

MODELO DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN DE
EMPREDIMIENTO SOSTENIBLE EN EL

SECTOR DE ACUICULTURA

EN EL VALLE DE SAN QUINTÍN:
UN ENFOQUE DESDE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO

Leonardo Ramos López

ramosl@uabc.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-3721-4216>

Universidad Autónoma de Baja California, Campus Ensenada,
Facultad de Ingeniería y Negocios San Quintín, Baja California. México.

Resumen

En el marco del objetivo de desarrollo sostenible 12 de la agenda 2030, que busca garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, el sector de acuicultura representa un sector estratégico con alto potencial para el fomento y desarrollo de modelos de negocio de producción sustentable. Por ello, el presente trabajo busca mostrar el fundamento del modelo teórico de cuáles son los valores biosféricos, altruistas, hedónicos y/o egoístas que mejoran la influencia de los predictores de la teoría del comportamiento planificado y la intención de emprendimiento sostenible en el Municipio de San Quintín. Recae la importancia de la investigación implementar estrategias emprendedoras sostenibles y coadyuvar al bienestar de las comunidades y el desarrollo local.

Palabras clave: Emprendimiento, sostenibilidad, valores biosféricos, altruistas, hedónicos y/o egoístas

Abstract

Within the framework of sustainable development goal 12 of the 2030 agenda, which seeks to ensure sustainable consumption and production modalities, the aquaculture sector represents a strategic sector with high potential for promoting and developing sustainable production business models. Therefore, this work seeks to show the basis of the theoretical model of what are the biospheric, altruistic, hedonic, and/or selfish values that improve the influence of the predictors of the theory of planned behavior and the intention of sustainable entrepreneurship in the Municipality of San Quintín. Research is essential in implementing sustainable entrepreneurial strategies and contributing to the well-being of communities and local development.

Keyword: Entrepreneurship, sustainability, biospheric, altruistic, hedonic and/or selfish values.

Introducción

El objetivo de desarrollo sostenible (ODS) número 12, relacionado a la producción y el consumo responsables, desempeña un papel fundamental en fomentar la adopción de prácticas sostenibles, a lo largo de la cadena productiva y de consumo, buscando así reducir el impacto ambiental, para seguir contando con los recursos naturales y fomentar una economía más eficiente y resiliente. Siendo el sector de la acuicultura, este objetivo cobra particular relevancia debido a la creciente demanda de productos acuícolas y al impacto potencial que las prácticas insostenibles pueden tener sobre los ecosistemas acuáticos, Naciones Unidas (2023).

La producción responsable en el sector de acuicultura implica la adopción de técnicas que minimicen el uso excesivo de agua, reduzcan la contaminación por desechos y fomenten el uso de insumos sostenibles, Por otro lado, el consumo responsable implica un cambio en las preferencias del consumidor hacia productos acuícolas que sean certificados como sostenibles, lo que incentiva a los productores a adoptar prácticas responsables, siendo así que la actividad emprendedora en dicho sector, en línea con el ODS 12, ofrece oportunidades para innovar en áreas como la producción de alimentos más sostenibles, el manejo adecuado de desechos o el desarrollo de tecnologías innovadoras para optimizar los procesos de cultivos.

Siendo así el emprendimiento, como un motor de desarrollo económico y social, ha sido estudiado en diversas disciplinas, pero su estudio y análisis en sectores específicos, como la acuicultura, representa un área de oportunidad crucial, este sector, definido como la cría y cultivo de organismos acuáticos y la importancia de asegurar la preservación y el uso sostenible de los recursos, según la FAO (2022), la acuicultura aporta el 50% de la producción mundial de alimentos acuáticos, lo que la posiciona como un pilar clave para la seguridad alimentaria y la economía global. Este crecimiento plantea desafíos relacionados con la sostenibilidad ambiental, la resiliencia climática ya la diversificación de especies cultivadas, además de la necesidad de innovación tecnológica para cumplir las demandas de los mercados actuales, por ello, el estudiar el emprendimiento en este ámbito permite identificar

ciertos valores que influyen en la creación de modelos de negocios sostenibles, construyendo así no solo al bienestar de las comunidades, sino también la construcción de sistemas responsables y equitativos.

El emprendimiento en acuicultura no solo proporciona oportunidades económicas, sino que también aporta al progreso sostenible de las comunidades ubicadas en zonas costeras. Según Béné et al. (2016), la acuicultura puede ser un motor para la generación de empleo y la creación de ingresos, especialmente en países en desarrollo. Además, iniciativas empresariales bien estructuradas pueden impulsar prácticas de producción responsables que mitiguen el impacto ambiental y promuevan la conservación de los ecosistemas acuáticos (Naylor et al., 2000).

Durante 2023, se ha identificado un aumento significativo en la tendencia hacia la acuicultura sostenible, donde los emprendedores están adoptando prácticas que minimizan el impacto ambiental y promueven la conservación de los ecosistemas. Iniciativas como la acuicultura de recirculación y los sistemas de acuaponía están ganando popularidad, ya que permiten un uso más eficiente del agua y reducen la dependencia de insumos externos (Kumar et al., 2023). Además, la implementación de tecnologías digitales en la gestión de granjas acuícolas está transformando el sector, mejorando la eficiencia operativa y la trazabilidad de los productos (Zhao et al., 2023).

A medida que la demanda de productos del mar continúa aumentando, es esencial que los emprendedores adopten enfoques innovadores y sostenibles para maximizar el potencial de la acuicultura. La investigación y el desarrollo en técnicas de cultivo, como la acuicultura integrada y la alimentación sostenible, son vitales para asegurar la viabilidad a largo plazo del sector (Troell et al., 2014). Este contexto subraya la importancia de fomentar un ecosistema emprendedor que apoye la innovación y el crecimiento en la acuicultura, garantizando así la seguridad alimentaria y la protección de los recursos acuáticos para las futuras generaciones.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud Animal (OIE, 2022), se cuenta con el potencial para generar empleos en los próximos años, en regiones donde

dichas actividades marinas son factores fundamentales para la economía local. Por ello el presente trabajo busca mostrar las oportunidades de estudiar el emprendimiento desde los valores biosféricos, altruistas, hedónicos y/o egoístas que mejoran la influencia de los predictores de la teoría del comportamiento planificado y la intención de emprendimiento sostenible para asegurar la sostenibilidad y una prospera rentabilidad.

Marco teórico

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son una serie de 17 metas globales establecidas por las Naciones Unidas en 2015 como parte de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Su objetivo es abordar problemas clave como la pobreza, el hambre, la salud, la educación, la igualdad de género, el agua limpia, el cambio climático, la paz y la justicia, entre otros. Cada objetivo incluye metas específicas y está diseñado para promover un desarrollo inclusivo y sostenible a nivel mundial. Los ODS buscan equilibrar el crecimiento económico, la inclusión social y la protección ambiental para mejorar la calidad de vida de las generaciones actuales y futuras. Esto implica un equilibrio fundamental entre el crecimiento económico, el bienestar social y la sostenibilidad ambiental (Naciones Unidas, 2015).

El enfoque del objetivo titulado "Consumo y Producción Sostenibles" se centra en incentivar patrones de consumo y producción que sean responsables y eficientes, presión sobre los recursos naturales y el medio ambiente. Esto implica promover la eficiencia en el uso de recursos, reducir la generación de residuos, fomentar el reciclaje, y apoyar políticas e iniciativas que promuevan una economía circular. El ODS 12 también busca involucrar a gobiernos, empresas y ciudadanos en la adopción de prácticas de consumo y producción que disminuyan el impacto ambiental, contribuyan a la mitigación del cambio climático y aseguren la sostenibilidad para las futuras generaciones (Naciones Unidas, 2019).

Por ello la intención emprendedora se define como el proceso de formación de intención de iniciar un negocio propio mediante la identificación de una oportunidad y la percepción de los propios recursos para realizarla (Krueger, 2009). Esta definición considera la intención como un paso preliminar en el proceso de emprendimiento, donde los factores personales y contextuales influyen en la predisposición a emprender.

La Intención emprendedora desde la teoría del comportamiento planeado (TBP) es el nivel de esfuerzo que un individuo está dispuesto a realizar para iniciar una empresa y se basa en sus actitudes hacia el emprendimiento, la presión social percibida y su control percibido sobre el proceso (Ajzen, 1991). Se encuentra influida significativamente por la educación emprendedora y el soporte de la universidad, que fortalecen la autoeficacia y actitudes hacia el emprendimiento en los estudiantes (Anjum et al., 2022). Según la TBP, existen tres factores interrelacionados que afectan la intención de una persona de convertirse emprendedor: a) la actitud, b) la percepción de las normas subjetivas y la c) percepción control percibido, lo que representa la creencia del individuo sobre la capacidad para ser un emprendedor exitoso. Según Fishbein y Azjen (como menciona en González-Mendoza et, al., 2021), los autores sugieren que un aumento en estos tres factores fortalecerá la intención de la persona y, en consecuencia, facilitará su camino hacia el emprendimiento (González-Mendoza et, al., 2021).

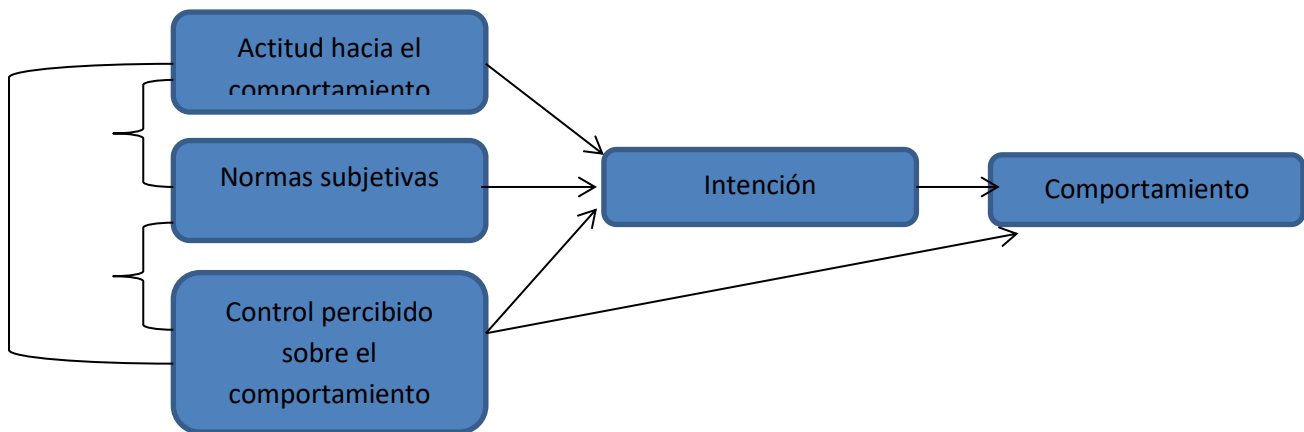


Figura 1 Teoría del comportamiento planeado
Fuente: Ajzen: 1991

Se busca analizar y explicar las intenciones emprendedoras, tanto aquellas que van más orientadas con la intención de generar beneficios económicos como aquellas que cuentan con un enfoque social. Para iniciar un nuevo negocio es fundamental contar con la intención de emprender, ya que esta cuenta con un papel sumamente importante en la decisión de formar una nueva empresa. Incluso se puede

considerar el primer paso al emprender. Esta intención actúa como un precursor fundamental que activa comportamientos relacionados con el emprendimiento, facilitando así la materialización de ideas y proyectos (Zubiria, Martínez, Ciprés, 2024).

Se puede decir que la intención emprendedora también se puede entender como un estado mental el cual impulsa a las personas a iniciar un negocio. Este concepto ha sido estudiado por marcos teóricos como la TBP y el Modelo del Evento Emprendedor, que ambas proporcionan una base sólida para comprender los factores que intervienen al momento de tomar la decisión de emprender. Hay distintas variables que son relevantes como las normas subjetivas (reflejan las percepciones que se esperan de una persona), control conductual percibido (la creencia en la capacidad propia), autoeficacia (la confianza en las habilidades personales para enfrentar desafíos) y la actitud emprendedora (la disposición mental y emocional de una persona hacia el emprendimiento) (Hernández, Bañuelos, 2023).

El emprendimiento puede comprenderse como un proceso de innovación, ya que implica la creación y adaptación y aprovechamiento exitoso de nuevas ideas en los ámbitos económico y social, con el objetivo de ofrecer soluciones originales a los problemas existentes para satisfacer las necesidades de las personas y la sociedad en general, seguido la innovación en su núcleo, consiste en convertir las ideas en riqueza tangible o valor agregado, aunque innovar conlleva el riesgo de cometer errores, también brinda la oportunidad e iniciar con una idea o desarrollar nuevas propuestas, siendo el beneficio de una idea innovadora es identificar el impacto positivo en la sociedad. En este sentido, la innovación permite ser un motor de la economía basada en el conocimiento como factor clave para los desafíos económicos, sociales y ambientales a los que se enfrenta la sociedad (Escobar, 2023).

El emprendimiento es considerado un factor clave en los diferentes sectores económicos del país, generando no solo beneficios económicos, sino también impactando positivamente en el ámbito laboral. Estos resultados se atribuyen a los números emprendedores que tienen la capacidad de crear nuevas oportunidades de empleo, lo que repercute no solo en quienes tienen la iniciativa, también en la población y en los diferentes sectores del país (Córdova, AF, & Díaz, NC., 2022). Las siguientes definiciones referentes al estudio pueden mostrar una comprensión profunda de cómo estos valores pueden influir hacia la sostenibilidad y la intención de emprendimiento.

Valores biosféricos: Se buscan centrar en el cuidado del ambiente y el bienestar del ecosistema en su totalidad completa. Los individuos con la intención biosférica toman decisiones considerando la naturaleza del ambiente, las motivaciones intrínsecas para preservar el ambiente. Los valores se basan principalmente en comportamientos proambientales (Stern et al., 1998; Steg et al., 2014)

Así mismo, estos valores regulatorios se centran en el cuidado y preservación del ecosistema ambiental, primordialmente los seres vivos y el planeta. Se considera que estos valores impulsan el desarrollo de comportamientos de sostenibilidad, y están relacionados con la parte de concientización ecológica (Schultz, 2023).

Valores altruistas: buscan enfocarse en el bienestar de los demás, la sociedad en general; tratándose de un contexto ambiental, son aquellos que cuentan con la orientación altruista; priorizan los beneficios de las personas y la sociedad antes que los personales. Los principales puntos que destacan estos valores es el dominio de la auto trascendencia, como factor primordial para los comportamientos sostenibles (Schwartz, 1994; Stern & Dietz, 1994)

Estos valores se enfocan al bienestar de los demás y motivan a las acciones que buscan beneficiar a otros. Incluso si no hay algunos beneficios sociales personales directos, estos valores se asocian a los comportamientos prosociales y cooperación (Batson & Powell, 2023).

Valores hedónicos: estos valores se basan en la satisfacción, el placer inmediato; así mismo, considera los efectos a largo plazo en las actitudes de otros individuos, aunque los valores son comúnmente menos compatibles para las prácticas sostenibles, enfocados a la sostenibilidad, siendo la comodidad alineada con opciones de acciones ambientales responsables (Steg et al., 2014).

Los valores hedónicos se encuentran relacionados con la búsqueda de la satisfacción personal, disfrutar, los individuos motivados por ciertos valores, su característica principal son las experiencias positivas y evitan las molestias o incomodidades (Ryan & Deci, 2023).

Valores egoístas: se centran en los beneficios individuales, como el interés personal, la convivencia, determina cual es el costo- beneficio de las acciones en función de cómo se relacionan y afectan directamente al individuo. Suele ser inversa a las conductas proambientales, busca determinar como elemento principal el bienestar por encima de lo ambiental (Stern et al., 1998).

Se considera como la búsqueda de los beneficios personales, para alcanzar metas e interés personales, dichos valores coadyuvan a alcanzar e impulsar comportamientos competitivos y centrados en el desarrollo del éxito personal (Schwartz, 2023).

Metodología

El estudio sigue un enfoque de estudio documental- teórico, basado exclusivamente en una revisión de literatura. El propósito es recopilar, analizar y sintetizar la parte conceptual previa que relacione los valores biosféricos, altruistas, hedónicos y egoístas con los predictores de la TPB (actitudes, normas subjetivas y control percibido del comportamiento) y su impacto en la intención de emprendimiento sostenible.

La estructura seguida para la realización del presente trabajo, fue la búsqueda de información a través de diferentes bases de datos, scopus, ebsco, elsevier, donde se agregaron palabras claves, como emprendimiento sostenible, teoría del comportamiento planificado, modelos en el sector de acuicultura, con el objetivo de recopilar información que muestre la importancia de construir un modelo teórico que contribuya a la generar las acciones de intención de emprendimiento en el sector de acuicultura.

Resultados

Para la propuesta de la presente investigación propuesta se realizó una revisión de literatura, con el objetivo de identificar las oportunidades de las prácticas sostenibles en el sector de acuicultura y su relación con el emprendimiento para el desarrollo de modelos como factores detonantes para el desarrollo económico.

La figura 2 muestra Kraus y Rigtering (2014). El presente modelo busca centrarse en la relevancia de la innovación y adaptabilidad en el área acuicultura, identificando factores claves que afectan el éxito de las iniciativas emprendedoras en donde la tecnología y la sostenibilidad son factores claves para el éxito empresarial.



Figura: 2 Modelo de inserción de innovación y sostenibilidad en acuicultura.

Fuente Elaboración propia a partir Kraus & Rigtering, (2014).

El modelo de Jansen y Vang (2015). El modelo de la figura 3 hace referencia a la innovación aplicada por los startups en acuicultura, centrándose en enfoques como la diversificación de productos, la cadena de suministros y la colaboración con comunidades locales para superar los desafíos y aprovechar oportunidades.

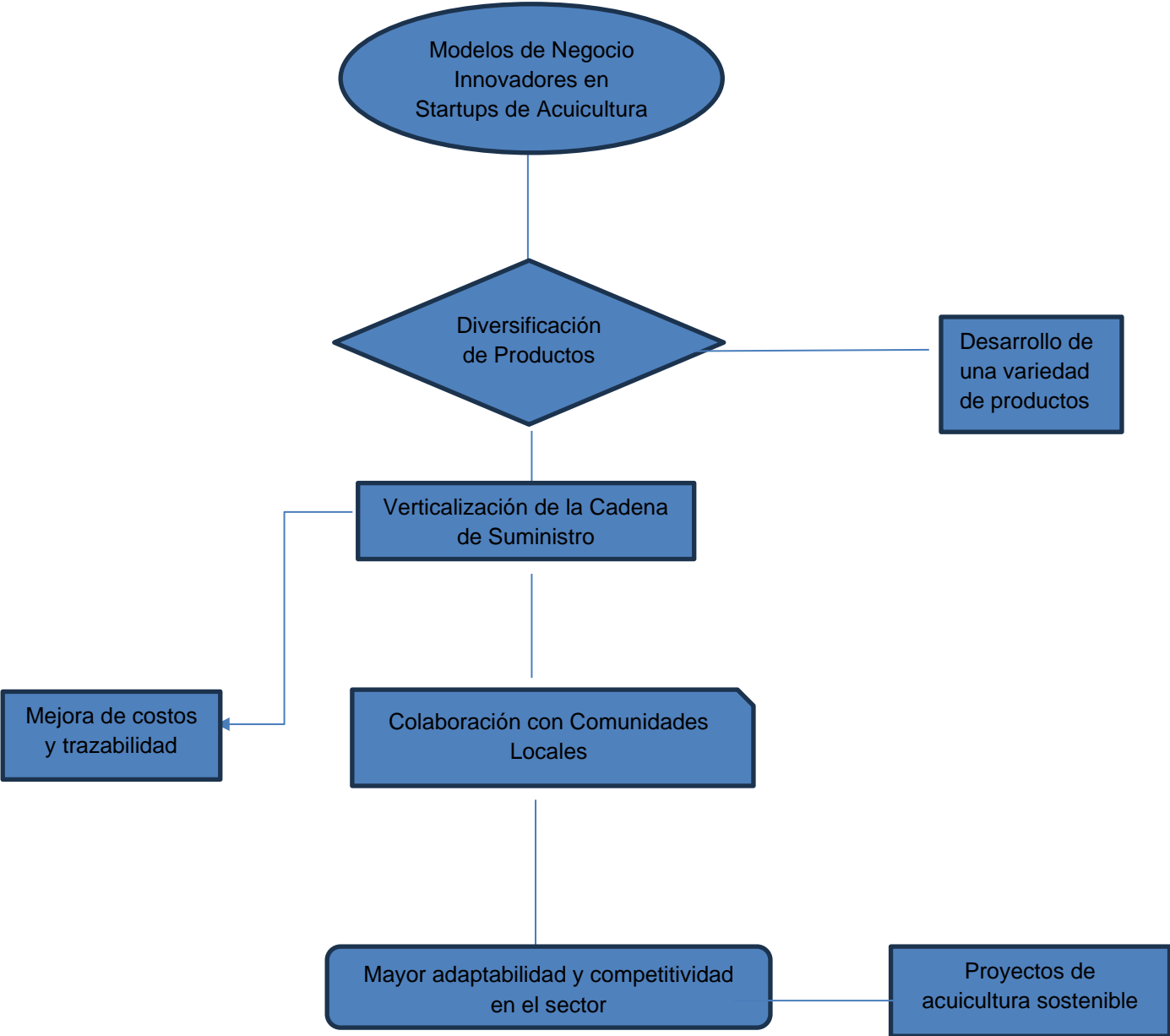


Figura 3: modelos innovadores de startups

Fuente: Elaboración propia a partir de Jansen y Vang, (2015).

En la figura 4 del modelo de Rogers y Beeharry (2021), realiza una investigación sobre los retos y oportunidades que enfrentan los modelos de negocios en acuicultura, ofreciendo recomendaciones para el área de sostenibilidad y las prácticas de gestión ambiental, en este sentido el desarrollo de negocios exitosos.

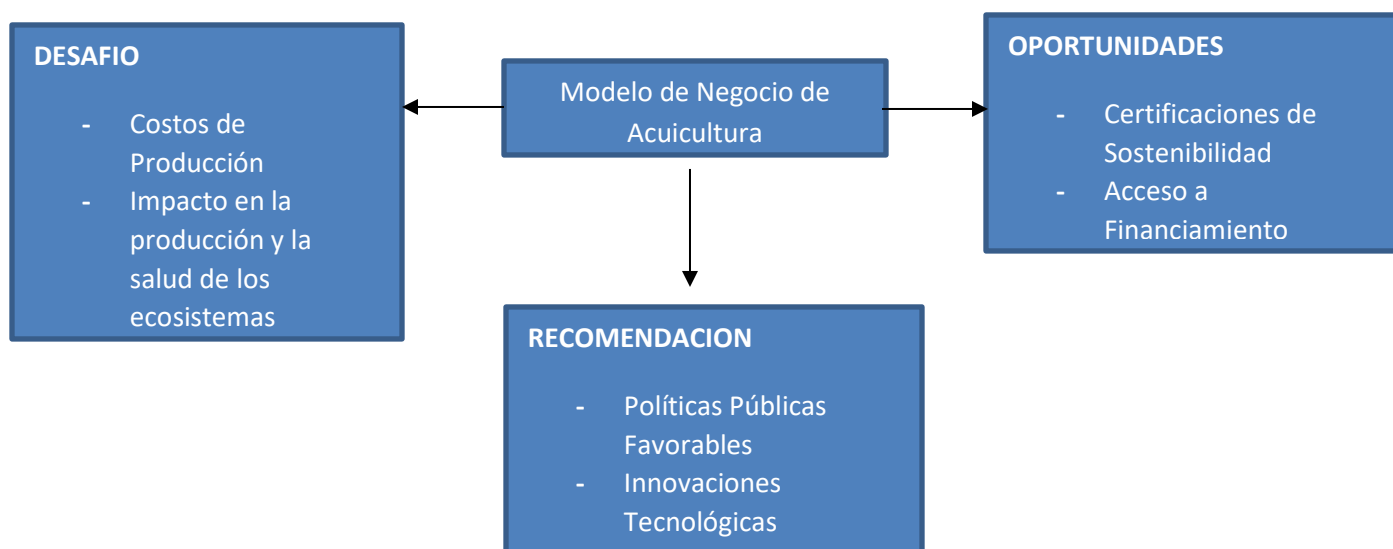


Figura 4: Desafíos y oportunidades en los modelos de acuicultura

Fuente: Elaboración propia a partir de Rogers y Beeharry (2021)

En la figura 5 propuesta por Greenfield, & Brooks, (2023) Explica cómo los valores influyen en las actitudes sostenibles y las decisiones emprendedoras. Como los valores altruistas y biosféricos (centrados en el bienestar social y ambiental) promueven comportamientos proambientales, mientras que los valores egoístas y hedónicos (pueden fomentar innovaciones enfocadas en la rentabilidad, centrados en el beneficio personal y/o empresarial) tienden a favorecer la ganancia privada. La relevancia de estos valores es fundamental para la formación de intenciones empresariales sostenibles y lo por tanto, para el desarrollo de empresas que contribuyan al desarrollo sostenible e innovador.

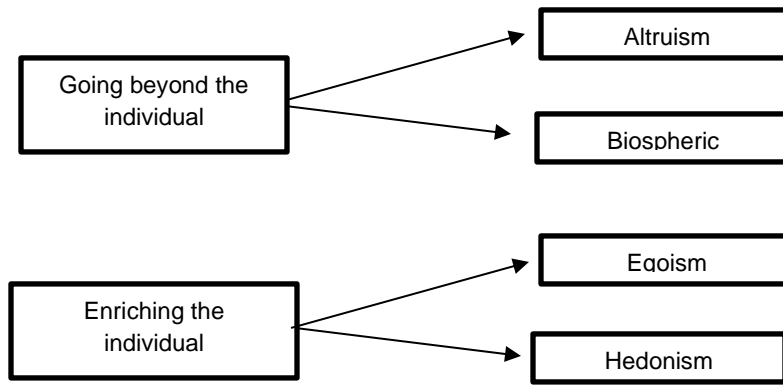


Figura 5: Modelo de variables

Fuente: Greenfield, y Brooks, (2023).

La figura 6 propuesta por Yusliza, Norazmi, & Ramayah (2021), proponen un modelo integrados que adjunta los valores personales y TBP para explicar la formación de la intención emprendedora sostenible, siendo los valores biosféricos, altruistas, egoístas y hedónicos interactúan con las actitudes, normas subjetivas y control percibido para influir en la decisiones de las prácticas y desarrollo de ideas sostenibles, siendo así el desarrollo de estrategias efectivas para promover las prácticas empresariales con alto sentido de responsabilidad.

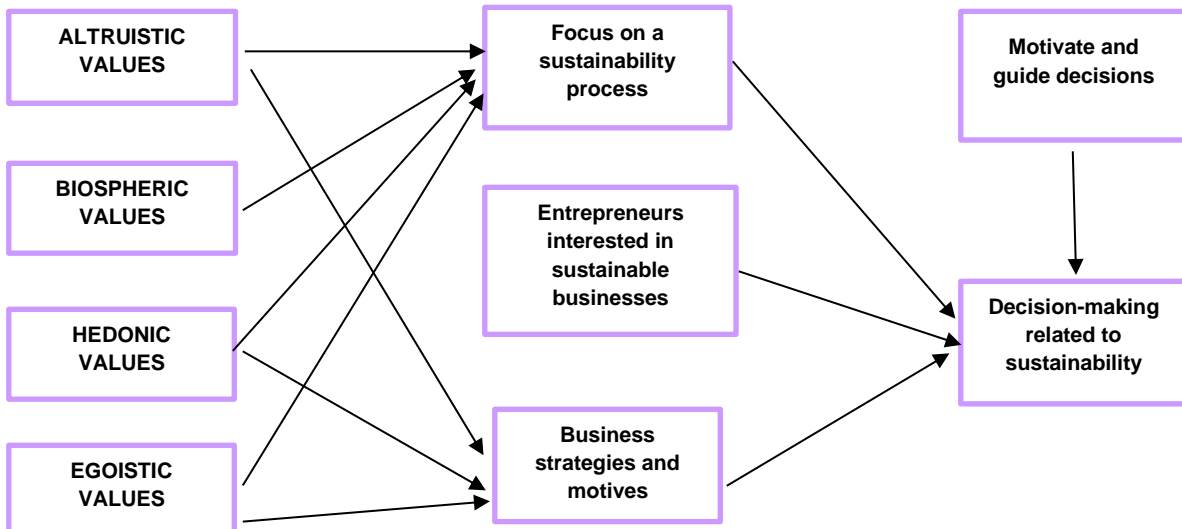


Figura 6: Model Research framework.

Fuente: Yusliza, Norazmi, y Ramayah (2021)

En la figura 7 del modelo propuesto por Wang, Van der Werff, Bouman, Harder y Steg (2021), propone valores biosféricos y la identidad ambiental, tanto a nivel individual como grupal, influyen en el comportamiento proambiental, Su enfoque distingue entre el "Yo soy" (identidad individual) y el "Nosotros somos" (identidad grupal), mostrando que ambos aspectos pueden potenciar la adopción de acciones sostenibles, Si bien el valor que más contribuye a los comportamientos pro-ambientales es el biosférico, la auto identidad ambiental es un mediador que mientras más fuerte sea, más probable es que las personas realicen una gran cantidad de comportamientos pro-ambientales. Por otra parte, en los grupos dependiendo de los valores biosféricos con los que cuenten las personas integrantes puede llegar a incentivar los comportamientos pro-ambientales al percibir un mayor interés por parte de los integrantes en estos comportamientos lo cual influye en los demás miembros, creando un grupo con identidad de comportamientos pro-ambientales.

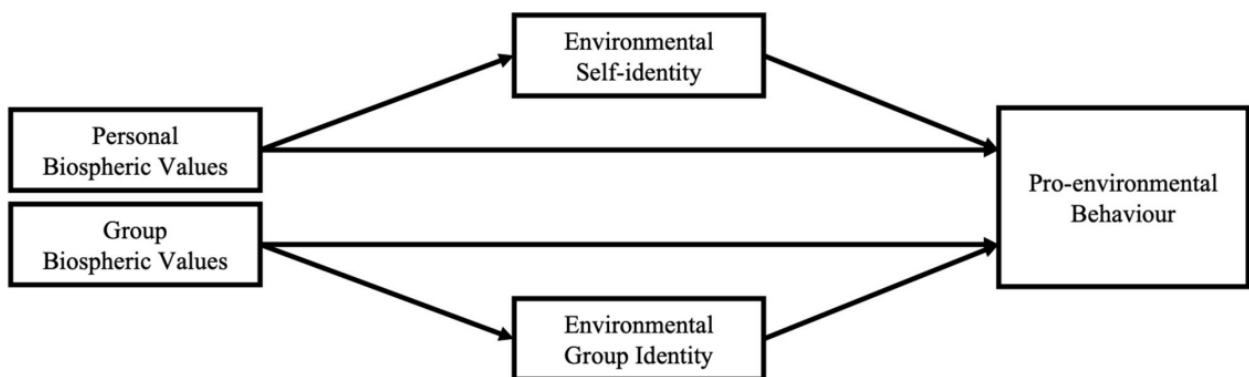


Figura 7: Personal and group pathways to predict pro-environmental behaviour

Fuente. Wang, Van der Werff, Bouman, Harder y Steg (2021).

Quach et al. (2024), en su investigación muestra los valores personales en la formación de las intenciones pro ambientales, contemplando valores biosféricos, que reflejan una preocupación por el bienestar del medio ambiente y los ecosistemas, destaca como un motor clave para la adopción de comportamientos pro ambientales, así mismo considera los valores altruistas que se enfocan al bienestar, que influyen en las adaptaciones de prácticas sostenibles, moldean la

percepción de las normas sociales, creando conciencia de actuar de manera responsable con el ambiente, por ello integra la TBP como un factor principal para potenciar la intención de crear estrategias de reducción del daño al medio ambiente.

De acuerdo a la revisión de las diferentes perspectivas abordadas en las investigaciones en relación a los modelos, los valores biosféricos, altruistas, hedónicos y/o egoístas y la teoría del comportamiento planificado, se puede observar la oportunidad para continuar estudiando el tema en diferentes contextos, a través de la siguiente propuesta de un modelo como se muestra en la figura 8, donde permita ampliar la comprensión del comportamiento humano en cuando a estos principios que guían sus decisiones y acciones, continuar fortaleciendo la base de la teoría del comportamiento planificado, continuar promoviendo el desarrollo sostenible donde se pueda continuar el equilibrio del bienestar económico, social y ambiental, dichos valores en la TPB no solo mejora la capacidad predictiva si no también crear la intención de emprender con soluciones efectivas y sostenibles.

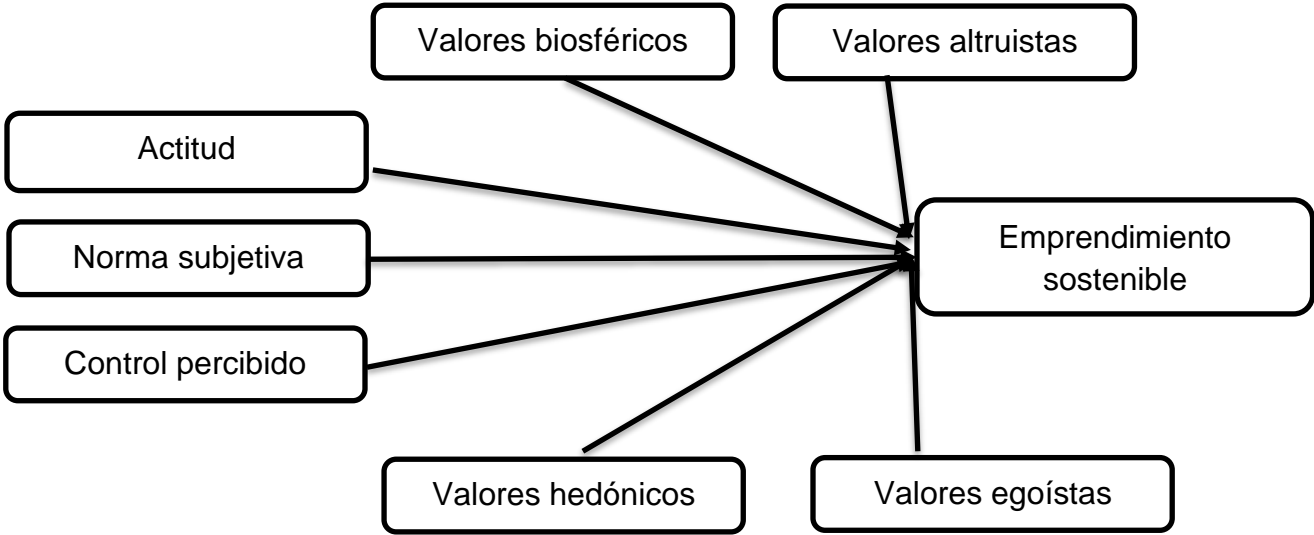


Figura 8: Elaboración propia de acuerdo con la revisión de la literatura

Fuente: Elaboración propia a partir de la búsqueda de información.

Conclusión y discusiones

La presente revisión documental de la literatura concluye en la importancia de comprender y proponer el emprendimiento sostenible desde la teoría del comportamiento planificado y valores biosféricos, altruistas, hedonistas y egoístas, se puede decir que la TBP en el sector acuícola ha evidenciado el creciente interés académico en comprender las intenciones emprendedoras de los actores del sector y los factores que influyen en sus decisiones. A partir de los estudios analizados, se observa que los componentes clave de la TBP actitud hacia el comportamiento, norma subjetiva y control percibido se relacionan significativamente con la intención de emprender y adoptar prácticas sostenibles en la acuicultura. Estos hallazgos sugieren que las actitudes positivas hacia prácticas sostenibles, el apoyo social percibido y la percepción de capacidad para implementarlas son factores determinantes en la intención de desarrollar negocios acuícolas responsables.

También destaca la influencia de variables contextuales, como los valores personales y las percepciones sobre el impacto ambiental y social, que amplían la TBP en el contexto acuícola. Al incorporar valores biosféricos, altruistas y egoístas, diversos modelos han mejorado la predicción de las intenciones emprendedoras hacia la sostenibilidad. Sin embargo, se identifica una necesidad de estudios longitudinales y comparativos que examinen la evolución de las intenciones y comportamientos en diferentes contextos culturales y económicos, así como el rol de políticas públicas y acceso a financiamiento en el fortalecimiento de emprendimientos sostenibles en el sector.

Por otro lado, los estudios de O'Connor y Ramírez (2023), Greenfield y Brooks (2023), y Wang et al. (2021), se contemplan diferentes perspectivas tomando la importancia de los valores en el emprendimiento sostenible y el comportamiento ambiental, considera el incluir los valores personales TBP para aumentar la predicción de la intención emprendedora en emprendimiento sostenibles enfocándose en el papel de los valores altruistas y biosféricos en la alineación de motivaciones individuales con objetivos sostenibles. Por su parte, Greenfield y

Brooks desarrollan ampliamente incluir valores hedónicos y egoístas pueden coexistir con las intrínsecas y desempeñar un papel significativo en el diseño de estrategias emprendedoras.

En conjunto, los estudios analizados recaen en la importancia de considerar la integración de valores personales con la TCP permite un enfoque más completo para estudiar la intención emprendedora en la acuicultura sostenible. Este enfoque reconoce que, si bien los valores biosféricos y altruistas pueden impulsar una actitud favorable hacia la sostenibilidad, los valores hedonistas y egoístas también pueden ser alineados con la sostenibilidad cuando se articulan con incentivos adecuados, promoviendo modelos de negocio que respondan tanto al bienestar comunitario como a los intereses individuales

Futuras líneas de investigación

Las futuras líneas de investigación que pueden desarrollarse a partir de este primer acercamiento, es realizar un enfoque en el impacto de los valores biosféricos, altruistas, hedónicos y egoístas en los resultados del emprendimiento sostenible en comunidades rurales, considerando factores culturales, empresas familiares en este sector, género y tecnologías que modulan dicha influencia. Así mismo, puede considerarse importante explotar las diferencias en la intención emprendedora entre hombres y mujeres, evaluar programas que coadyuvan a generar e impulsan a reforzar los valores en emprendedores locales creando una identidad colectiva sostenible.

Es importante implementar a través del modelo propuesto un instrumento que contribuya a medir la relación de la intención emprendedora con dichos valores estudiados, con la finalidad de contribuir a las redes de colaboración y la integración que contribuyan a potenciar emprendimientos sostenibles, además de poder realizar estudios longitudinales que permitan identificar la evolución de la intención emprendedora y sus resultados a lo largo el tiempo. Los estudios permitirán diseñar estrategias a las necesidades locales, fortaleciendo el bienestar y el desarrollo sostenible.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Anjum, T., Heidler, P., Butt, A. S., et al. (2022). The role of entrepreneurial education and university support in entrepreneurial intentions among students: A cross-national perspective. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(1), 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100165>
- Batson, C. D., & Powell, A. (2023). *Altruism and prosocial behavior: Understanding human motivations*. *Personality and Social Psychology Review*, 35(1), 35-50. <https://doi.org/10.1177/10888683211054327>
- Béné, C., Barange, M., & Lutz, D. (2016). The role of fisheries and aquaculture in food security and nutrition. *Food Security*, 8(6), 1247-1261. <https://doi.org/10.1007/s12571-016-0626-5>
- Córdoba, A. F., & Díaz, N. C. (2022). La importancia del emprendimiento. *Travesía Emprendedora*, 6(1), 102-105. <https://doi.org/10.31948/travesiaemprendedora.vol6-1.art17>
- Escobar, J. A. C. (2023). Emprendimiento: una mirada desde la innovación y la creatividad. *Travesía Emprendedora*, 7(1), 173-182. <https://doi.org/10.31948/travesiaemprendedora.vol7-1.art21>
- FAO. (2020). The state of world fisheries and aquaculture 2020. Sustainability in action. <https://doi.org/10.4060/ca9229en>
- FAO. (2022). Fishery and aquaculture statistics. Global aquaculture production 2020. *FAO Yearbook* (Vol. 125). <http://www.fao.org/fishery/statistics/global-aquaculture-production/en>
- FAO. (2022). The state of world fisheries and aquaculture 2022. Sustainability in action. <https://doi.org/10.4060/cc0461en>.
- Greenfield, J. T., & Brooks, H. M. (2023). Values in sustainable entrepreneurship: Altruism, egoism, and beyond. Springer Nature Book Series on Sustainability Science, <http://dx.doi.org/10.29119/1641-3466.2023.176.26>.
- González-Mendoza, J. A. ., Cañizares-Arévalo , J. de J., & Cárdenas-García , M. (2021). La intención del emprendimiento, un análisis desde la teoría del comportamiento planeado. *Mundo FESC*, 11(S6), 443–454. <https://doi.org/10.61799/2216-0388.1240>

- Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Naciones Unidas (2019). 12. *Producción y consumo responsables. Agenda 2030 en América Latina y el Caribe*. (2021, 14 septiembre). <https://agenda2030lac.org/es/ods/12-produccion-y-consumo-responsables>
- Naciones Unidas. (2023). *Objetivo 12: Producción y consumo responsables*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- Naylor, R. L., Goldberg, R. J., Primavera, J. H., & Kautsky, N. (2000). Effect of aquaculture on world fish supplies. *Nature*, 405(6790), 1017-1024. <https://doi.org/10.1038/35016000>
- Troell, M., Naylor, R. L., Metian, M., & Beveridge, M. (2014). Balancing aquaculture and the environment: The role of integrated aquaculture. *Aquaculture*, 428-429, 99-107. <https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2014.02.006>
- Jansen, K., & Vang, J. (2015). Innovative business models for aquaculture startups. *Journal of Innovation & Entrepreneurship*, 4(1), 12. <https://doi.org/10.1186/s13731-015-0012-2>
- Kraus, S., & Rigtering, J. P. C. (2014). Entrepreneurship in aquaculture: A review of the literature. *Aquaculture Economics & Management*, 18(1), 1-19. <https://doi.org/10.1080/13657305.2013.851446>
- Kumar, V., Kaur, A., & Gupta, A. (2023). Innovations in sustainable aquaculture: Recirculating aquaculture systems and aquaponics. *Aquaculture Reports*, 29, 101-112. <https://doi.org/10.1016/j.aqrep.2023.101112>
- Krueger, N. F. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In *Understanding the entrepreneurial mind* (pp. 51-72). Springer.
- O'Connor, L., & Ramirez, F. (2023). Integrating personal values in sustainable entrepreneurship using the theory of planned behavior. *Academia Journal of Business and Management*, 12(4), 321-340. <https://doi.org/10.3390/su13169249>
- OIE. (2022). Aquatic animal health strategy: Promoting the sustainable development of aquaculture. [https://www.oie.int/fileadmin/Home/eng/Animal Health in the World/docs/pdf/AquaticAnimalHealthStrategy.pdf](https://www.oie.int/fileadmin/Home/eng/Animal_Health_in_the_World/docs/pdf/AquaticAnimalHealthStrategy.pdf)
- Rogers, C. S., & Beeharry, K. (2021). Business models in aquaculture: Challenges and opportunities. *Aquaculture Economics & Management*, 25(2), 150-168. <https://doi.org/10.1080/13657305.2021.1889786>

- Rubio Hernández, F. J., & Lisbona Bañuelos, A. M. (2023). Intención emprendedora en estudiantes universitarios. Revisión sistemática de alcance de la producción científica. *Universitas Psychologica*, 21, 1–17. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy21.ieeu>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2023). *The pursuit of pleasure: Hedonic motivations in human behavior*. *Motivation and Emotion*, 47(3), 180-195. <https://doi.org/10.1007/s11031-023-09987-2>
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and content of human values? *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45.
- Schwartz, S. H. (2023). *Self-centered values and their impact on social behavior*. *Social Behavior and Personality*, 51(2), 120-135. <https://doi.org/10.2224/sbp.12345>
- Schultz, P. W. (2023). *Environmental values and biospheric motivations in sustainable behavior*. *Journal of Environmental Psychology*, 45, 75-89. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2023.05.001>
- Stern, P. C., Dietz, T., & Guagnano, G. A. (1998). A brief inventory of values for environmental assessment. *Environment and Behavior*, 30(5), 721-742.
- Steg, L., Perlaviciute, G., Van Der Werff, E., & Lurvink, J. (2014). The significance of hedonic values for environmentally relevant attitudes, preferences, and actions. *Environment and Behavior*, 46(2), 163–192. <https://doi.org/10.1177/0013916512454730>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2023). *The pursuit of pleasure: Hedonic motivations in human behavior*. *Motivation and Emotion*, 47(3), 180-195. <https://doi.org/10.1007/s11031-023-09987-2>
- Valencia-Arias, Alejandro, Gómez-Molina, Sergio, Rodríguez-Correa, Paula, & Benjumea-Arias, Martha. (2022). Entrepreneurial intention in virtual university students. *Formación universitaria*, 15(3), 11-22. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000300011>.
- Wang X, Van der Werff E, Bouman T, Harder MK and Steg L (2021) I Am vs. We Are: How Biospheric Values and Environmental Identity of Individuals and Groups Can Influence Pro-environmental Behaviour. *Front. Psychol.* 12:618956. doi: 10.3389/fpsyg.2021.618956
- Zhao, J., Li, M., & Wang, Y. (2023). Digital transformation in aquaculture: Opportunities and challenges. *Aquaculture Economics & Management*, 27(2), 153-171. <https://doi.org/10.1080/13657305.2023.2175011>

Zubiria-Ferriols, E., Martínez Fernández, M. . T., & Segarra Ciprés, M. (2024).
Intención emprendedora social: Un análisis bibliométrico. Revista De
Estudios Empresariales. Segunda Época, 2, 267-291.
<https://doi.org/10.17561/ree.n2.2024.8764>