

XXVI ENGEMA: A CRISE MUNDIAL GLOBAL E A VOCAÇÃO
BRASILEIRA PARA A SUSTENTABILIDADE
03-06 DEZ 2024, Brasil

**EXPLORANDO LOS FACTORES CLAVE EN EL EMPRENDIMIENTO
SOSTENIBLE A NIVEL MUNDIAL: UN ANÁLISIS BASADO EN
DATOS DEL *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR* (GEM)**

Programa de Doctorado en Dirección de Empresas y Entorno Económico

Universidad de Cádiz (España)

Lucas Infante Cagale
Universidad de Cádiz
lucas.infanteca@alum.uca.es
lucas.cagale@usp.br
(19) 99683-0838

Juan Pablo Diáñez-González
Universidad de Cádiz
juanpablo.dianez@uca.es

Noelia Franco-Leal
Universidad de Cádiz
noelia.franco@gm.uca.es

1. ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL TEMA

El fenómeno empresarial y el desarrollo económico han sido objeto de análisis y reflexión a lo largo de la historia, con teorías que han evolucionado para capturar la complejidad y dinamismo de estos procesos. La teoría de Schumpeter (1911) sobre el desarrollo económico ha sido fundamental en este contexto, destacando la importancia de la innovación y la destrucción creativa. Por otro lado, el concepto de emprendimiento ha ganado prominencia en la literatura económica, y Gartner (1985) ha contribuido al debate al explorar las dimensiones y significados asociados con la palabra "emprendimiento". Este enfoque más amplio del emprendimiento ha llevado a considerar no solo la creación de empresas, sino también la generación de cambios y la identificación de oportunidades en diferentes contextos.

El concepto de sostenibilidad también ha emergido como un tema crítico en la agenda global, con Hart (1997) proponiendo estrategias más allá de la "verde" para abordar los desafíos ambientales y sociales. La obra de Hawken (1993) también ha contribuido al diálogo al presentar una declaración de sostenibilidad en el contexto de la ecología comercial. Además, Dees (1998) ha explorado el significado de "emprendimiento social", marcando una transición hacia modelos de negocio que buscan no solo el beneficio económico, sino también un impacto positivo en la sociedad. Se hace evidente que el fenómeno empresarial ha evolucionado más allá de la simple creación de empresas para abordar las complejidades contemporáneas, incluida la creciente preocupación por la sostenibilidad. Dada la importancia de la teoría de Schumpeter en la comprensión del desarrollo económico y el papel central del emprendimiento, es crucial considerar cómo estas teorías se entrelazan con la formación de empresas sostenibles.

Las teorías del capital social, humano y cognitivo son pilares fundamentales para comprender y fortalecer el crecimiento empresarial sostenible. Bourdieu (1986) propuso la noción de capital social como un recurso valioso inherente a las redes sociales, subrayando su relevancia para fortalecer la cooperación y alcanzar metas compartidas. La inversión en capital humano, según la teoría de Becker (1964), se erige como un catalizador fundamental para el progreso económico, destacando la necesidad de invertir en formación y educación para enriquecer los recursos humanos. Además, la perspectiva cognitiva, según Nahapiet y Ghoshal (1998), destaca cómo el conocimiento compartido y las competencias cognitivas son piedras angulares para la eficiencia organizativa y la capacidad innovadora.

Elementos como el capital social, humano y cognitivo están presentes en los entes creadores de las empresas, por lo tanto, es importante comprender cómo estas formas de capital influyen en la capacidad de las empresas para adoptar prácticas sostenibles y desempeñar un papel activo en la generación de valor social y ambiental. Además, la sustentación que el entorno proporciona al emprendedor y las empresas adquiere una importancia estratégica, según la teoría institucional de DiMaggio y Powell (1983), que sostiene que las instituciones modelan las prácticas organizativas. La teoría de dependencia de recursos de Pfeffer y Salancik (1978) refuerza la idea de que las organizaciones buscan activamente el respaldo del entorno para optimizar su supervivencia y prosperidad. Asimismo, la idea del ecosistema emprendedor de Audretsch y Belitski (2017) destaca la importancia de la colaboración entre diversos actores del entorno para el desarrollo y crecimiento empresarial. No obstante, más allá de simplemente reconocer la relevancia de los capitales para el emprendimiento sostenible, es esencial profundizar en la comprensión de cómo este tipo de emprendedor percibe su entorno. Esto implica analizar el respaldo institucional que recibe y determinar si esta percepción no solo influye en la viabilidad, sino que también impulsa activamente el mantenimiento de este tipo de negocio a lo largo del tiempo. Por su parte, la internacionalización se presenta como un paso estratégico fundamental para el crecimiento empresarial, de acuerdo con la teoría del ciclo de vida del producto de Vernon (1966). La teoría de Uppsala desarrollada por Johanson y Vahlne (1977) destaca la relevancia de la acumulación de conocimiento y la reducción de la

incertidumbre en el proceso gradual de internacionalización. Asimismo, la perspectiva de la teoría de redes internacionales de Johanson y Mattsson (1988) subraya cómo las relaciones interorganizacionales influyen de manera determinante en este proceso. En este contexto, surge la pregunta de si la orientación sostenible de las empresas puede ser un impulso para la internacionalización, y si las empresas que se internacionalizan tienden a adoptar prácticas sostenibles, reconociendo la importancia trascendental de este fenómeno en el desarrollo empresarial. Además, la teoría del crecimiento de la firma de Penrose (1959) destaca la relevancia fundamental de los recursos internos y la capacidad de gestión en las expectativas de crecimiento empresarial. Desde la perspectiva de la teoría de la agencia de Jensen y Meckling (1976), se comprende cómo los conflictos de interés entre propietarios y gerentes pueden afectar las decisiones de crecimiento. Además, la teoría de la dependencia de recursos de Pfeffer y Salancik (1978) enfatiza cómo la disponibilidad y el control de recursos impactan directamente en las estrategias de crecimiento empresarial. Dentro de este marco, se plantea la pregunta de si la orientación sostenible de las empresas puede ser un factor contribuyente al desarrollo empresarial, reconociendo la importancia crucial de este fenómeno en dicho proceso. De la misma manera, la innovación se erige como un pilar estratégico y catalizador esencial para el desarrollo y crecimiento empresarial. La teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter (1911) enfatiza el papel disruptivo de la innovación en los mercados, destacando cómo la introducción de nuevos productos y procesos impulsa la competitividad. Rogers (1962), a través de la difusión de innovaciones, destaca la importancia de la adopción de nuevas ideas y tecnologías en el entorno empresarial. Además, la perspectiva de las contribuciones de Romer (1986) a la teoría del desarrollo endógeno subraya cómo la innovación no solo es un resultado, sino también un impulsor del crecimiento económico. En este escenario, se cuestiona si la orientación hacia la sostenibilidad en las empresas puede desempeñar un papel en la generación de innovación, destacando la relevancia de este fenómeno para el progreso empresarial. El análisis de las diferencias en los tipos de economías y la influencia que estas ejercen sobre los emprendimientos, así como los factores que inciden en su funcionamiento distintivo, demanda una perspectiva integral. La teoría económica institucional de North (1990) proporciona un marco conceptual para entender cómo las instituciones moldean el comportamiento económico, enfatizando las diferencias entre economías basadas en reglas informales y formales. Por otro lado, los trabajos de Sachs (1983) arrojan luz sobre cómo los recursos naturales y la geografía afectan el desarrollo económico de manera heterogénea en diferentes tipos de economías. Igualmente, la teoría de las ventajas comparativas de Ricardo (1817) se incorpora para comprender cómo la especialización y el comercio internacional influyen en el funcionamiento de las economías y empresas, destacando la importancia de identificar y capitalizar las fortalezas distintivas de cada nación. Además, la hipótesis de la convergencia de Solow (1956) y las consideraciones sobre la brecha tecnológica de Abramovitz (1986) ayudan a explorar cómo las economías pueden converger o divergir en función de la adopción de tecnologías y la inversión en capital humano. Al analizar las economías globales, se reconoce el papel crucial de las condiciones económicas y culturales en la capacidad de las empresas para integrar la sostenibilidad en sus operaciones. Es necesario profundizar en la investigación del emprendimiento sostenible, considerando aspectos teóricos y empíricos, como el capital social, humano y cognitivo, el apoyo del entorno empresarial, la orientación sostenible hacia la internacionalización, las expectativas de crecimiento e innovación, así como las diferencias geográficas, económicas y culturales en las economías.

Terán-Yépez et al. (2020) resaltaron la importancia del emprendimiento sostenible mediante un análisis bibliométrico, evidenciando su crecimiento constante. Sin embargo, señalaron la necesidad de un marco teórico más robusto y estudios empíricos para respaldar las tendencias identificadas. Méndez-Picazo et al. (2021) destacan la influencia de factores socioculturales y

económicos en el emprendimiento social, subrayando la importancia de la educación. Su investigación, utilizando una metodología cuantitativa (PLS-SEM) con una muestra de 15 países de la OCDE entre 2015 y 2016, identifica al capital humano y social como determinantes clave del emprendimiento social, evidenciando su conexión directa con el desarrollo sostenible. Kallmuenzer et al. (2021) se enfocaron en 1.042 empresas turísticas privadas en Portugal, utilizando métodos cualitativos y cuantitativos. Destacaron la importancia del capital humano, especialmente en la experiencia específica en la industria turística y la experiencia gerencial, relacionándolo con un notable aumento en las ventas del sector. Hietschold & Voegtlin (2022) examinaron sesgos cognitivos entre emprendedores sociales y comerciales, resaltando la importancia del capital humano en el emprendimiento sostenible. Sus resultados subrayan la contribución significativa de la educación y la capacitación en la conciencia y el compromiso con la sostenibilidad empresarial. Khan et al. (2021) investigaron las intenciones emprendedoras sostenibles en PYMEs en Pakistán, enfocándose en las características de personalidad y el liderazgo sirviente. Utilizando una metodología cuantitativa, destacaron la influencia destacada del liderazgo sirviente sobre los rasgos de personalidad individuales en la formación de intenciones emprendedoras sostenibles. Ploum et al. (2018) realizaron un estudio empírico con 438 posibles emprendedores en una institución de educación superior en los Países Bajos. Su marco de competencias se centra en el capital cognitivo necesario para gestionar el desarrollo sostenible. Los resultados resaltan la importancia de estas competencias en el contexto del emprendimiento sostenible y su relación con variables como la autoeficacia emprendedora, las intenciones emprendedoras, el género y la experiencia de los padres emprendedores. El estudio de Muñoz (2018), basado en una muestra de 37 emprendedores sostenibles, se centra en participantes activos en el desarrollo sostenible. Utilizando el análisis cualitativo comparativo difuso (fs/QCA), ofrece una perspectiva cognitiva sobre la toma de decisiones sostenibles en el emprendimiento, destacando la influencia de factores cognitivos. Los resultados identifican combinaciones de factores cognitivos que constituyen un mapa integral de toma de decisiones sostenibles, revelando la complejidad inherente al comportamiento emprendedor sostenible. Yasir et al. (2023) se centró en el papel clave de los valores ambientales en el desarrollo del emprendimiento verde para promover intenciones empresariales sostenibles. La metodología cuantitativa empleada incluyó encuestas, utilizando una escala Likert de 5 puntos, a estudiantes universitarios en Pakistán. Los resultados destacaron el impacto directo e indirecto de los valores ambientales en las actitudes hacia el emprendimiento sostenible y respaldaron las intenciones emprendedoras sostenibles. Además, subrayaron la fuerte influencia de los valores ambientales en la intención empresarial sostenible, resaltando también la importancia de la educación y la conciencia ambiental. Jahanshahi et al. (2018) realizaron un estudio cuantitativo con 144 empresarios en la provincia de Irán, investigando las relaciones entre el pensamiento empresarial, la percepción ambiental y la orientación empresarial. Los resultados destacaron la influencia significativa de los estilos de pensamiento lineal y no lineal en la percepción de la incertidumbre ambiental y en la orientación de las empresas hacia la sostenibilidad ambiental. O'Neil & Ucbasaran (2016) contribuyeron a la comprensión del proceso de legitimación de emprendedores ambientales, utilizando una metodología cualitativa y longitudinal con seis nuevas empresas en el Reino Unido. Los resultados resaltaron tres etapas en el proceso de legitimación empresarial, donde los emprendedores equilibran sus valores con las demandas de diversos grupos de interés, experimentando consecuencias como estrés emocional y efectos en la reputación y el éxito empresarial. Hirschfeld & Wagner (2022) proporcionaron una perspectiva integral sobre la percepción del emprendedor en relación con el apoyo del entorno al emprendimiento sostenible. Utilizando la teoría de la acción planificada, el estudio se basó en una muestra de 277 participantes de una universidad alemana, empleando métodos

cuantitativos como el análisis conjunto basado en elección y el modelado de ecuaciones estructurales. Los resultados destacaron la importancia de la orientación hacia la sostenibilidad en la intención de emprender, así como la influencia de actitudes, normas sociales y percepciones de control en dicha intención. Szabó et al. (2023) emplearon una metodología cuantitativa basada en encuestas a 315 pequeñas y medianas empresas (PYMEs) húngaras, con un volumen de negocios mínimo de 1 millón de euros. La investigación se centró en analizar la relación entre digitalización, sostenibilidad ambiental, percepción empresarial e internacionalización de las PYMEs, abordando una brecha en la investigación. Los resultados destacan que el uso de sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) y la comunicación de prácticas sostenibles impulsan la internacionalización de las PYMEs. La percepción de la distancia cultural y económica también influye en la intención de internacionalización, sugiriendo que la digitalización y la sostenibilidad son cruciales en las estrategias de expansión internacional de las PYMEs. Broccia et al. (2022) examinaron la orientación sostenible hacia la innovación y sus efectos en la autoeficacia emprendedora (ESE) y la autoeficacia emprendedora social (SESE) en 116 emprendedores sostenibles de 29 países. El estudio resaltó la positiva influencia de la innovación en la ESE y SESE, con las capacidades organizativas y la responsabilidad social corporativa (RSC) filantrópica actuando como mediadores. Utilizando métodos cuantitativos, reveló relaciones positivas entre la innovación, la ESE, las capacidades organizativas y la RSC filantrópica. Sin embargo, se observó una relación indirecta positiva con la SESE solo a través de la RSC filantrópica. Neumann (2021) llevó a cabo una revisión sistemática centrada en la orientación sostenible hacia el desarrollo empresarial e innovación. Analizando 102 estudios, proporciona una visión integral sobre el impacto del emprendimiento en el bienestar económico, social y ambiental. Destaca la complejidad de la relación entre emprendimiento y bienestar, identificando determinantes clave como innovación, supervivencia empresarial, tamaño e internacionalización. Reconoce la importancia de la innovación para el crecimiento económico, la creación de empleo y la sostenibilidad ambiental, así como la relevancia de la supervivencia empresarial, resaltando la influencia del tamaño y grado de internacionalización en su impacto en la generación de empleo y el PIB. En su revisión sobre oportunidades emprendedoras y pobreza en África subsahariana (SSA), Vermeire & Bruton (2016) adoptan un enfoque cualitativo, analizando investigaciones existentes sobre emprendimiento y pobreza en la región. Se basan en la recopilación y síntesis de investigaciones previas, destacando variaciones regionales en la adopción de prácticas sostenibles. Aunque se percibe el emprendimiento como clave para reducir la pobreza en SSA, los autores argumentan que la evidencia de su impacto positivo es mixta y objeto de debate. Subrayan la importancia de una comprensión teórica mejorada, desafiando suposiciones occidentales y resaltan la relevancia limitada de los programas de emprendimiento en SSA debido a diversos desafíos. Proponen un marco integral que aborda la relación entre el emprendimiento y la mitigación de la pobreza. Kimmitt et al. (2020) identifican tres variedades de emprendimiento en hogares agrícolas de Kenia mediante una metodología configuracional. Destacan la diversidad y contradicciones en cómo los agricultores aprovechan oportunidades, subrayando la desconexión entre emprendimiento, satisfacción de vida y mejoras financieras frente a expectativas de prosperidad futura. Se enfocan en la relación entre la reducción de la pobreza y las expectativas de prosperidad futura mediante el emprendimiento en contextos con recursos limitados, abordando el emprendimiento sostenible y resaltando cómo diferentes formas de emprendimiento pueden contribuir al desarrollo humano y la prosperidad a largo plazo en contextos de pobreza. Marsden & Smith (2004) abordan la relevancia de las redes especializadas en la configuración de respuestas locales y regionales ante la crisis de la agricultura convencional en la Unión Europea, utilizando investigaciones teóricas y empíricas con un enfoque cualitativo. Analizan casos específicos para comprender la importancia y la

construcción del entorno social y espacial en la creación de capacidades individuales y colectivas. Exploran el "emprendimiento ecológico" en el contexto de la sostenibilidad y el desarrollo rural, destacando la importancia de este enfoque para preservar la integridad cultural y ambiental mientras genera beneficios económicos locales. Resaltan la identificación de productos y prácticas tradicionales valiosos, así como el uso de nuevas estructuras regulatorias regionales. Fuerst et al. (2023) realizaron un estudio centrado en 10 nuevas empresas sostenibles en México, utilizando un enfoque de muestreo intencional para obtener una comprensión profunda. La metodología cualitativa incluyó entrevistas narrativas con emprendedores, revelando la diversidad de tecnologías digitales utilizadas y sus desafíos. Exploraron el papel de la tecnología digital en modelos de negocio sostenibles, centrándose en la creación, entrega y captura de valor. Adoptaron un enfoque cualitativo, con un diseño exploratorio y comparativo de casos, abordando la dimensión geográfica de la adopción de tecnologías digitales y resaltando desafíos específicos en áreas remotas de México.

1.1. Gaps de investigación

Méndez-Picazo et al. (2021) destacan la relevancia fundamental del emprendimiento social en la promoción del desarrollo sostenible, subrayando la influencia crucial del capital humano y social, mientras enfatizan la necesidad de explorar más detenidamente el impacto de factores socioculturales y económicos y variables adicionales, especialmente aquellas relacionadas con factores ambientales. Kallmuenzer et al. (2021) resaltan la importancia crítica de los recursos de capital humano en el éxito de empresas turísticas, abogando por futuras investigaciones para validar hallazgos y explorar variables adicionales, considerando diferentes contextos y medidas de crecimiento empresarial. Hietschold & Voegtlin (2022) señalan que los emprendedores sociales están motivados principalmente por la causa social, con una posible propensión a sobreconfianza y escalada del compromiso, instando a futuras investigaciones sobre la influencia del contexto y experiencias individuales en sesgos cognitivos. Khan et al. (2021) destacan la relevancia del liderazgo servicial en el ámbito del emprendimiento sostenible. Sin embargo, señalan ciertas limitaciones en cuanto a la generalización de los resultados y proponen la necesidad de replicar el estudio en diversos contextos, incluyendo países tanto desarrollados como en vías de desarrollo. Cabe mencionar que el estudio se enfoca exclusivamente en el estilo de liderazgo servicial. Por lo tanto, se sugiere que futuras investigaciones podrían considerar la inclusión de otros estilos de liderazgo, tales como el liderazgo transformacional, distribuido y ético. Ploum et al. (2018) abordan el desarrollo de competencias clave para el emprendimiento sostenible, especialmente en educación superior. Se reconoce que el estudio se limita a emprendedores potenciales en una institución educativa. Se sugiere que investigaciones futuras se centren en emprendedores establecidos y prueben el marco en contextos diferentes para comprender mejor las competencias para el emprendimiento sostenible y su aplicabilidad práctica. Muñoz (2018) destaca la importancia de comprender la complejidad de factores cognitivos en la toma de decisiones sostenibles, instando a investigar la interrelación entre estos factores y su impacto en las decisiones empresariales. Yasir et al. (2023) resaltan la relevancia clave de los valores ambientales en la promoción del emprendimiento verde y la sostenibilidad empresarial, abogando por fomentar prácticas empresariales sostenibles y explorar la relación entre valores ambientales e intención empresarial sostenible en diversos contextos. Jahanshahi et al. (2018) enfatizan la importancia de considerar los estilos de pensamiento de los empresarios en la percepción del entorno empresarial y la sostenibilidad ambiental, señalando la necesidad de futuras investigaciones para abordar limitaciones y comprender la influencia del pensamiento empresarial. O'Neil & Ucbasaran (2016) subrayan la importancia de considerar los valores de los emprendedores en el proceso de legitimación, con la necesidad de explorar diferencias culturales y contextuales en este proceso. Hirschfeld & Wagner (2022) enfatizan la necesidad de considerar factores en

las estrategias de promoción del emprendimiento sostenible y abogan por investigaciones futuras sobre el impacto de variables contextuales en la intención de emprender de manera sostenible. Szabó et al. (2023) ponen de relieve la importancia de la digitalización y la sostenibilidad ambiental en la internacionalización de las PYMEs, instando a estudiar características objetivas de mercados extranjeros y comparar la intención de exportación con la actividad pasada y presente. Broccia et al. (2022) señalan la necesidad de explorar factores que afectan las dimensiones de la autoeficacia emprendedora, destacando la importancia de la innovación y las capacidades organizativas, y abogando por investigaciones cualitativas adicionales, generalización y consideración cultural. Neumann (2021) destaca la necesidad de abordar lagunas en la investigación actual, medidas variadas y bases de datos internacionales armonizadas, subrayando la importancia de investigar el impacto del emprendimiento en diversos contextos. Vermeire & Bruton (2016) subrayan la importancia del emprendimiento para abordar la pobreza en SSA, instando a políticas y programas que respalden oportunidades de emprendimiento sostenible en la región, con lagunas en estudios empíricos detallados sobre el impacto de diferentes tipos de emprendimiento en la reducción de la pobreza en contextos específicos de África subsahariana. Kimmitt et al. (2020) proponen un enfoque que destaca que mejorar ingresos puede tener una relevancia limitada para resultados eudaimónicos, instando a no sobrevalorar el papel del emprendimiento en la pobreza y abogando por la consideración de valores y propósitos para comprender el desarrollo humano. Marsden & Smith (2004) resaltan la necesidad de desarrollar conceptos clave para evaluar sostenibilidad y capacidad de respuesta en nuevas geografías agroalimentarias, subrayando la importancia de abordar condiciones sociales, económicas y ambientales para la construcción de capacidades en redes especializadas. Fuerst et al. (2023) concluyen destacando la importancia de la tecnología digital en la creación de valor sostenible, señalando su papel en innovación, eficiencia operativa y comunicación de la propuesta de valor, aunque señalan desafíos en áreas remotas de México y la necesidad de investigaciones futuras para comprender integralmente el impacto de las tecnologías digitales en modelos de negocio sostenibles.

1.2. Principales resultados del grupo de investigación

En el ámbito del capital humano, específicamente con relación al género, Camelo-Ordaz et al. (2016) investigaron el impacto de los factores perceptuales en la intención emprendedora de hombres y mujeres. Utilizando datos de la base de datos Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para España en 2012, con una muestra de 1,000 individuos, la investigación empleó una metodología cuantitativa. Los resultados evidencian que tanto la autoeficacia emprendedora como la capacidad de reconocer oportunidades tienen un impacto significativo en la intención emprendedora, tanto en hombres como en mujeres. No obstante, se observó que las mujeres muestran una autoeficacia emprendedora significativamente inferior en comparación con los hombres, lo que podría contribuir a la brecha de género en la intención emprendedora. Las conclusiones resaltarán la importancia de fomentar la formación y programas de emprendimiento específicamente diseñados para mujeres, así como de proporcionar modelos a seguir para superar el miedo al fracaso y la falta de experiencia. Esto se plantea con el objetivo de promover la igualdad de género y la diversidad en el ámbito del emprendimiento en el contexto del capital humano. En el ámbito del capital social, Diánez-González & Camelo-Ordaz (2019) se centraron en investigar la influencia de las redes sociales en la orientación emprendedora de empresas surgidas de entornos académicos (ASO). El estudio, basado en una metodología cuantitativa, analizó cómo distintos tipos de redes sociales afectan la orientación emprendedora de las ASO en España. La muestra incluyó ASO fundadas en España entre 2003 y 2011, con datos recopilados de 555 ASO a través de 67 Oficinas de Transferencia de Tecnología (TTO) y fuentes adicionales como informes anuales

de incubadoras, parques tecnológicos y cátedras de emprendedores. La investigación utilizó dos cuestionarios diseñados tras una revisión de la literatura y pretesteados mediante entrevistas con fundadores y gerentes de siete ASO. La encuesta se llevó a cabo entre marzo y junio de 2012, con respuestas de 112 gerentes pertenecientes a 95 ASO. Los resultados destacan la influencia positiva de las redes sociales de apoyo universitario y de mercado en la orientación emprendedora de las ASO, sugiriendo un papel crucial en su desarrollo y éxito. Aunque el estudio subraya la importancia de estas redes, también señala posibles áreas de mejora, como la exploración más profunda del impacto de otros tipos de redes sociales y la consideración del contexto específico de cada ASO en futuras investigaciones. En el ámbito del capital cognitivo y entorno empresarial, el estudio de Camelo-Ordaz et al. (2020) tuvo como objetivo comprender la relación entre factores cognitivos y el reconocimiento de oportunidades empresariales (EOR). Utilizando datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y el Informe Anual de la Libertad Económica del Mundo, la investigación se centra en una muestra amplia que abarca a 203,126 emprendedores de 97 países.

Los resultados destacan la influencia positiva de la autoeficacia y las expectativas de resultados en el EOR. Además, se observa que las dimensiones regulatorias y normativas del contexto institucional moderan positivamente la relación entre la autoeficacia y el reconocimiento de oportunidades. Estos hallazgos resaltan la importancia tanto de factores cognitivos individuales como contextuales en el proceso de reconocimiento de oportunidades empresariales a nivel internacional. Las conclusiones subrayan la necesidad de considerar estos factores al analizar el EOR y destacan la importancia de fomentar la autoeficacia y las expectativas positivas entre los emprendedores. Aunque el estudio señala áreas de mejora, como explorar otros factores cognitivos y contextuales, ofrece implicaciones significativas para emprendedores y formuladores de políticas al promover un entorno institucional favorable para el desarrollo de nuevas empresas. En el ámbito del entorno empresarial, Diáñez-González & Camelo-Ordaz (2016) se enfocaron en analizar cómo la composición del equipo directivo afecta la orientación emprendedora de las spin-offs académicas (ASOs). El estudio, basado en investigaciones teóricas y empíricas, utilizó datos de las ASOs fundadas en España entre 2003 y 2011, recopilados a través de Oficinas de Transferencia de Tecnología (TTOs) y fuentes adicionales. Los resultados revelaron la influencia positiva de la presencia de gerentes no académicos en la orientación emprendedora de las ASOs. Además, la heterogeneidad del equipo y la gestión efectiva del conflicto mostraron impactos significativos en la orientación emprendedora. Se destaca la importancia de considerar la composición del equipo directivo para fomentar una mayor orientación emprendedora, y se identifican áreas para futuras investigaciones. Franco-Leal et al. (2020) se propusieron analizar la influencia del ecosistema emprendedor y los contextos institucionales y sociales en el desarrollo de innovaciones sociales por parte de empresas de base tecnológica surgidas en el ámbito académico en España. Con un enfoque teórico y datos de 173 empresas, la investigación destacó la importancia del contacto frecuente con agentes gubernamentales y unidades académicas de apoyo en el desarrollo de innovaciones sociales. Las conclusiones resaltan la necesidad de internalizar valores culturales relacionados con la responsabilidad social corporativa en las universidades y sugieren áreas para investigaciones futuras. Diáñez-González et al. (2021) exploraron los impulsores y las implicaciones de la orientación emprendedora (OE) en spin-offs académicos respaldadas por Oficinas de Transferencia de Tecnología (TTO) en España. Utilizando una metodología cuantitativa con 107 ASOs, los resultados destacaron la influencia positiva de gerentes no académicos, financiación externa a través de firmas de capital de riesgo y eficacia de las TTO en el desarrollo de niveles más altos de OE. Además, el rendimiento de las ASOs estuvo fuertemente influenciado por el nivel de OE. El estudio proporciona información valiosa sobre factores clave para el

desarrollo de la OE en ASOs respaldadas por TTO y sugiere áreas para investigaciones futuras.

Camelo-Ordaz et al. (2023) investigaron los factores que influyen en el reconocimiento de oportunidades en spin-offs académicos (ASOs) y cómo dependen del contexto operativo. Utilizando una muestra de ASOs españolas, el estudio identificó la relación positiva entre las redes académicas y el reconocimiento de oportunidades en contextos de descubrimiento. Además, las redes industriales mostraron una influencia positiva en el reconocimiento de oportunidades en ASOs, tanto en contextos de descubrimiento como de creación. El estudio destaca la importancia de factores contextuales y de networking en el proceso de reconocimiento de oportunidades en ASOs.

1.3. Conclusiones

Considerando las limitaciones y las brechas discernidas en la revisión bibliográfica, emerge un llamado imperativo a abordar de manera exhaustiva y específica áreas insuficientemente exploradas en el ámbito del emprendimiento sostenible. Aunque las contribuciones actuales de la literatura han iluminado diversos aspectos de este campo, la evaluación crítica de estudios previos, como los realizados por investigadores como Méndez-Picazo et al. (2021), Kallmuenzer et al. (2021), Hietschold & Voegtlin (2022), Khan et al. (2021), Ploum et al. (2018), Muñoz (2018), Yasir et al. (2023), Jahanshahi et al. (2018), O'Neil & Ucbasaran (2016), Hirschfeld & Wagner (2022), Szabó et al. (2023), Broccia et al. (2022), Neumann (2021), Vermeire & Bruton (2016), Kimmitt et al. (2020), Marsden & Smith (2004), y Fuerst et al. (2023), revela oportunidades claras para investigaciones más enfocadas y profundas. El dinamismo intrínseco al emprendimiento sostenible exige una comprensión holística de factores que van más allá de la mera acumulación de evidencia empírica. La demanda de estudios que exploren en mayor medida el papel del capital humano, social y cognitivo en el perfil del emprendedor sostenible, junto con la influencia de las percepciones sobre el respaldo institucional y del entorno en las decisiones y acciones hacia la sostenibilidad, es inminente. Asimismo, se sugiere que la adopción de prácticas sostenibles puede tener un impacto significativo en aspectos como la internacionalización, el crecimiento sostenible y la innovación en los emprendimientos. Estos aspectos aún requieren una atención más detallada y específica, y la literatura resalta la importancia de considerar las variaciones geográficas en la adopción de prácticas sostenibles, indicando que las estrategias emprendedoras sostenibles pueden ser moldeadas por factores regionales. En este contexto, los objetivos trazados en esta investigación se diseñan para colmar las brechas identificadas en la literatura, ofreciendo una contribución significativa al entendimiento del emprendimiento sostenible desde múltiples perspectivas.

2. HIPOTESIS Y OBJETIVOS

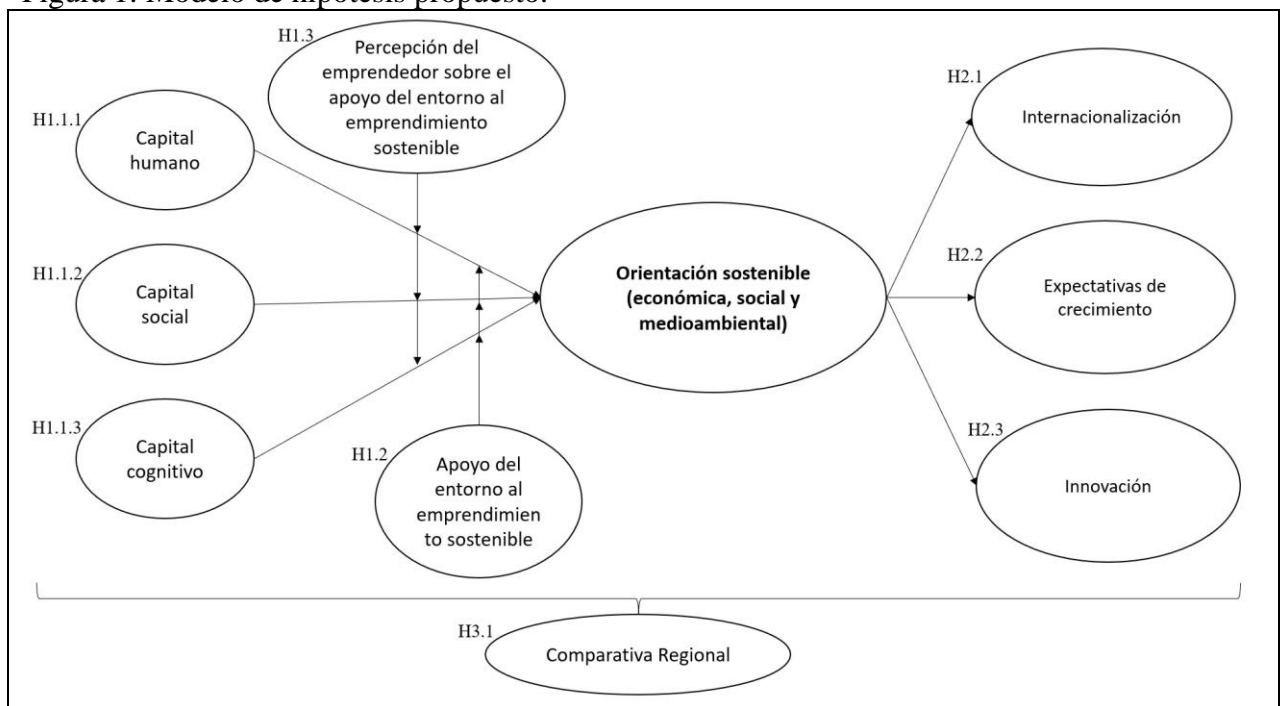
2.1. Hipótesis

Hipótesis de partida

El modelo integrado propuesto aborda la complejidad del emprendimiento sostenible al considerar múltiples factores que influyen en la adopción de prácticas sostenibles por parte de los emprendedores. Destaca tres dimensiones clave: el capital humano, el capital social y el capital cognitivo. Estos componentes se interrelacionan, formando un sistema dinámico que moldea el perfil del emprendedor y su predisposición hacia la sostenibilidad. En la primera dimensión (H1.1.1, H1.1.2, H1.1.3), se explora cómo el nivel de educación formal, la amplitud de las redes sociales y las características cognitivas del emprendedor interactúan para influir en la adopción de prácticas sostenibles. Se postula que un mayor capital humano, social y cognitivo está asociado con una mayor orientación hacia la sostenibilidad. La segunda dimensión (H1.2, H1.3) se centra en la influencia del apoyo institucional y la

percepción del emprendedor sobre dicho respaldo. Se investiga cómo la presencia de incentivos específicos y la percepción positiva del apoyo del entorno al emprendimiento sostenible correlacionan positivamente con la disposición de los emprendedores hacia la sostenibilidad. En cuanto a los resultados (H2.1, H2.2, H2.3), el modelo aborda cómo la orientación sostenible de las empresas impacta en la internacionalización, las expectativas de crecimiento y la innovación. Se postula que las empresas comprometidas con la sostenibilidad exhiben una mayor propensión a la internacionalización, un crecimiento sostenido a largo plazo y una mayor capacidad innovadora. Además, se considera una dimensión geográfica (H3.1) para analizar variaciones regionales en la adopción de prácticas sostenibles. Se busca comprender cómo factores regionales pueden influir en las estrategias emprendedoras sostenibles, tanto en el ámbito social como medioambiental. Para una representación visual clara y efectiva, se presenta la figura 1, que ilustra el modelo propuesto.

Figura 1: Modelo de hipótesis propuesto.



Fuente: Elaboración propia.

Considerando este marco teórico, se derivan las siguientes hipótesis:

H1.1.1: Existe una relación positiva entre el nivel de educación formal y la adopción de prácticas sostenibles por parte de los emprendedores, sugiriendo que un mayor capital humano está asociado con una mayor orientación hacia la sostenibilidad.

H1.1.2: La amplitud y la diversidad de las redes sociales del emprendedor tienen una influencia significativa en la implementación de estrategias sostenibles, lo que sugiere que un mayor capital social incide en una mayor adopción de prácticas emprendedoras sostenibles.

H1.1.3: Las características cognitivas como la proactividad, la tolerancia al riesgo y la creatividad están positivamente relacionadas con la identificación y aprovechamiento de oportunidades de negocios sostenibles, lo que sugiere que un mayor capital cognitivo impulsa la innovación en el emprendimiento sostenible.

H1.2: La presencia de incentivos específicos correlaciona positivamente con la propensión de los emprendedores a adoptar prácticas sostenibles, indicando que un mayor apoyo institucional está relacionado con una mayor orientación hacia la sostenibilidad.

H1.3: La percepción subjetiva del emprendedor sobre el nivel de apoyo del entorno al emprendimiento sostenible influye directamente en sus decisiones y acciones hacia la sostenibilidad, sugiriendo que una percepción positiva del apoyo se asocia con mayores prácticas emprendedoras sostenibles.

H2.1: Existe una relación positiva entre la adopción de prácticas sostenibles y, la internacionalización de los emprendimientos, indicando que las empresas que tienden un mayor compromiso con la sostenibilidad se internacionalizan más en comparación con las empresas que no adoptan prácticas sostenibles.

H2.2: Las empresas que adoptan prácticas sostenibles presentarán un crecimiento sostenido a largo plazo, lo que sugiere que las expectativas de crecimiento están asociadas positivamente con la implementación de estrategias sostenibles.

H2.3: Las empresas comprometidas con el emprendimiento sostenible tienden a ser más innovadoras en comparación con aquellas que no se enfocan en la sostenibilidad, indicando que la innovación está impulsada por el compromiso con prácticas sostenibles.

H3.1: Existen variaciones significativas entre regiones geográficas en cuanto a la adopción de prácticas sostenibles, tanto en el ámbito social como medioambiental, lo que sugiere que factores regionales pueden influir en las estrategias emprendedoras sostenibles.

2.2. Objetivos

Objetivos generales

Objetivos Antecedentes (1): Investigar la influencia del capital humano, capital social y capital cognitivo en el emprendimiento sostenible, explorando cómo estos factores modelan el perfil del emprendedor. Evaluar cómo la percepción del emprendedor sobre el respaldo institucional al emprendimiento sostenible afecta la disposición de los emprendedores hacia la sostenibilidad. Además, explorar la moderación de esta relación al considerar cómo la percepción del emprendedor sobre el respaldo del entorno al emprendimiento sostenible influye en la forma en que el apoyo institucional impacta la disposición hacia la sostenibilidad.

Objetivos Resultados (2): Investigar cómo la orientación sostenible afecta a la internacionalización, las expectativas de crecimiento y la innovación.

Objetivos Dimensión Geográfica (3) Realizar un análisis comparativo regional para identificar diferencias en los tipos de economías en términos de consideraciones sostenibles, tanto social como medioambientalmente, con el objetivo de comprender cómo estas variables impactan en el emprendimiento sostenible a nivel global.

Objetivos específicos

Objetivos Antecedentes (1)

1.1. Identificar la influencia del capital humano, capital social y capital cognitivo en el emprendimiento sostenible.

1.2. Analizar el impacto directo del apoyo institucional en el fomento del emprendimiento sostenible, considerando la moderación por la percepción del emprendedor.

1.3. Evaluar cómo la percepción del emprendedor sobre el respaldo del entorno al emprendimiento sostenible actúa como un moderador, influyendo en la relación entre el apoyo institucional y la disposición del emprendedor hacia la sostenibilidad. Además, explorar cómo esta percepción del entorno impacta en la orientación sostenible de los emprendedores.

Objetivos Resultados (2)

2.1. Investigar cómo la orientación sostenible afecta la internacionalización en el emprendimiento sostenible.

2.2. Evaluar las expectativas de crecimiento relacionadas con la orientación sostenible en el emprendimiento.

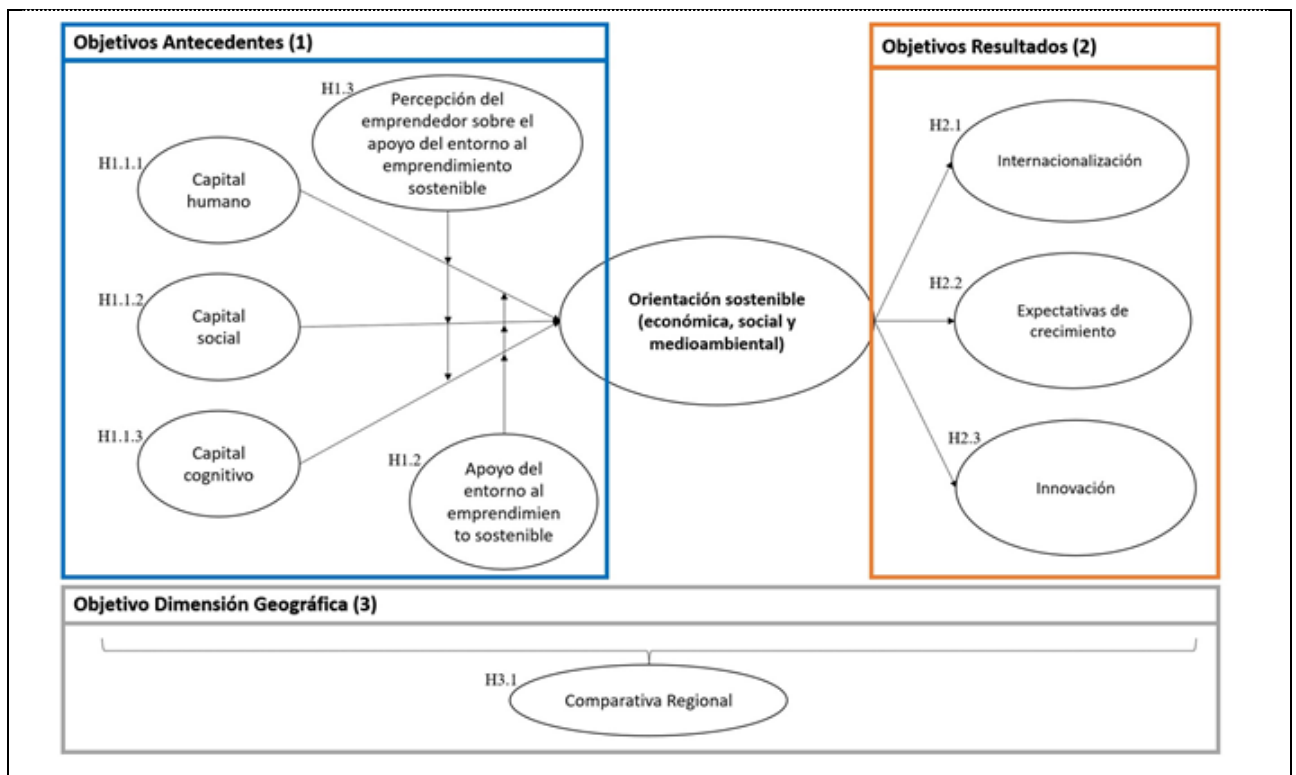
2.3. Analizar de qué manera la innovación se ve impulsada por la orientación sostenible en el emprendimiento.

Objetivo Dimensión Geográfica (3)

3.1. Realizar un análisis comparativo regional para identificar diferencias en los tipos de economías en términos de consideraciones sostenibles, tanto social como medioambientalmente.

Con base en este conjunto de objetivos se busca profundizar en el conocimiento del emprendimiento sostenible, abordando los factores determinantes del perfil del emprendedor, los resultados generados por las consideraciones sociales y medioambientales, y las diferencias en términos de sostenibilidad entre diferentes tipos de economías a nivel regional. Para una representación visual clara y efectiva, se presenta la siguiente figura 2 que ilustra el modelo propuesto.

Figura 2: Relación de los objetivos con las hipótesis.



Fuente: Elaboración propia.

3. METODOLOGIA

3.1. Etapa 1. Preparación de la investigación

En esta fase inicial, se llevará a cabo una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre emprendimiento sostenible y se desarrollarán modelos preliminares que orientarán la investigación.

3.2. Etapa 2. Diseño de la investigación

Etapa 2.1. Población objetivo

La población objetivo se corresponde con los participantes que responden a la Encuesta de la Población Adulta (APS) del [GEM]. Se ha seleccionado una muestra representativa de emprendedores activos que participaron en la APS de 2022, contabilizando más de 173,000 encuestados. Esta elección garantiza una base sólida y actualizada de datos que refleje de manera precisa la dinámica emprendedora a nivel mundial.

Etapa 2.2. Recolección de la información

La recopilación de datos se llevará a cabo aprovechando la base de datos del [GEM]. Con más de 24 años de datos acumulados y la colaboración de más de 370 expertos en investigación de emprendimiento, la base de datos del [GEM] ofrece una visión detallada del panorama emprendedor a nivel mundial. Este enfoque asegura que nuestra investigación sobre emprendimiento sostenible esté respaldada por datos exhaustivos y actualizados de la Encuesta de la Población Adulta (APS) de 2022, la cual se llevó a cabo en un total de 49 países. La amplitud y diversidad de participantes en dicha encuesta enriquecen significativamente nuestra comprensión del actual escenario emprendedor.

3.3. Etapa 3. Tratamiento de la información, análisis de los resultados y conclusiones

La fase central de la metodología involucra el análisis de datos estructurados utilizando el software MPLUS. Inicialmente, se realizará un estudio estadístico descriptivo para explorar la distribución de variables y obtener una visión general de los datos. Posteriormente, se aplicarán modelos de ecuaciones estructurales (SEM) para poner a prueba las hipótesis formuladas en el apartado 3 del proyecto. Para garantizar la calidad de los datos, se llevará a cabo una validación, verificando la consistencia de las respuestas, abordando datos faltantes y asegurando que se cumplan los supuestos necesarios para el análisis. Los resultados obtenidos se interpretarán detalladamente, considerando la fuerza y dirección de las relaciones entre las variables. Se evaluará si las hipótesis planteadas son respaldadas por los datos y cuál es su relevancia en el contexto del emprendimiento sostenible a nivel mundial. Basándose en los resultados, se elaborarán conclusiones que respondan a los objetivos generales y específicos de la investigación, discutiendo las implicaciones de estos hallazgos en el contexto del emprendimiento sostenible a nivel global. Además, se identificarán posibles limitaciones del estudio, como la disponibilidad de datos y restricciones metodológicas, y se ofrecerán recomendaciones para futuras investigaciones que puedan abordar estas limitaciones. Finalmente, los resultados de la investigación se presentarán en informes y artículos científicos siguiendo las normas y pautas de publicación académica pertinentes. Esta metodología permitirá abordar de manera rigurosa y sistemática la investigación sobre emprendimiento sostenible a nivel mundial, contribuyendo al avance del conocimiento en este campo.

4. IMPLICACIONES ÉTICAS DE LA INVESTIGACIÓN PROPUESTA

Las implicaciones éticas de la investigación propuesta son de suma importancia y deben abordarse de manera adecuada. A continuación, se detallan las consideraciones éticas y los procedimientos que se aplicarán.

4.1. Consentimiento informado

Si se utilizan datos de encuestas o entrevistas con participantes humanos en la investigación, se solicitará el consentimiento informado de todos los participantes. Se proporcionará a los participantes información detallada sobre el estudio, sus objetivos y cómo se utilizarán los datos. Los participantes tendrán la opción de participar de manera voluntaria y se les asegurará la confidencialidad de sus respuestas.

4.2. Anonimato y confidencialidad

Se garantizará el anonimato de los participantes en la recopilación de datos. Los datos recopilados no contendrán información personal identificable, y cualquier información que pueda llevar a la identificación de un participante se mantendrá en estricta confidencialidad.

4.3. Ética en la investigación con datos secundarios

Si se utilizan datos secundarios de bases de datos públicas o privadas, se respetarán los términos y condiciones de uso de dichos datos, así como los protocolos de privacidad establecidos por las organizaciones que los recopilan y comparten.

4.4. Manipulación y análisis de datos

Los datos se manipularán y analizarán de manera ética y profesional, evitando cualquier sesgo o manipulación inapropiada. Se seguirán las mejores prácticas en el análisis estadístico y se informará con precisión sobre los resultados obtenidos.

4.5. Autorizaciones y permisos

Se obtendrán todas las autorizaciones y permisos necesarios para acceder a la base de datos del [GEM] u otras fuentes de datos relevantes. Se cumplirá con las regulaciones y normativas vigentes en cuanto a la utilización de datos de investigación.

4.6. Publicación y difusión

Los resultados de la investigación se publicarán de manera ética y siguiendo las normas de publicación académica. Se evitará cualquier forma de plagio o mala conducta académica. Además, se citarán adecuadamente todas las fuentes utilizadas en la investigación.

4.7. Divulgación de conflictos de interés

Cualquier conflicto de interés potencial o real que pueda influir en los resultados de la investigación se divulgará de manera transparente. Se tomarán medidas para minimizar la influencia de tales conflictos en la interpretación de los resultados.

4.8. Revisión ética

Si es necesario, se buscará la revisión y aprobación de un comité de ética de investigación de la institución correspondiente. Esto se aplicará en casos en los que la investigación involucre a seres humanos y presente riesgos potenciales.

En resumen, se prestará una atención especial a las consideraciones éticas en todas las etapas de la investigación, y se seguirán los procedimientos y protocolos necesarios para garantizar la integridad de la investigación y el respeto por los derechos y la privacidad de los participantes.

5. REFERENCIAS

- Abramovitz, M. 1986. *“Catching Up, Forging Ahead, and Falling Behind”*. The Journal of Economic History, 46(2), 385–406. <http://www.jstor.org/stable/2122171>
- Audretsch, D. B., & 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>
- Becker, G. S. 1964. *“Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education”*. University of Chicago Press. ISBN: 0-88730-704-3
- Bourdieu, P. 1986. The forms of capital. In: Richardson, J., *“Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education”*. Westport, CT: Greenwood: 241–58
- Broccia, S., Dias, Á., & Pereira, L. 2022. *“Sustainable Entrepreneurship: Comparing the Determinants of Entrepreneurial Self-Efficacy and Social Entrepreneurial Self-Efficacy”*. Social Sciences, 11(12). <https://doi.org/10.3390/socsci11120537>
- Camelo-Ordaz, C., Diánez-González, J. P., Franco-Leal, N., & Ruiz-Navarro, J. 2020. *“Recognition of entrepreneurial opportunity using a socio-cognitive approach”*.

- International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship, 38(8), 718–745. <https://doi.org/10.1177/0266242620939843>
- Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., Franco-Leal, N., & Sousa-Ginel, E. 2023. “Opportunity recognition in academic spin-offs: a contingency approach”. *R and D Management*. <https://doi.org/10.1111/radm.12641>
- Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., & Ruiz-Navarro, J. 2016. “The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors”. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 261–277. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.001>
- Dees, J.G. 1998 *The Meaning of “Social Entrepreneurship”*. The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Kansas City, MO and Palo Alto, CA.
- Diáñez-González, J. P., & Camelo-Ordaz, C. 2016. “How management team composition affects academic spin-offs’ entrepreneurial orientation: the mediating role of conflict”. *Journal of Technology Transfer*, 41(3), 530–557. <https://doi.org/10.1007/s10961-015-9428-5>
- Diáñez-González, J. P., & Camelo-Ordaz, C. 2019. “The influence of the structure of social networks on academic spin-offs’ entrepreneurial orientation”. *Industrial Marketing Management*, 80, 84–98. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.12.009>
- Diáñez-González, J. P., Camelo-Ordaz, C., & Fernández-Alles, M. 2021. “Drivers and implications of entrepreneurial orientation for academic spin-offs”. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(2), 1007–1035. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00652-3>
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. 1983. “The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields”. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- Franco-Leal, N., Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., & Sousa-Ginel, E. 2020. “The role of social and institutional contexts in social innovations of spanish academic spinoffs”. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3). <https://doi.org/10.3390/su12030906>
- Fuerst, S., Sanchez-Dominguez, O., & Rodriguez-Montes, M. A. 2023. “The Role of Digital Technology within the Business Model of Sustainable Entrepreneurship”. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151410923>
- Gartner, W. B. 1985. “A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation”. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696. <https://doi.org/10.2307/258039>
- Hart, S. L. 1997. “Beyond Greening: Strategies for a Sustainable World”. *Harvard Business Review*
- Hawken, P. 1993. “The Ecology of Commerce: A Declaration of Sustainability”. HarperCollins. ISBN: 0-88730-704-3.
- Hietschold, N., & Voegtlin, C. 2022. “Blinded by a Social Cause? Differences in Cognitive Biases between Social and Commercial Entrepreneurs”. *Journal of Social Entrepreneurship*, 13(3), 431–452. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1880466>
- Hirschfeld, D., & Wagner, M. 2022. “The Interplay of Attitudes, Norms and Control in Sustainable Entrepreneurship: An Experimental Analysis”. *Sustainability (Switzerland)*, 14(15). <https://doi.org/10.3390/su14159317>
- Jahanshahi, A. A., Brem, A., & Shahabinezhad, M. 2018. “Does thinking style make a difference in environmental perception and orientation? Evidence from entrepreneurs in post-sanction Iran”. *Sustainability (Switzerland)*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/su10051546>

- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. 1976. "Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure". In *Journal of Financial Economics* (Vol. 3). Q North-Holland Publishing Company. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Johanson, J., Mattsson, L.G. 2015. "Internationalisation in Industrial Systems — A Network Approach". In: Forsgren, M., Holm, U., Johanson, J. (eds) *Knowledge, Networks and Power*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9781137508829_5
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. 1977. "The Internationalization Process of the Firm-A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments". *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23–32. <http://www.jstor.org/stable/254397>
- Kallmuenzer, A., Baptista, R., Kraus, S., Ribeiro, A. S., Cheng, C. F., & Westhead, P. 2021. "Entrepreneurs human capital resources and tourism firm sales growth: A fuzzy-set qualitative comparative analysis". *Tourism Management Perspectives*, 38. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100801>
- Khan, S. N., Mubushar, M., Khan, I. U., Rehman, H. M., & Khan, S. U. 2021. "The influence of personality traits on sustainability-oriented entrepreneurial intentions: the moderating role of servant leadership". *Environment, Development and Sustainability*, 23(9), 13707–13730. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01235-0>
- Kimmit, J., Muñoz, P., & Newbery, R. 2020. "Poverty and the varieties of entrepreneurship in the pursuit of prosperity". *Journal of Business Venturing*, 35(4). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.05.003>
- Marsden, T., & Smith, E. 2005. "Ecological entrepreneurship: Sustainable development in local communities through quality food production and local branding". *Geoforum*, 36(4), 440–451. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2004.07.008>
- Méndez-Picazo, M. T., Galindo-Martín, M. A., & Castaño-Martínez, M. S. 2021. "Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development". *Journal of Innovation and Knowledge*, 6(2), 69–77. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001>
- Muñoz, P. 2018. "A cognitive map of sustainable decision-making in entrepreneurship: A configurational approach". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 24(3), 787–813. <https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2017-0110>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. 1998. "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage". In *Knowledge and Social Capital* (pp. 119–158). Taylor and Francis Inc. <https://doi.org/10.2307/259373>
- Neumann, T. 2021. "The impact of entrepreneurship on economic, social and environmental welfare and its determinants: a systematic review". *Management Review Quarterly*, 71(3), 553–584. <https://doi.org/10.1007/s11301-020-00193-7>
- North, D. C. 1991. "Institutions". *Journal of Economic Perspectives*, 5 (1): 97-112. DOI: 10.1257/jep.5.1.97
- O'Neil, I., & Ucbasaran, D. 2016. "Balancing 'what matters to me' with 'what matters to them': Exploring the legitimation process of environmental entrepreneurs". *Journal of Business Venturing*, 31(2), 133–152. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.12.001>
- Penrose, E. 1995. "The theory of the growth of the firm". Oxford: Oxford University Press.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (1978). "The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective". <https://www.ssrn.com/>
- Ploum, L., Blok, V., Lans, T., & Omta, O. 2018. "Toward a Validated Competence Framework for Sustainable Entrepreneurship". *Organization and Environment*, 31(2). <https://doi.org/10.1177/1086026617697039>
- Ricardo, D. 1817. *On the Principles of Political Economy and Taxation*. (John Murray, London). In: Sraffa, P., Ed., *The Works and Correspondence of David Ricardo*, Vol. 1, Cambridge University Press, Cambridge, 1951.

- Romer, P. M. 1986. "Increasing Returns and Long-Run Growth". In *The Journal of Political Economy* (Vol. 94, Issue 5).
- Sachs, J. 1983. "Theoretical Issues in International Borrowing". NBER Working Paper No. w1189, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=305569>
- Schumpeter, J.A. 1911. "The Theory of Economic Development". Harvard University Press, Cambridge.
- Solow, R. M. 1956. "A Contribution to the Theory of Economic Growth". In *Source: The Quarterly Journal of Economics* (Vol. 70, Issue 1).
- Szabó, R. Z., Szedmák, B., Tajti, A., & Bera, P. 2023. "Environmental Sustainability, Digitalisation, and the Entrepreneurial Perception of Distances as Drivers of SMEs' Internationalisation". *Sustainability* (Switzerland), 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15032487>
- Terán-Yépez, E., Marín-Carrillo, G. M., Casado-Belmonte, M. del P., & Capobianco-Uriarte, M. de las M. 2020. "Sustainable entrepreneurship: Review of its evolution and new trends". *Journal of Cleaner Production*, 252. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119742>
- Vermeire, J. A. L., & Bruton, G. D. 2016. "Entrepreneurial Opportunities and Poverty in Sub-Saharan Africa: A Review & Agenda for the Future". *Africa Journal of Management*, 2(3), 258–280. <https://doi.org/10.1080/23322373.2016.1206803>
- Vernon, R. 1966. "International Investment and International Trade in the Product Cycle". In *Source: The Quarterly Journal of Economics* (Vol. 80, Issue 2).
- Yasir, N., Babar, M., Mehmood, H. S., Xie, R., & Guo, G. 2023. "The Environmental Values Play a Role in the Development of Green Entrepreneurship to Achieve Sustainable Entrepreneurial Intention". *Sustainability* (Switzerland), 15(8). <https://doi.org/10.3390/su15086451>