

Claudia Lucia Arista-Cancino y Félix José Colina-Ysea

RESUMEN

El estudio explora la relación entre el emprendimiento sostenible y el compromiso social de una empresa textil de Lima, Perú, es decir, la responsabilidad voluntaria de la empresa para atender las necesidades del mercado mediante un modelo de negocio sustentable. Para ello, se aplicó una encuesta a 246 colaboradores utilizando una metodología de diseño no experimental y un enfoque cuantitativo, obteniendo una confiabilidad del Alfa de Cronbach de 0,816 y 0,846, respectivamente. Como resultado, el coeficiente rho de Spearman mostró una correlación moderada a alta para las hipótesis planteadas, confirmando que una gestión adecuada del emprendimiento sostenible en

sus tres dimensiones es clave para el desarrollo del compromiso social de la empresa, facilitando la identificación de nuevas oportunidades y tendencias que favorezcan su competitividad sin comprometer las necesidades sociales futuras. Asimismo, las empresas deben seguir conociendo y adaptándose a su entorno tanto interno como externo, de manera que puedan detectar nuevas oportunidades para seguir implementando acciones que continúen contribuyendo y mejorando la relación entre ambas variables (emprendimiento sostenible y compromiso social), así como desarrollar iniciativas comerciales que garanticen los recursos necesarios para el correcto desempeño de la empresa.

Introducción

En un mundo cada vez más dinámico y complejo, donde el consumo de recursos naturales es una preocupación constante debido al incremento exponencial de la industria y la actividad humana (WWF, 2021), el cuidado del medio ambiente y la solución de problemas sociales se han vuelto relevantes en la estrategia de las organizaciones. Por esta razón, la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, aprobada en 2015 por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), constituye un plan maestro para que países y organizaciones emprendan acciones orientadas a mejorar la calidad de vida de la humanidad en el futuro. Esta Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que van desde la eliminación de la pobreza, el combate al

cambio climático, la igualdad de la mujer y la mejora del diseño de las ciudades (ONU, 2015).

A nivel global, en la última década, el emprendimiento sostenible se ha convertido en un paradigma importante de la agenda global (Benavides *et al.*, 2022), orientando a las empresas hacia el logro de los ODS para mejorar la situación socioeconómica y fortalecer la lucha contra el cambio climático. Sánchez *et al.* (2020) definen al emprendimiento sostenible como aquel que tiene visión de negocio holística, abarcando las dimensiones económica, ambiental y social, buscando que los beneficios económicos se extiendan a toda la comunidad, promoviendo el compromiso social.

Como mencionan Raufflet *et al.* (2017), así como Pimenta y Calderón (2022), dicho compromiso implica que las empresas

desarrollen acciones filantrópicas o grandes cambios en procesos o políticas, con el fin de generar valor en sus grupos de influencia internos y externos. En ese sentido, a nivel internacional, las empresas están transformando sus procesos de negocio a través de la implementación de iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en sus dimensiones social, económica y tecnológica, por lo que, tal como señala Damián *et al.* (2022), el objetivo más importante hoy en día para gobiernos, empresas y consumidores es que las necesidades de los grupos humanos del presente no perjudiquen a las sociedades futuras.

En el Perú, si bien durante los últimos años ha habido una progresiva adopción y consolidación de políticas de RSE y sostenibilidad por parte del

empresariado peruano, este concepto aún no ha llegado a ser comprendido ni asimilado completamente por el sector privado (Ramírez, 2015), ya que hasta 2019 solo el 5% de las empresas peruanas aplicaban prácticas y políticas bajo dicho enfoque en sus procesos (Gil, 2019).

Objetivo y Caso de Estudio

Considerando todo lo anteriormente expuesto, el presente artículo analiza la relación entre el emprendimiento sostenible y el compromiso social en una empresa textil exportadora fundada en 1978 en Lima, Perú, que busca ser reconocida como una empresa innovadora y sostenible, ofreciendo productos con tecnología avanzada que la distinguan de la competencia. La propuesta de valor de la empresa está vinculada a

PALABRAS CLAVE / Compromiso Social / Desarrollo Sostenible / Emprendimiento Sostenible / Empresas / Responsabilidad Social Empresarial /

Recibido: 25/01/2024 Modificado : 28/10/2024. Aceptado: 31/10/2024.

Claudia Lucia Arista-Cancino. Magister en Educación, mención en Docencia en Educación Superior. Licenciada en Administración de Empresas, Universidad Científica del Sur, especialista en comunicación

corporativa y responsabilidad social. Consultora independiente y empresaria emprendedora en Suyay S.A.C. Perú.

Félix José Colina-Ysea (Autor de correspondencia). Doctor en Ciencias de la Educación,

Magister en Orientación de la Conducta. Licenciado en Educación, especialista en gestión administrativa y del talento humano. Docente, Universidad Científica del Sur, Lima, Perú y Universidad Tecnológica del Perú,

Lima, Perú. Dirección: Chorrillos 15057, Lima, Perú. e-mail: fcolina@cientifica.edu.pe; c19271@utp.edu.pe.

SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL COMMITMENT

Claudia Lucia Arista-Cancino and Félix José Colina-Ysea

SUMMARY

The study explores the relationship between sustainable entrepreneurship and social commitment of the textile company COFACO Industries S.A.C.; that is, the voluntary responsibility of the company to address market needs through a sustainable business model. For this purpose, a survey was applied to 246 collaborators using a non-experimental design methodology and a quantitative approach, obtaining a Cronbach's Alpha reliability of 0,816 and 0,846, respectively. As a result, Spearman's rho coefficient showed a moderate to high correlation for the hypotheses proposed, confirming that adequate management of sustainable entrepreneurship in its three dimensions is key

for the development of the company's social commitment, facilitating the identification of new opportunities and trends that support its competitiveness without compromising future social needs. Likewise, companies should continue getting to know and adapting to their internal and external environment, so that they can detect new opportunities to continue implementing actions that continue contributing to and improving the relationship between both variables (sustainable entrepreneurship and social commitment), as well as developing commercial initiatives that ensure the necessary resources for the proper performance of the company.

ESPÍRITO EMPRESARIAL SUSTENTÁVEL E EMPENHAMENTO SOCIAL

Claudia Lucia Arista-Cancino e Félix José Colina-Ysea

RESUMO

O estudo explora a relação entre o empreendedorismo sustentável e o compromisso social de uma empresa têxtil de Lima, Peru, ou seja, a responsabilidade voluntária da empresa para atender às necessidades do mercado por meio de um modelo de negócios sustentável. Para isso, foi aplicada uma pesquisa a 246 colaboradores utilizando uma metodologia de design não experimental e uma abordagem quantitativa, obtendo uma confiabilidade do Alfa de Cronbach de 0,816 e 0,846, respectivamente. Como resultado, o coeficiente rho de Spearman mostrou uma correlação moderada a alta para as hipóteses propostas, confirmando que uma gestão adequada do empreendedorismo sustentável em

suas três dimensões é fundamental para o desenvolvimento do compromisso social da empresa, facilitando a identificação de novas oportunidades e tendências que favoreçam sua competitividade sem comprometer as necessidades sociais futuras. Além disso, as empresas devem continuar conhecendo e se adaptando ao seu ambiente interno e externo, de modo a poder identificar novas oportunidades para continuar implementando ações que continuem contribuindo e melhorando a relação entre ambas as variáveis (empreendedorismo sustentável e compromisso social), assim como desenvolver iniciativas comerciais que garantam os recursos necessários para o correto desempenho da empresa.

su gestión empresarial diaria y la relevancia de la RSE en sus actividades, lo que le ha permitido obtener, en la última década, las certificaciones FSC, ISO 9001, ISO 14001, GOTS, GRS y haber implementado un Sistema de Gestión Integral. Actualmente, la empresa promueve la RSE a través de sus valores de innovación, compromiso, calidad total, trabajo en equipo e integridad, lo que evidencia que estos son esenciales para su reputación y el desarrollo de oportunidades en diversos campos.

La empresa ha estado desarrollando diversas iniciativas de responsabilidad social a favor de sus trabajadores y la comunidad, lo que ha impactado de manera favorable en su reputación. Una de las

iniciativas más relevantes para la comunidad ha sido el programa de capacitación textil dirigido a estudiantes de instituciones educativas técnicas estatales, que tiene como objetivo fortalecer los estándares de calidad requeridos para el trabajo textil en las empresas, facilitando así la inserción laboral de los participantes al finalizar sus estudios. Sin embargo, esta iniciativa aún no se encuentra completamente desarrollada y son pocos los programas que han sido estructurados formalmente y en función de las necesidades específicas de la empresa y su entorno.

De este modo, se busca determinar la relación entre el emprendimiento sostenible y el compromiso social en una

empresa textil de Lima, Perú. Para ello, se plantea como hipótesis que el emprendimiento sostenible está estrechamente vinculado al compromiso social de la empresa en las tres dimensiones de la RSE: económica, social y ambiental.

Entendiendo el desarrollo sostenible

El desarrollo sostenible es un concepto nacido en la década de los 80 que considera indispensable la ética de los negocios para conducir adecuadamente los mercados hacia la mitigación del impacto social, económico y ambiental de la acción humana. La definición más utilizada la acuñó Gallopin en el Informe Brundtland (1987), donde

menciona que el desarrollo sostenible es la utilización adecuada de recursos para satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las actividades y generaciones futuras. Asimismo, ahondando en las implicancias epistemológicas del concepto de sostenibilidad, ésta es definida por Zarta (2018) y Cabrera *et al.* (2023) como la elaboración de bienes y servicios destinados a satisfacer necesidades y que garantizan calidad de vida a través de tecnologías limpias y la participación activa de los ciudadanos en el correcto aprovechamiento de los RR.NN. y el cuidado del medio ambiente.

Por otro lado, Zarta (2018) y Muy *et al.* (2023) indican que el desarrollo sostenible es el resultado de la interacción

entre tres procesos simultáneos en el llamado triángulo de Nijkamp: el crecimiento económico, la equidad social y la sostenibilidad ambiental. Por ello, a lo largo del presente estudio, siempre que se menciona el desarrollo sostenible, se está haciendo referencia al conjunto de los tres procesos o ámbitos anteriormente señalados.

Los ODS 8, 9 y 12 elaborados por la ONU en 2015, se relacionan directamente con el desarrollo sostenible de la actividad empresarial: (i) Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos; (ii) Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación; y (iii) Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. A través de ellos, se busca desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles (ONU, 2015). Por ello, tanto para Limones (2019) como Licandro *et al.* (2019), para contribuir a los ODS el desarrollo sostenible involucra el compromiso social de los países y las organizaciones, el cual consiste en la obligación que adquiere una persona o un grupo ante su comunidad y a la forma voluntaria en que realizan una o varias acciones en beneficio de ella. Por su parte, Lifeder (2022), clasifica seis tipos de compromiso social: personal, empresarial, gubernamental, corporativo, universitario y ambiental.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La presente investigación se centra en el compromiso social empresarial, también conocido como RSE, que, según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú, es la voluntad de las empresas de tomar decisiones basadas en consideraciones económicas, sociales y

ambientales; así como rendir cuentas sobre los impactos generados por estas. Al respecto, la Guía ISO 26000 menciona que una empresa u organización es responsable de los impactos que causen sus decisiones y que deben contribuir al desarrollo sostenible, teniendo en cuenta las expectativas de sus grupos de interés, actuando siempre con ética y transparencia, respetando las leyes y normas locales e internacionales aplicables.

Sin embargo, la interpretación de la RSE depende de cómo la practiquen y evalúen las empresas, ya que no todas la perciben de la misma manera (Carrillo *et al.*, 2022), lo que significa que no existe una definición estándar alineada con la Guía ISO 26000 (Licandro *et al.*, 2019). A pesar de ello, la RSE sigue siendo una herramienta indispensable para mejorar las organizaciones, aumentando su sostenibilidad, competitividad y productividad (Véliz y Zaldumbide, 2021). Por otro lado, existe una relación entre el emprendimiento y la responsabilidad social, pero esta relación aún no es significativa, ya que los empresarios no dominan los procesos de la actividad empresarial ni han aprendido a convivir eficientemente con su entorno interno y externo (Coral, 2019).

Asimismo, en concordancia con el desarrollo sostenible, según Cajiga (2009), citando a Landázuri *et al.* (2018) y Dorantes *et al.* (2023), existen tres dimensiones de la RSE: económica, social y ambiental, que a su vez se dividen en dos dimensiones cada una: interna y externa. En primer lugar, la dimensión económica se refiere a la distribución ética del valor agregado entre los colaboradores, accionistas, proveedores y clientes de la empresa; así como al respeto de las normas, la producción de bienes y servicios para la comunidad y la participación en las políticas económicas de la localidad donde la empresa opera. En segundo lugar, la dimensión social hace referencia a la calidad de vida y el desarrollo

integral en el trabajo de los involucrados, así como la contribución a la mejora del desarrollo de la comunidad. Finalmente, la dimensión ambiental implica el uso adecuado de los recursos naturales (RR.NN.) para cuidar el ambiente durante los procesos de generación y comercialización de bienes y servicios, promoviendo la protección del medio ambiente.

Emprendimiento sostenible

Durante mucho tiempo, el propósito principal de las empresas fue el éxito financiero; sin embargo, hoy el mercado exige que estas contribuyan al desarrollo social, ambiental y económico. A partir del enfoque de RSE, surge el concepto de emprendimiento sostenible, que Rodríguez (2016) y Martínez-Pérez (2022) definen como la ejecución de una inversión sostenible orientada al mercado masivo y que beneficia a un sector importante de la sociedad. El emprendimiento sostenible busca satisfacer las necesidades del presente sin afectar las necesidades futuras, a través de la producción de bienes y servicios. Para ello, debe incorporar la innovación y la creatividad para un mejor uso de los recursos naturales (RR.NN.), enfatizando el impacto social de sus productos (Chirinos *et al.*, 2019) y una adecuada gestión del capital humano (Mazzotti y Torres, 2022).

De esta manera, basado en el concepto de desarrollo sostenible de Elkington o TBL (Triple Bottom Line), el emprendimiento sostenible implica la identificación de nuevas oportunidades y tendencias sobre nuevas maneras de contribuir al modelo de negocio, mitigando los posibles impactos negativos en el entorno (Sanchis *et al.*, 2020). Por ello, según Mendoza y Zambrano (2023) y Chirinos *et al.* (2018), es muy importante considerar las condiciones ambientales, políticas, económicas y sociales para que el emprendimiento pueda articularse con el sistema económico nacional. Es así

que el proceso de generación de valor de los emprendimientos sostenibles puede aplicarse a la prevención de la contaminación, la gestión del producto, el uso de tecnologías limpias y la consolidación de la visión de sostenibilidad del negocio en la marca del servicio o producto ofrecido en el mercado (Laura *et al.*, 2022).

Sin embargo, además del uso adecuado de recursos, también se requiere una cultura organizacional que promueva políticas relacionadas con la educación de los miembros de la organización (Mendoza y Zambrano, 2023), el respeto por la cultura, el medio ambiente y los derechos laborales (Chirinos *et al.*, 2018). En ese sentido, según Vera *et al.* (2021), la personalidad e inclinación a crear negocios sostenibles es lo que diferencia a los emprendedores sostenibles de los tradicionales. Tal como afirman Armijo (2019), Vera y Prialé (2017) y Martínez (2023), el emprendedor sostenible, en algún momento, se transforma en un agente de cambio y busca un reconocimiento personal. Asimismo, se espera que las empresas influyan en los consumidores y sus decisiones de compra, promoviendo que nuevos modelos de negocios surjan (Sánchez *et al.*, 2020). De esta forma, teniendo claras las definiciones que implica el presente estudio, es posible describir el análisis metodológico aplicado al caso de COFACO Industries S.A.C.

Metodología de la Investigación

El propósito del estudio fue analizar la relación entre el emprendimiento sostenible y el compromiso social en una empresa textil de Lima, Perú. Para ello, la investigación adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, descriptivo y de alcance correlacional (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). En este contexto, las variables analizadas fueron: el emprendimiento sostenible y el compromiso social.

En términos concretos, la población estuvo conformada por 1.500 personas, cifra que aglutina el total de obreros y empleados administrativos (gerentes, jefes, coordinadores, entre otros). Para el estudio se decidió excluir a los 926 obreros de la empresa, debido a la naturaleza volátil y de alta rotación de su trabajo; y porque no están familiarizados con los aspectos estratégicos de la empresa. De la población restante de 574 empleados administrativos, se extrajo la muestra representativa compuesta por 246 colaboradores, considerando cinco criterios de selección: (i) el tipo de contrato que tienen (indefinido), (ii) el tiempo de permanencia en la empresa (la mayoría tiene más de cinco años), (iii) la familiaridad que tienen con las dos variables de estudio, (iv) su ubicación física (todos se encuentran en la fábrica del distrito de Los Olivos en Lima) y (v) contar con el consentimiento del colaborador para participar en la encuesta. Cabe mencionar que, en todo el proceso, se promovió la participación anónima y voluntaria de los encuestados con el fin de proteger sus datos personales, asegurando la ética del estudio.

En relación con el instrumento, se realizó una encuesta online en Google Forms, utilizando una escala de Likert con valores del uno al cinco por pregunta. Tomando como referencia las tres dimensiones del desarrollo sostenible de Elkington (1997), se elaboró un cuestionario de 23 ítems, de los cuales se asignaron once a la variable “emprendimiento sostenible” en sus dimensiones económica, social y ambiental; y otros doce ítems a la variable “compromiso social” en las mismas dimensiones, tomando como base los trabajos de Landázuri *et al.* (2018) y Dorantes *et al.* (2023). Para asegurar el nivel de confiabilidad del instrumento estadístico, se aplicó el Coeficiente Alfa de Cronbach, cuyo resultado fue de 0,816 y 0,846 para las variables emprendimiento sostenible y compromiso social, respectivamente;

garantizando la confiabilidad del estudio a nivel estadístico con una significancia mayor a 0,7 (Molina *et al.*, 2013). El procesamiento se realizó mediante el software SPSS Statistics 28.

Resultados

Análisis de correlaciones entre variables

La prueba rho de Spearman resultó en una correlación positiva moderada para la hipótesis general, con un valor de 0,647 ($\text{sig} = 0,000 < 0,05$). Por lo tanto, la hipótesis alterna fue aceptada, concluyendo que el emprendimiento sostenible está moderadamente relacionado con el compromiso social de la empresa (Tabla I).

Con respecto a la primera hipótesis específica planteada en la presente investigación, que considera la relación entre la dimensión emprendimiento ambiental y la variable compromiso social, se observa que la prueba rho de Spearman tiene un valor de $\text{sig} = 0,001 < 0,05$, lo que indica una correlación positiva moderada de 0,494, por lo que se rechaza la hipótesis nula, concluyendo que el emprendimiento ambiental está moderadamente relacionado con el compromiso social de la empresa.

En cuanto a la segunda hipótesis sobre la relación entre la dimensión emprendimiento social y la variable compromiso social, la prueba rho de

Spearman dio como resultado 0,661, evidenciando una correlación positiva moderada, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se confirma la relación moderada entre el emprendimiento social y el compromiso social de la empresa.

Finalmente, la correlación entre la dimensión emprendimiento económico y la variable compromiso social fue también positiva y moderada en la prueba rho de Spearman, con un resultado de 0,581, y un valor de $\text{sig} = 0,001 < 0,05$, por lo que se acepta la hipótesis de que el emprendimiento económico está moderadamente relacionado con el compromiso social de la empresa (Tabla II).

Discusión

Se observó una correlación moderada y positiva entre la dimensión emprendimiento ambiental y el compromiso social, confirmando la importancia de considerar las condiciones ambientales para que el emprendimiento pueda articularse con el sistema económico del país (Chirinos *et al.*, 2018). Además, son los emprendedores sociales quienes tienen un interés genuino en cuidar del ambiente (Vera *et al.*, 2021). Por ello, Mendoza y Zambrano (2023) señalan que el aporte de herramientas significativas para la administración de recursos por parte de las empresas es indispensable para el funcionamiento de las entidades públicas, beneficiando la interacción de

los emprendedores sostenibles con el estado. Asimismo, se relaciona con lo indicado por Laura *et al.* (2022) en el modelo que desarrollaron para la creación sostenible de valor, cuyos ejes principales se refieren a la prevención de la contaminación, la gestión del producto, las tecnologías limpias y al desarrollo de una visión de sostenibilidad.

Por otro lado, se observó un grado de correlación moderado y positivo entre la dimensión emprendimiento social y la variable compromiso social, reafirmando lo señalado por Coral (2019), quien concluyó la existencia de una relación positiva entre el emprendimiento y la responsabilidad social, aunque de intensidad baja, ya que para desarrollarla los empresarios deben aplicar la difícil tarea de convivir con su entorno y dominar todos los procesos de la actividad empresarial. De esta manera, el emprendimiento social está directamente relacionado con el compromiso social de la empresa, y estas actividades tienen un impacto positivo tanto dentro como fuera de la organización, especialmente si se implementan de manera que todos los involucrados las contemplen en sus actividades cotidianas, lo cual guarda relación con lo expresado por Véliz y Zaldumbide (2021).

Asimismo, se evidenció que el emprendimiento económico también se relaciona de manera moderada con el compromiso

TABLA I
CORRELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE Y COMPROMISO SOCIAL

		Emprendimiento Sostenible	Compromiso Social
Rho de Spearman	Emprendimiento Sostenible	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
	Compromiso Social	Coefficiente de correlación	0,647*
		Sig. (bilateral)	<0,001
		N	246

* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

TABLA II
CORRELACIÓN ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DEL EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE Y EL COMPROMISO SOCIAL
(RHO DE SPEARMAN)

		Emprendimiento Ambiental	Emprendimiento Social	Emprendimiento Económico	Compromiso Social
Emprendimiento Ambiental	Coef. de corr. ^a	1,000	-	-	0,494*
	Sig. (bilateral)	-	-	-	<0,001
	N	246	-	-	246
Emprendimiento Social	Coef. de corr.	-	1,000	-	0,661*
	Sig. (bilateral)	-	-	-	<0,001
	N	-	246	-	246
Emprendimiento Económico	Coef. de corr.	-	-	1,000	0,581*
	Sig. (bilateral)	-	-	-	<0,001
	N	-	-	246	246
Compromiso Social	Coef. de corr.	0,494*	0,661*	0,581*	1,000
	Sig. (bilateral)	<0,001	<0,001	<0,001	.
	N	246	246	246	246

^a Coeficiente de correlación, * Correlación significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

social. Aunque este aspecto es de gran importancia para el correcto desempeño de la empresa, no es suficiente por sí solo para desarrollar acciones significativas de RSE que se transformen en una ventaja competitiva. Es así que los resultados reflejan que el desarrollo económico contribuye al óptimo desarrollo de la RSE, aspecto que Rodríguez (2016) y Martínez (2023) resaltan al mencionar que, hoy en día, la sociedad espera que las empresas generen un impacto social y ambiental en conjunto con su éxito financiero.

Finalmente, a través de las encuestas realizadas, se encontró que la RSE ha generado conciencia en los empleados sobre el impacto positivo de seguir los lineamientos y buenas prácticas de sostenibilidad para la empresa y su entorno, agregando valor a su trabajo. Esto ha llevado a un mayor compromiso de los trabajadores con la empresa, mayor eficiencia en los procesos, menor uso de recursos y mejor clima laboral, impactando positivamente en su cultura organizacional y fortaleciendo el vínculo con la comunidad. Asimismo, expresaron que los beneficios más significativos recién empiezan a evidenciarse, por lo que se espera que sean más

evidentes en el futuro. De esta manera, al haber obtenido como respuesta a las hipótesis una correlación moderada y positiva entre las variables y dimensiones del estudio, es posible confirmar que una gestión adecuada del emprendimiento sostenible en todas sus dimensiones se relaciona con el compromiso social y todas las actividades que ello conlleva.

Como consecuencia de estos resultados, se puede mencionar que las tres dimensiones del emprendimiento sostenible (social, económica y ambiental) son importantes para la generación del compromiso social de la empresa textil de Lima, Perú. Sin embargo, la dimensión social presenta la mayor relevancia, dado su vínculo directo con el compromiso social, siendo más decisiva para su gestión y desarrollo. De esta manera, los aspectos sociales, ecológicos y económicos terminan siendo elementos clave para el desarrollo del emprendimiento sostenible y la identificación de nuevas oportunidades y tendencias para la empresa.

Conclusión

El análisis desarrollado en el presente estudio permitió determinar la relación positiva

directa entre el emprendimiento sostenible y el compromiso social de una empresa textil de Lima, Perú, siendo un caso que ejemplifica la necesidad actual de que todo emprendimiento sostenible contemple una estrategia de RSE para lograr una gestión exitosa a lo largo del tiempo. En este sentido, se recomienda prestar especial atención a las estrategias relacionadas con los recursos humanos, tal como señala la bibliografía revisada en el presente estudio, ya que estas son clave para el desarrollo de un emprendimiento sostenible y contribuyen a la integración de todos los colaboradores con los lineamientos de la empresa en todos sus ámbitos.

La sostenibilidad es un tema que recién está cobrando real importancia dentro de los objetivos empresariales, sobre todo en países en desarrollo como Perú, que requieren un aumento en la inversión en I+D+i. Si bien los estudios empíricos contribuyen a la comprensión de la relación entre las PYMES y su transición hacia la sostenibilidad, según las oportunidades y naturaleza del negocio, aún queda pendiente investigar acerca de las motivaciones que impulsan un modelo innovador de emprendimiento sostenible y cómo este podría

relacionarse con los emprendimientos institucionales. Por lo tanto, se recomienda realizar investigaciones en empresas de diferentes tamaños y sectores, para fundamentar este aspecto y generar un modelo innovador de sostenibilidad vinculado a la responsabilidad social.

REFERENCIAS

- Armijo K (2019) *Tensiones y negociaciones en la construcción del emprendimiento social peruano a partir de un estudio de caso (Atribución-NoComercial 2.5 Perú)*. Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. <http://hdl.handle.net/20,500,12404/13820>
- Benavides E, Moya I, Ribes G (2022) *Emprendimiento Sostenible y Objetivos de Desarrollo Sostenible: un análisis bibliométrico*. *TEC Empresarial* 16: 101-122.
- Carrillo T del NJ, Urrea ML, Ramírez L, Verdugo LM (2022) *Áreas de responsabilidad social empresarial en empresas sinaloenses: Un análisis desde la innovación social*. *Revista de Ciencias Sociales* 28: 352-363. <https://doi.org/10,31876/rccs.v28i.38851>.
- Chirinos Y, Luna J, Rojas D, Barbera N (2019) *Emprendimiento sostenible: una visión latinoamericana*. En Chirinos Y (Ed.) *Tendencias en la investigación universitaria. Una visión desde Latinoamérica*. Fondo Editorial Universitario

- Servando Garcés de la Universidad Politécnica Territorial de Falcón Alonso Gamero. Falcón, Venezuela. pp. 25-37.
- Chirinos Y, Meriño V, Martínez C, Pérez C (2018) Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las pymes. *Espacios* 39: 3.
- Coral J (2019) *El emprendimiento y responsabilidad social de los micro y pequeños empresarios de Pucallpa 2018*. Tesis de Título Profesional, Universidad Nacional de Ucayali. Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.14621/4242>.
- Dorantes H, Gutiérrez L, Dorantes FdeJ, Acosta M (2023) Factores de Responsabilidad Social Empresarial en la Planificación Estratégica de las Pymes Mexicanas. *Revista Venezolana de Gerencia* 28: 734-750. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.18>.
- Elkington J (1997) *Cannibals with forks: The triple bottom line of the 21st century business*. Wiley. EE.UU. 424 pp.
- Gil F (11 de febrero de 2019) Management & Empleo. *Diario Gestión*. https://gestion.pe/economia/management-empleo/5-empresas-peruanas-aplican-gestion-responsabilidad-social-258214-noticia/#google_vignette.
- Hernández N, Araiza Z, Gutiérrez L, Sauced, Y (2019) Dimensiones de la responsabilidad social empresarial: Caso empresa procesadora de productos lácteos. *Revista Internacional de Administración & Finanzas* 12: 69-78.
- Hernández-Sampieri R, Mendoza P (2018) *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill Education. Ciudad de México, México. 714 pp.
- Landázuri Y, Hinojosa A, Aguilar N (2018) Responsabilidad Social Empresarial: un instrumento para medir la implementación en las empresas del índice de sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores. *Cuadernos de Contabilidad* 19: 53-68. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.ccl19-48.rsei>.
- Laura Z, Callohuanca E, Rodríguez R (2022) Emprendimientos en camino hacia un modelo de creación de valor sostenible. *Congreso Internacional del Ciriec España*. <http://ciriec.es/valencia2022/wp-content/uploads/COMUN-148.pdf>.
- Licandro O, Alvarado L, Sensores E, Navarrete J (2019) Responsabilidad Social Empresaria: Hacia la conformación de una tipología de definiciones. *Revista Venezolana de Gerencia* 24: 296.
- Lifeder Equipo Editorial (2022) *Compromiso Social*. <https://www.lifeder.com/compromiso-social/>. (Cons. 12/09/ 2022).
- Limones M (5 de marzo de 2019) *Responsabilidad social: un compromiso de todos*. UIC. <https://www.uic.mx/hablemos-de-responsabilidad-social/>.
- Martínez F (2023) *Estudio de caso sobre el potencial emprendedor social del sector de energía solar fotovoltaica en Hidalgo*. Tesis de Maestría. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México. 112 pp. <http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/biblioteca-digital/handle/231104/3381>.
- Martínez-Pérez M (2022) La innovación como factor clave en los procesos de financiamiento a modelos de negocio sostenibles a través de inversiones de impacto en Colombia. In the proceedings book: *International conference on innovation, documentation and education*. INNODOCT/22. Valencia, November 2nd-7th 2022. <https://doi.org/10.4995/INN2022.2022.15735>.
- Mazzotti G, Torres A (2022) Responsabilidad Social Empresarial: un concepto polisémico en la práctica. Estudio de caso en una Pyme mexicana en el contexto del COVID-19. *Revista Administración y Organizaciones* 25: 1-16. <https://doi.org/10.24275/uam/xoc/dcsh/rayo/2022v25n48/Mazzotti>.
- Mendoza C, Zambrano H (2023) Responsabilidad social empresarial: una herramienta para la gestión administrativa de las empresas públicas ecuatorianas. *Revista Científica Ecociencia* 10: 107-126. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.102.804>.
- Molina M, Aranda M, Flores M, López M (14-16 de agosto de 2013) *Utilización del alfa de Cronbach para validar la confiabilidad de un instrumento de medición de satisfacción del estudiante en el uso del software Minitab*. 11th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology, Cancún, México.
- Muy N, Barahona F, Zumba E (2023) Conocer, identificar y reflexionar la ciudad intermedia. Variables e indicadores. *Revista Científica Dominio de las Ciencias* 9: 865-899. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3319>.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2015) *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>.
- Pimenta CC, Calderón JA (2022) Un repaso a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en América Latina y el Caribe. *Revista Economía y Política* 36: 1-25. doi:http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2477-90752022000200001&lng=es&tlng=es.
- Ramírez J (2015) La responsabilidad social empresarial: del cumplimiento de la ley a la construcción de un modelo de gestión y una filosofía empresarial y organizacional. *Ius et Praxis, Revista de la Facultad de Derecho* 1: 129-150.
- Raufflet E, Portales L, García C, Lozano J, Barrera E (2017) *Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial*. Pearson Educación. México. 395 pp.
- Rodríguez D (2016) Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Khatarsis* 21: 419-448. <http://dx.doi.org/10.25057/25005731.775>.
- Sánchez M, Dorado E, Pereira G, Osorio U, Malavera S, Montoya J (2020) Sustainable entrepreneurship and new business models: a market research in Colombia. *Revista de Administração da UFSM* 13: 875-894. <https://doi.org/10.5902/1983465955278>.
- Sanchis Palacio J, Campos Climent V, Ejarque Catalá A (2020) *Emprendimiento sostenible: emprendimiento desde la cocreación de valor y el bien común*. Pirámide. Madrid, España. 296 pp.
- Véliz D, Zaldumbide D (2021) Responsabilidad social empresarial en la actividad turística. Una oportunidad para incursionar en los mercados verdes. *Polo del Conocimiento* 6: 1434-1453. <https://doi.org/10.23857/pe.v6i3.2445>
- Vera A, Prialé M (2017) *Análisis de las dimensiones teóricas del emprendimiento social desde las experiencias de empresarios sociales en Lima Metropolitana*. Universidad del Pacífico, Centro de Investigación. Perú. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.22126.46409>
- Vera A, Espinosa A, Prialé M (2021) Valores y personalidad como predictores del aprecio por las prácticas sostenibles en emprendedores sociales y comerciales de Lima-Perú. *Psykhé* 30: 1-16. <http://dx.doi.org/10.7764/psykhe.2019.22333>.
- Zarta P (2018) La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa* 28: 409-423. <https://doi.org/10.25058/20112742.n28.18>.