

¿Estado emprendedor o función empresarial? Religión, estatismo/liberalismo, valores humanos y emprendimiento.

Entrepreneurial state or entrepreneurial function? Religion, statism/liberalism, human values and entrepreneurship.

GUSTAVO MORALES ALONSO

Universidad Politécnica de Madrid. Ramiro de Maeztu,7. 28040 Madrid

gustavomorales@upm.es

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5753-495x>

DANIEL JOSÉ GALLEGO MORALES

Universidad Rey Juan Carlos. Av. Del alcalde de Mostoles, 28933 Mostoles, Madrid

danieljose.gallego@urjc.es

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8043-2513>

Recibido/Received: 16/11/2023. Aceptado/Accepted: 24/05/2024

Cómo citar: Morales Alonso, G y Gallego Morales, D.J. 2024. “¿Estado emprendedor o función empresarial? Religión, estatismo/liberalismo, valores humanos y emprendimiento”, *Journal of the Sociology and Theory of Religion*, 17: 15-39. DOI: <https://doi.org/10.24197/jstr.1.2025.15-39>

Artículo de acceso abierto distribuido bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional \(CC-BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). / Open access article under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC-BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Resumen: El germen del desarrollo económico es la acción humana, que cristaliza en la función empresarial. La voluntad de prosperar del individuo es la que hace que el conjunto de la sociedad prospere, por medio de la coordinación social voluntaria entre individuos. En este trabajo nos centramos en los rasgos cognitivos que dan lugar a la acción humana. En particular, postulamos la importancia que pueden tener la religiosidad, los valores humanos y un positivo posicionamiento hacia el libre mercado en como antecedentes de la intención emprendedora.

Palabras clave: Función empresarial, individualismo, colectivismo, religión, valores humanos, emprendimiento.

Abstract: The germ of economic development is human action, which crystallizes in the business function. The will to prosper of the individual is what makes the whole of society prosper, through voluntary social coordination between individuals. In this paper we focus on the cognitive traits that

give rise to human action. In particular, we postulate the importance that religiosity, human values and a positive position towards the free market can have as antecedents of entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurial function, individualism, collectivism, religion, human values, entrepreneurship.

“Los jóvenes están en peligro... por el mal uso de las técnicas de publicidad que estimulan la inclinación natural a evitar el trabajo duro con la promesa de la satisfacción inmediata de todos los deseos.”

Juan Pablo II

1. INTRODUCCIÓN

Innovación, crecimiento económico y emprendimiento van de la mano junto con el ahorro, la capitalización de la sociedad y la ambición de prosperar. Solo así se consiguen los incrementos de productividad que en última instancia son la base de un crecimiento económico sano y sostenible¹. Pero la adecuada coordinación de los factores productivos (tierra, trabajo, capital), no se puede llevar a cabo sin el concurso del cuarto factor de producción: el emprendedor y la función empresarial.

La importancia de la función empresarial se remonta a la definición de acción humana de Ludwig von Mises (1949), para quien un agente económico sólo puede tener éxito en sus acciones cuando comprende las relaciones existentes entre las metas ambicionadas y los medios disponibles para alcanzarlas. Así, la acción empresarial, como representante de las decisiones tomadas en el sector privado, está impulsada por la creatividad, que está en el corazón del proceso dinámico del mercado². (Kirzner, [1973](2020))

Casi 30 años de la publicación de “La sociedad post-capitalista” de Peter F. Drucker (Drucker, 1992), podemos afirmar que los aumentos de la productividad, ya no sólo desde un punto de vista teórico, sino también

¹ En este sentido, es preciso citar a Mises cuando, en el apartado tercero sobre el capitalismo dentro del capítulo XV acerca del mercado, escribe:

“La economía de mercado es fruto de un dilatado proceso de evolución. El hombre, en su incansable afán por acomodar la propia actuación, del modo más perfecto posible, a las inalterables circunstancias del medio ambiente, logró al fin descubrir esta salida. La economía de mercado es, como si dijéramos, la estrategia que ha permitido al hombre prosperar triunfalmente desde el primitivo salvajismo hasta alcanzar la actual condición civilizada”. (von Mises, (1949)[2018], pág. 323)

² Si bien es cierto que este enfoque de empresarialidad fue desarrollado principalmente por Mises y Hayek, encontramos en Kirzner un profundo estudio de este concepto en su obra de 1973 *Competition and Entrepreneurship*.

empírico, contradicen las tesis anticapitalistas. (Norberg, 2017; Rosling, 2018)

Si las teorías de Malthus y Marx han resultado ser erróneas no es sólo por falta de validez de sus hipótesis iniciales, sino por cómo la realidad les ha contestado. La creatividad de la acción humana desde la perspectiva miseana, y la destrucción creativa de la innovación desde la perspectiva schumpeteriana, dejan más claro que nunca que, para vivir en un mundo mejor, la sociedad necesita más Mises y menos Marx.

Pero no podemos olvidar que el emprendimiento es un hecho volitivo, esto es, una decisión llevada a cabo por un individuo que sopesa las posibilidades de éxito en base a los riesgos adquiridos. En esa decisión interactúan factores contextuales, sociales e individuales, que son los antecedentes del hecho emprendedor.

Dentro de los antecedentes que determinan el hecho de emprender se han propuesto, por ejemplo, la influencia de contextos que favorecen y no interrumpen el libre ejercicio de la función empresarial (como la libertad económica), o la perjudican (como una alta intervención del Estado); la importancia de la exposición a modelos de conducta positivos (o negativos); la cultura nacional; o los sesgos cognitivos existentes en el individuo, por citar unos pocos.

A nuestro modo de ver, no se ha prestado suficiente atención a una serie de rasgos cognitivos que anteceden a la función empresarial, tales como el sentimiento y la práctica religiosos, los valores humanos y el posicionamiento frente al libre mercado del individuo. En un reciente artículo de Smith, McMullen y Cardon (2022), se postula que el sentimiento religioso debe ser tenido en cuenta al estudiar los determinantes del emprendimiento. En el presente artículo nos apoyamos en la literatura actual para exponer las bases sobre las que esta investigación debe sostenerse.

2. TIEMPOS CONVULSOS: “LOS NUEVOS FELICES AÑOS 20”

En el año 2019 diversos analistas especularon con que la década que empezaría en 2020 sería la de “los nuevos felices años 20”. Las circunstancias históricas parecían en aquel momento propicias para ello: a mediados de la década de 1980 se había instaurado la llamada Gran Moderación, que consistió en la imposición de una serie de medidas económicas, empresariales de políticas públicas que trajo una prosperidad sin precedentes. Dicha prosperidad terminó con la crisis financiera de 2008, que para 2019 parecía felizmente superada en diversas regiones del mundo. Nadie podía

predecir el advenimiento de una crisis sanitaria, un cisne negro, que además de la alta mortandad ocasionada, acabaría interrumpiendo gravemente las cadenas de suministro globales, desencadenando con ello unos procesos inflacionarios que habían sido previamente cebados con políticas fiscales y monetarias expansivas desde 2008.

Tras los confinamientos del año 2020, la llegada de los nuevos 20 fue postergada al verano de 2021 por Luis Garicano (Garicano, 2021) y a 2024 por Nicholas Christakis (Christakis, 2021). Mientras tanto, la comunidad científica mira de nuevo a los llamados “entornos VUCA”, donde VUCA es el acrónimo inglés “Volatile, Uncertain, Complex, and Ambiguous”, que representa un entorno volátil, incierto, complejo y ambiguo. Este concepto, originalmente acuñado para describir el mundo posterior a la caída del muro de Berlín (1989), fue retomado con más énfasis después de los atentados del 11 de septiembre (2001), y experimenta ahora una tercera juventud a medida que el mundo se acerca a lo que debería ser la “nueva normalidad” y se comprende que los tiempos turbulentos han llegado para quedarse.

Una muestra de cómo el entorno VUCA afecta a ámbitos económicos, empresariales y de política pública es la aparición en 2021 de la Gran Dimisión, término que da nombre al proceso de renuncia voluntaria de millones de trabajadores en todas partes del mundo. Más de 24 millones de empleados estadounidenses dejaron sus trabajos en 2021 (Sull, Sull, & Zweig, 2022), país en el que más del 40% de todos los empleados estaban pensando en dejar sus trabajos a principios de 2021.

Hay muchas razones para la Gran Dimisión. De hecho, tantos como personas han dimitido. Así, mientras que todas las familias felices se parecen, pero las infelices lo son cada una a su manera, se puede decir que los trabajadores satisfechos lo son todos por razones similares, pero los insatisfechos tienen cada uno su razón particular. Las razones de la falta de satisfacción laboral se derivan tanto de causas económicas como no económicas.

Entre las causas plausibles que se han apuntado, cabe destacar el cambio de valores profesionales por el shock psicológico de los confinamientos y la pandemia, el deseo de no volver a la oficina por motivos de salud o para evitar largas jornadas de desplazamiento, la existencia de culturas laborales tóxicas incapaces de promover la diversidad, la igualdad y la inclusión, el sentimiento de precariedad laboral, los altos niveles de innovación de determinadas empresas, que generan entornos de trabajo muy exigentes, o la incapacidad de las empresas para reconocer los méritos de empleados. (Serenko, 2022; Sull et al., 2022)

La Gran Dimisión es importante en la medida en que millones de personas toman la misma decisión en un espacio de tiempo relativamente corto. Pero, en opinión de los autores, las razones subyacentes del fenómeno es que el auge de las tecnologías de la información y la comunicación hacen posible la aparición de nuevas formas de trabajo, entre las que destaca el trabajo a distancia, que permite la existencia de nómadas digitales. La existencia de *shocks* en el entorno, tales como crisis económicas, sanitarias o inflacionarias moviliza en el individuo unos sesgos cognitivos que llevan a un gran número de trabajadores a plantearse el desarrollo de *portfolio careers*, en las que las tareas del trabajador no son fijas, sino fluidas, permitiéndole transitar por diversos puestos dentro de una empresa, varias empresas, o varias situaciones contractuales. Además, y no menos importante, la libre circulación de trabajadores dentro de determinadas zonas económicas permite la reubicación de los trabajadores, que huyen de estructuras fiscales abusivas y confiscatorias, permitiéndoles al mismo tiempo obtener un enriquecimiento no monetario sino experiencial a través de sus cambios de residencia.

Es en este contexto, en el que hay que plantearse hasta qué punto el trabajo por cuenta propia puede ser una vía de escape para los trabajadores que se encuentran dentro de la corriente de la Gran Dimisión. Esto se debe a que trabajar como autónomo, emprendedor o *freelance* puede dar respuesta a muchas de las inquietudes que están detrás del conjunto de renuncias laborales masivas que se están viviendo. Pero ciertamente genera otro tipo de preocupaciones a las que un empleado rara vez está expuesto. En este sentido, en la siguiente sección se ahonda en la importancia del emprendimiento, y en las secciones que siguen se detallan una serie de factores subyacentes que sugieren un mayor éxito a nivel individual en el desarrollo de una carrera profesional como autónomo o emprendedor, tales como la religiosidad, los valores humanos o las orientación político-económica.

3. LA IMPORTANCIA DEL EMPRENDIMIENTO

3.1. La función empresarial

Desde la perspectiva miseana y tomando como referencia la obra de *Socialismo, cálculo económico y función empresarial* (Huerta de Soto, 1992), el concepto de función empresarial coincide con la de acción humana en un sentido amplio, esto es, aquella que es ejercida por cualquier persona que actúa para modificar el presente y conseguir unos objetivos a futuro. En un sentido específico, se define como la innata capacidad de todo ser humano

para darse cuenta de las oportunidades de ganancia que surgen en su entorno y actuar en consecuencia para aprovecharse de las mismas.

De cara a enfatizar la importancia del emprendimiento y del hecho de que su correcto devenir va de la mano con un entorno de no interferencia, es preciso señalar los elementos principales de la función empresarial³. El primero es el concepto de fin, definido como todo aquello que el ser humano pretende lograr con su acción. Un fin siempre tiene una valoración subjetiva por parte del individuo, es decir, una apreciación psíquicamente más o menos intensa con la que el actor pondera de manera ordinal sus fines. Para llegar a ellos, el ser humano cuenta con una serie de medios, definidos como todo aquello que el actor cree que, subjetivamente, le será necesario para alcanzar el fin. La utilidad que se le da al medio es la importancia subjetiva que el actor le da.

La subjetividad es fundamental en estos puntos⁴, pues todos ellos dependen completamente del individuo, esto es, los fines son de cada sujeto, al igual que la valoración que se hace de ellos. Lo mismo ocurre con los medios que se creen útiles emplear para la persecución de estos fines. Esto genera una información de tipo subjetivo que se extiende por todo el mercado (sociedad) y que orienta a los demás actores que participan en estos procesos de creación, transmisión y coordinación de conocimiento y que, como estudia Hayek (von Hayek, 1945), organiza, según el orden espontáneo que va surgiendo, la sociedad.

³ También es importante tener en cuenta el concepto de sociedad que manejamos desde esta perspectiva. Siendo un sinónimo del concepto de mercado, la sociedad es una realidad objetiva pero abstracta. Evitando caer en el error de darle un sentido antropomórfico a la idea de sociedad, y siguiendo la definición de Huerta de Soto, entendemos que “es un proceso (es decir, una estructura dinámica) de tipo espontáneo, es decir, no diseñado conscientemente por nadie; muy complejo, pues está constituido por miles de millones de personas con una así infinita variedad de objetivos, gustos, valoraciones y conocimientos prácticos; de interacciones humanas (que básicamente son relaciones de intercambio que en muchas ocasiones se plasman en precios monetarios y siempre se efectúan según unas normas, hábitos o pautas de conducta); movidas todas ellas por la fuerza de la función empresarial; que constantemente crea, descubre y transmite información sobre fines y medios, ajustando y coordinando de forma competitiva los planes contradictorios de los individuos; y haciendo posible la especialización de su conocimiento y a vida en común de todos ellos con un número y una complejidad y riqueza de matices y elementos cada vez mayores”. (Huerta de Soto, *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*, 1992, págs. 84-85)

⁴ Estos son los principales cuatro elementos que se desarrollan y estudian en profundidad en el capítulo primero de (Huerta de Soto, *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*, 1992)

Es preciso también hacer una introducción al análisis de esta información que surge de los complejos procesos empresariales para entender cómo afectan las intromisiones en el mercado por parte de gobiernos y estados. Siguiendo la línea teórica que estamos desarrollando, podemos distinguir entre dos tipos de conocimiento, uno de tipo objetivo o científico, y otro de tipo subjetivo o empresarial, que es la que surge con la libre acción. Se trata de un conocimiento que solo puede ser creado por el sujeto que actúa. Es todo aquél que no puede ser representado de una manera formal, sino que se va adquiriendo y aprendiendo a través de la acción. Es de tipo práctico y no científico. Por otro lado, también es un tipo de conocimiento privativo y disperso, es decir, cada individuo tiene fragmentos de conocimiento de tipo personal formando un *stock* de conocimiento⁵ que no se puede formalizar a través de un organismo central. Otro motivo se da en el hecho de que es un tipo de conocimiento tácito, no articulable y eminentemente creativo a través de la función empresarial, que se genera *ex nihilo* y que su interrupción supone que existan enormes costes de oportunidad⁶.

Este conocimiento sigue un proceso de creación, donde la función empresarial crea un tipo de información que antes no existía; transmisión, es decir, hacer que otra persona cree en su mente esta información que previamente no poseía; y coordinación, donde la sociedad de forma espontánea y sin necesidad de que exista una conciencia de este hecho consigue mejor sus fines si cada individuo disciplina su comportamiento en función de otros.

Estas características y componentes señalados hacen que la función empresarial sea un componente de capital importancia para entender el proceso social de generación de riqueza. Sin la capacidad de generación de conocimiento que, de nuevo, surge de manera espontánea y sin coacción ninguna, la sociedad está avocada a la pobreza y la redistribución de la miseria. Tal vez uno de los puntos más importantes que se desprende de este análisis es que la riqueza en sí no está dada en la sociedad y, por ello, tiene

⁵ Este es uno de los argumentos poblacionistas principales desde este punto de vista teórico pues, a cuanta más población, más conocimiento de tipo subjetivo surge en la sociedad y más medios se descubrirán para la persecución de fines. Esto explica por qué, en 2022, hemos alcanzado un máximo de población mundial y la pobreza mundial decrece. (Norberg, 2017)

⁶ En este sentido, cabe mencionar el trabajo de Jesús Huerta de Soto sobre los efectos económicos de la pandemia. En su análisis, materializa esto que estamos mencionando en un contexto de intromisión gubernamental en el proceso de coordinación social que enfrentaba la llegada del COVID 19. (Huerta de Soto, Los efectos económicos de la pandemia: Un análisis austriaco., 2021)

que haber un Estado que la reparta equitativamente entre los ciudadanos. Al contrario, y como acabamos de introducir, la riqueza se genera en el libre actuar individual para la persecución de sus fines y la satisfacción de necesidades⁷. Esto, de hecho, es lo que diferencia al género humano de las demás especies animales pues no se tiene que repartir una cantidad de bienes entre los participantes de la sociedad, sino que son los mismos individuos, a través de su innata capacidad empresarial creativa, los que descubren nuevos fines y medios.

Los principales argumentos en contra de la interrupción de este proceso se centran en que el órgano central no puede hacerse con la información que se da en el mercado (sociedad) por las características que acabamos de señalar. Es teóricamente imposible que se transmita el conocimiento de tipo subjetivo como si de tipo objetivo se tratase. Por otro lado, sería tal la cantidad de información que se tendría que manejar que también sería imposible llevar a cabo decisiones centralizadas. Por último, aceptando que se pudiese transmitir, la misma intromisión haría que se interrumpiesen estos procesos y que, dado el carácter dinámico del mercado, las decisiones que se tomasen quedarían obsoletas para cuando se intentasen materializar, pues la sociedad y la realidad habrían cambiado.

A la postre, una sociedad donde la función empresarial no es protagonista y donde la propiedad privada de los medios de producción está amenazada, es una sociedad donde no existen incentivos para producir y donde se da una ineficiencia en la asignación de recursos. Esta idea también va de la mano con el emprendimiento, pues supone una privatización de beneficios y de riesgos.

3.2. Los determinantes del emprendimiento

Las últimas décadas han sido ricas en literatura científica sobre los impulsores que llevan a algunas personas a iniciar negocios cuando la mayoría no lo hace. Se han propuesto una gran cantidad de factores como impulsores de la acción empresarial, como los presentados en el marco conceptual del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (Bosma et al., 2020) En él se coordinan factores contextuales, valores sociales sobre el

⁷ No podemos pasar por alto la muy manida cita de Adam Smith, cuando apunta que: “No es la benevolencia del carnicero, el cervecero, o el panadero lo que nos procura nuestra cena, sino el cuidado que ponen ellos en su propio beneficio. No nos dirigimos a su humanidad sino a su propio interés, y jamás les hablamos de nuestras necesidades sino de sus ventajas.” (Smith A. , (1776)[2019], pág. 46)

emprendimiento y atributos individuales, actuando como detonantes de la actividad emprendedora. Diferentes investigadores han presentado resultados sobre la prevalencia entre estos factores, evidenciando la complejidad de las relaciones entre ellos. (Morales-Alonso, et al., 2020; 2022; Pinillos & Reyes, 2011)

El comportamiento emprendedor es volitivo e impulsado por mecanismos cognitivos (Morales-Alonso, et al., 2016; Pablo-Lerchundi et al., 2015), por lo que el factor desencadenante de las acciones emprendedoras es el desarrollo de intenciones emprendedoras (Ajzen, 1991). Esto relativiza la importancia de los factores contextuales, los valores sociales y los atributos individuales (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). La intención se puede definir como el desencadenante de acciones y comportamientos. Por ello, la decisión de fundar una empresa se define como un proceso intencionado en el que el individuo tomará una decisión razonada, con el apoyo de su entorno más próximo y con el convencimiento de que posee los conocimientos necesarios para alcanzar el éxito, en base a lo que considera ser un nicho de mercado interesante. Por lo tanto, el espíritu emprendedor se considera un comportamiento planificado y se puede predecir a través de modelos de intención (Ajzen, 1991; Krueger et al., 2000).

4. LA RELIGIOSIDAD.

Existen diversas definiciones de religión. Por ejemplo, el diccionario de Oxford la define como “la creencia y el culto a un poder de control sobrehumano, especialmente un Dios o dioses personales”. Por su parte, en (Iannaccone, 1998) se define la religión como un conjunto compartido de creencias, actividades e instituciones basadas en la fe en fuerzas sobrenaturales. Así, la religión representa un sistema de creencias y prácticas que se puede enseñar a generaciones y que expresa los valores y actitudes de las sociedades y individuos, que no sería muy distinta de la definición de cultura nacional en (Hofstede, 1980) Sin embargo, (Parboteeah, Walter, & Block, 2015) sostienen que la religiosidad va “por encima y más allá” de la cultura porque la religión indica lo que es aceptable y lo que no es aceptable en el comportamiento humano.

De acuerdo con los datos del Pew Research Centre (2010), el 84% de la población mundial tiene algún tipo de afiliación religiosa, dividida principalmente en las cuatro más comunes, a saber, el cristianismo (32%), el islam (23%), hinduismo (16%) y budismo (7%). A pesar de la innegable vigencia del hecho religioso que estos datos aportan, se enfrentan a la llamada

“tesis de la secularización” (Requena, 2006). Según esta tesis, las tendencias religiosas en las sociedades modernas que abrazan alguna variedad de cristianismo apuntan a una intensa correlación teórica e histórica entre los procesos de modernización y el desarrollo de la secularización. Pero el efecto de la secularización, en las propias palabras de Requena (2006) son particularmente relevantes en Europa, mientras que los ciudadanos estadounidenses muestran una “incomparable vitalidad religiosa” (Lipset, 2009).

Por una parte, en Europa tanto católicos como protestantes han experimentado importantes procesos de secularización evidenciados por sus niveles de creencia, afiliación y práctica religiosa (Davie, 1990) (Giorgi, 1992) (Pisati, 2000). Pero por otra, la afiliación religiosa en los Estados Unidos creció entre la segunda mitad del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX (Blau, Land, & Redding, 1992). Durante la segunda mitad del siglo XX, sólo los católicos (a finales de los 60 y principios de los 70), no los protestantes ni los judíos, sufrieron una clara caída en sus niveles de práctica religiosa (Hout & Greeley, 1987). Como bien menciona Tocqueville en *La democracia en América* (1835), al comparar la vitalidad religiosa en los Estados Unidos con la anemia del cristianismo en Europa: “Los europeos incrédulos persiguen a los cristianos como enemigos políticos, más que como adversarios religiosos: odian la fe como opinión partidaria mucho más que como creencia errónea; y rechazan a los sacerdotes menos como representantes de Dios que como amigos del poder. En Europa, el cristianismo ha permitido que los poderes terrenales estén íntimamente unidos. Hoy, estos poderes caen, y el cristianismo está enterrado bajo sus restos” (Tocqueville, (2020)[1835], pág. 298).

Mirando más allá de la esfera de los países desarrollados, es reseñable el auge en la participación religiosa en regiones tales como África y Asia, especialmente a través de formas de cristianismo agrupadas bajo las etiquetas de evangélico y pentecostal (Dodd & Gotsis, 2016).

Aun cuando la tesis de la secularización sea localmente cierta, no implica necesariamente una disminución de la relevancia de la religión en la sociedad. Esto se debe la religión puede ser conceptualizada como consistente en lo “espiritual” y las “leyes y reglamentos” (Bryson, 2000). Si bien el aspecto espiritual es más o menos el mismo en todas las religiones (prescripción más o menos universal de profesar el amor y evitar el odio y la codicia) cada religión tiene leyes y reglamentos específicos que rigen cosas como qué alimentos comer y cómo prepararlos, qué constituye un delito y cómo se debe castigar, entre otros (Fam, Waller, & Erdogan, 2004). En lo sucesivo nos

referiremos a lo “espiritual” como “sentimiento religioso”, y a las “leyes y reglamentos” como “práctica religiosa”. De esta forma, el sentimiento religioso representaría el bienestar interno de una persona y es de naturaleza más personal, mientras que la práctica religiosa se referiría a un dominio organizado e institucionalizado de diversos elementos de la actividad y producción humana (McCutcheon, 2010; Cornwall et al., 1986).

En ese sentido, cabe destacar que la espiritualidad tiene una función integradora y armonizadora que implica (a) nuestra unidad interior y (b) nuestra relación y conexión con los demás, involucrando además el contacto con lo sagrado, o “aquellas fuerzas cuyo dominio sobre el hombre aumenta o parece aumentar en proporción al esfuerzo del hombre por dominarlas” (Nelson, 2009).

Aquí es importante resaltar que la tesis de la secularización en ocasiones está medida como un decaimiento de la práctica religiosa, sin entrar al fondo de la existencia o no de sentimiento religioso. Tal es el caso del estudio de (Requena, 2006) que aprecia bajo nivel de práctica religiosa regular de los españoles a lo largo del período 1975–2002, concluyendo de ello un sólido proceso de secularización de la religiosidad de los españoles, siendo así la secularización un proceso más o menos gradual y continuo, acelerado por los factores estructurales del sexo y la edad, y de la rápida modernización de una tradición de gran homogeneidad religiosa y fuerte apoyo estatal a la Iglesia.

Así pues, si bien la tesis de la secularización de la sociedad española es defendida por diversos autores (Requena, 2006; Pérez-Agote A. , 2007, 2010; Ruiz, 2017), los propios resultados que estos autores dejan poco lugar a dudas de que el descenso de práctica religiosa no conlleva una pérdida del sentimiento religioso en la misma medida. Mientras Pérez-Agote (2010) sostiene que entre la juventud española tan solo el 10% muestra una adscripción sólida a la religión, frente al 40% que muestra desinterés por la misma, y el 50%, que se identifica con no tener nada que ver con ella, las respuestas de jóvenes en las dinámicas de grupos realizadas por Ruiz (2017) muestran evidencias de la existencia de un sentimiento religioso en jóvenes que se declaran no practicantes.

La evidencia del éxito de afluencia sin precedentes del año Xacobeo 2022, que ha recibido cobertura en los medios por las acusaciones de turistificación, así como del crecimiento de grupos religiosos como Hakuna (con el éxito de su concierto en la plaza de toros de Vistalegre en septiembre de 2022) podrían ser indicativos de un cambio en los tipos de práctica religiosa, pero edificados sobre un sustrato sólido de sentimiento religioso. De esta forma, la pérdida de creencias “en el pecado, el cielo, la vida después de

la muerte, el Espíritu Santo, los ángeles, los milagros, el infierno, el purgatorio y el diablo” identificados por Pérez-Agote (2007) en ningún modo contradicen la existencia de un sentimiento religioso de base.

En lo que se refiere a la práctica del emprendimiento y a la orientación política, una disminución de las prácticas religiosas influye en menor medida que la existencia de un sustrato de sentimiento religioso sólido. En (Smith, McMullen, & Cardon, 2021) podemos observar que estamos ante el advenimiento de un “giro teológico” en la investigación sobre emprendimiento, que va a evidenciar que la religión es un factor a tener en cuenta por su impacto en el emprendimiento debido a su prevalencia, su centralidad, la base establecida de la investigación científica y la capacidad de proporcionar respuestas novedosas a los fenómenos emergentes.

Para el estudio del emprendimiento se puede considerar que la religión actúa como un complemento a la definición de cultura o valores humanos, tal como lo sugieren Farmaki et al., (2019). No en vano, diferentes investigadores destacan la importancia de los sentimientos religiosos en relación con el trabajo por cuenta propia, por ejemplo, en (Audretsch, Bönte, & Tamvada, 2013), (Parboteeah, Walter, & Block, 2015), o (Weber, (2012)[1930]).

5. LOS VALORES HUMANOS.

Alineado con la idea anteriormente expuesta de que el emprendimiento es un acto eminentemente volitivo, existe abundante literatura que evalúa la intención emprendedora y sus antecedentes, por ejemplo, mediante la Teoría de la Acción Planificada (TPB, por sus siglas en inglés) de Ajzen (1990) (Morales-Alonso, et al., 2020) (Morales-Alonso, et al., 2022) Sin perjuicio de lo anterior, para el estudio de la interacción entre religiosidad, orientación política y emprendimiento que aquí nos ocupa, parece más recomendable acudir a la jerarquía valor-actitud-comportamiento (Schwartz, 1992), según la cual existe un camino causal que va de los valores a las actitudes y de las actitudes al comportamiento.

Así pues, los valores humanos serían el punto de partida de la acción volitiva de emprender. Hasta qué punto esos valores son individuales de cada cual o afectan desde el entorno como unos valores culturales de cada país es un debate abierto en el campo de la psicología desde hace décadas. Pero es indudable que la humanidad es una especie social, y que los intercambios entre personas favorecen la creación de un valor humano o cultura, es decir, un conjunto de creencias, normas, hábitos, valores, suposiciones, símbolos y

rituales que tienen una fuerte influencia en las actitudes, intenciones y comportamientos individuales (Hofstede, 1980; Schwartz & Bilsky, 1987).

Dentro de estos valores humanos se encuentra el individualismo o autonomía, que hace referencia a la tendencia a orientar valores y acciones hacia la independencia y la consecución de intereses personales o grupales (Hofstede, 1980; Schwartz, 1992). Entre los seis factores que utiliza Hofstede para definir la cultura, el individualismo-colectivismo ha sido ampliamente citado como el predominante cuando se trata de emprendimiento (Thomas & Mueller, 2000); (Bosma & Harding, 2020), (Pinillos & Reyes, 2011), (Morales-Alonso, et al., 2020) y hace referencia al grado en que la sociedad de un país prefiere actuar como individuos frente a como miembros de un grupo, es decir, mide el grado en que un individuo dentro de una comunidad valora las metas personales, la autonomía y la privacidad versus la lealtad al grupo.

El valor humano que se opone a esto es el colectivismo o conservadurismo, que se caracteriza como la inclinación a actuar cooperativamente en interés del grupo, teniendo en cuenta las expectativas del grupo inmediato (Hofstede, 1980; Schwartz, 1992). Así, aquellos países con culturas colectivistas muestran una mayor cooperación entre los trabajadores y una mayor conexión con la empresa. La literatura existente vincula mayores niveles de actividad emprendedora con valores individualistas (McGrath, et al., 1992; Busenitz & Lau, 1996; Thomas & Mueller, 2000), debido a la importancia que estos individuos otorgan a la auto-interés.

A pesar de que hemos definido el binomio individualismo-colectivismo como un valor humano, a efectos de la teoría de valores humanos de Schwartz no se definen *per se* como valores humanos. En dicha teoría se entienden los valores humanos como orientaciones básicas que subyacen e influyen en la variación individual de los constructos que en última instancia forman la cultura nacional. A nivel individual, los valores expresan las metas importantes y amplias de la vida que sirven como principios rectores en sus vidas (Schwartz, 1992).

Así pues, la teoría del contexto y las estructuras de valor de Schwartz (1992) ofrece una teoría integrada que aporta un conjunto universal de diez tipos de valores a nivel individual, que son los siguientes: (1) poder (posición y prestigio social, control o dominio sobre personas o recursos), (2) logro (énfasis en el éxito personal como resultado de demostrar competencia de acuerdo a las normas sociales), (3) hedonismo (obtención de placer y gratificación sensual para uno mismo), (4) estimulación (existencia de emoción, novedad y desafío en la vida), (5) autodirección (independencia en

la acción y el pensamiento), (6) benevolencia (preservación y mejora del bienestar de las personas con las que uno está en contacto personal frecuente), (7) tradición (respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la cultura o las religiones tradicionales proporcionan a uno mismo), (8) conformidad (restricción de acciones, inclinaciones e impulsos que pueden molestar o dañar a otros y violar las expectativas o normas sociales), (9) seguridad (obtención de seguridad en la sociedad, en las relaciones interpersonales y en la persona) y (10) universalismo (obtención de comprensión, aprecio, tolerancia y protección del bienestar de toda la gente y de la naturaleza).

Estos diez valores humanos se pueden representar en una circunferencia (ver figura 1). Además, se ven complementados por cuatro dimensiones de orden superior, que están contrapuestas dos a dos. Por una parte, autotranscendencia contra automejora, y por otra, apertura al cambio contra conservación. Existe una quinta dimensión en este nivel, el hedonismo. Aquí es importante hacer notar que, aunque Schwartz et al., (2012) indica que “el hedonismo comparte elementos tanto de apertura al cambio como de mejora personal.”, otros autores como Coelho et al. (2019) lo incluyen dentro de la dimensión de apertura al cambio. Como se detallará a continuación, la estimación del individualismo va a recaer sobre las dimensiones de apertura al cambio y automejora, de manera que para a los efectos de lo aquí estudiado se va a considerar como uno de los valores que se debe considerar. La inclusión de cada valor humano en su dimensión correspondiente se recoge en la tabla 1.

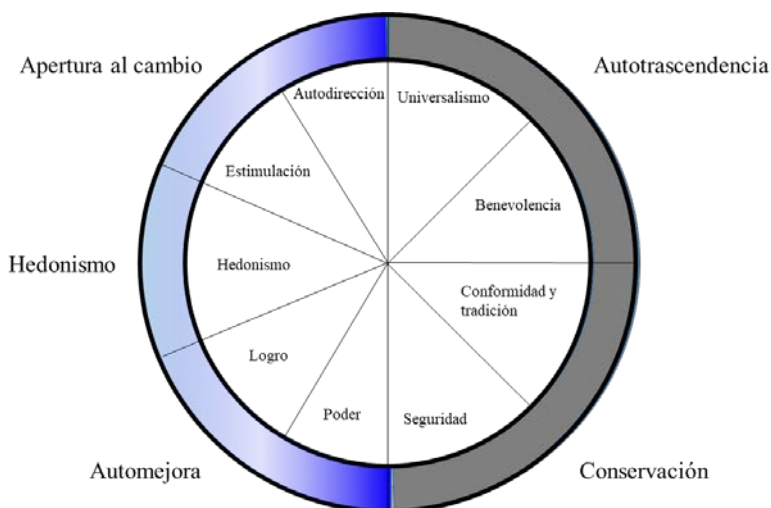


Figura 1. Valores humanos y dimensiones de orden superior.

Tabla 1. Dimensiones de orden superior y valores humanos de cada una.

| | |
|--------------------|------------------------------------|
| Autotrascendencia | Benevolencia y Universalismo |
| Automejora | Logro y Poder |
| Apertura al cambio | Autodirección y Estimulación |
| Conservación | Seguridad, Conformidad y Tradición |
| Hedonismo | Hedonismo |

De acuerdo con la hipótesis de (Moriano, Trejo, & Palací, 2001), los diez valores humanos propuestos por Schwartz se agruparían dentro de las dimensiones individualismo y colectivismo. Así, los individualistas enfatizarían en el poder, logro, hedonismo, estimulación y autodirección.

A la hora de estimar los valores de individualismo mediante la escala de Schwartz, se debe en primer lugar analizar las conclusiones que el propio Schwartz ha publicado. Así, en Schwartz & Boehnke (2004), examinó la relación entre la dimensión de apertura al cambio frente a la de conservación, frente al binomio individualismo-colectivismo de Hofstede. Los resultados de Schwartz muestran que el individualismo se correlaciona positivamente con la valoración de la autonomía afectiva (apreciación de la vida variada y divertida) y la autonomía intelectual (curiosidad) y negativamente con el conservadurismo.

A efectos prácticos, hay dos estrategias diferentes en la literatura científica. Por una parte, Beilmann et al. (2018) analizan el binomio individualismo-colectivismo confrontando las dimensiones de apertura al cambio-conservación. Esto es, quedándose en el nivel de las dimensiones, e incluyendo únicamente la apertura al cambio como proxy del individualismo.

Por otra, el binomio individualismo-colectivismo se puede representar mediante los valores humanos, es decir, bajando de nivel con respecto a la propuesta de Beilmann et al. (2018), como hacen Moriano et al., (2001) y Duan et al., (2008): evalúan el individualismo sumando las puntuaciones totales de los valores humanos poder, logro, hedonismo, estimulación y autodirección, y el colectivismo con la suma de tradición, conformidad y universalismo. Es decir, incluyen dos dimensiones como proxy del individualismo: apertura al cambio y automejora, con el añadido del hedonismo. Por su parte, el colectivismo se representaría mediante la

A los efectos de este estudio, se ha decidido seguir este segundo acercamiento.

6. ORIENTACIÓN POLÍTICA: LIBERALISMO FRENTE A ESTATISMO

En (Boudreaux, et al., 2019) se afirma que aquellas personas proclives al emprendimiento y que residen en entornos que disfrutan de mayores niveles de libertad económica tienen una mayor probabilidad de crear una empresa. De esta forma, la libertad económica está ligada a la acción empresarial y antecede al crecimiento económico, como demuestran (McMullen, et al., 2008).

Por el contrario, la percepción de barreras económico-administrativas que dificultan la creación de nuevas empresas, tales como dificultades financieras y crediticias, trabas administrativas y falta de apoyo institucional, juega el papel contrario: desincentiva el emprendimiento (Lüthje & Franke, 2003).

Puede por lo tanto decirse que la existencia de marcos contextuales o institucionales, así como la percepción que los individuos tienen de ellos, hace que determinados contextos sean más propicios para el emprendimiento que otros. Habrá menos propensión a la inversión privada y la asunción de riesgos en entornos donde los riesgos de confiscación son mayores. Entre los riesgos existentes, se pueden destacar la falta de igualdad jurídica y regulación adecuada, condiciones monetarias inestables, inestabilidad en las instituciones y criminalidad, entre otros (Espinosa et al., 2021).

Tal y como se ha avanzado en los epígrafes anteriores, el desarrollo económico solo será posible a través de la función empresarial innovadora. Pero esta requiere que haya una garantía en los derechos de propiedad. Y en caso de que estos se violen, que exista persecución y sanción para los infractores (Espinosa et al., 2022; Wang et al., 2021).

Ahora bien, ¿cuáles son las orientaciones políticas que son más conducentes a la libertad económica y social en un Estado democrático? El tradicional eje izquierda-derecha es ambiguo, debido a una mayor libertad social en el lado de la izquierda frente a la derecha, pero una mayor libertad económica en el lado de la derecha frente a la izquierda. Por otra parte, la dimensión izquierda-derecha es excesivamente simple para representar el complejo espectro político.

Así, en su seminal trabajo de 1996, Evans, Heath, y Lalljee demostraron que el electorado británico podía clasificarse de una manera fiable analizando dos dimensiones: dimensión izquierda-derecha y la dimensión libertaria-

autoritaria. Ambas dimensiones serían una forma de valores centrales de la orientación política de los individuos, que contraponen, de una parte, conceptos de igualdad (izquierda-derecha) y de otra, conceptos de libertad personal (libertaria-autoritaria).

Otra medida de afiliación política de doble eje muy popular es el gráfico de Nolan (Anania, et al., 2019). El gráfico de Nolan no solo diferencia entre liberal y conservador, sino que se centra en una medida de dos ejes donde un eje representa las libertades personales y el otro eje representa los problemas económicos (Anania et al., 2019). Por lo tanto, permite una mayor comprensión de las diferencias en los puntos de vista económicos y personales, separando a los encuestados en cuatro categorías: libertario, liberal, conservador y autoritario.

Por otra parte, en un estudio reciente sobre políticas de vacunación obligatoria y punitiva, Peng (2022) propone la existencia de cuatro ideologías: autoritarismo de izquierdas, autoritarismo de derechas, orientación de dominio social y libertarismo. Sus resultados apuntan, en primer lugar, a que la ideología autoritaria de izquierdas es un indicador importante de las actitudes relacionadas con la vacunación: predice una mayor preocupación por el COVID-19, una mayor aceptación de la vacuna y un mayor apoyo a los mandatos de vacunación, así como una mayor aceptación de medidas punitivas contra los no vacunados.

En segundo lugar, la ideología autoritaria de derechas está relacionada con las dudas ante la vacunación y la oposición tanto a la obligatoriedad de la misma como al castigo de las personas no vacunadas. Esto podría indicar que las vacunas para el COVID-19 y las políticas obligatorias se consideran una violación de las tradiciones morales, a las que este grupo está muy unido.

En tercer lugar, la orientación de dominio social se correlaciona con una menor preocupación por el COVID-19 y una buena aceptación de la vacuna, aunque su relación con la aceptación de la vacuna no es estadísticamente significativa en el estudio. En este caso, el rechazo de la obligatoriedad de la vacunación se explica en gran medida por su asociación con una menor preocupación por el virus.

Cuarto y último, el libertarismo emerge como una dimensión que presta poca atención al virus, duda de la vacunación y se opone a las políticas de vacunación obligatoria y punitiva.

Estas conclusiones coinciden con otras evidencias en la literatura, que muestran que los individuos favorables a la libertad tienden a ignorar los riesgos de COVID-19, se oponen a las restricciones gubernamentales de

COVID y rechazan la obligatoriedad de las vacunas infantiles (Amin, et al., 2017; Dryhurst, et al., 2020; Peng, 2022; Siegrist & Bearth, 2021).

¿Pero qué es entonces el libertarismo o liberalismo? Una definición muy común en el ámbito iberoamericano es la aportada por Alberto Venegas Lynch “liberalismo es el respeto irrestricto por el proyecto de vida del prójimo”. También en palabras de David Boaz en su libro *Libertarianism*, “el único derecho humano fundamental es el derecho a vivir tu vida como elijas, siempre y cuando no infrinjas la igualdad de derechos de los demás”.

En opinión de los autores, la principal discusión hoy en día a nivel de orientación política no son las dimensiones izquierda-derecha ni libertaria-autoritaria, sino entre la orientación al libre mercado y la orientación hacia la intervención estatal.

7. CONCLUSIONES

Las palabras del papa Juan Pablo II nos han acompañado en este artículo, primero abriendo con una advertencia y ahora cerrando con una frase que da esperanzas: “el futuro empieza hoy, no mañana”. De la misma forma, en palabras del profesor Jesús Huerta de Soto, el futuro no es un porvenir, es un “por hacer”.

Los volátiles, inciertos, complejos y ambiguos tiempos que nos tocan vivir, con sus monumentales deudas públicas, las tasas de inflación, el proceso de la Gran Dimisión y la insostenibilidad de los sistemas de pensiones, por citar unos pocos de los efectos locales en España, evidencian que no son una cuestión coyuntural, sino que se pueden convertir en estructural. Así, no solo no van a llegar los “nuevos años 20”, sino que hemos “saltado” directamente a la Alemania de 1930, en la que el auge del populismo acabó desembocando en regímenes no democráticos. Ya se aprecian trazas similares en ciertos países latinoamericanos que fueron pioneros en la revolución bolivariana del siglo XXI.

En este sentido, entendemos que es responsabilidad de la comunidad académica aportar nuevos datos para el debate, que permitan una comprensión más profunda de cómo la búsqueda de la libertad económica entre la generación de trabajadores más jóvenes se entrelaza con sus valores humanos, sentimientos religiosos y orientaciones políticas. Conocerlos es indispensable para el advenimiento de medidas económicas, técnicas de gestión empresarial y políticas públicas que puedan tener éxito en el futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Amin, A. B., Ray, C. E., Melchiori, K. J., Graham, J., Huntsinger, J. R., & Omer, S. B. (2017). Association of moral values with vaccine hesitancy. *Nature Human Behaviour*, 873-880.
- Anania, E. C., Rice, S., Pierce, M., Winter, S. R., Capps, J., Walters, N. W., & Milner, M. N. (2019). Public support for police drone missions depends on political affiliation and neighborhood demographics. *Technology in Society*, 95-103.
- Audretsch, D. B., Bönte, W., & Tamvada, J. P. (2013). Religion, social class, and entrepreneurial choice. *Journal of Business Venturing*, 774-789.
- Beilmann, M., Kööts-Ausmees, L., & Realo, A. (2018). The relationship between social capital and individualism–collectivism in Europe. *Social Indicators Research*, 137(2), 641-664.
- Blau, J. R., Land, K. C., & Redding, K. (1992). The expansion of religious affiliation: An explanation of the growth of church participation in the United States 1850–1930. *Social Science Research*, 329-352.
- Bosma, N., & Harding, R. (2020). Global entrepreneurship monitor 2019/2020 Global Report. *GEM Publications*. Retrieved from <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Boudreaux, C. J., Nikolaev, B. N., & Klein, P. (2019). Socio-cognitive traits and entrepreneurship: The moderating role of economic institutions. *Journal of Business Venturing*, 178-196.
- Bryson, A. (2000). *Seeing the Light of World Faith: Passages from the Scriptures of Hinduism, Judaism, Buddhism, Christianity, Islam, Baha'I*. Sterling Publishers Pvt. Ltd.

- Busenitz, L. W., & Lau, C. M. (1996). A cross-cultural cognitive model of new venture creation. *Entrepreneurship theory and practice*, 20(4), 25-40.
- Christakis, N. (2021, enero). Los nuevos locos años 20: "Después de la pandemia puede venir una época de desenfreno sexual y derroche económico". (B. N. Mundo, Ed.)
- Coelho, G. L., Hanel, P. H., Johansen, M. K., & Maio, G. R. (2019). Mapping the structure of human values through conceptual representations. *European Journal of Personality*, 33(1), 34-51.
- Cornwall, M., Albrecht, S. L., Cunningham, P. H., & Pitcher, B. L. (1986). The dimensions of religiosity: A conceptual model with an empirical test. *Review of religious research*, 226-244.
- Davie, G. (1990). Believing without Belonging: Is This the Future of Religion in Britain? *Social Compass*, 455-469.
- Drakopoulou Dodd, S., & Gotsis, G. (2016). The Interrelationships between Entrepreneurship and Religion. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 93-104.
- Drucker, P. (1992). *Post-capitalist society*. Routledge.
- Dryhurst, S., Schneider, C. R., Kerr, J., Freeman, A. L., Recchia, G., Van Der Bles, A. M., & Van Der Linden, S. (2020). Risk perceptions of COVID-19 around the world. *Journal of Risk Research*, 994-1006.
- Espinosa, V., Alonso Neira, M., & Huerta de Soto, J. (2021). Principles of sustainable economic growth and development: a call to action in a post-covid-19 world. *Sustainability*, 13(23), 1-14. doi:10.3390/su132313126.
- Espinosa, V., Wang, W., & Huerta de Soto, J. (2022). Principles of Nudging and boosting: steering or empowering decision-making for behavioral development economics. *Sustainability*, 14(4), 1-18. doi:10.3390/su14042145.

- Evans, G., Heath, A., & Lalljee, M. (1996). Measuring left-right and libertarian-authoritarian values in the British electorate. . *British Journal of Sociology*, 93-112.
- Fam, K. S., Waller, D. S., & Erdogan, B. Z. (2004). The influence of religion on attitudes towards the advertising of controversial products. *European Journal of marketing*.
- Farmaki, A., Altinay, L., Christou, P., & Kenebayeva, A. (2019). Religion and entrepreneurship in hospitality and tourism. . *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Garicano, L. (2021, Junio 3). *Twitter*. Retrieved from <https://twitter.com/lugaricano/status/1400363699915964416>
- Giorgi, L. (1992). Religious Involvement in a Secularized Society: An Empirical Confirmation of Martin's General Theory of Secularization. *The British Journal of Sociology*, 639-656.
- Hofstede, G. (1980). Culture and organizations. . *International studies of management & organization*, 10(4), 15-41.
- Hout, M., & Greeley, A. M. (1987). The Center Doesn't Hold: Church Attendance in the United States, 1940-1984. *American Sociological Review*, 325-345.
- Huerta de Soto, J. (1992). *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*. Madrid: Unión Editorial.
- Huerta de Soto, J. (2021). Los efectos económicos de la pandemia: Un análisis austriaco. *Procesos de Mercado*, 18(1), 13-57.
- Iannaccone, L. R. (1998). Introduction to the Economics of Religion. *Journal of Economic Literature*, 1465-1495.
- Kirzner, I. ([1973](2020)). *Competencia y empresarialidad*. Madrid: Unión Editorial.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 411-432.

- Lipset, S. M. (2009). Values and Entrepreneurship in the Americas. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&d Management*, 135-147.
- McCutcheon, R. T. (2010). Will Your Cognitive Anchor Hold in the Storms of Culture? *Journal of the American Academy of Religion*, 1182-1193.
- McGrath, R. G., MacMillan, I. C., & Scheinberg, S. (1992). Elitists, risk-takers, and rugged individualists? An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 115-135.
- McMullen, J. S., Bagby, D. R., & Palich, L. E. (2008). Economic Freedom and the Motivation to Engage in Entrepreneurial Action. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 875-895.
- Morales-Alonso, G., Blanco-Serrano, J. A., Núñez Guerrero, Y., Grijalvo, M., & Blanco Jimenez, F. J. (2022). Theory of planned behavior and GEM framework—How can cognitive traits for entrepreneurship be used by incubators and accelerators? *European Journal of Innovation Management*, Ahead-of-print.
- Morales-Alonso, G., Núñez Guerrero, Y., Aguilera, J. F., & Rodríguez-Monroy, C. (2020). Entrepreneurial aspirations: economic development, inequalities and cultural values. *European Journal of Innovation Management*, 553-571.
- Morales-Alonso, G., Pablo-Lerchundi, I., & Núñez-Del-Río, M. C. (2016). Entrepreneurial intention of engineering students and associated influence of contextual factors/Intención emprendedora de los estudiantes de ingeniería e influencia de factores contextuales. *Revista de psicología social*, 31(1), 75-108.

- Morales-Alonso, G., Pablo-Lerchundi, I., & Vargas-Perez, A. M. (2016). An empirical study on the antecedents of knowledge intensive entrepreneurship. *International journal of innovation and technology management*, 13(5). doi:1640011
- Moriano, J. A., Trejo, E., & Palací, F. J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio. *International Journal of Social Psychology*, 229-242.
- Nelson, J. M. (2009). *Psychology, religion, and spirituality*. Springer Science & Business Media.
- Niels Bosma, S. H.-S. (2020). *Global entrepreneurship monitor 2019/2020 global report*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School.
- Norberg, J. (2017). *Progress: Ten reasons to look forward to the future*. Simon and Schuster.
- Pablo-Lerchundi, I., Morales-Alonso, G., & González-Tirados, R. M. (2015). Influences of parental occupation on occupational choices and professional values. *Journal of Business Research*, 68(7), 1645-1649.
- Parboteeah, K. P., Walter, S. G., & Block, J. H. (2015). When Does Christian Religion Matter for Entrepreneurial Activity? The Contingent Effect of a Country's Investments into Knowledge. *Journal of Business Ethics*, 447-465.
- Peng, Y. (2022). Politics of COVID-19 vaccine mandates: Left/right-wing authoritarianism, social dominance orientation, and libertarianism. *Personality and Individual Differences*, 194. doi:111661
- Pérez-Agote, A. (2007). El proceso de secularización en la sociedad española. *Revista CIDOB d'Afers internacionals*, 65-82.
- Pérez-Agote, A. (2010). La irreligión de la juventud española. *Revista de Estudios de la Juventud*, 91, 49-63.
- Pew Research Center's forum on religion and public life. (2010). Retrieved from www.pewforum.org

- Pinillos, M. J., & Reyes, L. (2011). Relationship between individualist–collectivist culture and entrepreneurial activity: evidence from Global Entrepreneurship Monitor data. *Small Business Economics*, 23-37.
- Pisati, M. (2000). La domenica andando alla messa. Un'analisi metodologica e sostantiva di alcuni dati sulla partecipazione degli italiani alle funzioni religiose. *Polis*, 113-138.
- Requena, M. (2006). The Secularization of Spanish Society: Change in. *South European Society and Politics*, 369-390.
- Rosling, H. R. (2018). *Factfulness: ten reasons we're wrong about the world and why things are better than you think*. Flatiron books.
- Ruiz, R. (2017). El proceso de secularización de la sociedad española (1960-2010): entre la historia y la memoria. *Pasado y Memoria. Revista de Historia Contemporánea*, 16, 207-232.
- Sánchez-Bayón, A. (2022). La Escuela Económica Española: aportaciones de la Escuela de Salamanca a la economía política y la hacienda pública. *Economía UNAM*, 164-191.
- Sánchez-Bayón, A., Urbina, D., & Castro-Oliva, M. (2022). Historia económica heterodoxa de la Escuela de Salamanca: padres de la Economía Política y Hacienda Pública y referentes de otras escuelas. *Journal of the sociology and theory of religion*, 65-102.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. . *Advances in experimental social psychology*, 25, 1-65.
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 550-562. doi:10.1037/0022-3514.53.3.550
- Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., & Konty, M. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of personality and social psychology*, 103(4).

- Serenko, A. (2022). The Great Resignation: the great knowledge exodus or the onset of the Great Knowledge Revolution? *Journal of Knowledge Management*, Pendiente de impresión.
- Siegrist, M., & Bearth, A. (2021). Worldviews, trust, and risk perceptions shape public acceptance of COVID-19 public health measures. *Proceedings of the National Academy of Sciences*.
- Smith, A. ((1776)[2019]). *Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Alianza editorial.
- Smith, B. R., McMullen, J. S., & Cardon, M. S. (2021). Toward a theological turn in entrepreneurship: How religion could enable transformative research in our field. *Journal of Business Venturing*, 36(5). doi:ISBN: 106139
- Sull, D., Sull, C., & Zweig, B. (2022, Enero 26). *Toxic Culture Is Driving the Great Resignation*. Retrieved from <https://www.acmpnorcalchapter.org/changemanagement-articles>
- Thomas, A. S., & Mueller, S. L. (2000). A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture. *Journal of International Business Studies*, 287-301.
- Tocqueville, A. D. ((2020)[1835]). *La Democracia en América*. Fondo de Cultura Económica.
- von Hayek, F. (1945). El uso del conocimiento en la sociedad. *American Economic Review*.
- von Mises, L. ((1949)[2018]). *La acción humana. Tratado de economía*. Madrid: Unión Editorial.
- Wang, W., Espinosa, V., & Peña-Ramos, J. (2021). Private property rights, dynamic efficiency and economic development: an Austrian reply to neo-Marxist scholars Nieto and Mateo on cyber-communism and market process. *Economies*, 9(4). doi:10.3390/economies9040165
- Weber, M. ((2012)[1930]). *Sociología de la religión*. Madrid : Akal.