distintas áreas ordenadas por número de artículos, gestión y organización empresarial agrupa 181 artículos de los 391, lo que representa el 46,29 % del total, modelos de negocio incluye 66 artículos, 16,88 % del total, tipos de

emprendimiento cuenta con 59 investigaciones, 15,09 % del total, financiación empresarial tiene 44 estudios, 11,25 % del total, y capacidades y formación incluye 41 artículos, 10,49 % del total.

Tabla 2

Áreas temáticas por número de artículos y porcentaje del total de los 391 artículos

Área temática	Número de artículos	Porcentaje del total
Gestión y organización empresarial	181	46,29 %
Modelos de negocio	66	16,88 %
Tipos de emprendimiento	59	15,09 %
Financiación empresarial	44	11,25 %
Capacidades y formación	41	10,49 %

Nota. Elaboración propia a través de la revisión de 391 artículos.

La gestión y la organización empresarial es el área temática más relevante en este estudio, incluye 181 artículos de los 391 que se han analizado. Se muestran los aspectos relacionados con la creatividad y la innovación y métodos de evaluación de las distintas estrategias de gestión y organización empresarial, donde se identifica la oportunidad para implementar estrategias de gestión de la felicidad de una forma más concreta y eficaz. También se exponen cuáles son los pasos para aventurarse a la internacionalización y se estudia la creación de sentido empresarial, identificando sentimientos, emociones y procesos que están involucrados en

la creación de sentido en una empresa. Estos trabajos dan un punto de vista desde el cual tratar la gestión de la felicidad desde la empresa

En la tabla 3 se identifican los tres artículos más relevantes dentro de esta área, se puede ver cómo se busca crear una referencia para la gestión y organización empresarial, la creatividad, innovación, creación de sentido y aplicar métodos experimentales dentro de este campo. Asimismo, se proporcionan una serie de propuestas de aplicación de la gestión de la felicidad para cada uno de estos contextos.

Tabla 3

Artículos más citados de gestión y organización empresarial, contribución principal y aplicación de la gestión de la felicidad en el emprendimiento de los artículos más citados de la revisión de la literatura

Autores	N.º citas	Contribución principal	Aplicación de la gestión de la felicidad en el emprendimiento
Zupic y Čater (2015)	2420	Ser una fuente de referencia para especialistas en gestión y organización empresarial.	Detectar con rapidez nuevos temas emergentes en cuanto a la gestión de la felicidad en el emprendimiento.
Anderson <i>et al.</i> (2014)	2023	Identificación de los temas principales en materia de creatividad e innovación organizacional.	Introducir la gestión de la felicidad dentro de la creatividad y la innovación organizacional.
Maitlis y Christianson (2014)	1391	Creación de sentido para afrontar problemas dentro de una organización.	Se identifican emociones, procesos cognitivos, etc. dentro del proceso de crear sentido en la organización, en nuestro caso sería extrapolable a la emoción de felicidad y a la gestión de esta dentro de la empresa.

Nota. Elaboración propia a través de la revisión de 391 artículos.

En la segunda área temática más destacada se encuentran los artículos orientados a conocer más

sobre los modelos de negocio, aquí se incluyen 66 de los 391 artículos analizados. Se estudia cómo

los factores afectan en los modelos de negocio, ya sean asuntos sociales, relacionados con la transformación digital o de otra índole y que cada vez ganan más validez dentro del planteamiento de modelo de negocio. También se encuentran distintas preocupaciones como el efecto de cambios y corrientes actuales en la economía, como el impacto del coronavirus dentro de la economía o cómo les ha afectado a las empresas esta nueva realidad.

En la tabla 4 se encuentran las tres investigaciones más relevantes del estudio de los modelos de negocio, entre estos se encuentran los que profundizan en la innovación en los modelos de negocio, la composición del ecosistema emprendedor, la economía colaborativa y el efecto de crear Sistemas Nacionales de Emprendimiento. En la tabla 4 se muestra cómo estos estudios pueden contribuir a la aplicación de la gestión de la felicidad en el emprendimiento.

Tabla 4

Artículos más citados de modelos de negocio, contribución principal y aplicación de la gestión de la felicidad en el emprendimiento de los artículos más citados de la revisión de la literatura

Autores	N.º citas	Contribución principal	Aplicación de la gestión de la felicidad en el emprendimiento
Foss y Saebi (2017)	1179	Estudio sobre la innovación de modelos de negocio aplicado orientado a la gestión empresarial.	Incluir la gestión de la felicidad dentro de la innovación de modelos de negocio.
Spigel (2017)	989	Estudian la composición del ecosistema emprendedor.	Estudiar el ecosistema emprendedor desde la perspectiva de la gestión de la felicidad.
Martin (2016)	889	Analizar la economía colaborativa.	Considerar los factores de gestión de la felicidad que componen la economía colaborativa.

Nota. Elaboración propia a través de la revisión de 391 artículos.

La tercera área temática es la que estudia los tipos de emprendimiento. En esta área se encuentran 59 artículos de los 391. Analiza los tipos de emprendimiento y cómo ganan protagonismo las empresas de carácter social, digitales y sostenibles. Estos artículos evidencian la necesidad de gestionar este tipo de organizaciones con la singularidad que merecen dando lugar al uso de estrategias de gestión de la felicidad desde estas empresas.

Además, en la tabla 5 se ubican los artículos más destacables dentro de esta área temática, resaltando el emprendimiento digital, social, híbrido y el nuevo concepto de emprendimiento dentro de una empresa grande. Identificar estas contribuciones a la literatura pretende exponer ejemplos sobre cómo y de qué manera la gestión de la felicidad puede aplicarse dentro de cada tipo de emprendimiento.

Tabla 5

Artículos más citados de tipos de emprendimiento, contribución principal y aplicación de la gestión de la felicidad en el emprendimiento de los artículos más citados de la revisión de la literatura

Autores	N.º citas	Contribución principal	Aplicación de la gestión de la felicidad en el emprendimiento
Nambisan (2017)	1155	Estudio del emprendimiento digital.	Ver cómo la gestión de la felicidad puede introducirse dentro del emprendimiento digital.
Battilana y Lee (2014)	1086	Análisis sobre las organizaciones híbridas con especial foco en las empresas sociales.	Utilizar la gestión de la felicidad como herramienta para afrontar los desafíos organizativos de carácter social.
Doherty <i>et al.</i> (2014)	1015	Estudiar la empresa social a través de la organización híbrida.	Estudiar cómo se implementa la gestión de la felicidad dentro de la empresa social.

Nota. Elaboración propia a través de la revisión de 391 artículos.

La cuarta área temática comprende 44 artículos de los 391 que se han analizado y estudia la

financiación empresarial. Buscan extrapolar la creación de beneficios en las primeras partes del

emprendimiento para generar beneficios sociales tanto para el emprendedor como para el financiador, gestionando de esta manera la felicidad a diferentes niveles del proceso emprendedor.

En la tabla 6 se encuentran los tres artículos más relevantes dentro de esta área. Estos desta-

can la importancia del *crowdfunding*, el impulso de los mercados financieros, el capital social y la estructura de capital dentro de las empresas. Además, se incluyen ejemplos de aplicación concreta de la gestión de la felicidad vinculados con los estudios analizados.

Tabla 6

Artículos más citados de financiación empresarial, contribución principal y aplicación de la gestión de la felicidad en el emprendimiento de los artículos más citados de la revisión de la literatura

Autores	N.º citas	Contribución principal	Aplicación de la gestión de la felicidad en el emprendimiento
Belleflamme <i>et al.</i> (2014)	1381	Analizar el <i>crowdfunding</i> como método de financiación emprendedora.	Implementar mecanismos de gestión de la felicidad dentro de las primeras etapas de vida de una empresa, tratando de generar beneficios comunes para los financiadores y para el emprendedor.
Ahlers <i>et al.</i> (2015)	1000	Investigar para ver cómo se introducen pequeños inversores en un <i>crowdfunding</i> .	Atraer inversiones a través de la aplicación de la gestión de la felicidad.
Hsu <i>et al.</i> (2014)	964	Investigan el desarrollo de los mercados financieros en la innovación tecnológica.	Aplicar la gestión de la felicidad a la innovación tecnológica dentro de los mercados financieros.

Nota. Elaboración propia a través de la revisión de 391 artículos.

Por último, se encuentra el área temática de capacidades y formación donde se identifican 41 artículos de los 391 analizados. En esta área se evidencia que el capital humano ha ganado relevancia dentro de la literatura de la gestión de la felicidad en el emprendimiento, volviéndose fundamental vigilar las capacidades y formación de los emprendedores y sus trabajadores. Su adaptación al cambio y la adecuación de estos a las nuevas exigencias empresariales, en todo momento poniendo el foco en el bienestar individual del trabajador o emprendedor, para identificar las capacidades con las que cuentan y las carencias o limitaciones para

ayudarles a superarlas y que se encuentren bien en su puesto de trabajo. También se muestra el papel de las universidades como promotoras del espíritu emprendedor dentro del entorno académico y del fomento de la intención emprendedora.

La tabla 7 expone los tres artículos principales dentro de esta área, en ellos se puede destacar el interés por cómo las empresas se capacitan para la transformación digital, las capacidades dinámicas y las intenciones emprendedoras. Además, se incluyen propuestas de cómo se podría aplicar la gestión de la felicidad en el contexto de cada una de estas investigaciones.

Tabla 7

Artículos más citados de capacidades y formación, contribución principal y aplicación de la gestión de la felicidad en el emprendimiento de los artículos más citados de la revisión de la literatura

Autores	N.º citas	Contribución principal	Aplicación de la gestión de la felicidad en el emprendimiento
Warner y Wäger (2019)	1012	Investigar cómo las empresas tradicionales se capacitan para adaptarse a la transformación digital.	Ver cómo se adaptan las capacidades a la transformación digital integrando la gestión de la felicidad en este proceso.
Teece (2014b)	1006	Analizan las capacidades dinámicas de los emprendedores.	Introducir formación sobre gestión de la felicidad dentro de las capacidades dinámicas de los emprendedores.
Bae <i>et al.</i> (2014)	938	Estudiar la relación entre la educación en emprendimiento y las intenciones emprendedoras.	Añadir el estudio de cómo influye la gestión de la felicidad desde la educación emprendedora y su efecto en las intenciones emprendedoras.

Nota. Elaboración propia a través de la revisión de 391 artículos.

Aportaciones al estado de la cuestión

Esta investigación arroja datos sobre los artículos de referencia dentro de este campo de estudio. A su vez evidencia la progresión del ámbito de investigación a lo largo de los últimos diez años y cómo ha ganado peso progresivamente, contribuye aportando información valiosa sobre cuáles son los tópicos más populares en este campo, principalmente los trabajos relacionados con la gestión y la organización empresarial (Besharov y Smith, 2014; Nambisan *et al.*, 2019) y los trabajos relacionados con los distintos modelos de negocio (Falk *et al.*, 2018; Schot y Steinmueller, 2018; Acs *et al.*, 2015).

Entre las aportaciones gerenciales de este trabajo, se observa un creciente interés en asuntos como la creatividad e innovación (Anderson *et al.*, 2014) dentro de las estrategias de gestión de la felicidad en la empresa. Asimismo, se destaca la necesidad de crear sentido empresarial (Maitlis y Christianson, 2014; Nambisan *et al.*, 2017) a través de emociones y complejos procesos que involucran al empleado y emprendedor. También suscita interés la forma en la que se puede obtener financiación (Navarro *et al.*, 2024) para estos emprendimientos. En este caso, se identifican alternativas puestas en marcha por empresas que se salen de las fuentes de financiación convencionales, ligando el concepto de la financiación a la innovación que se comentaba con anterioridad dentro de la esfera de la propia gestión de la empresa. Igualmente, resulta interesante vigilar las capacidades y la formación que tiene el capital humano a la hora de emprender (Liñán y Fayolle, 2015; Schlaegel y Koenig, 2014).

Destaca la consideración que tienen los tipos de emprendimiento, ya que el carácter social (Battilana y Lee, 2014) y digital (Nambisan, 2017) es un punto clave para los nuevos emprendimientos, por ello la gestión de la felicidad dentro de la empresa debe alinearse con estas realidades si quiere ser exitosa. Para finalizar estarían las aportaciones sociales, dentro de este tipo de aportaciones cabe destacar que el aspecto social es un elemento fundamental dentro de la gestión de la felicidad en los emprendimientos universitarios.

Lo que da lugar a que los emprendimientos están adquiriendo un fuerte carácter social (Doherty *et al.*, 2014) con la finalidad adaptarse a las demandas de la sociedad. Además, este carácter social de los emprendimientos se liga directamente con la gestión de la felicidad dentro de la empresa y, consecuentemente, con la propia felicidad de los clientes, lo que hace que todo el ecosistema empresarial termine estando en armonía.

Conclusiones

Esta investigación concluye de forma teórica la importancia de la gestión de la felicidad en el panorama emprendedor universitario. Por lo que determina que esta temática ha ganado relevancia en los últimos diez años, evidenciando la necesidad de incorporar mecanismos de apoyo y fomento del emprendimiento desde las distintas partes de la universidad. A su vez, también se destaca el valor de contar y trabajar con los mecanismos de gestión de la felicidad que a lo largo de los años se han ido dejando entrever sutilmente enmascarados con otras nomenclaturas, como por ejemplo con la gestión de las emociones o la valoración del bienestar del inversor de acuerdo con los beneficios esperados. Esta necesidad se suple con revisiones de la literatura, ya que estos textos sirven como guía para académicos y profesionales.

A nivel práctico, la falta de implementación de mecanismos claros de gestión de la felicidad deja ver, por un lado, la necesidad de contemplar este tipo de gestión dentro de la formación y capacitación de los emprendedores, empresarios y trabajadores, con el fin de que se familiaricen con el concepto y sean capaces de contribuir en el crecimiento de esta felicidad en el ámbito laboral. Esto puede llevarse a cabo desde la propia universidad. Esta revisión de la literatura tiene implicaciones prácticas al presentar distintos casos sobre cómo afrontar problemáticas de los emprendedores universitarios mediante la implementación de mecanismos de gestión de la felicidad.

Por otro lado, también muestra carencias internas a nivel empresarial, ya que no se le ha dado el reconocimiento que merece a la felicidad, término que según Aristóteles se denomina el principal fin

del ser humano, es decir, es el concepto en el que deberían girar las ciencias de la administración y economía. Por lo que exponiendo distintas aplicaciones en contextos concretos, como se puede apreciar en la tabla 2, 3, 4, 5 y 6, se facilita al empresariado la aplicación de estas estrategias de gestión de la felicidad dentro de su entorno laboral. De este modo, es más sencillo abordar la inclusión de estrategias de gestión de la felicidad dentro del emprendimiento universitario.

Esta investigación cuenta con una limitación principal, se ha realizado tan solo contando con la base de datos de Web of Science. Por esto se proponen futuras líneas de investigación para presentar un trabajo paralelo con las bases de datos de Scopus y ProQuest a fin de comparar y enriquecer los resultados. También se propone tratar la gestión de la felicidad ligándola a la felicidad del consumidor, realizando estudios trasversales.

Referencias bibliográficas

- Abreau, M. y Grinevich, V. (2013). The nature of academic entrepreneurship in the UK: Widening the focus on entrepreneurial activities. *Research Policy*, 42, 408-422. <http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2012.10.005>
- Acs, Z. J., Autio, E. y Szerb, L. (2015). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. En *Global Entrepreneurship, Institutions and Incentives*, 523-541. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.08.016>
- Ahlers, G. K. C., Cumming, D., Günther, C. y Schweizer, D. (2015). Signaling in equity crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 955-980. <https://doi.org/10.1111/etap.12157>
- Alonso-García, J., Pablo-Martí, F. y Nunez-Barriopedro, E. (2021). Omnichannel Management in a B2B context: Concept, research agenda and bibliometric review. *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 12(1), 1-12. <http://doi.org/10.24867/IJIEEM-2021-1-275>
- Anderson, N., Potočník, K. y Zhou, J. (2014). Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal of management*, 40(5), 1297-1333. <https://doi.org/10.1177/0149206314527128>
- Aparicio, S., Audretsch, D. y Urbano, D. (2021). Governmental Support for Entrepreneurship in Spain: An Institutional Approach. *Hacienda Pública Española / Review of Public Economics*, 243, 4/2022, 29-49. <https://dx.doi.org/10.7866/HPE-RPE.22.4.2>
- Aparicio, S., Hughes, M., Audretsch, D. y Urbano, D. (2023). Incentivizing knowledge institutions for entrepreneurship and society. *International Journal of Entrepreneurial Behavior y Research*, 1355-2554. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2022-0652>
- Audretsch, D. B. y Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities: establishing the framework conditions. *Journal of Technology Transfer*, 42(5), 1030-1051. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9473-8>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C. y Fiet, J.O. (2014). The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Battilana, J. y Lee, M. (2014). Advancing research on hybrid organizing. Insights from the study of social enterprises. *Academy of Management Annals*, 8(1), 397-441. <https://doi.org/10.5465/19416520.2014.893615>
- Battilana, J., Sengul, M., Pache, A. C. y Model, J. (2015). Harnessing productive tensions in hybrid organizations: The case of work integration social enterprises. *Academy of Management Journal*, 58(6), 1658-1685. <https://doi.org/10.5465/amj.2013.0903>
- Bel Durán, P., Lejarriaga Pérez de las Vacas, G. y Martín López, S. (2023). Nuevas fórmulas para promover el emprendimiento social Universitario aproximación a la Startups de estudiantes. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 1, 144. <https://doi.org/10.5209/reve.88654>
- Belleflamme, P., Lambert, T. y Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.003>
- Besharov, M. L. y Smith, W. K. (2014). Multiple institutional logics in organizations: Explaining their varied nature and implications. *Academy of Management Review*, 39(3), 364-381. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0431>
- Bezanilla, M. J., García-Olalla, A., Paños-Castro, J. y Arruti, A. (2020). Developing the Entrepreneurial University: Factors of Influence. *Sustainability*, 12, 842. <https://doi.org/10.3390/su12030842>
- Binder, M. y Coad, A. (2010). *Life satisfaction and self-employment: A matching approach*. [Working paper, No. 1020] Papers on Economics and Evolution, Max-Planck-Institut für Ökonomik. <https://bit.ly/4cH3akD>

- Boscán Carroz, M. C., Meleán Romero, R. A., Chávez Vera, K. J. y Calanchez Urribarri, A. (2023). Peruvian entrepreneurship in the framework of sustainable development. *Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 13(26) 223-236. <https://doi.org/10.17163/ret.n26.2023.03>
- Bull, M. y Ridley-Duff, R. (2019). Towards an appreciation of ethics in social enterprise business models. *Journal of Business Ethics*, 159, 619-634. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3794-5>
- Cardella, G. M., Barba-Sánchez, V., Meseguer-Martínez, A., Hernández-Sánchez, B. y Sánchez-García, J. C. (2024). Analyzing university students' entrepreneurial intentions under the influence of the COVID-19 pandemic. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-24. <https://bit.ly/3Ta3gdx>
- Castro-Martínez, A. y Díaz-Morilla, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *Profesional de la información*, 29, 3. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.24>
- Cuesta-Valiño, P., Gutiérrez-Rodríguez, P. y Contreras-Contreras, P. (2023a). Consumer happiness: origin and development of the concept. *Anduli*. 23, 83-98. <http://doi.org/10.12795/anduli.2023.i23.05>
- Cuesta-Valiño, P., Loranca-Valle, C., Nuñez-Barriopedro, E. y Penelas-Leguía, A. (2023b). Model based on service quality, satisfaction and trust, the antecedents of federated athletes' happiness and loyalty. *Journal of Management Development*, 42, 6. <https://doi.org/10.1108/JMD-02-2023-0056>
- Cuevas-Estrada, J. y Sánchez-Bayón, A. (2024). Happiness management: bibliometrics and trends. *ANDULI Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 26, 1-19. <https://doi.org/10.12795/anduli.2024.i26.01>
- Çil, E., N. A., Erkan, S. y Mogaji, E. (2023). Social media marketing and consumer behaviour in the new normal: the relationship between content and interaction. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 19(3/4), 328-349. <https://doi.org/10.1504/ijima.2023.133315>
- Del Brío González, J. A., Mitre Aranda, M. y Barba-Sánchez, V. (2022). Environmental awareness and the entrepreneurial intention in university students: Direct and mediating effects. *The International Journal of Management Education*, 20, 100719. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100719>
- Doherty, B., Haugh, H. y Lyon, F. (2014). Social enterprises as hybrid organizations: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 16(4), 417-436. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12028>
- Elías Zambrano, R., Jiménez-Marín, G., Galiano-Coronil, A. y Ravina-Ripoll, R. (2021). Children, media and food. A new paradigm in food advertising, social marketing and happiness management. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(7), 3588. <https://doi.org/10.3390/ijerph18073588>
- Escalante Castro, C. A., Figueroa Varela, L. K., y Sandoval Herrera, J. P. (2024). Emprendimiento en el contexto educativo colombiano. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(11), 155-169. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.e11.9>
- Etzkowitz, H. (2017). Innovation Lodestar: The entrepreneurial university in a stellar knowledge firmament. *Technological Forecasting y Social Change*, 123, 122-129. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2016.04.026>
- Falk, A., Becker, A., Dohmen, T., Enke, B., Huffman, D. y Sunde, U. (2018). Global evidence on economic preferences. *The Quarterly Journal of Economics*, 133(4), 1645-1692. <https://doi.org/10.1093/qje/qjy013>
- Foss, N. J. y Saebi, T. (2017). Fifteen years of research on business model innovation: How far have we come, and where should we go? *Journal of Management*, 43(1), 200-227. <https://doi.org/10.1177/0149206316675927>
- Frey, B. S. y Benz, M. (2003). *Being independent is a great thing: Subjective evaluations on self-employment and hierarchy*. [CESifo Working Paper, No, 959] Center for Economic Studies and ifo Institute (CESifo), Munich. <http://hdl.handle.net/10419/76340>
- González-Argote, J., Sánchez-Castillo, V. y Gómez Cano, C. A. (2024). Green economy: Current trends and future directions in the context of sustainable development. *Suma de Negocios*, 15(32), 70-80. <https://doi.org/10.14349/sum-neg/2024.V15.N32.A8>
- González Moreno, A., López Muñoz, L. y Pérez Morote, R. (2019). The role of higher education in development of entrepreneurial competencies: some insights from Castilla-La Mancha University in Spain. *Administrative Sciences*, 9(16). <https://doi.org/10.3390/admsci9010016>
- Gutiérrez-Rodríguez, P., Cuesta-Valiño, P., Ravina-Ripoll, R. y García-Henche, B., (2023). Purchase intention of fashion brand retailers: a journey through consumer engagement and happiness. *Management Decision*, 62(2). <https://doi.org/10.1108/MD-04-2023-0541>
- Hsu, P. H., Tian, X. y Xu, Y. (2014). Financial development and innovation: Cross-country evidence.

- Journal of Financial Economics*, 112(1), 116-135. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2013.12.002>
- Jiménez-Marín, G., Elías Zambrano, R., Galiano-Coronil, A. y Ravina-Ripoll, R. (2020). Food and beverage advertising aimed at Spanish children issued through mobile devices: a study from a social marketing and happiness management perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(14), 5056. <https://doi.org/10.3390/ijerph17145056>
- Kautonen, T., van Gelderen, M. y Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>
- La Rubia, M. D., Rus-Casas, C., Bueno-Rodríguez, S., Aguilar-Peña, J. D. y Eliche-Quesada, D. (2021). Study of the Entrepreneurial Attitudes of STEM Students. *IEEE Access*, 99, 1-1. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3103118>
- Li, E.Y., Chang, F. K. y Jan, A. (2023). Understanding the virtual experiential value and its effect on travel intention. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 19(3-4) 263-285. <https://doi.org/10.1504/ijima.2023.133340>
- Liñán, F. y Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11, 907-933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Madero-Gómez, S., Ortiz-Mendoza, O.E. y Guerra-Leal, E. M. (2021). Flexibility strategies and their relationship with workplace environment, dedication and intellectual challenge. *CienciaUAT*, 15(2), 122-134. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1462>
- Maitlis, S. y Christianson, M. (2014). Sensemaking in organizations: Taking stock and moving forward. *Academy of Management Annals*, 8(1), 57-125. <https://doi.org/10.5465/19416520.2014.873177>
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149-159. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.11.027>
- Martínez-Campillo, A. Sierra-Fernández, M. P. y Fernández-Santos, Y. (2019). Service-learning for sustainability entrepreneurship in rural areas: what is its global impact on business university students? *Sustainability*, 11, 5296. <https://doi.org/10.3390/su11195296>
- Martínez-Falcó, J., Sánchez-García, E., Marco-Lajara, B. y Millán-Tudela, M. (2024). Enhancing employee wellbeing and happiness management in the wine industry: unveiling the role of green human resource management. *BMC Psychology*, 12, 203. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-01703-y>
- Martínez Martín, M. I., Guilló Rodríguez, N. y Santero Sánchez, R. (2019). La Economía Social en el emprendimiento de base tecnológica en España. Un análisis cualitativo. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 96, 65-90. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.96.12969>
- Melendo Rodríguez-Carmona, L., Yustres Duro, P. y Cuesta-Valiño, P. (2024). Keys to usability in retail e-commerce: A systematic review of the literature. *UCJC Business y Society Review*, 21(80), 778-815. <https://dx.doi.org/10.3232/UBR.2024.V21.N1.17>
- Mortan, R.A., Ripoll, P., Carvalho, C. y Bernal, C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 20, 97-2014. <https://dx.doi.org/10.1016/j.rpto.2014.11.004>
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A. y Song, M. (2017). Digital innovation management: Reinventing innovation management research in a digital world. *MIS Quarterly*, 41(1), 223-238. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2017/41:1.03>
- Nambisan, S., Wright, M. y Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- Navarro, E., Ramírez, J., Yepes, I. y Roa, J. (2024). Determinación del nivel de organización financiera de los emprendedores en Barranquilla, Colombia. *Revista De Ciencias Sociales*, 30(2), 233-243. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i2.41902>
- Navarro, E., Ramírez, J., Yepes, I. y Roa, J. (2024). Determinación del nivel de organización financiera de los emprendedores en Barranquilla, Colombia. *Revista De Ciencias Sociales*, 30(2), 233-243. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i2.41902>
- Pinzón-Castro, S.Y. y Maldonado-Guzmán, G. (2023). Effects of sustainable culture on CSR and financial performance in manufacturing industry. *Retos. Revista de Ciencias de la*

- Administración y Economía*, 13(26), 191-203. <https://doi.org/10.17163/ret.n26.2023.01>
- Piperopoulos, P. y Dimov, D. (2015). Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970 - 985. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12116>
- Rando-Cueto, D., Núñez-Sánchez, J-M., Fernández-Díaz, E. y De-las-Heras-Pedrosa, C. (2023). Bibliometric Analysis, Evolution and Trends of Happiness Management in Scientific Literature. *ANDULL*, 23, 177-199. <http://doi.org/10.12795/anduli.2023.i23.10>
- Ravina-Ripoll, R., Díaz-García, G.A., Ahumada-Tello, E. y Galván-Vela, E. (2024). Emotional wage, happiness at work and organisational justice as triggers for happiness management. *Journal of Management Development*, 43(2), 236-252. <https://doi.org/10.1108/JMD-02-2023-0046>
- Ravina-Ripoll, R., Balderas-Cejudo, A., Núñez-Barriopedro, E. y Galván-Vela, E. (2023). Are chefs happiness providers? Exploring the impact of organisational support, intrapreneurship and interactional justice from the perspective of happiness management. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 100818, <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100818>
- Ravina-Ripoll, R., Romero-Rodríguez, L.M. y Ahumada-Tello, E. (2022). Guest editorial: Happiness management: key factors for sustainability and organizational communication in the age of Industry 4.0, *Corporate Governance*, 22(3), 449-457. <https://doi.org/10.1108/CG-05-2022-576>
- Ravina-Ripoll, R., Foncubierta-Rodríguez, M. J. y López-Sánchez, J. A. (2021a). Certification Happiness Management: an integral instrument for human resources management in post-COVID-19 era. *International Journal of Business Environment*, 12(3), 287-299. <https://doi.org/10.1504/IJBE.2021.116606>
- Ravina-Ripoll, R., Nunez-Barriopedro, Almorza-Gomar, D. y Tobar-Pesantez, L.B. (2021b). Happiness management: a culture to explore from Brand orientation as a sign of responsible and sustainable production. *Frontiers in Psychology*, 12, 727845. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727845>
- Ravina-Ripoll, R., Marchena Dominguez, J. y Montañés Del Rio, M.Á. (2019). Happiness Management in the age of Industry 4.0/ Happiness Management en la época de la Industria 4.0. *Retos, Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(18), 183-195. <https://doi.org/10.17163/ret.n18.2019.01>
- Ravina-Ripoll, R., Villena Manzanares, F. y Gutiérrez Montoya, G.A. (2017). A theoretical review to improve outcomes of innovation in enterprises from the perspective of "Happiness Management". *Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 14(8), 113-129. <http://dx.doi.org/10.17163/ret.n14.2017.06>
- Repovienė, R. y Pažeraitė, A. (2023). Content marketing towards customer value creation. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 18(2/3), 263. <https://doi.org/10.1504/ijima.2023.129666>
- Robb, A.M. y Robinson, D.T. (2014). The capital structure decisions of new firms. *The Review of Financial Studies*, 27(1), 153-179. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhs072>
- Rosenblat, A. y Stark, L. (2016). Algorithmic labor and information asymmetries: a case study of Uber's Drivers. *International Journal of Communication*, 10, 27. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2686227>
- Ruiz-Navarro, J., Diáñez-González, J. P., Franco-Leal, N., Sánchez-Vázquez y J. M. y Camelo-Ordaz, C. (2021). Informe GUESS España 2021. *El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios*. <https://bit.ly/4dz9GLs>
- Salas-Velasco, M. (2023). Propensity for Self-employment in a Model of Occupational Choice: Evidences from a Cohort of Recent University Graduates in Spain. *Sustainability*, 15, 3400. <https://doi.org/10.3390/su15043400>
- Schlaegel, C. y Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Schot, J. y Steinmueller, W.E. (2018). Three frames for innovation policy: RyD, systems of innovation and transformative change. *Research Policy*, 47(9), 1554-1567. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.08.011>
- Shir, N., Nikolaev, B.N. y Wincent, J. (2019). Entrepreneurship and well-being: The role of psychological autonomy, competence, and relatedness. *Journal of Business Venturing*, 34(5), 105875, <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.05.002>
- Sierra-Casanova, C., Lechuga Sancho, M.P. y Ramos-Rodríguez, A.R. (2024). What science says about entrepreneurs' well-being: a conceptual structure review. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 1012-8255, <https://doi.org/10.1108/ARLA-01-2024-0005>

- Siegel, D.S. y Wright, M. (2015). Academic entrepreneurship: time for a rethink? *Brit J Manage*, 26, 582-595. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12116>
- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72. <https://doi.org/10.1111/etap.12167>
- Stam, W., Arzlanian, S. y Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of business venturing*, 29(1), 152-173. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.002>
- Teece, D. J. (2014a). A dynamic capabilities-based entrepreneurial theory of the multinational enterprise. *Journal of International Business Studies*, 45, 8-37. <https://doi.org/10.1057/jibs.2013.54>
- Teece, D. J. (2014b). The foundations of enterprise performance: Dynamic and ordinary capabilities in an (economic) theory of firms. *Academy of Management Perspectives*, 28(4), 328-352. <https://doi.org/10.5465/amp.2013.0116>
- Vega Gómez, F.I., Miranda González, F.J., Chamorro Mera, A. y Pérez Mayo, J.A. (2019). Valuing and ordering the determining factors of academic entrepreneurship in Spain according to gender. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 1, 41-60. <https://dx.doi.org/10.17561/ree.v2019n1.3>
- Ward, A., Hernández-Sánchez, B. y Sánchez-García, J.C. (2019). Entrepreneurial Intentions in Students from a Trans-National Perspective. *Administrative Sciences*, 9, 37. <https://doi.org/10.3390/admsci9020037>
- Warner, K. S. y Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long Range Planning*, 52(3), 326-349. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.12.001>
- Zheng, H., Li, D., Wu, J. y Xu, Y. (2014). The role of multidimensional social capital in crowdfunding: A comparative study in China and US. *Information y Management*, 51(4), 488-496. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.03.003>
- Zupic, I. y Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>