

Influencia de la conciencia ambiental en los emprendimientos sostenibles del Emporio Comercial de Gamarra, Lima-Perú

Influence of environmental awareness on sustainable ventures at the Gamarra Commercial Emporium, Lima-Peru

<https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0365>

Lilly Rocío Moreno Chinchay^{1*}

<https://orcid.org/0000-0002-5478-2736>
lmoreno@unfv.edu.pe

Vidalina Chaccara Contreras¹

<https://orcid.org/0000-0003-0224-3754>
vchaccara@unfv.edu.pe

Lilia Rodas Camacho¹

<https://orcid.org/0000-0002-6070-4152>
lrodas@unfv.edu.pe

Recibido: 09/06/2025

Aceptado: 12/08/2025

RESUMEN

La investigación tiene como propósito determinar cómo influye la conciencia ambiental en los emprendimientos sostenibles del Emporio Comercial de Gamarra durante 2025. El marco teórico se sustenta en teorías primarias y secundarias sobre conciencia ambiental y de emprendimientos sostenibles relacionadas con las ideas de Schumpeter Joseph. Metodológicamente, se aplica un análisis de enfoque cuantitativo. Los resultados evidencian que la Conciencia Ambiental influye en los Emprendimientos Sostenibles evidenciado según Nagelkerke con un 14.4% sobre su variabilidad; asimismo influye en la dimensión Sostenibilidad Social, según Nagelkerke con 5.5% sobre su variabilidad; también influye en la dimensión Sostenibilidad Ambiental según Nagelkerke con 12.2% sobre su variabilidad e influye sobre la dimensión Sostenibilidad Económica, según Nagelkerke con 17.8% sobre su variabilidad; el análisis revela niveles de influencia no muy fuertes porque aún persisten retos para promover una conciencia ambiental en la población. En la discusión se destaca la responsabilidad de los emprendedores para mejorar las prácticas sostenibles. En conclusión, se determina que el abordaje de estos problemas ambientales requiere del desarrollo de aspectos cognitivos, afectivos, conativos y activos que comprende a la conciencia ambiental, el cual involucra a las comunidades, empresas y Estado.

Palabras Clave: Emprendimiento, Sostenibilidad, Conciencia ambiental, ecosistema

1. Universidad Nacional Federico Villarreal (UNFV)- Perú

* Autor de correspondencia: lmoreno@unfv.edu.pe

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine how environmental awareness influences the sustainable entrepreneurship of the Gamarra Commercial Emporium through 2025. The theoretical framework is based on primary and secondary theories on environmental awareness and sustainable entrepreneurship related to the ideas of Schumpeter and Joseph. Methodologically, a quantitative analysis is applied. The results show that environmental awareness influences sustainable entrepreneurship, evidenced by Nagelkerke with 14.4% of its variability; it also influences the social sustainability dimension, according to Nagelkerke with 5.5% of its variability; it also influences the environmental sustainability dimension, according to Nagelkerke with 12.2% of its variability; and it influences the economic sustainability dimension, according to Nagelkerke with 17.8% of its variability. The analysis reveals weak levels of influence because challenges persist in promoting environmental awareness among the population. The discussion highlights the responsibility of entrepreneurs to improve sustainable practices. In conclusion, it is determined that addressing these environmental problems requires the development of cognitive, affective, conative, and active aspects that comprise environmental awareness, which involves communities, businesses, and the State.

Keywords: Entrepreneurship, Sustainability, Environmental Awareness, Ecosystem

INTRODUCCIÓN

La humanidad tiene una gran deuda con el ecosistema y se debe reconocer que existe una falta de conciencia ambiental (CA), cuyas evidencias los observamos desde los hogares hasta los grandes centros comerciales y empresas; y es precisamente la resistencia a los cambios lo que desafían el desarrollo de emprendimientos sostenibles (ES).

Se observa que la relación sociedad-naturaleza, se ha convertido en un escenario caótico, por lo que es necesario cambiar los hábitos de las personas y modificar los modelos de producción de las empresas, porque emiten gases de efecto invernadero, liberan contaminantes sobre el agua y el suelo, generan residuos sólidos y consumen energía; al respecto la Organización de las Naciones Unidas (ONU), informa que 7 millones de personas en promedio fallecen anualmente y para el 2050 la temperatura se incrementará en 2°C, provocando deshielo en el Ártico, con efectos adversos que traerían como consecuencia que 4,000 mill. de personas vivirían en zonas desérticas afectadas por el incremento de gas invernadero, que sería el primer causante de mortalidad (Freire y Cuesta, 2021).

En ese sentido, la ONU menciona que la producción textil es uno de los sectores que genera mayor contaminación ambiental, y en el año 2020 fue determinado como el tercer sector que más daño causó al agua y el uso del suelo a nivel mundial, debido a los lavados de sus teñidos, el cultivo del algodón y

demás fibras (Núñez et al., 2023). Esto es, porque utilizan productos químicos para fabricar y teñir las telas, que dañan al ser humano, causando reacciones de alergia e infecciones respiratorias, son corrosivos a la piel y ojos, tóxicos y no biodegradables, generando aguas residuales perjudiciales.

En razón a lo mencionado, una de las estrategias planteadas en la Agenda 2030 a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) es precisamente lograr un crecimiento que equilibre lo económico, social y ambiental, permitiendo nuevas fuentes de ganancias económicas y garantizando que las comunidades se integren por medio de operaciones comerciales viables a largo plazo (ONU, 2025); de esta manera, el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional del Perú 2050 promueve la realización de acciones para lograr un territorio sostenible (PEDN, 2025).

En la presente investigación se ha tomado al Emporio Comercial de Gamarra, como espacio de estudio, en razón a que concentra gran cantidad de pymes textiles peruanas y comprende en promedio 49,000 emprendimientos que generan 350,000 puestos de trabajo (Ministerio de la Producción, 2021), cuyas actividades laborales se realizan sin el desarrollo de una CA, deteriorando la salud de las personas y sin la precaución de que cada acción puede afectar al medio ambiente.

Es importante destacar que los ODS plantean un marco para la sostenibilidad, a fin de que las empresas articulen sus actividades, identifiquen nuevas oportunidades de negocio, evalúen sus estrategias y re-evalúen el impacto que producen sus procesos. De lo expuesto se formula como objetivo general: Determinar la influencia de la Conciencia Ambiental en los Emprendimientos Sostenibles.

MARCO TEÓRICO

La CA tiene un rol fundamental en el cambio de las prácticas económicas y sociales, por la preocupación del cambio climático, de la biodiversidad y la escasez de los recursos naturales, lo que ha llevado a las organizaciones a repensar como producen y consumen, consolidando nuevos emprendimientos sostenibles cuyo objetivo es satisfacer necesidades de hoy sin comprometer el consumo y bienestar de futuras generaciones. En ese sentido se destacan investigaciones internacionales y se menciona a Orozco (2021) que enfatiza la adopción de la ética en el desarrollo sostenible de las organizaciones, a fin de contribuir mejorando la posición de las empresas, atrayendo nuevos clientes, talento humano y generando ventajas competitivas; además, indica que esta transición de lo ético a lo sostenible asegura viabilidad a largo plazo y contribuyen positivamente en la salud ambiental.

En ese sentido, Duque et al. (2021) propone la implementación de un green marketing en las empresas explorando la percepción entre los usuarios y expertos, demostrando que existe la necesidad del fortalecimiento educativo sobre green marketing tanto en empresas como en consumidores para evitar el greenwashing (prácticas engañosas de sostenibilidad) y promover regulaciones más claras para

la certificación de negocios verdes, además proponen el modelo ADN Verde Empresarial, que orienta a las empresas en la transición hacia la sostenibilidad mediante estrategias de diagnóstico, reestructuración, implementación, certificación, comunicación y control. Al respecto, Brandão et al. (2023), analizaron la influencia de la Teoría del Comportamiento Planeado y la CA en la motivación emprendedora de empresarios juniors concluyendo que estos factores determinan comportamientos proambientales.

De igual forma, Quiroz (2023) destacó la relación del conocimiento ético-ambiental y la innovación verde evaluando cómo influyen en su competitividad y desempeño organizacional; los resultados indicaron que la ética ambiental de los negocios mejora la imagen corporativa y la competitividad, mientras que la innovación verde contribuye a que logre ser eficiente, operativo y a la diferenciación en el mercado, todo lo cual genera valor agregado, aunque se requieren mayores incentivos regulatorios y culturales para potenciar su impacto en el sector manufacturero.

Igualmente, Arin et al. (2023), resaltaron el efecto de la CA en la creación de empresas innovadoras, particularmente en los sectores verde y energético, como resultado se incrementa significativamente la cantidad de estas empresas en los sectores mencionados y genera un efecto de "derrame" sobre la creación de start-ups en otras industrias. A su vez, Lin y Zhao (2023) analizaron la influencia de la CA en la innovación verde empresarial, diferenciando entre regulación ambiental de comando y control (CCER) y regulación ambiental basada en incentivos de mercado (MBER), con el objetivo de evaluar su efecto y el rol mediador de la CA de los gerentes, concluyendo que la regulación ambiental de comando y control, tuvieron una implicancia positiva favorable en la cantidad y calidad de la innovación verde, mientras que los incentivos de mercado tienen consecuencias adversas en la innovación verde de las empresas contaminantes y es necesario optimizar el diseño de las herramientas regulatorias, mejorar la CA de los gerentes y fortalecer la estructura de mercado.

De manera similar, se mencionaron investigaciones a nivel nacional como de Sánchez y Chávarri (2022) quienes realizaron una propuesta de estrategias de sensibilización para elevar el nivel de CA de la población, basado en la teoría del desarrollo sostenible y abordando el equilibrio entre el medio ambiente, equidad social y la economía a fin de lograr el desarrollo de emprendimientos sostenibles.

De forma similar Boscán et al. (2023) enfatizaron en la relación del emprendimiento y el desarrollo sostenible en el Perú, destacando la contribución de los ES en el cumplimiento de los ODS, así como su capacidad de innovación y adaptabilidad. De igual forma, Maguiña (2024), destaca la relación de la gestión empresarial y el emprendimiento sostenible en los eco negocios de Lima Metropolitana, evaluando cómo una eficiente gestión determina la sostenibilidad y demostraron que por medio de los eco negocios se implementan estrategias de gestión eficientes con mayores probabilidades de lograr sostenibilidad económica, ambiental y social; igualmente, Samaniego y Usiña (2024) enfatizaron en los efectos de la CA en la "actitud" y el "control conductual percibido", basado en las "teoría del comportamiento planificado", y "disposición a pagar", e indicaron un

buen impacto en las variables dependientes, por lo que se debe fomentar la CA como un factor clave para motivar a la adquisición del producto y el consumidor decida pagar por productos eco-amigables.

Sobre la variable conciencia ambiental (CA), según Rodríguez (2024) existen diversas teorías que han ido evolucionando y otras que se han ido creando, las cuales se clasificaron en teorías primarias y secundarias: Entre las Teorías primarias se halla la Teoría Humanista que enfatiza en el afecto y sensibilidad de las personas, lo que les permite comprender como es el entorno, el contexto y dar solución social a los problemas ambientales.

Sobre ello, Carl Rogers influyó con su visión centrada en las relaciones del individuo y su ambiente; lo mismo ocurre con la Teoría Realista, que trata de la comprensión y ser consciente del problema de la contaminación ambiental, como algo que es necesario que sea analizado, en este realismo axiológico se hallan los autores Max Scheler quien indica que los valores son independientes y tienen existencia propia. De modo similar, Nicolai Hartmann, enfatiza que los valores se manifiestan por medio de la experiencia y percepción del ser humano.

En las teorías secundarias se hallan la teoría positivista, que considera la contaminación ambiental como un problema objetivo, cuantificable y medible, con resultados confiables, fue Rachael Carson el más influyente en la declaración de esta teoría por denunciar los peligros de los insecticidas en el medio ambiente. Entre las Teorías secundarias, se halla la Teoría conservacionista, enfocada en el ecocivismo, comprende acciones y conducta responsable por un bien común ante la escasez de recursos, tuvo varios autores como John Muir y Rachel Carson, Hans Jonás, Thomas R. Malthus y Donella Meadows quienes abogaron por la sostenibilidad; tanto como la Teoría resolutiva, que surge en 1970 con Paulo Freire, Shoshana Keiny y Moshe Shashack y cuyos principios fueron asumidos por la UNESCO en 1978, precisa que las acciones del hombre ha provocado pérdidas las cuales deben resolverse a través de proyectos sociales.

Posteriormente, aparece la Teoría instrumentalista, cuyo gestor fue Dewey e indica que el ser humano se forma con la experiencia educativa, esto es inteligencia social que combina experiencia educativa y empíricas para lograr un aprendizaje significativo; luego, la teoría sistémica, descrito por Urie Bronfenbrenner, que refiere comprender el problema ambiental, desde su evolución identificando elementos y factores que permitan una solución precisa, continúa la Teoría ético moral, tienes varios autores, destaca Aldo Leopold en 1949, que busca un razonamiento en el individuo enmarcado en el ámbito social, analiza escenarios reales y propone orientaciones metodológicas estratégicas para enseñar a los estudiantes; tal como, la Teoría de la psicología ambiental, que tiene varios autores como Proshansky, Kurt Lewin, Roger Barker y otros, que destacaron la importante relación entre las personas y el entorno; existe, la Teoría holística, propuesta por Jan Smuts sostiene que la solución a problemas medioambientales debe hacerse en contextos inmediatos como el hogar, colegio, trabajo, hasta involucrar a todo el país y a nivel mundial.

En el mismo sentido, la Teoría de las ocho inteligencias múltiples, elaborado por Howard Gardner, es un valioso aporte, sostiene que el docente debe afianzar

la inteligencia naturista, o capacidad de adaptación al entorno natural; por último, se menciona la Teoría de Bronfenbrenner en 1979, sobre el desarrollo de la CA, y explica que los entornos no adecuados de tipos familiares, educativos, lugar de trabajo, medios de comunicación, políticas ambientales, cultura, leyes y valores sociales afectan el comportamiento sostenible de los individuos dentro de su comunidad.

Sobre las definiciones de Conciencia Ambiental (CA), según Uçar e İşal (2023) es un constructo que comprende programas educativos y permiten reconocer la relación de individuo con sus acciones y el entorno, generando una actitud más respetuosa hacia el medio ambiente. Por su parte, Refka (2021) resalta que se construye en la interacción entre familia, escuela y comunidad, siendo esencial esta formación de prácticas sostenibles desde la infancia; de igual forma, Marulanda et al. (2021) explican que comprende al desarrollo de actitudes, valores y conocimientos que eleven un juicio crítico sobre el ser responsable del cuidado de su entorno ambiental. En opinión de Wasaki (2022) esta variable se manifiesta a través de cambios concretos en el comportamiento, como el uso responsable del agua o el reciclaje, resultado directo de intervenciones educativas eficaces. Finalmente, Guzmán et al. (2023) plantean que se potencia en los primeros niveles educativos mediante experiencias prácticas y reflexivas que vinculan la teoría con la acción cotidiana, generando una base sólida para desarrollar hábitos ecológicos.

La Variable CA, tiene tres dimensiones: cognitiva, afectiva, conativa y activa (Andrade y Gonzales, 2021). En ese sentido, Gomera et al. (2012) contempla estas dimensiones en sus cuestionarios que se aplicaron en estudiantes de nivel superior.

En cuanto a la dimensión cognitiva, según Rodríguez y Ecos (2023) mencionan que comprenden indicadores como la recepción de información ambiental, el nivel de conocimiento sobre políticas ecológicas y la identificación de actores responsables del cuidado del entorno; lo mismo que, Olivares y Leyva (2023) quienes argumentan que no solo es saber del cambio climático y contaminación, es comprender sus implicancias éticas y sociales. Por su parte, Moreno et al. (2023) añaden que debe ser contextualizado en la práctica educativa, promoviendo una comprensión crítica sobre la interacción entre sociedad y naturaleza. Asimismo, Palomino et al. (2022) destacan la necesidad de incluir saberes ancestrales y éticas del buen vivir en la construcción de esta dimensión, promoviendo una visión holística del ambiente. Por último, Estrada et al. (2022) afirman que según se eleve el nivel del aspecto cognitivo, se desarrollan actitudes más reflexivas y responsables hacia los problemas ecológicos que enfrentan las comunidades locales.

Respecto a la dimensión afectiva, según Aliaga et al. (2022) es el grado de preocupación o conexión emocional del individuo con la naturaleza, manifestándose en sentimientos de respeto, amor y protección hacia los seres vivos. Por otro lado, Lema et al. (2023) sostienen que las campañas ambientales que apelan a las emociones logran un mayor impacto en la sensibilización de las personas, despertando conciencia sobre los efectos devastadores del

comportamiento humano en los ecosistemas. Por su parte, Nieto et al. (2024) afirman que la afectividad ambiental es también el resultado de una construcción colectiva, alimentada por vivencias en familia y comunidad, donde se forma una percepción compartida del valor del entorno. Rodríguez (2024) añade que la dimensión afectiva refuerza los vínculos emocionales de los estudiantes y el ambiente, favoreciendo un aprendizaje significativo basado en la experiencia. Finalmente, Ochante et al. (2023) subrayan que este componente emocional debe ser nutrido continuamente en los procesos educativos, pues constituye la base para una ética ambiental sólida.

Según la dimensión conativa según Palomino et al. (2022) es el paso intermedio entre el conocimiento y la acción, en donde la persona se motiva a actuar por convicción. De acuerdo con Estrada et al. (2022), incluye actitudes como la voluntad de formarse en temas ambientales, asumir responsabilidades y modificar hábitos personales. Olivares y Leyva (2023) remarcan que esta dimensión está relacionada con la construcción de la autonomía moral, es decir, la capacidad del individuo para tomar decisiones ecológicamente responsables sin necesidad de supervisión externa. En ese sentido, Guzmán et al. (2023) consideran que debe promoverse mediante actividades escolares que incentiven la participación y la toma de decisiones ambientalmente responsables. Finalmente, Moreno et al. (2023) resaltan que la responsabilidad social universitaria puede reforzar y fomentar un juicio crítico y comprometido con el entorno.

En la dimensión activa, en palabras de Rodríguez y Ecos (2023) señalan que incluye actividades como el reciclaje, racionalización del consumo de agua y energía, así como participar de charlas ecologistas. Según Uçar e İşal (2023), es la expresión más concreta y visible de la CA, pues demuestra que el conocimiento y la motivación se han traducido en acción. Al igual que, Refka (2021) explica que estas prácticas pueden consolidarse a través del ejemplo y la repetición en contextos educativos y familiares. Por su parte, Wasaki (2022) destaca que incluso pequeñas acciones cotidianas, como apagar luces innecesarias o reutilizar materiales, tienen un gran impacto cuando son sostenidas en el tiempo y replicadas en comunidad. Finalmente, Marulanda et al. (2021) afirman que fomentar estas acciones desde la infancia garantiza una mayor probabilidad de formar ciudadanos ambientalmente responsables, capaces de influir positivamente en su entorno inmediato.

Respecto al Emprendimiento Sostenible, existen diversas teorías, de las cuales mencionaremos que fue en el siglo XVI, cuando se incorporó este término en la administración empresarial alemana, a fines de 1990, luego de varias interpretaciones, se llegan a relacionar con las ideas de Schumpeter Joseph, quien define que el emprendedor es alguien innovador, cuyas actividades comprenden objetivos de desarrollo económico, nuevos modelos de producción, nuevos mercados de bienes finales y materia prima; el emprendedor sostenible se diferencia del emprendedor tradicional porque aborda problemas ambientales, sociales con el éxito económico, estos negocios no son exclusivamente lucrativos, ni el bien público, se halla en un punto medio entre dinero y causa (Piszczek et al., 2023).

Respecto a las teorías, se halla de la Destrucción Creativa y Oportunidades de Mercado fue pronunciada por Schumpeter en 1934, quien considera que los emprendedores sostenibles son lo que captan las oportunidades en las fallas del mercado, llamadas externalidades negativas, carencia de bienes públicos con información imperfecta y las aprovechan para aplicar soluciones creativas e innovadoras, promoviendo el desarrollo sostenible (Avila, 2021).

En igual importancia, Dean & McMullen en el 2007 argumenta que los emprendedores sostenibles surgen cuando enfrentan y vencen barreras estructurales o institucionales y crean valores económicos, sociales y ambientales, atendiendo la problemática social como oportunidad y perdurabilidad empresarial (Moyano y Marín, 2023).

Así mismo, la Teoría de la Conducta Planificada, que fue desarrollada por Icek Aizen en 1985, el cual sirve de base para predecir las intenciones y el comportamiento de los demandantes al elegir productos orgánicos, y considera como dimensiones de las intenciones, la actitud, normas subjetivas y el control percibido, en pro de un consumo responsable con el medio ambiente y la salud, en este sentido, significa que se debe modificar la intención de compra y a su vez estos valores y creencias influyen en la motivación de las empresas hacia la sostenibilidad (Ordoñez et al., 2021).

Finalmente, la Teoría del Triple Resultado o Triple Bottom Line (TBL), planteado por John Elkington en 1997, en su modelo propuso que las empresas añadan en su contabilidad comercial y estados financieros cuentas de actividades de responsabilidad social e impacto ambiental, denominada actualmente como contabilidad ambiental (Orozco, 2021).

Sobre las definiciones de Emprendimiento Sostenible, tiene un complejo ámbito de significados en busca de lograr un equilibrio entre lo económico, social y cuidado ambiental, e incluso en el sentido más integrador sería entendido como la capacidad del emprendedor para crear y manejar negocios que aporten valor económico sin descuidar su responsabilidad social y el impacto ecológico al mismo tiempo (Dwivedi et al., 2021); es así como el ES busca la detección de situaciones que implican problemas sociales o medioambientales y que se convierten en ventajas competitivas mediante la innovación y la creatividad empresarial (Beliaeva et al., 2022).

Se argumenta que la esencia radica en el propósito de la creación de sistemas productivos resilientes y que sean adaptables a los retos mundiales que se presentan como el cambio climático, pobreza, escasez de recursos, energías sostenibles (García et al., 2022). Por otro lado, cabe destacar elementos como el liderazgo ético, ya que los emprendedores sostenibles generalmente mostrarán una visión a largo plazo orientada al bien común y al compromiso respecto a las siguientes generaciones (Palacios et al., 2023).

En la misma línea, se define que el emprendimiento sostenible no sólo es un deber moral sino una oportunidad estratégica para poder acceder a nuevos mercados (Díaz-García et al., 2022). Cabe mencionar que, en países nórdicos como Dinamarca, Suecia y Finlandia, existe una coalición entre las unidades empresariales, comunidades y el sector gobierno, para contribuir al desarrollo

sostenible, con la finalidad de mejorar en los aspectos sociales, ambientales y económicos, los cuales se consideran las dimensiones del ES (Solarte et al., 2023).

En la dimensión Sostenibilidad Social, dentro del ámbito del ES, es un pilar esencial, pues se vincula no tan solo con el bienestar personal, pues abarca la construcción de comunidades más cohesionadas y en igualdad. Se debe incidir en el hecho de que el éxito debiera incluir el impacto de la empresa sobre las relaciones laborales y nivel de vida de los trabajadores; uno de los elementos básicos es el capital social, que hace referencia a las redes de apoyo, de confianza, de cooperación entre los diferentes protagonistas del emprendimiento; este capital facilita el intercambio de saberes, promueve el trabajo en red y genera un contexto adecuado para que surjan iniciativas sociales conjuntas (Bocken et al. 2022). Al mismo tiempo, la resiliencia de la comunidad mejora y a su vez la capacidad para hacer frente a circunstancias cambiantes o dificultades.

Un emprendedor que hace apuestas por el capital social es un emprendedor que actúa construyendo vínculos dentro y fuera de la empresa, generando espacios de alianzas estratégicas, de acceso a recursos compartidos; en este sentido, la justicia social tiene un carácter importante puesto que significa promover activamente la equidad, respetar los derechos humanos e incluir de forma efectiva a grupos históricamente excluidos o vulnerables en la cadena de valor del emprendimiento; los negocios que llevan esta perspectiva en su funcionamiento habitual desarrollan políticas de empleo inclusivas, prácticas de comercio justo, y proyectos comunitarios que tratan de reducir las brechas existentes (Palacios et al., 2023). Desde esta dimensión, el ES constituye una herramienta poderosa para combatir la desigualdad y construir sociedades más justas y participativas.

Sobre el enfoque en el desarrollo humano trasciende la simple generación de empleo, los ES saben que su impacto real se verifica en la medida del bienestar integral de las personas, dándole prioridad a la educación continua, la capacitación profesional, y mejorar las condiciones de vida de los colaboradores, familias y comunidades; por lo que, promover el desarrollo humano es al mismo tiempo apoyar a que cada persona alcance su mejor potencial y contribuya al crecimiento del conjunto; es decir, implica una visión integral y llena de compromiso con la dignidad, la igualdad y la participación, donde lograr "éxito" implica generar bienestar, inclusión y oportunidades para todas las personas (García et al., 2022).

La dimensión Sostenibilidad Ambiental, corresponde a uno de los ejes más relevantes en el desarrollo de emprendimientos responsables, puesto que plantea una visión de largo plazo de como las empresas se relacionan con los ecosistemas. En un contexto de crisis medioambiental, de recursos degradados y la necesidad de transitar hacia formas productivas menos invasivos, la sostenibilidad ambiental ha pasado a ser un elemento principal; la eco-innovación tiene un papel clave en este enfoque, es la habilidad que poseen las empresas para repensar y rediseñar productos, servicios y procesos con el propósito de minimizar el impacto medioambiental y aprovechar eficientemente los recursos

disponibles; no obstante, la eco-innovación no ahonda solo en la adopción de tecnologías limpias, sino que se refiere a la generación de soluciones novedosas que permitan optimizar la energía, reducir el uso de materiales contaminantes y facilitar el paso hacia energías renovables (García et al., 2023). En términos de operaciones esto se convierte en el diseño de envases biodegradables, una producción limpia, búsqueda universal de alternativas sostenibles en cada uno los eslabones de su cadena de valor.

Las empresas que asumen esta responsabilidad ambiental suelen dedicar parte de su presupuesto a auditorías ambientales y elaborar reportes de sostenibilidad, así como a acciones de voluntariado ambiental, además ofrecen colaboración a los pueblos, entidades gubernamentales como los municipios u otras organizaciones no gubernamentales (ONG); cabe mencionar que, las auditorías ambientales tienen como función principal alertar a las empresas para que aseguren el cumplimiento de la normatividad ambiental, y cuyo cumplimiento va a beneficiar al ambiente y comunidades vecinas (Morales et al., 2024).

Respecto a la Sostenibilidad Económica, se convierte en el sustento para que los emprendimientos tengan continuidad en el tiempo, sin que ello suponga necesariamente el abandono del compromiso social y ambiental. Es una visión diferente de hacer negocios, una visión en que la lógica del retorno inmediato deja de tener sentido en favor de una visión estratégica, en la que generación de valor no se limita al rendimiento económico para los accionistas, sino que se extiende en el entorno y a las comunidades.

El concepto de valor compartido es fundamental en este contexto; crear valor compartido implica que un emprendimiento tiene éxito en la medida en que se incrementa el desarrollo socioeconómico de las comunidades donde realiza su negocio (Díaz et al., 2022). En consecuencia, las empresas que se desarrollan bajo este modelo son aquellas que buscan espacios en los cuales la actividad económica no solo se traduzca en ventas y beneficios económicos, sino que contribuye simultáneamente al desarrollo local, como en brindar apoyo en solucionar problemas sociales, como el desempleo y acceso a un trabajo digno, el fortalecimiento de las capacidad productiva de la zona y otros; estas empresas asumen que son gastos u obligaciones ambientales que suelen alejarse del concepto de valor común; por el contrario, el valor compartido permite que la responsabilidad se convierta en un motor de innovación y de ventaja competitiva en la que convergen los intereses empresariales y necesidades locales, por lo que se requiere de una gerencia estratégicamente enfocada a la sostenibilidad de manera efectiva, es decir gerentes con valores éticos, sociales y ambientales cuya gestión demuestre sustentabilidad (Maldonado, 2024).

Al respecto, la economía circular ha cobrado fuerza como paradigma alternativo frente al tradicional modelo lineal de “producir, usar y desechar, implica, que los residuos no son necesariamente un residuo final, sino un recurso que se requiere reiniciar un proceso productivo a través del reciclaje, de la reutilización, de la recuperación, esta cultura impulsa productos duraderos, reparables y reciclables para cerrar así los ciclos de materiales y reducir significativamente la presión sobre los ecosistemas, su implementación brinda

protección medioambiental, crea oportunidades de negocios, reduce costos y mejora la posición de la empresa ante consumidores cada vez más conscientes (Liu et al., 2022).

Además, la responsabilidad ambiental corporativa es más que las legislaciones y regulaciones de los Estados; es el compromiso real y activo de las empresas para reducir efectos adversos y contribuir a la conservación de las especies biológicas, la restauración de los degradados y la protección al medio ambiente (Monzón et al., 2023). Otro de los aspectos que hay que considerar es la gestión proactiva del riesgo, en el cual las empresas sostenibles, a través de sus sistemas de gestión del riesgo, buscan anticiparse, evaluar y gestionar activamente en el caso de un cambio de los acontecimientos del mercado, las leyes o incluso frente a crisis ambientales o sociales; este proactivo enfoque de riesgo asegura no solo el equilibrio financiero empresarial; del mismo modo, ayuda a ser lo suficientemente flexible para prevenir futuros escenarios y descubrir oportunidades emergentes, enfrentando condiciones adversas que podrían ponerla en un estado de decadencia o peligro (Sarto et al., 2022).

En síntesis, la sostenibilidad económica referido a proyecto de ES, se transforma en una aventura interminable de equilibrio entre rentabilidad, responsabilidad social y conservación del planeta; a su vez, se hace una demanda de innovación de tipos de modelos de negocios de modo más justo, resistentes y adaptados a los desafíos, actuales y futuros.

METODOLOGÍA

La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, básica, no experimental, alcance correlacional, causal y de corte transversal, ya que el objetivo es analizar la influencia de la conciencia ambiental como variable independiente en los emprendimientos sostenibles como variable dependiente, es decir, se busca determinar el porcentaje promedio de efecto de la primera variable sobre la variabilidad de la segunda.

La muestra estuvo compuesta por 381 emprendedores activos obtenidos según fórmula muestral y como técnica de recolección de datos se aplicó la encuesta por medio de dos cuestionarios: De Conciencia Ambiental, que contiene 24 preguntas distribuidas en cuatro dimensiones: Cognitiva, Afectiva, Conativa y Activa, de 6 ítems cada una; medidas por la Escala de Likert de cinco alternativas y agrupadas en rangos de nivel alto (88-120), medio (56-87) y bajo (24-55); y otro de Emprendimientos Sostenibles que consta de 18 preguntas distribuidas en tres dimensiones: Sostenibilidad ambiental, Sostenibilidad social y Sostenibilidad económica, de 6 ítems cada una, medidas por la Escala de Likert de cinco alternativas y agrupadas en rangos de nivel alto (66-90), medio (42-65) y bajo (18-40).

La validación de ambos instrumentos fue por juicio de 3 expertos, quienes confirmaron la aplicabilidad de los instrumentos y por medio de una prueba piloto se comprobó la confiabilidad según Alfa de Cronbach, con un coeficiente de 0.998 para cada instrumento. Se analizó la normalidad de los datos, y se obtuvo un

$p=0.000 < 0.05$ por lo tanto, los datos no tienen distribución normal; razón por lo cual se aplicó la prueba de regresión logística ordinal.

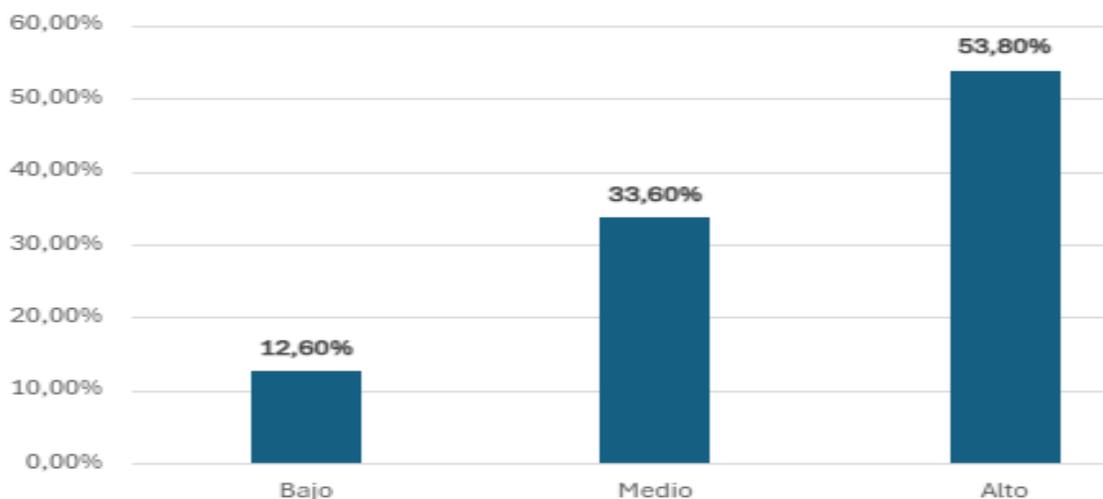
El procedimiento consistió en la aplicación del cuestionario en forma presencia y virtual, según la ubicación de los encuestados, se garantizó por medio del consentimiento informado y se reserva el anonimato en sus respuestas.

Los datos, fueron procesados y analizados por medio del software SPSS, se aplicaron estadísticos descriptivos para definir las frecuencias de las dimensiones y variables, la prueba de regresión logística ordinal no permitió determinar el porcentaje de influencia de la variable independiente sobre la dependiente. El presente enfoque metodológico nos permitió concluir desde la perspectiva estadística, cuáles son los porcentajes de influencia de la CA sobre cada una de las dimensiones de la variable dependiente.

RESULTADOS

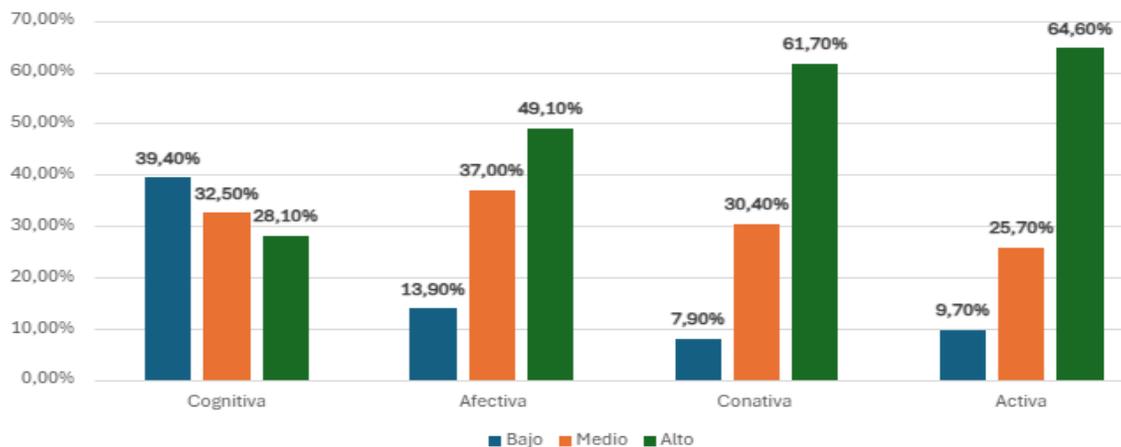
Los resultados de la investigación comprenden dos secciones: la primera sobre el análisis estadístico de las frecuencias de las variables y dimensiones y la segunda sobre el análisis inferencial de contrastación de hipótesis. En primer lugar, se analizará la variable CA y sus dimensiones, y se continúa con la variable ES y sus dimensiones, medido en porcentajes en el cual la muestra es 381 emprendedores representado como el 100%.

Figura 1
Frecuencia de la Variable Conciencia Ambiental



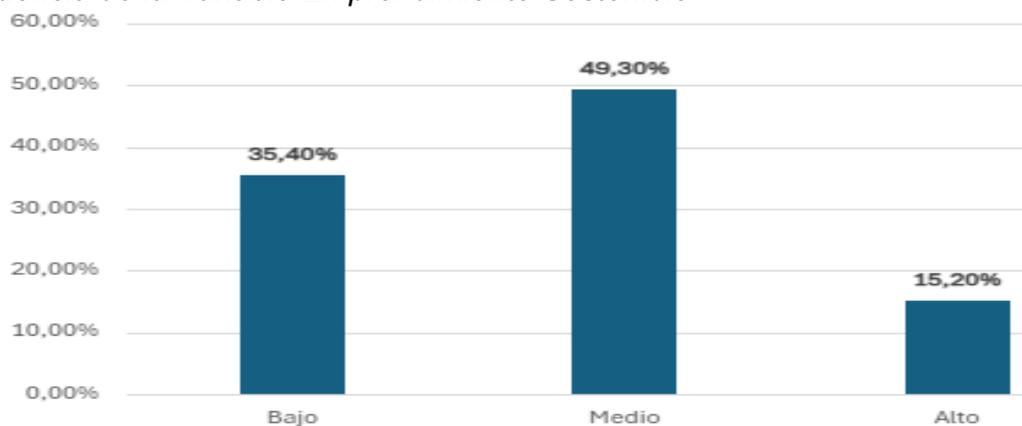
En la figura 1, se observa que del 100% de los encuestados, el 12.6% respondieron que existe un nivel bajo de CA en el lugar analizado, el 33.6% opinaron nivel medio y el 53.8% manifestaron de nivel alto; es decir, que de 100 personas 54 tienen un nivel alto de CA.

Figura 2
Frecuencia de las Dimensiones de Conciencia Ambiental



De acuerdo con la figura 2, sobre la dimensión cognitiva, el 39.4% opinaron de nivel bajo, el 32.5% respondieron de nivel medio y el 28.1% refirieron de nivel alto; en la dimensión afectiva, el 13.9% opinaron de nivel bajo, el 37,0% mencionaron de nivel medio y el 49.1% opinaron de nivel alto; en la dimensión conativa, el 7.9% opinaron de nivel bajo, el 30.4% respondieron de nivel medio y 61.7% indicaron de nivel alto, finalmente en la dimensión activa el 9.7% opinaron de nivel bajo, 25.7% refirieron de nivel medio y el 64.6% indicaron de nivel alto.

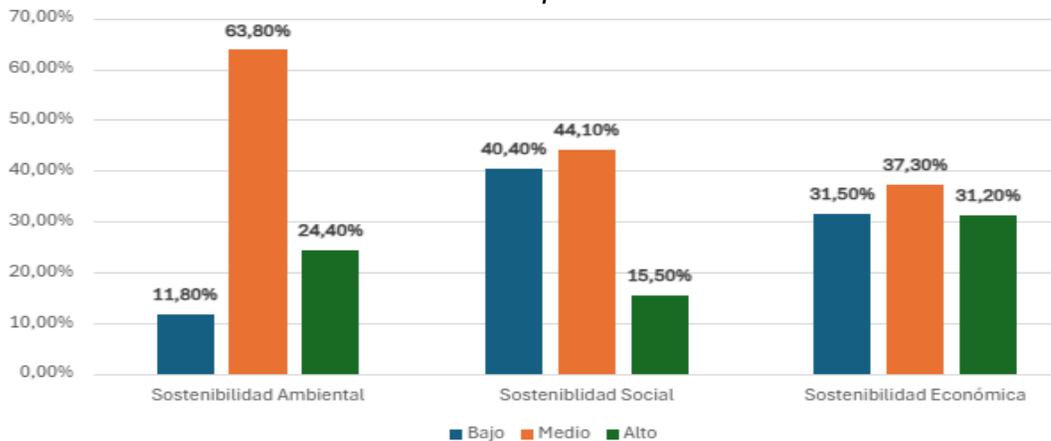
Figura 3
Frecuencia de la Variable Emprendimiento Sostenible



De acuerdo con la figura 3, del 100% de los encuestados, el 35.4% respondieron que existe un nivel bajo de Emprendimiento Sostenible en el lugar analizado, el 49.3% opinaron nivel medio y el 15.2% manifestaron de nivel alto; es decir, que de 100 personas 15 tienen un nivel alto de CA.

Figura 4

Frecuencia de las Dimensiones de Emprendimientos Sostenibles.



Según la figura 4, se evidencia en la dimensión sostenibilidad ambiental, que el 11.8% opinaron de nivel bajo, el 63.8% manifestaron de nivel medio y el 24.4% indicaron de nivel bajo; en la dimensión sostenibilidad social el 40.4% opinaron de nivel bajo, el 44.1% respondieron de nivel medio y el 15.5% afirmaron de nivel alto; finalmente en la sostenibilidad económica el 31.5% opinaron de nivel bajo, el 37.3% de nivel medio y 31.2% de nivel alto.

El análisis inferencial de las variables y dimensiones de acuerdo con los objetivos planteados, serán procesados por medio de la prueba de Regresión Logística Ordinal, a fin de determina el porcentaje de influencia de la variable CA sobre la variable ES.

Sobre el objetivo general: Influencia de la CA en los Emprendimientos Sostenibles, la información de ajuste de los modelos resultó con un valor $p=0.000<0.05$, por lo que se demuestra que el modelo estadístico determina que existe asociación entre variables y la información permite probar la influencia de la variable CA sobre ES.

Tabla 1

Pseudo R Cuadrado

Tipo	Valor
Cox y Snell	,125
Nagelkerke	,144
McFadden	,066

Función de enlace: Logit.

Se observa la tabla 1 de Pseudo R cuadrado, determinado por Nagelkerke en un valor de 0.144, es decir que la variable CA influye en un 14.4% sobre la variabilidad de la variable ES.

Sobre el objetivo específico 1: Influencia de la Conciencia Ambiental en la dimensión Sostenibilidad Social, la información de ajuste de los modelos resultó con un valor $p=0.000<0.05$, por lo que se demuestra que el modelo estadístico determina que existen asociación entre variables, y la información permite probar la influencia de la variable CA sobre ES en su dimensión Sostenibilidad Social.

Tabla 2

Pseudo R Cuadrado

Tipo	Valor
Cox y Snell	,055
Nagelkerke	,055
McFadden	,012

Función de enlace: Logit.

Se observa la tabla 2 de Pseudo R cuadrado, que según Nagelkerke determina un valor de 0.055, es decir que la variable CA influye en un 5.5% sobre la variabilidad de la Sostenibilidad Social.

Sobre el objetivo específico 2: Influencia de la Conciencia Ambiental en la dimensión Sostenibilidad Ambiental, la información de ajuste de los modelos resultó con un valor $p=0.000<0.05$, por lo que se demuestra que el modelo estadístico determina que existe asociación entre variables y la información permite probar la influencia de la variable CA sobre ES en su dimensión Sostenibilidad Ambiental.

Tabla 3

Pseudo R Cuadrado

Tipo	Valor
Cox y Snell	,121
Nagelkerke	,122
McFadden	,028

Función de enlace: Logit.

Se observa la tabla 3 de Pseudo R cuadrado, que determinan según Nagelkerke un valor de 0.122, es decir que la variable CA influye en un 12.2% sobre la variabilidad de la dimensión Sostenibilidad Ambiental.

Sobre el objetivo específico 3: Influencia de la Conciencia Ambiental en la dimensión Sostenibilidad Económica, se obtuvo un $p_valor=0.000<0.05$, por lo que se demuestra que el modelo estadístico determina que existe asociación entre variables y la información permite probar la influencia de la variable CA en los ES en su dimensión Sostenibilidad Económica

Tabla 4

Pseudo R Cuadrado

Tipo	Valor
Cox y Snell	,177
Nagelkerke	,178
McFadden	,040

Función de enlace: Logit.

Se observa el Pseudo R cuadrado, que determinan según Nagelkerke un valor de 0.178, es decir que la variable independiente influye en un 17.8% sobre la variabilidad de la dimensión dependiente.

DISCUSIÓN

Los resultados estadísticos determinan que hay un 14.4% de influencia de la CA en los ES del Emporio Comercial de Gamarra; sobre ambas variables existen diversas teorías cuyo objetivo principal es el cuidado medioambiental, en la investigación se evidencia que más de la mitad de los emprendedores (53.8%) opinaron que existe un alto nivel de CA, sin embargo, el emprendimiento sostenible fue de nivel medio (49.3%), es decir, que existen otros factores que estarían determinando este resultado.

Según lo expresa Murillo et al. (2025) en los países latinoamericanos existen condiciones sistémicas desfavorables como la burocracia, falta de financiamiento e inestabilidad económica; por otro lado, Brandão et al. (2023) en su investigación demostraron que un incremento en el nivel de CA si va a incidir en el crecimiento de empresas innovadoras, con un efecto derrame sobre los start-ups en otros sectores, concluyendo que la CA transforma el ecosistema empresarial y como resultado evidenciaron que el 72.7% de los empresarios juniors estaban motivados por desarrollar ES.

Por lo expuesto se define que ambos conceptos están relacionados, debido a que la CA comprende e implica conocer y comprometerse con los problemas ambientales, y hacerse responsable del entorno natural que le rodea, que es el lugar donde produce, y cuyas actividades productiva deben ser saludables y respetuosas del ecosistema, y como consecuencia el ES resulta del desarrollo de una mente abierta a los problemas de los cambios climáticos y sus efectos posteriores.

Por consiguiente, los resultados estadísticos de la presente investigación determinaron que hay un 5.5% de influencia de la variable CA sobre la variabilidad de la dimensión Sostenibilidad Social, lo cual es bastante bajo, esto es porque ocurren mecanismos que no son manejados adecuadamente como las políticas públicas de salud, vivienda, y educación, por lo tanto la población se siente no incluida y los organismos públicos trabajan de manera independiente a las necesidades básicas de la comunidad, según Comstock (2024) las entidades de gobierno y comunidades deben trabajar según las normas, compartiendo valores, evitando la competencia individual y que los beneficios económicos prevalezcan sobre la igualdad de derechos y cooperación.

En ese sentido, Sánchez y Chávarry (2022) indican que se requiere reforzar los canales de comunicación e información, implementar estrategias como uso de redes sociales, seminarios, exposiciones de temas de protección al medio ambiente, buenas prácticas en los procesos productivos, lo que redundaría en una producción más sostenible.

En esta línea de ideas, Samaniego y Usiña (2024) definieron que la CA influye en las actitudes y conductas de la población, lo que va a determinar su disposición para elegir y pagar por productos orgánicos - ecológicos, según lo expresa la Teoría del Comportamiento Planificado, lo que servirá como referente para que las autoridades puedan gestionar programas de concientización y sensibilización ambiental. Ambos conceptos son los pilares del desarrollo sostenible, cuando la CA se convierte en parte de la cultura de vida de la población, se logrará una eficiente gestión de mantenimiento, conservación y mejora del entorno ambiental, esta forma de pensar es diferente, no depredadora ni perjudicial, es un pensamiento activista y educativo con la finalidad de proteger el ecosistema y los recursos naturales, lo cual es independiente a la edad, y está basado en un aprendizaje continuo que se inicia desde la niñez, a través de la educación ambiental que fomenta valores ambientalistas, por lo tanto la sociedad tiene que cambiar su forma de pensar hacia una mejor calidad de vida.

En los resultados estadísticos se determinaron un 12.2% de influencia de la variable CA en la variabilidad de la Sostenibilidad Ambiental; esto es porque si bien tienen conciencia de la contaminación y los perjuicios que trae, las empresas aún no están comprometidas con estas actividades de cambios en su habitual forma de consumir y producir. En ese sentido, Orozco (2021), propuso que se deben integrar el desafío medioambiental como parte de la ética empresarial y realizar acciones corporativas que den valor a las empresas, y conforme mejoran su imagen, aumentarán clientes leales, asegurando sustentabilidad a largo plazo y aportando mejoras a las comunidades y sus entornos.

De manera similar, Lin y Zhao (2023), mencionaron que se debe diferenciar entre regulación ambiental de comando y control (CCER) y regulación ambiental basada en incentivos de mercado (MBER), se observa que el CCER, impactó satisfactoriamente en la calidad y cantidad de productos innovadores verdes, en comparación a los incentivos de mercado que fueron negativos en las empresas contaminantes, esto es debido a que los gerentes están identificados con un nivel de conciencia ambiental relacionados con el CCER. En ese sentido Loo et al. (2024), expresa que la educación ambiental en el bachillerato tiene un impacto en las decisiones y estilo de vida de los estudiantes, de esta manera elegirán carreras sostenibles, adoptarán prácticas ecológicas, y crearán empresas verdes. Por otro lado, es necesario que las autoridades fomenten actividades innovadoras verdes, mejoren las regulaciones, de modo que una gestión eficiente de los recursos naturales limitará actividades extractivas perjudiciales al ecosistema y la deforestación asegurando su preservación para suplir necesidades futuras.

En los resultados estadísticos se determinaron un 17.8% de influencia de la variable CA en la Sostenibilidad Económica, y esto es porque si bien es cierto los emprendedores son conscientes de la contaminación ambiental, no están

totalmente motivados a cambiar sus maquinarias e implementar nuevos modelos de negocios, debido al alto costo y falta de financiamiento. Así lo expresan, Reátegui H. y Reátegui A. (2021) al mencionar que existen obstáculos para lograr una producción responsable y es que el sistema financiero no está integrado en apoyo a lo más vulnerable, en cambio dificultar el acceso a un financiamiento.

No obstante, Maguiña (2024), presenta como alternativa la existencia de los eco negocios como estrategias de gestión eficientes para desarrollar sostenibilidad económica, ambiental y social, a su vez manifiesta que el Estado debe apoyar a través de política económica que favorezcan la inversión, innovación y nuevos modelos de negocios basados en las 3R (reducir, reutilizar y reciclar) así como capacitación a los emprendedores.

El aporte de Duque et al. (2021), consiste en la implementación del green marketing en las empresas promoviendo artículos eco amigables, con la finalidad de ser reconocidas como negocios verdes, por lo que propone que se fortalezca este conocimiento evitando el greenwashing o prácticas sostenibles engañosas, y el apoyo del estado regulando estas actividades de manera equilibrada y certificando los negocios verdes. Ambos conceptos están muy relacionados, y promueve la responsabilidad del individuo que sea consciente de que sus actividades están perjudicando el crecimiento económico futuro, por lo tanto, los gerentes y propietarios de las empresas deben asumir un compromiso con el desarrollo de las comunidades donde producen, y ejecutan acciones sostenibles que sean rentables desde el enfoque social y medioambiental.

Es por ello, que en la realidad observada se evidencia que aún falta reforzar y orientar la CA, por parte de las autoridades de gobierno en la jurisdicción específicamente en los empresarios de Gamarra, creando una actitud responsable con el medio ambiente y ejerciendo voluntad de apoyo financiero hacia las empresas que se decidan a producir de manera sostenible. En ese sentido, este objetivo estaría reforzado con el apoyo de la misma entidad de gobierno responsable y la adquisición de productos verdes en sus contrataciones, que son aquellos productos cuya fabricación es respetuosa del medio ambiente.

CONCLUSIONES

En los resultados de la prueba de Regresión Logística Ordinal, se halló un $p_valor=0.000<0$, se rechazó hipótesis nula, por lo que opta por la hipótesis alterna determinando que sí tiene influencia la conciencia ambiental en los emprendimientos sostenibles y sus dimensiones. Para hallar el porcentaje de influencia de conciencia ambiental según Nagelkerke, se obtuvo un 14.4% sobre la variabilidad de emprendimientos sostenibles; 5.5% sobre Sostenibilidad Social; 12.2% sobre Sostenibilidad Ambiental y 17.8 sobre Sostenibilidad Económica.

A modo de recomendaciones, se puede decir, que la implementación de programas de segregación y reciclaje de residuos y desechos, como papel, plástico, retazos de tela y cartón, que comprenda estaciones de reciclaje y tachos diferenciados en las galerías, juntamente con capacitaciones a comerciantes y consumidores referente a su uso, también realizar campañas educativas con el

objetivo de formar un consumo responsable, la disminución en el uso de bolsas plásticas, reutilización de residuos o deshechos.

En otras palabras, se trata es de sensibilizar a las personas por el respeto al medio ambiente, dándoles a entender que ello contribuye a un ambiente más limpio y sano, a la vez que protegen su propia salud. Igualmente, promover la producción de bienes ecoamigables y menor uso del plástico, esta transición hacia productos biodegradables o reutilizables, tienen la finalidad de reemplazar al plástico por papel o cartón. Cabe mencionar que, para un cambio de modelo de negocio, se requiere del apoyo de las entidades de gobierno, a fin de financiar las nuevas inversiones.

Es importante la reutilización de residuos orgánicos, para ello se debe potenciar proyectos de compostaje que luego servirán para el compost en áreas verdes del propio emporio comercial o la jurisdicción, así como la promoción de alianzas interinstitucionales y autoridades locales para promover la economía circular y convenios con recicladores formales; y el reconocimiento de la existencia de recicladores, los cuales deberán estar formalizados, asegurándoles una condición laboral estable e integrándoles como parte del Programa de Gestión de Residuos Sólidos, regentado por los municipios, lo cual ayuda a evitar mercados paralelos.

REFERENCIAS

- Aliaga, C., Portocarrero, C., & Ávila, M. (2022). Diseño, validez y confiabilidad de una Escala de Conciencia Ambiental. *Puriq*, 4, e423. <https://doi.org/10.37073/puriq.4.423>
- Andrade, M., & Gonzales, A. (2021). Fortaleciendo la conciencia ambiental en estudiantes de Educación Inicial. *Propuestas Educativas*, 3(6), pp. 120-128. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/511/5112381002/>
- Arin, K. P., De Iudicibus, A., Sayour, N., & Spagnolo, N. (2024). Environmental awareness and firm creation. *Journal of Economic Studies*, 51(9), 137-147. <https://doi.org/10.1108/JES-07-2023-0360>
- Avila, E. (2021). The evolution of the entrepreneurship concept and its relationship with innovation and knowledge. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 17. <http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v14n23/2521-2737-riyn-14-23-32.pdf>
- Beliaeva, T., Ferasso, M., Kraus, S., & Damke, E. J. (2022). Dynamics of business model innovation for sustainability: Systematic review and future research directions. *Journal of Cleaner Production*, 341, 130865. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130865>
- Boscán, M., Meleán, R., Chávez, K., & Calanchez, Á. (2023). Emprendimiento peruano en el marco del desarrollo sostenible. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, . <https://www.redalyc.org/journal/5045/504575984003/html/>
- Brandão, L. E., Da Silva, Sousa, De Almeida, Araújo, Batista de Lima, Tereza (2023). Intenção Empreendedora e Consciência Ambiental de Empresários

- Juniores. *Revista Ciências Administrativas*, 29, 1–16.
<https://doi.org/10.5020/2318-0722.2023.29.e12979>
- Bocken, N. M. P., Schuit, C. S. C., & Kraaijenhagen, C. (2022). Experimenting with a circular business model: Lessons from eight cases. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 42, 91-105.
<https://doi.org/10.1016/j.eist.2021.11.001>
- Comstock, N. (2024). Sostenibilidad Social. Ebsco. Obtenido de <https://www.ebsco.com/research-starters/politics-and-government/social-sustainability>
- Díaz García, M. C., González-Moreno, Á., & Sáez-Martínez, F. J. (2022). Sustainable entrepreneurship in the circular economy: An overview. *Business Strategy and the Environment*, 31(3), 1204-1217.
<https://doi.org/10.1002/bse.2926>
- Duque, M., Mejía, L., Nieto, J., & Rojas, L. (2021). Green marketing: esfuerzos por el cuidado y la preservación del medio ambiente con negocios sostenibles. *Scielo*, 24(42), 1-36. <http://www.scielo.org.co/pdf/unem/v24n42/2145-4558-unem-24-42-e011.pdf>
- Dwivedi, A., Hughes, L., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., & Raman, R. (2021). Business research for sustainable development goals: Thematic review and research agenda. *Sustainable Development*, 29(3), 588–612.
<https://doi.org/10.1002/sd.2158>
- Estrada, E., Huaypar, K., Gallegos, N., & Velásquez, L. (2022). Conciencia ambiental y actitudes proambientales en estudiantes de educación secundaria de Madre de Dios, Perú. *Ciencia Amazónica (Iquitos)*, 9(2), 69-80. <https://doi.org/10.22386/ca.v9i2.341>
- Freire, C. M., & Cuesta, G. (2021). América Latina: ¿Un paraíso de la contaminación ambiental? *Revista de Ciencias Ambientales*, 55(2), 1-18.
<https://doi.org/10.15359/rca.55-2.1>
- García Muiña, F. E., González-Sánchez, R., Ferrari, A. M., & Settembre-Blundo, D. (2022). Social entrepreneurship and sustainability: A bibliometric and visualization analysis. *Sustainable Production and Consumption*, 31, 409–422. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.02.018>
- García Sánchez, I. M., Rodríguez-Ariza, L., & Frías-Aceituno, J. V. (2023). Innovation for environmental sustainability: The role of stakeholders in sustainable entrepreneurship. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(1), 1–13.
<https://doi.org/10.1002/csr.2273>
- Gomera, A., Villamandos, F., & Vaquero Abellán, M. (2012). Medición y categorización de la conciencia ambiental del alumnado universitario: contribución de la universidad a su fortalecimiento. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 16(2), 193-212.
<https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=56724395011>
- Guzmán, I. (2023). Gestión de residuos sólidos en Perú, su avance y lo que plantea el Minam. *Gestión*. <https://gestion.pe/peru/gestion-de-residuos-solidos-en-peru-cual-es-el-avance-y-lo-que-plantea-el-minam-giuliana->

- [becerra-plantas-de-tratamiento-de-residuos-solidos-plantas-de-valorizacion-de-residuos-solidos-oefa-noticia/?ref=ges](#)
- Lin, D., & Zhao, Y. (2023). The Impact of Environmental Regulations on Enterprises' Green Innovation: The Mediating Effect of Managers' Environmental Awareness. *Sustainability*, 15(14), 10906. <https://doi.org/10.3390/su151410906>
- Liu, Y., Xue, J., & Liu, C. (2022). Circular economy and sustainable entrepreneurship: An integrated framework. *Journal of Cleaner Production*, 364, 132573. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132573>
- Loor Zárate, M. d., Cruz Montero, J., & Calderòn. (2024). Ecological sustainability program in the development of environmental awareness of high school students. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 351-360. doi: <https://doi.org/10.47460/uct.v28iSpecial.834>
- INEI. (2018). *La Micro y Pequeña Empresa (MYPES) en el Emporio Comercial de Gamarra*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1555/cap06.pdf
- Maguiña Z. (2024). La gestión empresarial y el emprendimiento sostenible de eco negocios en Lima Metropolitana, 2023. Lima: Universidad Nacional Federico Villareal. https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/10004/UNFV_EUPG_Maguina_Leyva_Zulma_Maestria_2024.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Maldonado, D. (2024). Impacto de la gerencia para el desarrollo sostenible y sustentable. *Revista Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 5(9), 3. <https://doi.org/10.35381/gep.v8i9.57>
- Ministerio de la Producción. (2021). Produce impulsa reactivación del comercio en Gamarra y Mesa Redonda. <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/545095-produce-impulsa-reactivacion-del-comercio-en-gamarra-y-mesa-redonda>
- Marulanda, S., Millan, B., & Sua, L. (2021). El desarrollo de la conciencia ambiental en niños de cuatro y cinco años en un colegio preescolar oficial. *Revista Estudios Psicológicos*, 1(2), pp. 7-23. <https://doi.org/10.35622/j.rep.2021.02.001>
- Monzón Betancourt, C., Arango, J. M., & Valencia-Arias, A. (2023). Environmental responsibility in the business sector: Trends and challenges. *Sustainability*, 15(2), 1210. <https://doi.org/10.3390/su15021210>
- Morales Sornoza, J., Reclade Aguilar, L., Villalba Abarca, G., & Villalba Grada, V. (2024). Auditoría ambiental y su proceso aplicado a una empresa de Salud del Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 9(1), 1254-1270. <http://doi.org/10.23857/pc.v9i1>
- Moreno, V., Palacios, J., Nuñez, F., & Valdez, J. (2023). Conciencia ambiental en la responsabilidad social universitaria. *Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, 7(31), 2411-2421. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v7i31.673>

- Moyano, G., & Marín, P. (2023). The entrepreneurial perdurability of social entrepreneurship; systematic review and research perspectives. *Emprendimiento social*, 25(1), 269-295. <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/8469/9751>
- Murillo Barrera, C., Aguiño Mendoza, J., & Calderón Cisneros, J. T. (2024). Análisis de la evolución de emprendimientos sostenibles en Latinoamérica. *Prhominum Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 6(4). <https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0287>
- Nieto, C., Bosquez, A. L., Puente, S., Bósquez, J., Guamán, V., & Burgos, B. (2024). Análisis de la conciencia ambiental en las familias de zonas urbanas del cantón El Empalme, Ecuador. *South Florida Journal of Development*, 5(10), e4547. <https://doi.org/10.46932/sfjdv5n10-049>
- Núñez, S., Moreno, M. d., & Moscoso, N. (2023). Toxicity assessment of textile wastewater in Ambato: assessment of the knowledge of decision-makers. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(2), 306-315. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202023000200306
- Olivares, R., & Leyva, N. (2023). Theoretical bases of environmental awareness as a strategy for sustainable development. *Alfa*. <https://revistaalfa.org/index.php/revistaalfa/article/view/302/790>
- ONU. (2025). Los ODS no son un sueño, son un plan que aún se puede cumplir. *Naciones Unidas*. <https://news.un.org/es/story/2025/07/1540203>
- Olivares, R., & Leyva, N. (2023). Bases teóricas de la conciencia ambiental como estrategia para el desarrollo sostenible. *Revista Alfa*, 7(21), 619 –. <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v7i21.242>
- Ochante, R., Riveros, M., & Mamani, N. (2023). Prácticas sostenibles y conciencia ambiental: Estrategias para la conservación del medio ambiente. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(1), 287–305. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i1.2791>
- Ordoñez, D., Calderon, J., & Padilla, L. (2021). Literature review the theory of planned behavior in the decision to buy organic products. *Revista Nacional de Administración*, 12(1). <http://doi.org/10.22458/rna.v12i1.3178>
- Orozco, I. (2021). From Business Ethics to Sustainability. Why should companies care? *The Anáhuac Journal*, 20(1), 30. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2020v20n1.03>
- Palacios González, M. M., López-Sánchez, J. A., & Martínez-Román, J. A. (2023). Social value and sustainability in entrepreneurial initiatives: A systematic review. *Sustainability*, 15(6), 5187. <https://doi.org/10.3390/su15065187>
- Palomino, R., Nima, M., Huailapuma, L., & Sifuentes, N. (2022). La conciencia ambiental como ética del buen vivir. *Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, 6(26), 2140–2150. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v6i26.480>
- PEDN. (2025). Plan Estratégico de Desarrollo Nacional Perú 2050. *Ceplan*, 530. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5133337/Peru%20-%>

- Piszczek, J., Sgraja, S., & Pierre-Wittwer, E.-S. (2023). Emprendimiento Sostenible. *Sustainability Management*. <https://www.sustainability-management.wiki/docs/functions/sustainable-entrepreneurship/>
- Quiroz, V. (2023). Ética ambiental corporativa e innovación verde: estudio de caso comparativo de empresas manufactureras en Colombia. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 31(1), 137-152. <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rfce/article/view/6715>
- Reátegui Vela, H. V., & Reátegui Vela, A. I. (2021). The relevance of finance within a sustainable business model in vulnerable populations. *Quipucamayoc*, 9, 9-17. doi:<https://orcid.org/0000-0003-3395-652X>
- Refka, B. (2021). The Environmental Awareness of Parents and Teachers and its Relationship to the Environmental Awareness of Children in Saudi Arabia. *Advance*, 13. <https://doi.org/10.31124/advance.14935815.v1>
- Rodríguez, J. A., & Ecos, A. M. (2023). Conciencia ambiental: Un estudio desde las dimensiones cognitiva, afectiva, conativa y activa: Environmental Awareness: A study from the cognitive, affective, conative, and active dimensions. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(5), 634–647. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i5.1344>
- Rodríguez La Rosa, S. N. (2024). El desarrollo de la conciencia ambiental en la didáctica del sistema educativo. *Revista Kawsaypacha*(13), 20. <https://doi.org/10.18800/kawsaypacha.202401.A010>
- Sánchez, A., & Chávarry, P. (2022). Estrategias de sensibilización y conciencia ambiental en zonas rurales, Perú. *Rev. Horizonte Empresarial.*, 9(1), 13-26. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/2180/2726>
- Samaniego, M., & Usiña, G. (2024). Dimensions of the planned Behavior Theory an their influence on the purchase intention of organic products. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14043
- Sarto, F., Miotto, G., Vettorato, D., & Di Maria, E. (2022). Managing sustainability-oriented innovation under uncertainty: Insights from risk management practices. *Journal of Cleaner Production*, 352, 131500. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131500>
- Solarte, C., Rivera, G., Viveros, L., & Urresta, R. (2023). Sustainable entrepreneurship: a systematic review of the literature. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 8(15), 1-21. <https://doi.org/10.18041/2539-3669/gestionlibre.15.2023.10543>
- Uçar, F., & İşal, S. (2023). The Effect of Environmental Awareness Education Program on Children's Environmental Awareness. *Journal of Human and Social Sciences (JOHASS)*, 6, 379-400. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3398549>
- Wasaki, S. (2022). Effects of Environmental Education on Young Children's Water-Saving Behaviors in Japan. *Sustainability*; 14(6). <https://doi.org/10.3390/su14063382>