

## ARTÍCULO DE REVISIÓN

# Emprendimiento y las diferentes estrategias para lograr la sostenibilidad del negocio

### RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar las diferentes estrategias que los emprendedores realizan en sus negocios para lograr la sostenibilidad. La metodología fue cualitativa, descriptiva, no experimental, de enfoque exploratorio y explicativa, con revisión no sistemática de la literatura en bases de datos abiertas Scielo y Redalyc, con las palabras clave "emprendimiento", AND "sostenibilidad", "estrategias", "ventajas competitivas", con los criterios de inclusión de solo artículos entre los años 2016 al 2023, idioma español e inglés, y que respondieran la pregunta de investigación, obteniendo un total de 448 artículos. Los criterios de exclusión fueron los artículos de años al rango, idiomas diferentes al español e inglés, y que no relacionados con la temática y pregunta de investigación. Se aplicó un muestreo por conveniencia, seleccionando 10 artículos científicos. Los resultados señalaron que los emprendedores aplicaron estrategias de minimizar costos y gastos, de maximizar la utilidad, de una buena gestión de los almacenes, inventarios, búsqueda de mejores proveedores, innovación constante en productos, servicios y procesos, implementación de nuevos modelos de negocio, aplicación de la tecnología, motivación constante a los trabajadores, desarrollo de habilidades, considerando a los trabajadores como el principal elemento, al desarrollo de capacidades de empatía con el cliente, desarrollo de estrategias de planificación, análisis del entorno en busca de nuevas oportunidades, organización, liderazgo de los gerentes, control a través de indicadores de gestión, búsqueda de mercados internacionales, entre otras. La investigación concluyó que existe una gran diversidad de estrategias que emplean los emprendedores para lograr la sostenibilidad del negocio.

**Palabras Clave:** Emprendimiento; Sostenibilidad; Estrategias; Ventajas competitivas.

**Gaby Naldy Corimanya  
Díaz**

[gabynaldy@gmail.com](mailto:gabynaldy@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6079-7072>

Universidad Privada del Norte,  
Facultad de Negocios, Lima, Perú

Presentado: 27/07/2023 - Aceptado: 10/10/2023 - Publicado: 31/12/2023

## INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es entendido como la actitud y aptitud que tienen las personas para crear un negocio o lograr la sostenibilidad del existente, siendo así considerado como un proceso evolutivo de innovación y creación constante asociada a las ideas de cambio y transformación (Montiel y Soto, 2020; Campo *et al.*, 2018). Así, los emprendedores están en una constante búsqueda de que sus negocios crezcan y logren la ansiada sostenibilidad, la cual es entendida desde diferentes puntos de vista, pero que abarca una dimensión económica relacionada a la obtención de ganancias económicas con el incremento constante de la rentabilidad, y una dimensión institucional relacionada al afianzamiento de la cultura, visión, misión y valores que impacten en todos los trabajadores (Caro y Blanco, 2021; Sigüenza *et al.*, 2022). De igual manera, la sostenibilidad del negocio también está referida a la capacidad del emprendedor de mantenerse en el tiempo mediante el desarrollo y potenciación de sus capacidades y competencias, que le permitan posicionamiento, rentabilidad y valor (Reina *et al.*, 2018).

Entonces, lograr la sostenibilidad del negocio implica tomar muchas decisiones e implementar acciones estratégicas como la asociatividad, la cual está referida a la integración entre negocios similares para incrementar su competitividad, reducir los costos mediante las economías de escala, ampliar el acceso a mercados, aumentar su poder de negociación, y mejorar la calidad de vida de quienes están relacionados a ellos (Villota, 2023; Acosta *et al.*, 2021). De igual manera, implica realizar inversiones en sus propios negocios u otros buscando diversificar riesgos (Contreras y Marín, 2022), generar emprendimientos sociales que significa combinar las estrategias de gestión comercial con problemas sociales, buscando mejorar la calidad de vida de las personas y comunidades determinadas (Méndez *et al.*, 2022).

Otros investigadores mencionan que los emprendedores optan por modelos de negocio híbridos que garanticen un nivel de ingresos determinado (Vera y Espinosa, 2020); que realizan alianzas estratégicas con grandes empresas para generar sinergias y evitar la obsolescencia de sus negocios puesto que pueden ampliar mercados, conseguir más clientes,

proveedores, canales de venta e incrementar sus conocimientos (Kantis *et al.*, 2023); que hacen uso de herramientas digitales -como redes sociales y aplicativos móviles- para manejar sus ventas y compras (Acuña, 2021); que aplican estrategias de marketing para resaltar la imagen comercial del negocio (Carbache *et al.*, 2020); que analizan y mejoran constantemente sus procesos internos para orientar el negocio hacia la satisfacción del cliente (Gómez *et al.*, 2022), y que rediseñan sus negocios desde una mentalidad digital para lograr la sostenibilidad y también la escolaridad (Barrios *et al.*, 2022).

Los hallazgos de Chocobar (2023) y Ovalles *et al.* (2018) determinaron que los emprendedores poseen grandes habilidades, siendo capaces de tolerar y superar la incertidumbre, aplicando sus conocimientos académicos básicos de gestión para encontrar la mejor solución a sus problemas y lograr la sostenibilidad económica de sus negocios.

Los impactos negativos post pandemia del COVID-19 generaron también el nacimiento y/o adaptación de numerosos emprendimientos acordes a las nuevas demandas del mercado y como estrategia para crear empleo y autoempleo (Méndez *et al.*, 2022). Cabe señalar que, en el Perú, uno de cada cuatro peruanos adultos efectúa algún tipo de emprendimiento, siendo capaz de detectar y explotar las oportunidades del entorno para salir adelante (Vera *et al.*, 2022).

Dentro de todo ese contexto surge la pregunta de investigación: ¿Cuáles son las diferentes estrategias de los emprendimientos para lograr la sostenibilidad de sus negocios?

## OBJETIVO DEL ARTÍCULO

Conocer las estrategias que realizan los emprendimientos para lograr la sostenibilidad de sus negocios es indagar qué hacen para lograr la sostenibilidad en el tiempo, conocer por qué no se limitan a seguir los mismos patrones de comportamiento estratégico sino que son capaces de transformarse e innovar constantemente en función de las condiciones del contexto en el cual se desenvuelven (Acosta *et al.*, 2021; Valencia *et al.*, 2022).

En ese conjunto de ideas, la presente investigación tuvo como objetivo determinar las diferentes estrategias que los emprendedores realizan en sus negocios para lograr la sostenibilidad en el tiempo.

La metodología fue cualitativa, descriptiva, no experimental, de enfoque exploratorio y explicativa, realizando una revisión no sistemática de la literatura en bases de datos Scielo y Redalyc (Arnau y Sala, 2020).

Para la base de datos abierta Scielo se aplicó una búsqueda avanzada en dos grupos, uno con las palabras clave “emprendimiento” AND “sostenibilidad”, y el otro grupo con las palabras clave “emprendimiento” AND “estrategias”, para un total de 94 artículos. Para la base de datos abierta Redalyc se aplicó una búsqueda en artículos con las palabras clave “emprendimiento” AND “sostenibilidad” AND “ventajas competitivas” AND “estrategias” obteniendo 818 artículos.

Los criterios de inclusión aplicados para los artículos encontrados fueron seleccionar solo aquellos publicados entre los años 2016 al 2023, para el idioma español e inglés, y que respondieran a la pregunta de investigación, obteniendo un total de 448 artículos.

Los criterios de exclusión aplicados fueron los artículos de años diferentes al rango seleccionado del 2016 al 2023, de idiomas diferentes al español e inglés, y que no estuvieron relacionados con la temática ni que respondieran a la pregunta de investigación.

En ese sentido, se aplicó un muestreo por conveniencia (Hernández y Mendoza, 2018), seleccionando 10 artículos científicos distribuidos en cinco artículos para Scielo y cinco para Redalyc, como se detalla:

- Sepulveda y Gutiérrez (2016), de Redalyc.
- Valencia *et al.* (2017), de Scielo.
- Reina *et al.* (2018), de Redalyc.
- Cruz *et al.* (2019), de Scielo.
- Montiel y Soto (2020), de Redalyc.
- Pesantez *et al.* (2021), de Scielo.
- Ríos *et al.* (2022), de Scielo.
- García *et al.* (2023), de Redalyc.
- Salazar *et al.* (2023), de Redalyc.
- Chocobar (2023), de Scielo.

## ARGUMENTACIÓN

Es conocido que muchas empresas tienen un ciclo de vida muy corto, es decir, no logran la sostenibilidad de sus negocios porque cierran en menos de tres años (27.73%); antes de siete años cierran el 40.41%, y antes de los doce años 48.14% han desaparecido, por diversos motivos como la falta o escasez de planificación, de organización, de dirección y liderazgo, falta de un adecuado control a través de indicadores y estrategias de mejora continua, entre otros (Pesantez *et al.*, 2021; Sepúlveda y Gutiérrez, 2016).

Así, las empresas que sí logran mantenerse en el mercado lo deben a la aplicación de diversas estrategias relacionadas a aspectos económicos, psicológicos, socioculturales y de gestión; es decir, a la búsqueda de rentabilidad, reducción de costos, innovación, diversificación de productos y servicios, adaptación de los cambios del entorno, siendo resilientes, etcétera (Montiel y Soto, 2020).

Entonces, dado lo cambiante del entorno donde se desenvuelven los emprendedores, éstos deben estar continuamente elaborando estrategias que los encaminen hacia el éxito, trazando objetivos y la forma de cómo lograrlos, innovando y creando productos, servicios, procesos, nuevos modelos de negocio y modificando sus prácticas operativas, es decir, actúan alineados a los principios de la administración. Son seis los elementos que integran el emprendimiento con una buena gestión estratégica para lograr la sostenibilidad según Valencia *et al.* (2017):

- La innovación, relacionada con los conocimientos del mercado que posea el emprendedor para crear o mejorar productos y servicios, y buscar la mejor forma de hacerlos llegar a los clientes.
- Las redes, que implica los acuerdos que se puedan establecer con otras empresas como los proveedores para lograr mayor penetración en el mercado,

minimizar los riesgos financieros, intercambiar conocimientos, etcétera.

- La internacionalización, que implica vender fuera del territorio de origen y considera un conjunto de acciones.
- El aprendizaje organizacional, que implica adquirir nuevos conocimientos para mejorar el comportamiento del negocio y aplicar nuevas estrategias de crecimiento, desarrollo y sostenibilidad.
- Los equipos de alta dirección y el gobierno, relacionados con la búsqueda para mantener e incrementar las ventajas competitivas del negocio.
- El crecimiento, que es el objetivo de todo negocio y está relacionado con el tamaño y activos que posea.

Investigadores como Sepúlveda y Gutiérrez (2016) y Reina *et al.* (2018) determinaron que el emprendimiento sostenible es un concepto que tiene múltiples dimensiones o elementos yendo más allá de lo económico, ambiental y social. Para ellos la sostenibilidad implica realizar un análisis empresarial que permitan identificar nuevas oportunidades para alargar la vida de los negocios, entonces plantean los siguientes factores:

- Factores internos, que están relacionados con las características de la empresa como i) el tamaño, porque si las empresas son muy pequeñas presentan mayores dificultades que las demás; ii) el crecimiento, donde a mayores volúmenes de comercialización mayor es la probabilidad de sostenibilidad dada la mayor rentabilidad; iii) el endeudamiento, relacionado a las formas que la empresa tiene para apalancarse y conseguir fuentes de financiamiento.
- Factores del emprendedor, que están relacionados a i) la edad, porque los emprendedores jóvenes entre 18 y 25 años, y 36 y 45 años obtenían mejores resultados en el corto plazo; ii) la experiencia, donde la inexperiencia de los emprendedores los lleva al fracaso

aun cuando existan condiciones favorables de mercado; aquí la experiencia está relacionada a la parte educativa, técnica, sectorial, de gestión y emprendedora; iii) la formación, relacionada a la cantidad y calidad de conocimientos adquiridos, el nivel de aprendizaje y la productividad lograda; iv) la satisfacción de los trabajadores, con respecto a su empleo e ingresos; y v) la motivación, que los impulsa a obtener riquezas y autonomía.

- Factores del entorno, que considera al i) crecimiento económico, al crear las condiciones necesarias para el desarrollo del negocio y es medido por el Producto Bruto Interno del país (PBI); ii) crecimiento del sector al cual pertenece la empresa y está relacionado con la productividad y las ganancias del sector específico; iii) localización geográfica, puesto que aquellas ubicadas donde haya mayor densidad empresarial tienen menores posibilidades de sostenibilidad debido a la alta competencia; iv) aglomeración, referida a la cantidad de habitantes en la zona que cuando es alta favorece al negocio; v) acceso a la información, respecto de los mercados y los clientes para generar oportunidades; y vi) factores informales, como las relaciones comerciales que también afectan la sostenibilidad del negocio.

Los hallazgos de Cruz *et al.* (2019) determinaron las siguiente estrategias para lograr la sostenibilidad del negocio:

- Realizar un constante fortalecimiento de las unidades del negocio con técnicas innovadoras y tecnológicas.
- Mediante alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones que generen crecimiento y fortalecimiento del negocio al trabajar en asociación y coordinación para el beneficio mutuo, y estableciendo redes de contactos.
- Diseñar estrategias de diversificación de portafolios de productos y servicios.

- Diseñar innovadoras estrategias de publicidad.
- Emplear a trabajadores con destacadas habilidades en las diferentes áreas del negocio.
- Competencias genéricas organizativas, relacionadas a la capacidad de cooperación, trabajo en equipo, liderazgo, organización, planificación y gestión de la información.

Montiel y Soto (2020) señalaron que el emprendimiento es multidimensional, es decir, puede ser abordado desde diferentes estrategias, y señalaron:

- Debe contar con inversionistas que apuesten por el negocio como estrategia de crecimiento y sostenibilidad.
- Las estrategias surgen a partir de la adaptación y aprendizaje empresarial, considerando elementos como la capacidad gerencial del equipo y las necesidades cambiantes del negocio para aplicar la estrategia de diversificación que permitan adaptarse al cambio.
- La capacidad de apoyarse en la familia para resolver problemas, pensar críticamente y comprender e identificarse con los objetivos corporativos que aumentan la motivación intrínseca.

Pesantez *et al.* (2021) determinaron que los emprendedores deben desarrollar cuatro competencias genéricas para implementar, de la mejor manera, estrategias para conseguir la sostenibilidad de sus negocios. Las cuatro competencias genéricas son:

- Competencias genéricas personales, relacionadas a la capacidad de análisis, aprendizaje autónomo, creatividad, adaptación al cambio, toma de decisiones y trabajo bajo presión.
- Competencias genéricas relacionadas con valores, que impulsan la motivación, el compromiso, la ética, la solidaridad, la vocación y la apreciación de la diversidad social y cultural.
- Competencias genéricas vinculadas al conocimiento, que permiten la comunicación asertiva mediante de análisis del entorno, la comprensión del método científico y de la comunicación digital.

Ríos *et al.* (2022) determinaron que la sostenibilidad de los negocios está relacionado a las estrategias tecnológicas; así:

- Los gerentes deben concientizar y preparar a todos los trabajadores sobre los beneficios y uso de las Tecnologías de la Información (TIC) para la eficiente gestión del negocio.
- El negocio debe hacer uso adecuado de las TIC, es decir, que las empresas deberán contar con infraestructura tecnológica básica como acceso a Internet, página web interactiva, redes sociales, softwares de gestión de la información como ERP, CRM, etcétera, canales digitales de compra y venta, ofertas de productos online, intranet corporativa, facturación electrónica, etcétera.
- Las empresas deben invertir o buscar fuente de financiamiento para adquirir tecnología, acudiendo a instituciones financieras, préstamos personales, de socios u otras formas de financiamiento.

García *et al.* (2023) determinaron las estrategias que aplicaron los negocios para lograr sus sostenibilidad:

- Gestionando adecuadamente a los recursos humanos, es decir, apostando por los trabajadores, empoderándolos, dándoles autonomía para el desarrollo de sus actividades logrando un alto compromiso en el logro de metas y objetivos,
- Estableciendo estándares de desempeño justos para todos, retroalimentando y tomando acciones correctivas en conjunto donde el trabajador se sienta involucrado y tomado en cuenta.

Salazar *et al.* (2023) señalaron que las estrategias de sostenibilidad de los negocios están relacionadas a sus capacidades de logísticas para la internacionalización; así:

- Los negocios deben contar con capacidades desarrolladas para incursionar en mercados internacionales, creando una cultura exportadora que permita expandir sus marcas.
- Deben tener capacidades de innovación tecnológica, competitividad, eficiencia en la producción, gestión de stocks, evaluación de proveedores, mejoras constantes en los productos o servicios, mejoras en los canales de distribución y sistemas de información, y capacidad de respuesta rápida al cliente.
- Desarrollar alianzas estratégicas para facilitar los procesos logísticos, fortaleciendo la comunicación y competitividad del negocio.

Finalmente, Chocobar (2023) investigó sobre las estrategias de sostenibilidad que aplican los emprendedores señalando que estas se basan en tres habilidades principales:

- Habilidades de “saber ser”, aplicando estrategias de investigación del mercado para conocer sus tendencias, planifican sus ingresos y egresos para la mejor toma de decisiones, invierten dinero en su propio negocio, aplican estrategias de diferenciación en productos y servicios que logran mediante su capacitación constante, y aplican la negociación en la compra y venta de productos y servicios.
- Habilidades de “saber conocer”, relacionadas al manejo básico, pero fundamental de la administración y finanzas para controlar las ventas, los gastos y ganancias, para manejar sus almacenes, y liderar a sus trabajadores mediante una comunicación fluida y asertiva.
- Habilidades de “saber hacer”, relacionadas a la solución rápida y en equipo de los problemas con clientes, ventas, compras y cualquier aspecto del negocio, a la búsqueda constante de oportunidades y uso masivo de las redes sociales para atraer clientes.

Dentro de este contexto, los aportes de los diferentes investigadores coinciden que las estrategias para lograr la sostenibilidad de los negocios son multivariadas, coincidiendo con los hallazgos de Montiel y Soto (2020), quienes señalaron que las estrategias se relacionan con aspectos económicos, psicológicos, socioculturales y de gestión. Así, Valencia *et al.* (2017) abordan elementos como la innovación, las redes con otras empresas, la internacionalización, el aprendizaje continuo y el liderazgo interno que coincidan con Sepúlveda y Gutiérrez (2016), Reina *et al.* (2018), y Salazar *et al.* (2023). Pesantez *et al.* (2021) y Chocobar (2023) coinciden en que la sostenibilidad del negocio se relaciona con capacidades o habilidades personales, valores, conocimientos y aspectos administrativos básicos adquiridos.

Sin embargo, los aspectos diferenciadores fueron los señalados por Sepúlveda y Gutiérrez (2016) y Reina *et al.* (2018), quienes indicaron que la edad y la experiencia de los emprendedores influye en la sostenibilidad del negocio. Otro elemento diferenciador fueron los hallazgos de Cruz *et al.* (2019) y Ríos *et al.* (2022), quienes indicaron que los negocios deben fortalecer sus diferentes áreas con técnicas innovadoras y tecnológicas.

Finalmente, otro aspecto diferenciador fue lo señalado por Montiel y Soto (2020) quienes indicaron que los negocios deben apoyarse en la familia para tomar las decisiones, y lo señalado por García *et al.* (2023), para quienes la mejor estrategia es apostar a los trabajadores como pieza fundamental del negocio.

## CONCLUSIONES

Los emprendedores están en constante aplicación de estrategias que les permitan lograr la sostenibilidad de sus negocios en el tiempo, ya que antes de los siete años el 40.41% de los negocios quebró por diversos factores.

Las diversas estrategias que aplican los emprendedores estuvieron relacionadas a aspectos económicos como la búsqueda de minimizar los costos y gastos para maximizar la utilidad, lo que se logra mediante una buena gestión de los almacenes, inventarios, búsqueda de mejores proveedores, la innovación constante en productos, servicios y procesos,

la implementación de nuevos modelos de negocio, la aplicación de la tecnología, etcétera.

Dentro de las estrategias relacionadas con los aspectos psicológicos se mencionaron la motivación constante a los trabajadores, el desarrollo de habilidades para desarrollar las actividades del negocio considerando a los trabajadores como la principal estrategia de crecimiento, y desarrollo de capacidades de empatía con el cliente.

Por el lado de las estrategias de gestión se mencionaron la planificación de las actividades, análisis del entorno en busca de nuevas oportunidades, organización de los trabajadores, liderazgo de los gerentes y el control a través de indicadores de gestión. Así también, la búsqueda de mercados internacionales para expandir el negocio y lograr el crecimiento.

En ese sentido, la investigación permitió determinar las diferentes estrategias que emplean los emprendedores para lograr que sus negocios sean sostenibles en el tiempo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, J.; Zárate, R., y Ortiz, E. (2021). Emprendimiento sostenible: un estudio de caso múltiple. *Información tecnológica*, 32(6), 169-178. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000600169>
- Acuña, E. (2021). Emprendimiento y resiliencia: caso de las bodegas de barrio en el Perú durante la pandemia de Covid-19. *Desde el Sur*, 13(1), e0007. <https://dx.doi.org/10.21142/des-1301-2021-0012>
- Arnau, L., y Sala, J. (2020). La revisión de la literatura científica: Pautas, procedimientos y criterios de calidad. Departament de Teories de l'Educació i Pedagogia Social. Universitat Autònoma de Barcelona. [Informe]. [https://ddd.uab.cat/pub/recdoc/2020/222109/revliltcie\\_a2020.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/recdoc/2020/222109/revliltcie_a2020.pdf)
- Barrios, K.; Figueroa, B.; Niebles, M., y Palacio, R. (2022). Condiciones facilitadoras para el desarrollo del emprendimiento: una mirada al Caribe colombiano. *Información tecnológica*, 33(1), 71-80. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642022000100071>
- Campo, L.; Amar, P.; Olivero, E., y Huguett, S. (2018). Emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible: Estudio bibliométrico (2006-2016). *Revista de Ciencias Sociales* (Ve) 2018, XXIV (4). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28059581003>
- Carbache, C.; Herrera, C., y Talledo, L. (2020). Estrategias de marketing para fortalecer la imagen de servicio de los helados artesanales del "Charra" en Bahía de Caráquez. *Revista Científica UISRAEL*, 7(2), 121-140. <https://doi.org/10.35290/rcui.v7n2.2020.277>
- Caro, E., y Blanco, J. (2021). Sostenibilidad y emprendimiento. Un análisis profundo de la dimensión social para una gestión sostenible. *Universidad de La Habana*, (292), 17. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0253-92762021000200017&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-92762021000200017&lng=es&tlng=es)
- Chocobar, E. (2023). Emprendedores y sus habilidades. *Revista Científica de la UCSA*, 10(2), 32-42. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2023.010.02.032>
- Contreras, O., y Marín, J. (2022). Orientadores de la decisión de inversión: una conceptualización desde el estilo de liderazgo del emprendedor de impacto. *Entramado*, 18(2), e201. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.7881>
- Cruz, F.; Mera, C., y Lechuga, J. (2019). Evaluación de estrategias de emprendimiento sostenible e innovación implementadas en las unidades productivas del Sena Centro Industrial y Desarrollo Empresarial de Soacha- Cundinamarca-Colombia. *Tendencias*, 20(1), 183-202. <https://doi.org/10.22267/rtend.192001.113>
- García, R.; Lucero, M., y Ribbert, E. (2022). La gestión del desempeño en la empresa familiar. *Ciencias Administrativas*. (21), 109. <https://doi.org/10.24215/23143738e109>
- Gómez, G.; López, M., y Marulanda, C. (2022). Gestión del conocimiento en el programa de reconstrucción del tejido social en zonas de posconflicto en Colombia (Chocó, Sucre y Caldas). Parte 3: cultura organizacional y gestión por procesos. *Información tecnológica*, 33(5), 115-124. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642022000500115>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill. Interamericana Editores, SA de CV. México. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf)
- Kantis, H.; Menendez, C.; Álvarez, P. y Federico, J. (2023). Colaboración entre grandes empresas y startups: una nueva forma de innovación abierta. *Tec Empresarial*, 17(1), 70-93. <https://dx.doi.org/10.18845/te.v17i1.6544>

- Méndez, J.; Méndez, M., y Bolaños, C. (2022). Emprendimientos sociales y su efecto en la reactivación económica en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (Re-HuSo)*, 7(3), 31-45. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v7i3.5149>
- Montiel, O. y Soto, A. (2020). Un marco exploratorio para el emprendimiento desde una perspectiva evolutiva. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 361-373. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.10>
- Ovalles, L.; Moreno, Z.; Olivares, M., y Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 217-234. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055767013/html/>
- Pesantez, Z.; López, K., y Paz, R. (2021). El desarrollo de las competencias generales en jóvenes universitarios para el emprendimiento sustentable. *Conrado*, 17(82), 402-410. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442021000500402&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442021000500402&lng=es&tlng=es)
- Reina, W.; Sepúlveda, C., y González, G. (2018). Análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 163-180. <https://doi.org/10.18359/rfce.3144>
- Ríos, M.; Pérez, L.; Cruz del Río, M., y Sánchez, M. (2022). Entrepreneurship and technological innovation: The micro-entrepreneur in Mexico. *Contaduría y administración*, 67(3), 00003. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.4561>
- Salazar, G.; Manrique, G., y Cuy, A. (2023). Capacidades logísticas como factores determinantes para la internacionalización de las pymes: una revisión sistemática de literatura. *Revista CEA*. Vol. 9 Núm. 19 (2023). <https://doi.org/10.22430/24223182.2126>
- Sepúlveda, C. y Gutiérrez, R. (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 33-49. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29045347003>
- Sigüenza, S.; Álava, N.; Pinos, L., y Peralta, X. (2022). Percepción de estudiantes universitarios frente al ecosistema emprendedor y la intención emprendedora social. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(24), 248-266. <https://doi.org/10.17163/ret.n24.2022.04>
- Valencia, A.; Gutiérrez, L.; Montoya, L.; Umba, A., y Montoya, I. (2017). Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 143-159. <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194253828009.pdf>
- Valencia, E.; Valle, A.; Cruz, M., y Haro, A. (2022). Evaluación de la sostenibilidad financiera en el Crédito de Desarrollo Humano. Asociativo en la provincia de Tungurahua. *Lecturas de Economía*, 97, 325-368. <https://doi.org/10.17533/udea.le.n97a346723>
- Vera, A. y Espinosa, A. (2020). Prosocialidad-productiva, tensiones de una subjetividad emprendedora solidaria: Un estudio con emprendedores sociales peruanos. *Psicoperspectivas*, 19(2), 117-128. <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol20-issue2-fulltext-1915>
- Vera, A.; Espinosa, A.; Prialé, M., y Llanco, C. (2022). Identidad nacional y aprecio por prácticas sostenibles en emprendedores sociales y comerciales de Lima. *Revista de Psicología (PUCP)*, 40(2), 1099-1131. <https://dx.doi.org/10.18800/psico.202202.017>
- Villota, L. (2023). Caracterización y sostenibilidad del emprendimiento social rural en Agronegocios Asociativos del Sur de Nariño. *Tendencias*, 24(1), 50-78. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-86932023000100050&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932023000100050&lng=en&tlng=es)

#### Conflicto de intereses

El autor declara que no existe conflicto de intereses.

#### Contribución de los autores

Gaby Naldy Corimanya Diaz (autor principal): conceptualización, curación de datos, análisis formal, adquisición de fondos, investigación, metodología, validación, visualización, redacción (borrador original, revisión y edición).