

Análisis del Impacto del Factor Social en la Sostenibilidad de los Emprendimientos: Revisión de Literatura

Verónica Alexandra Arrata Corzo¹

¹Universidad César Vallejo (UCV), Trujillo, Perú

varratat@ucvvirtual.edu.pe | <https://orcid.org/0000-0002-8609-4831>

Correspondencia: varratat@ucvvirtual.edu.pe

Resumen: La sostenibilidad de los emprendimientos latinoamericanos está condicionada por factores sociales cuya incidencia carece de síntesis sistemáticas en la literatura académica. Esta revisión tuvo como objetivo analizar el impacto del factor social en la sostenibilidad de los emprendimientos, identificando las dimensiones del entorno social con mayor incidencia en su permanencia y desarrollo. Se empleó un método inductivo con enfoque cualitativo y diseño no experimental de tipo documental, siguiendo el protocolo PRISMA 2020. La búsqueda se realizó en SciELO y Google Scholar, con artículos en español publicados en los últimos once años en el área de administración. Los criterios de selección incluyeron relevancia temática, acceso completo al texto e idioma español. De 399 registros iniciales se incluyeron ocho estudios. El análisis temático identificó siete categorías: factores sociales, competencias emprendedoras, redes sociales, motivaciones personales, factores económicos, educación emprendedora y capital social. El capital social, las redes externas de apoyo, la experiencia familiar y el entorno institucional resultaron determinantes de la sostenibilidad emprendedora; la dimensión social supera en peso al componente productivo-tecnológico en contextos asociativos y rurales. Los resultados son consistentes con la teoría del capital social y confirman que las intervenciones más efectivas deben combinar formación técnica con fortalecimiento del capital relacional. El factor social actúa como dinamizador o inhibidor de los emprendimientos según las condiciones del contexto. Se proponen estudios longitudinales, metodologías mixtas y mayor atención al emprendimiento femenino y rural como prioridades de investigación.

Palabras clave: capital social; competencias emprendedoras; emprendimiento sostenible; factor social; redes de apoyo.

Código de clasificación UNESCO: 5311.07 - Organización y Dirección de Empresas.

Clasificación OCDE-FOS: 5.2 - Economía y negocios.

Impact of the Social Factor on Entrepreneurial Sustainability: A Literature Review

Abstract: The sustainability of Latin American entrepreneurial ventures is conditioned by social factors whose influence lacks systematic synthesis in the academic literature. This review aimed to analyze the impact of the social factor on entrepreneurial sustainability, identifying the dimensions of the social environment with the greatest influence on the permanence and development of these ventures. An inductive method was employed with a qualitative approach and a non-experimental documentary design, following the PRISMA 2020 protocol. The search was conducted in SciELO and Google Scholar, targeting Spanish-language articles published in the field of business administration over the last eleven years. Selection criteria included thematic relevance, full-text access, and Spanish language. From 399 initial records, eight studies were included. Thematic analysis identified seven categories: social factors, entrepreneurial competencies, social networks, personal motivations, economic factors, entrepreneurial education, and social capital. Social capital, external support networks, family experience, and the institutional environment proved to be determining factors of entrepreneurial sustainability; the social dimension outweighs the productive-technological component in associative and rural contexts. The results are consistent with social capital theory and confirm that the most effective interventions must combine technical training with the strengthening of relational capital. The social factor acts as either a driver or an inhibitor of entrepreneurial ventures depending on contextual conditions. Longitudinal studies, mixed methodologies, and greater attention to female and rural entrepreneurship are proposed as research priorities.

Keywords: entrepreneurship sustainability; entrepreneurial competencies; social capital; social factor; support networks.

UNESCO Classification Code: 5311.07 - Business Administration and Management.

OECD-FOS Classification: 5.2 - Economics and business.

Impacto do Fator Social na Sustentabilidade dos Empreendimentos: Revisão de Literatura

Resumo: A sustentabilidade dos empreendimentos latino-americanos é condicionada por fatores sociais cuja incidência carece de sínteses sistemáticas na literatura acadêmica. Esta revisão teve como objetivo analisar o impacto do fator social na sustentabilidade dos empreendimentos, identificando as dimensões do entorno social com maior incidência em sua permanência e desenvolvimento. Empregou-se um método indutivo com abordagem qualitativa e delineamento não experimental do tipo documental, seguindo o protocolo PRISMA 2020. A busca foi realizada no SciELO e no Google Acadêmico, com artigos em espanhol publicados nos últimos onze anos na área de administração. Os critérios de seleção incluíram relevância temática, acesso integral ao texto e idioma espanhol. De 399 registros iniciais, foram incluídos oito estudos. A análise temática identificou sete categorias: fatores sociais, competências empreendedoras, redes sociais, motivações pessoais, fatores econômicos, educação empreendedora e capital social. O capital social, as redes externas de apoio, a experiência familiar e o entorno institucional revelaram-se determinantes da sustentabilidade empreendedora; a dimensão social supera em peso o componente produtivo-tecnológico em contextos associativos e rurais. Os resultados são consistentes com a teoria do capital social e confirmam que as intervenções mais eficazes devem combinar formação técnica com o fortalecimento do capital relacional. O fator social atua como dinamizador ou inibidor dos empreendimentos de acordo com as condições do contexto. Propõem-se estudos longitudinais, metodologias mistas e maior atenção ao empreendedorismo feminino e rural como prioridades de pesquisa.

Palavras-chave: capital social; competências empreendedoras; empreendedorismo sustentável; fator social; redes de apoio.

Código de Classificação UNESCO: 5311.07 - Organização e Administração de Empresas.

Classificação OCDE-FOS: 5.2 - Economia e negócios.

Cómo citar este artículo:

Arrata, V. A. (2026). Análisis del Impacto del Factor Social en la Sostenibilidad de los Emprendimientos: Revisión de Literatura. *Revista Científica*, 11(Esp. 1), 38–50. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2026.11.e1.3.38-50>

Fecha de Recepción:
12-08-2025

Fecha de Aceptación:
19-12-2025

Fecha de Publicación:
05-02-2026

1. Introducción

La sostenibilidad de los emprendimientos se ha convertido en un tema prioritario para el desarrollo económico y social, especialmente en áreas marcadas por el desempleo, la inseguridad y la informalidad. Más allá de los factores económicos, los aspectos sociales como el apoyo comunitario, la cohesión social y las redes de confianza influyen directamente en la capacidad de un emprendimiento para mantenerse en el tiempo (Wong et al., 2005). De no observarse el entorno social y su impacto favorable o desfavorable, se conciben oportunidades desaprovechadas o amenazas mal gestionadas que afectan el bienestar de los emprendedores, de sus empleados, de los beneficiarios indirectos y de las comunidades, al limitar la generación de empleo y el crecimiento local.

Por ello, investigar el impacto del factor social permite identificar las barreras que enfrentan los emprendedores, así como la influencia de dicho factor en el desempeño del negocio. Además, este análisis contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, particularmente el ODS 8 y el ODS 10, relacionados con el trabajo decente y la reducción de desigualdades (ONU, 2023). Esta problemática es actual, real y científicamente relevante, pues revela cómo los factores sociales inciden en el éxito o fracaso de las iniciativas emprendedoras, especialmente en contextos vulnerables (OIT, 2022; Banco Mundial, 2022; PNUD, 2022).

A nivel global, los emprendimientos han sido reconocidos por su principal aporte al crecimiento económico y el desarrollo social, especialmente en países con economías emergentes. No obstante, su sostenibilidad sigue siendo limitada: más del 50% de los nuevos negocios cierran antes de cumplir tres años (GEM, 2023). Este fenómeno pone en evidencia un problema de fondo relacionado no solo con aspectos económicos, sino también con factores sociales tales como la falta de redes de apoyo, la desconfianza interpersonal y la exclusión social (Wong et al., 2005). En América Latina, estos desafíos se acentúan por altos niveles de inseguridad, desigualdad y baja cohesión

comunitaria.

La CEPAL (2022) advierte que los emprendimientos informales en la región operan en contextos sociales desfavorables que pueden comprometer su viabilidad y sostenibilidad. En regiones con alta vulnerabilidad social, los emprendedores enfrentan barreras culturales, educativas y estructurales que dificultan la cooperación y el crecimiento colectivo (Ministerio de la Producción, 2024; BID, 2022; OECD, 2017). Como apuntan Valencia et al. (2025) y Schumpeter (1934), una adecuada contextualización multinivel permite evidenciar cómo estos factores sociales, aunque a menudo invisibles, ejercen una influencia decisiva en la sostenibilidad emprendedora.

Esta revisión de literatura se basa en el análisis de artículos científicos publicados en revistas indexadas en SciELO, garantizando un enfoque riguroso y basado en evidencia empírica. Se han seleccionado estudios recientes que abordan los factores que afectan a los emprendimientos, permitiendo identificar desafíos y oportunidades que enfrenta el emprendedor. La sostenibilidad de estos negocios se ve afectada por factores sociales como la desconfianza entre vecinos, la inseguridad ciudadana y la falta de acceso a redes de apoyo empresarial (Ministerio de la Producción, 2024). Delimitar el espacio de estudio permite comprender mejor cómo los fenómenos globales se manifiestan en territorios concretos, lo cual fortalece la validez contextual de la investigación.

La baja sostenibilidad de los emprendimientos en contextos urbanos obedece a un conjunto de causas de carácter estructural y específico que interactúan entre sí. A nivel general, factores como la informalidad del mercado laboral, la desigualdad social, el acceso limitado a educación de calidad y la débil cultura asociativa son elementos que debilitan el entorno emprendedor en la región (CEPAL, 2022; Wong et al., 2005).

Estas condiciones, derivadas de un sistema económico excluyente, perpetúan dinámicas de precariedad que obligan a muchos ciudadanos a emprender sin formación, planificación ni respaldo

institucional. La escasa cohesión comunitaria, la inseguridad ciudadana y la ausencia de redes de cooperación entre emprendedores impiden la generación de ecosistemas solidarios que fortalezcan los pequeños negocios (Ministerio de la Producción, 2024). Según Valencia et al. (2025), la permanencia de estos problemas se debe a la normalización de prácticas individuales, a la débil acción estatal y a la falta de mecanismos de integración social, lo que exige un análisis riguroso y propuestas de intervención contextualizadas (FMI, 2023).

Si el impacto de los factores sociales en la sostenibilidad de los emprendimientos no es abordado de manera oportuna, se proyectan consecuencias significativas a corto, mediano y largo plazo. En el corto plazo, continuará el cierre prematuro de negocios, el incremento del desempleo informal y la pérdida de capital económico y social local (GEM, 2023). A mediano plazo, esta situación puede debilitar el tejido comunitario, generar frustración emprendedora y reducir la confianza ciudadana en las instituciones (CEPAL, 2022). A largo plazo, la falta de intervención generará un entorno económico frágil, con baja innovación, escasa cooperación empresarial y reproducción de la pobreza estructural (Wong et al., 2005). Por tanto, esta investigación se justifica por su capacidad de aportar evidencia sobre un problema multicausal cuyas consecuencias comprometen el bienestar y la equidad en comunidades vulnerables (Valencia et al., 2025).

La presente revisión se enfoca en dos variables principales: el factor social (variable independiente) y la sostenibilidad de los emprendimientos (variable dependiente). El factor social se entiende como el conjunto de condiciones culturales, comunitarias y relacionales (capital social, confianza interpersonal, redes de apoyo y participación colectiva) que inciden en el entorno emprendedor (Putnam, 2000; Portes, 1998; Bourdieu, 1986; Coleman, 1990; Valencia et al., 2025). Por su parte, la sostenibilidad de los emprendimientos se define como la capacidad de los negocios para mantenerse en el tiempo, adaptarse al contexto y generar

valor económico y social (GEM, 2023; Wong et al., 2005). Al analizar su interacción, se busca identificar los componentes sociales que fortalecen o debilitan la permanencia de los emprendimientos en contextos de exclusión social o limitada cohesión comunitaria (CEPAL, 2022).

En tal sentido, el objetivo de la presente revisión de literatura es analizar el impacto del factor social en la sostenibilidad de los emprendimientos, a partir de dos preguntas de investigación: ¿cómo influye el factor social en la sostenibilidad de los emprendimientos?, y ¿qué dimensiones del entorno social tienen mayor incidencia en la permanencia y desarrollo de estos negocios?.

2. Metodología

Para la elaboración del presente estudio bibliográfico se empleó un método inductivo con enfoque cualitativo y diseño no experimental de tipo documental. Se llevó a cabo una revisión de literatura sobre el análisis del impacto del factor social en la sostenibilidad de los emprendimientos, utilizando el protocolo PRISMA 2020 (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) como guía para la selección, evaluación y análisis de artículos científicos (Moher et al., 2009; Liñán & Fayolle, 2015).

2.1. Protocolo y Registro

Para la presente revisión de literatura no se registró un protocolo formal previo en repositorios como PROSPERO u otro registro de revisiones sistemáticas. No obstante, el proceso de búsqueda y selección siguió de manera sistemática las directrices PRISMA 2020 (Page et al., 2021) y los criterios metodológicos propuestos por Moher et al. (2009) y Liñán y Fayolle (2015), garantizando la transparencia y reproducibilidad del proceso.

2.2. Criterios de Elegibilidad

Se establecieron criterios de inclusión y exclusión para garantizar la relevancia y calidad de los estudios analizados. Los criterios de inclusión fueron: (a) artículos científicos que abordaran directamente la variable factor

social en el contexto del emprendimiento; (b) publicaciones indexadas en SciELO y Google Scholar; (c) estudios publicados en revistas especializadas en administración; (d) artículos publicados en los últimos once años en idioma español; y (e) acceso completo al texto para su análisis. Como resultado de esta primera selección, se identificaron 399 registros.

Los criterios de exclusión aplicados fueron: (a) estudios duplicados en la base de datos; (b) artículos con antigüedad superior al período establecido (mayor a once años); (c) investigaciones con errores de indexación o datos incompletos; (d) estudios sin relevancia directa con el objetivo de la revisión; (e) artículos sin acceso completo al texto; y (f) investigaciones cuya temática no guardaba relación con el factor social y la sostenibilidad emprendedora.

2.3. Fuentes de Información

La búsqueda de información se realizó en la base de datos SciELO (Scientific Electronic Library Online), reconocida por su alto impacto y rigurosidad en la indexación de literatura científica latinoamericana e iberoamericana. Se realizaron consultas complementarias en Google Scholar para ampliar la cobertura de publicaciones especializadas. La última búsqueda se ejecutó durante el año 2024.

2.4. Estrategia de Búsqueda

La estrategia de búsqueda se diseñó en torno a los descriptores principales: “factor social”, “sostenibilidad del emprendimiento”, “capital social”, “redes sociales y emprendimiento” y “emprendimiento sostenible”. Se utilizaron operadores booleanos (*AND*, *OR*) para combinar términos. Se aplicaron filtros de idioma (español) y período de publicación (últimos once años). Un ejemplo de ecuación de búsqueda aplicada fue: (factor social) *AND* (emprendimiento) *AND* (sostenibilidad).

2.5. Proceso de Selección de Estudios

El proceso de selección se llevó a cabo en cuatro fases siguiendo el esquema PRISMA 2020 (Page et al.,

2021). En la primera fase (Identificación), se localizaron 399 registros en SciELO. En la segunda fase (Depuración), se eliminaron 215 registros por superar el período de once años y por otras razones como errores de indexación, obteniendo 184 estudios. En la tercera fase (Elegibilidad, primera etapa), se examinaron títulos y resúmenes, excluyendo 28 artículos por falta de relevancia con el objetivo, resultando 156 registros evaluados a texto completo. En la cuarta fase (Elegibilidad, segunda y tercera etapas), se retiraron 71 estudios por falta de alineación al área de estudio y 75 por no estar relacionados con el objeto de investigación. Finalmente, se incluyeron 8 estudios en la revisión (véase figura 1). El proceso fue conducido por un revisor principal; las discrepancias se resolvieron mediante relectura del texto completo.

2.6. Extracción de Datos

La extracción de datos se realizó mediante un formulario estandarizado aplicado uniformemente a cada uno de los ocho estudios incluidos. Las variables extraídas por estudio fueron: título de la investigación, autores, objetivo de investigación, metodología empleada, resultados principales, conclusiones y aporte al campo disciplinar. Este proceso permitió organizar la información de manera sistemática para facilitar el análisis comparativo y la síntesis narrativa posterior.

2.7. Evaluación de la Calidad y Riesgo de Sesgo

La evaluación de la calidad metodológica de los estudios incluidos se realizó mediante la revisión de criterios de diseño, claridad en la formulación del objetivo, pertinencia del instrumento utilizado y coherencia entre metodología, resultados y conclusiones. Dado que los estudios incluidos presentan diseños variados (cualitativos, cuantitativos y mixtos), no se empleó una herramienta estandarizada única. Se valoró el nivel de detalle en la descripción metodológica como indicador general de calidad. En términos generales, los estudios incluidos presentaron un nivel metodológico aceptable, con las limitaciones propias de los diseños predominantes.

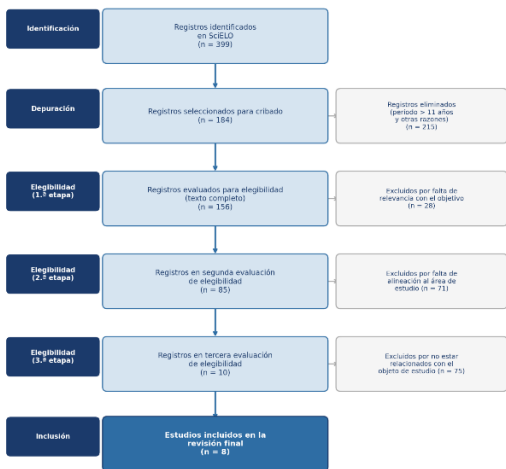
3. Resultados

Esta sección presenta los resultados de la revisión de literatura siguiendo la estructura del protocolo PRISMA 2020. En primer lugar, se describe el proceso de selección de estudios mediante el diagrama de flujo correspondiente (sección 3.1). A continuación, se detallan las características de los ocho estudios incluidos en la revisión final (sección 3.2), seguidas de la evaluación de su calidad metodológica (sección 3.3). Finalmente, se expone la síntesis temática de los hallazgos identificados en los estudios analizados, con base en las categorías emergentes y su frecuencia de aparición (sección 3.4).

3.1. Selección de Estudios (Diagrama de Flujo PRISMA 2020)

El proceso de selección de estudios se realizó siguiendo las cuatro fases del protocolo PRISMA 2020: identificación, depuración, elegibilidad e inclusión. A partir de una búsqueda inicial en SciELO, complementada con Google Scholar, se identificaron 399 registros. Tras la aplicación sucesiva de criterios de exclusión por antigüedad superior a once años, irrelevancia temática e inaccessibilidad al texto completo, se obtuvo un corpus final de ocho estudios con alta pertinencia para el objetivo de la revisión. La figura 1 presenta el diagrama de flujo correspondiente a este proceso.

Figura 1. Diagrama de Flujo PRISMA 2020 del Proceso de Selección de Estudios.



Nota. Fuente: Arrata (2025); Adaptado de Page et al. (2021).

El proceso de selección sistematizada permitió reducir el corpus inicial de 399 registros hasta un total de 8 estudios con alta pertinencia temática. Las principales causas de exclusión fueron la falta de alineación temática directa con el factor social y la sostenibilidad emprendedora, y la ausencia de acceso completo al texto. Los estudios finalmente incluidos corresponden a investigaciones publicadas en el período 2015-2024, con predominio de enfoques cuantitativos y cualitativos en contextos latinoamericanos y uno en contexto asiático.

3.2. Características de los Estudios Incluidos

A continuación, se presentan las características principales de los ocho estudios seleccionados mediante el proceso PRISMA. Para cada estudio se extraen las categorías: título, autores, objetivo, metodología, resultados, conclusiones y aporte al campo disciplinar. La tabla 1 recoge el primer estudio incluido.

Tabla 1. Análisis de los factores que influyen en el emprendimiento sostenible: un estudio bibliográfico.

Categoría	Detalles
Título	Análisis de los factores que influyen en el emprendimiento sostenible: un estudio bibliográfico
Autores	Garófalo y Arguello (2024)
Objetivo	Identificar y evaluar los factores económicos, sociales y tecnológicos que afectan la sostenibilidad en el emprendimiento, mediante un análisis bibliográfico de estudios publicados entre 2019 y 2024.
Metodología	Enfoque cualitativo, de tipo documental. Se empleó un análisis sistemático de literatura basado en la metodología PRISMA. Se recopilaron y analizaron artículos científicos provenientes de bases de datos indexadas (Scopus, Web of Science, Elsevier) entre 2019 y 2024.
Resultados	Se identificaron 18 estudios relevantes. Los factores más influyentes son: (a) Económicos: PIB, inversión extranjera, estabilidad financiera; (b) Sociales: educación, conciencia ambiental, redes sociales, inclusión y capital social; (c) Tecnológicos: digitalización, innovación, herramientas Fintech. La combinación de sostenibilidad, innovación y digitalización es clave para el rendimiento empresarial.
Conclusiones	El emprendimiento sostenible depende de una interacción compleja entre factores económicos, sociales y tecnológicos. El apoyo financiero, la

conciencia social, la educación y el uso estratégico de tecnología son esenciales para crear ecosistemas favorables que promuevan emprendimientos sostenibles. Las políticas deben adaptarse al contexto.

Aporte
Proporciona una visión integral y actualizada sobre los factores determinantes del emprendimiento sostenible; útil para emprendedores, responsables de políticas públicas y académicos. Contribuye al desarrollo teórico y práctico del campo y sugiere estrategias para fortalecer ecosistemas de emprendimiento orientados al desarrollo sostenible.

Nota. Fuente: Arrata (2025).

Los hallazgos de Garófalo y Arguello (2024), destacan la naturaleza multifactorial del emprendimiento sostenible, evidenciando que los factores sociales (capital social, redes, educación) actúan de manera sinérgica con los económicos y tecnológicos para determinar la viabilidad de los negocios. Esta perspectiva integradora es central para comprender el rol del entorno social en la permanencia de los emprendimientos. La tabla 2 presenta el segundo estudio incluido.

Tabla 2. El emprendedor social: análisis de la alerta social.

Categoría	Detalles
Título	El emprendedor social: análisis de la alerta social
Autores	Simón et al. (2015)
Objetivo	Analizar el proceso de descubrimiento de oportunidades en emprendedores sociales, partiendo de la teoría del descubrimiento y del concepto de alerta emprendedora adaptado como "alerta social", considerando factores como formación, experiencia previa, cercanía a emprendedores y cercanía al problema social.
Metodología	Investigación cualitativa, basada en el análisis de tres estudios de caso de emprendimientos sociales, con entrevistas semiestructuradas, observación documental y triangulación de datos.
Resultados	Los emprendedores analizados presentaron formación y experiencia previa relacionada, cercanía al problema social y, en menor grado, cercanía a otros emprendedores. Estos factores influyen significativamente en la activación de la alerta social y en el descubrimiento de oportunidades de emprendimiento social.
Conclusiones	La alerta social es clave en el proceso de emprendimiento social. Formación, experiencia, cercanía al problema social y a otros emprendedores son antecedentes que se refuerzan mutuamente e influyen en la identificación de oportunidades sociales. Se propone un modelo dinámico de descubrimiento.
Aporte	Proporciona un modelo teórico sobre el proceso de descubrimiento de oportunidades en emprendimientos sociales desde la perspectiva de la alerta social. Amplía la comprensión sobre los antecedentes que influyen en el surgimiento de iniciativas emprendedoras con fines sociales.

Nota. Fuente: Arrata (2025).

Este estudio de Simón et al. (2015), aporta una

perspectiva cualitativa valiosa al demostrar que la proximidad al problema social y la experiencia previa activan mecanismos de alerta que potencian la identificación de oportunidades, subrayando el peso del entorno social en la génesis del emprendimiento. La tabla 3 recoge el tercer estudio incluido.

Tabla 3. Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales.

Categoría	Detalles
Título	Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales
Autores	Rodríguez et al. (2018)
Objetivo	Proponer un enfoque multidimensional para analizar la sostenibilidad de las agroempresas asociativas rurales e identificar los factores determinantes, mediante el estudio de casos en cuatro departamentos de Colombia y la construcción del Índice de Sostenibilidad de la Agroempresa Rural (ISOAR).
Metodología	Investigación con enfoque cualitativo e interpretativo; muestreo dirigido para seleccionar 4 programas de fortalecimiento asociativo; 79 entrevistas semiestructuradas, observación directa y análisis documental; análisis factorial y de conglomerados para construir y aplicar el ISOAR.
Resultados	Se identificaron 50 variables agrupadas en dos componentes (Socio-organizacional y Empresarial) y seis subcomponentes. El ISOAR reveló que los subcomponentes Productivo-Tecnológico y Orientación al mercado fueron los menos desarrollados, mientras que Capital Social e Integración Territorial destacaron en los casos más sostenibles.
Conclusiones	La sostenibilidad de las agroempresas asociativas depende de un conjunto multidimensional de factores que se refuerzan mutuamente: capital social, planeación organizacional, integración territorial, dimensión económica, capacidad productivo-tecnológica y orientación al mercado. El ISOAR es una herramienta válida para diagnosticar y priorizar intervenciones.
Aporte	Introduce el ISOAR y un modelo multidimensional que sirven de base para formular políticas públicas y diseñar estrategias de fortalecimiento de organizaciones rurales, aportando criterios objetivos para su evaluación y seguimiento.

Nota. Fuente: Arrata (2025).

La relevancia del estudio de Rodríguez et al. (2018) para la presente revisión reside en la confirmación de que el capital social e integración territorial son determinantes de la sostenibilidad, validando la centralidad del factor social incluso en contextos rurales y de asociatividad agraria. La tabla 4 presenta el cuarto estudio incluido.

Tabla 4. Las redes sociales en la estrategia de emprendimiento.

Categoría	Detalles
Título	Las redes sociales en la estrategia de emprendimiento
Autores	Flores et al. (2023)
Objetivo	Determinar, desde la opinión de los emprendedores, el uso de las redes sociales digitales en la gestión empresarial de sus negocios, con el fin de identificar la necesidad e importancia de implementar estrategias innovadoras basadas en su uso para optimizar los procesos de gestión y afrontar los retos actuales del mercado.
Metodología	Investigación de campo con enfoque descriptivo y exploratorio. Se aplicó un cuestionario estandarizado (validado a juicio de expertos; Alpha de Cronbach = 0,92) con 10 ítems a 50 emprendedores del sector comercio con antigüedad mínima de tres años y fuerza laboral de entre 10 y 250 trabajadores, ubicados en Hermosillo, Sonora, México. Se empleó estadística descriptiva.
Resultados	El 79% de los emprendedores ha utilizado redes sociales y el 77% las usa actualmente para promoción. Facebook es la red más utilizada (43%), seguida de Instagram (32%), WhatsApp (18%) y TikTok (7%). El uso principal es la promoción y ventas (37%). Aunque los emprendedores reconocen la importancia de estas herramientas, desconocen el trabajo metodológico necesario para aprovecharlas estratégicamente como instrumento de gestión.
Conclusiones	Las redes sociales digitales son una herramienta útil para el emprendimiento, especialmente en contextos post-pandemia. Sin embargo, muchos emprendedores no las utilizan como estrategia de gestión por falta de conocimiento metodológico. Se propone el diseño de una metodología que guíe su uso efectivo para la promoción y desarrollo de los negocios en Sonora.
Aporte	Evidencia la brecha entre el uso informal y el aprovechamiento estratégico de las redes sociales digitales en emprendimientos del sector comercio en Sonora, México. Propone el desarrollo de una metodología específica para su implementación como herramienta de gestión empresarial orientada a la promoción y crecimiento de los negocios.

Nota. Fuente: Arrata (2025).

Este estudio de Flores et al. (2023), evidencia que la mayoría de los emprendedores en Sonora, México, utilizan redes sociales digitales para la promoción de sus negocios, aunque desconocen estrategias metodológicas para aprovecharlas eficazmente como herramienta de gestión. Este hallazgo apunta a una brecha entre el uso informal de plataformas digitales y la gestión estratégica del emprendimiento, con implicaciones para el diseño de programas de formación tecnológica. La tabla 5 recoge el quinto estudio incluido.

Tabla 5. Intención empresarial de estudiantes con antecedentes de empresa familiar y formación emprendedora.

Categoría	Detalles
Título	<i>Business intention of students with family business</i>

and entrepreneurial education background

Autores	Abun et al. (2022)
Objetivo	Examinar el efecto del antecedente de empresa familiar y de la formación emprendedora en la intención de negocio de los estudiantes de cuarto año del Divine Word College of Laoag, Ilocos Norte, Filipinas.
Metodología	Investigación descriptiva correlacional con enumeración total de la población. Se aplicó un cuestionario validado (adaptado de Abun et al., 2022) a 279 estudiantes de cuarto año. Se emplearon frecuencias descriptivas, media ponderada y prueba Chi-Cuadrado para medir la correlación entre las variables.
Resultados	El 44,8% de los estudiantes tiene antecedente de empresa familiar y el 63,8% ha cursado educación emprendedora. La media general de intención de negocio fue de 3,70 (alta). El Chi-Cuadrado evidenció correlación significativa entre empresa familiar e intención ($\chi^2=28,37$; $p<0,01$) y entre educación emprendedora e intención ($\chi^2=36,88$; $p<0,01$). Los estudiantes con ambos antecedentes presentan mayor intención de negocio.
Conclusiones	El antecedente de empresa familiar y la educación emprendedora son determinantes significativos de la intención de negocio. Los estudiantes con ambos antecedentes muestran mayor intención de emprender. Se recomienda exponer a los estudiantes sin antecedente familiar a diferentes entornos empresariales y fortalecer la educación emprendedora con enfoque práctico.
Aporte	Aporta evidencia empírica sobre la relación entre la exposición al negocio familiar, la formación emprendedora y la intención de negocio en el contexto universitario filipino. Ofrece implicaciones para el diseño curricular de programas de educación emprendedora en educación superior.

Nota. Fuente: Arrata (2025).

Los hallazgos de Abun et al. (2022) confirman que el antecedente de empresa familiar y la formación emprendedora son determinantes significativos de la intención de negocio de los estudiantes universitarios en Filipinas. Estos resultados refuerzan la importancia del entorno familiar y educativo en la construcción de una vocación emprendedora temprana, con implicaciones para el diseño curricular de programas de educación superior. La tabla 6 presenta el sexto estudio incluido.

Tabla 6. Entorno y motivaciones para emprender.

Categoría	Detalles
Título	Entorno y motivaciones para emprender
Autores	Marulanda y Morales (2016)
Objetivo	Profundizar en el análisis de las motivaciones de un grupo de emprendedores de Medellín (Antioquia, Colombia), así como en la percepción sobre facilitadores y obstáculos para el emprendimiento en un entorno en el que se han implementado diversos mecanismos de fomento.
Metodología	Investigación empírica con enfoque mixto aplicada a emprendedores activos de Medellín, Antioquia, Colombia. Se recopilaban datos mediante

	instrumentos cuantitativos complementados con entrevistas en profundidad. Se emplearon estadística descriptiva y análisis factorial.
Resultados	La independencia fue la principal motivación para emprender. Los emprendedores perciben que Medellín ofrece un ambiente favorable para la actividad emprendedora, con diversos mecanismos de fomento implementados. El mayor obstáculo percibido es la dificultad para acceder al crédito bancario.
Conclusiones	La independencia y las motivaciones internas impulsan el emprendimiento en Medellín. La percepción de un entorno favorable y el acceso al financiamiento son factores clave. Se resalta la importancia de políticas públicas que mejoren el acceso al crédito bancario y fortalezcan los mecanismos de fomento emprendedor existentes.
Aporte	Proporciona evidencia empírica sobre la interacción entre factores personales y del entorno en el proceso de emprendimiento, y sugiere recomendaciones para fortalecer el ecosistema emprendedor local.

Nota. Fuente: Arrata (2025).

El estudio de Marulanda y Morales (2016), evidencia que la independencia es la principal motivación para emprender en Medellín, Colombia, y que el acceso al crédito bancario constituye el mayor obstáculo percibido. Estos hallazgos subrayan que las motivaciones internas y las condiciones del entorno financiero influyen de manera conjunta en la decisión de emprender y en las probabilidades de sostenibilidad de los negocios. La tabla 7 recoge el séptimo estudio incluido.

Tabla 7. Influencia de los factores sociodemográficos y económicos en el éxito del emprendimiento.

Categoría	Detalles
Título	Influencia de los factores sociodemográficos y económicos en el éxito del emprendimiento
Autores	Algalobo y Martínez (2025)
Objetivo	Identificar los factores sociodemográficos y económicos que influyen significativamente en el éxito empresarial de los emprendedores formales del departamento de Lambayeque, Perú, tercera zona geográfica con mayor población del país.
Metodología	Estudio cuantitativo con enfoque econométrico. Se utilizó la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) 2022 del INEI como fuente de datos; la muestra incluyó 320 encuestas de emprendedores formales del departamento de Lambayeque. Se aplicaron modelos de regresión logística Logit y Probit para identificar los determinantes del éxito empresarial.
Resultados	El 80,88% de los emprendedores reportó ingresos superiores al límite del Régimen Único Simplificado (RUS). Los modelos Logit y Probit identificaron que el estado civil casado se asocia con un aumento del 121,2% en la probabilidad de éxito ($p < 0,05$) y cada año adicional de educación la incrementa en 12,8% ($p < 0,05$). Al aplicar Odds Ratios, el estado civil, el sexo y el nivel educativo resultaron estadísticamente significativos. La probabilidad de éxito estimada para el perfil emprendedor tipo fue de 85,59%.

Conclusiones	El éxito empresarial se relaciona con el perfil del emprendedor, las características de la empresa y los factores externos. El estado civil, el sexo y el nivel educativo tienen asociaciones estadísticamente significativas con el éxito empresarial en Lambayeque. La probabilidad de éxito es alta (85,59%) cuando el emprendedor reúne ciertas características sociodemográficas favorables.
Aporte	Aporta evidencia econométrica (modelos Logit y Probit) sobre los determinantes del éxito empresarial en Lambayeque, Perú. El modelo permite estimar la probabilidad de éxito según el perfil sociodemográfico del emprendedor, con implicaciones para el diseño de políticas públicas de apoyo al emprendimiento regional.

Nota. Fuente: Arrata (2025).

La investigación de Algalobo y Martínez (2025) aporta evidencia econométrica desde Lambayeque, Perú, mostrando que el estado civil, el sexo y el nivel educativo tienen asociaciones estadísticamente significativas con el éxito empresarial. Estos resultados confirman que el perfil sociodemográfico del emprendedor incide directamente en las probabilidades de éxito, reforzando la pertinencia de un análisis integral que considere tanto las capacidades individuales como el contexto estructural. La tabla 8 presenta el octavo y último estudio incluido.

Tabla 8. Competencias emprendedoras y comportamiento estratégico: un estudio de microempresarios en un país emergente.

Categoría	Detalles
Título	<i>Entrepreneurial competencies and strategic behavior: a study of micro entrepreneurs in an emerging country</i>
Autores	Behling y Lenzi (2019)
Objetivo	Analizar la relación entre las competencias emprendedoras y los patrones de comportamiento estratégico de los microempresarios frente al entorno social y económico, considerando las limitaciones de los países emergentes.
Metodología	Enfoque cuantitativo; encuesta a 211 Microempresarios Individuales (MEI) del estado de Santa Catarina, Brasil; análisis de varianza (ANOVA) y prueba post-hoc de Scheffé.
Resultados	Se observaron diferencias significativas en 6 de las 10 competencias según el tipo estratégico. Los Reactores poseen 6 competencias; Defensores, 7.97; Analizadores, 8.38; y Prospectores, 8.56. Se identificaron las competencias más asociadas a cada patrón estratégico.
Conclusiones	Un mayor desarrollo de competencias emprendedoras favorece comportamientos estratégicos más consistentes y reduce la gestión reactiva; esto es clave en entornos sociales y económicos inestables.
Aporte	Vincula empíricamente competencias y estrategia en microempresas de país emergente; genera evidencia para programas de capacitación y políticas que fortalezcan competencias y sostenibilidad

empresarial.

Nota. Fuente: Arrata (2025).

Los resultados de Behling y Lenzi (2019) revelan que las competencias emprendedoras constituyen un mediador entre el contexto social adverso y la respuesta estratégica del emprendedor, sugiriendo que el desarrollo de estas capacidades reduce la vulnerabilidad ante entornos inestables.

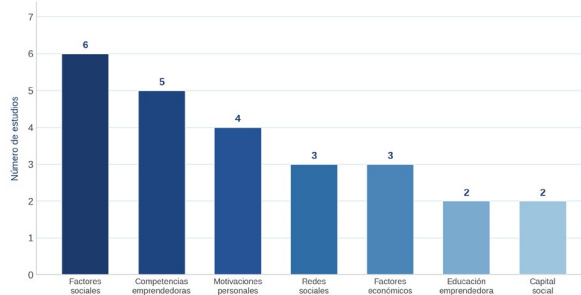
3.3. Evaluación de la Calidad de los Estudios

Los ocho estudios incluidos presentaron un nivel de calidad metodológica general aceptable. La mayoría describe con claridad el objetivo, la metodología y los instrumentos de recolección de datos. Sin embargo, se identificaron limitaciones comunes: (a) predominio de diseños transversales que impiden evaluar la evolución de variables a lo largo del tiempo; (b) uso mayoritario de enfoques cuantitativos con limitada triangulación metodológica; (c) falta de estrategias explícitas para el control del sesgo de selección; y (d) escasa atención a la validez externa de los hallazgos. Ningún estudio reportó de manera explícita una evaluación formal del riesgo de sesgo mediante herramientas estandarizadas como JBI, CASP o Newcastle-Ottawa, lo que constituye una debilidad a considerar en la interpretación de los resultados.

3.4. Síntesis de Resultados

El análisis temático de los ocho estudios incluidos permitió identificar las siguientes categorías en la literatura revisada: (a) factores sociales y su influencia en el emprendimiento, presentes en seis de los ocho estudios; (b) competencias emprendedoras como determinantes del éxito, identificadas en cinco estudios; (c) motivaciones personales para emprender, analizadas en cuatro estudios; (d) redes sociales externas e internas, abordadas en tres estudios; (e) factores económicos y su interacción con lo social, tratados en tres estudios; y (f) educación emprendedora y capital social, con presencia en dos estudios respectivamente. Esta distribución temática se presenta en el gráfico 2.

Gráfico 2. Frecuencia de Temas Identificados en los Estudios Revisados.



Nota. Fuente: Arrata (2025); Elaboración basada en el análisis de los 8 estudios incluidos en la revisión.

El gráfico 2 muestra que los temas más recurrentes son los factores sociales y las competencias emprendedoras, lo que indica un enfoque predominante en comprender cómo el entorno social y las habilidades individuales influyen en el desarrollo emprendedor. Este patrón refleja una visión integradora del emprendimiento, donde las capacidades personales deben articularse con un contexto social favorable a la innovación y la sostenibilidad.

En un segundo nivel de frecuencia, las motivaciones personales aparecen en cuatro estudios, mientras que las redes sociales y los factores económicos se presentan en tres estudios cada uno, revelando la importancia de los incentivos internos y del entorno económico inmediato. La presencia de las redes sociales reafirma el valor del capital relacional, subrayando que el emprendimiento no es un proceso aislado, sino que se fortalece mediante vínculos con instituciones, pares y mentores. Por otro lado, la educación emprendedora y el capital social presentan menor representación, configurando vacíos temáticos que representan oportunidades para futuras investigaciones.

4. Discusión

Los resultados de la presente revisión muestran una tendencia común hacia la necesidad de políticas de apoyo, inclusión de redes externas de soporte y fomento de competencias transversales que fortalezcan el ecosistema emprendedor. Se identificó que el

emprendimiento no es únicamente una actividad económica, sino también un proceso social influenciado por la educación, la cultura organizacional y el entorno institucional. Los hallazgos evidencian que las condiciones sociales, económicas y culturales inciden profundamente en la actitud, el comportamiento y el desempeño de los emprendedores.

La experiencia familiar, el acceso a redes sociales externas, la inclusión de tecnologías, la educación y la capacidad de adaptación emergen como factores clave. Este patrón es consistente con la teoría del capital social de Putnam (2000), quien sostiene que las redes sociales influyen en los niveles de confianza, cooperación y reciprocidad, elementos esenciales en la cultura emprendedora. De igual manera, el entorno institucional, las oportunidades percibidas y la autoeficacia emergen como variables mediadoras entre la intención y la acción emprendedora (North, 1990; Pinho, 2017). Los emprendedores desarrollan sus capacidades dentro de un entramado complejo de relaciones personales, estructuras normativas e incentivos económicos que favorecen o inhiben su desarrollo.

Al comparar los hallazgos de la presente revisión con investigaciones previas, se observan coincidencias relevantes. En este sentido, Flores, Duran, López y Ochoa (2023) identificaron que las redes sociales digitales son ampliamente adoptadas, pero escasamente aprovechadas de manera estratégica por los emprendedores en Sonora, México, subrayando la necesidad de fortalecer las competencias digitales en el ecosistema emprendedor. De igual forma, Abun, Foronda, Julian, Quinto y Magallanes (2022) confirmaron que el antecedente de empresa familiar y la formación emprendedora tienen un efecto positivo significativo en la intención de negocio de los estudiantes universitarios.

Además, Baylon et al. (2022) identificaron el emprendimiento social como fenómeno multidimensional; Becerra (2020) examinó el emprendimiento desde una perspectiva de desarrollo económico y social; y Zurita (2019) analizó el coaching emprendedor en América Latina. Esta comparación

evidencia la necesidad de integrar perspectivas contextuales y psicológicas para comprender la complejidad del emprendimiento.

Los estudios analizados presentan limitaciones metodológicas recurrentes: predominio de diseños cuantitativos transversales que impiden analizar la evolución temporal de las variables, escaso uso de metodologías mixtas y ausencia de segmentación por género, sector o nivel educativo. Estas deficiencias restringen la capacidad explicativa de los hallazgos y evidencian la necesidad de fortalecer el diseño investigativo en estudios futuros (Pérez et al., 2019; Carrillo, 2019).

Los hallazgos presentan implicaciones teóricas y prácticas relevantes. Teóricamente, refuerzan la concepción del emprendimiento como fenómeno multidimensional, condicionado por factores sociales, culturales e institucionales (Wong et al., 2005). En la práctica, orientan el diseño de programas formativos con estrategias diferenciadas por segmento poblacional, y sugieren que las políticas públicas deben priorizar las redes locales, la inclusión financiera y la capacitación territorial (Formichella & London, 2013; Villalba, 2020). Esta evidencia puede ser aprovechada por instituciones educativas, gobiernos locales y organizaciones civiles para promover el emprendimiento como vía de inclusión social y desarrollo económico sostenible (Casson, 1982; Shane, 2003).

En cuanto a las limitaciones de la revisión, se destaca que la búsqueda se limitó principalmente a SciELO, lo que puede haber excluido estudios relevantes disponibles en Scopus, Web of Science u otras fuentes. La restricción al idioma español puede haber omitido investigaciones de alto impacto publicadas en inglés u otros idiomas. La heterogeneidad de los estudios incluidos, con diferentes diseños metodológicos y contextos geográficos, limita la posibilidad de síntesis cuantitativa mediante metaanálisis. La ausencia de un protocolo registrado formalmente puede también constituir una fuente de sesgo en la conducción de la revisión.

5. Conclusiones

La revisión de los ocho artículos científicos permitió responder de forma directa a las preguntas de investigación planteadas. En relación con la primera pregunta (¿cómo influye el factor social en la sostenibilidad de los emprendimientos?), los estudios analizados evidencian que el capital social, las redes externas de apoyo, la cohesión comunitaria y el entorno institucional son determinantes clave de la permanencia y crecimiento de los negocios. Cuando estas dimensiones son sólidas, los emprendimientos acceden a mayores recursos, información y oportunidades; cuando son débiles o inexistentes, los negocios enfrentan aislamiento y fragilidad estructural.

En cuanto a la segunda pregunta (¿qué dimensiones del entorno social tienen mayor incidencia?), la evidencia indica que los factores sociales estructurales (educación, redes comunitarias, cohesión territorial) y los individuales (actitud emprendedora, motivación, competencias) interactúan de forma sinérgica. Los estudios coinciden en que la interacción de estos factores potencia las capacidades individuales y colectivas para emprender, y que las competencias emprendedoras no se adquieren de manera aislada, sino como resultado de procesos formativos e influencias del entorno.

Las implicaciones para la práctica apuntan hacia la necesidad de diseñar políticas públicas que fortalezcan el ecosistema social del emprendimiento, promoviendo la asociatividad, el acceso a redes formales de apoyo y la capacitación con enfoque territorial. Las instituciones educativas, los gobiernos locales y las organizaciones de la sociedad civil tienen un papel estratégico en el fortalecimiento de los factores sociales que sustentan la sostenibilidad emprendedora.

Las brechas de conocimiento identificadas incluyen la escasa investigación sobre emprendimiento femenino, contextos rurales, grupos en situación de vulnerabilidad social y el impacto de las redes sociales digitales en la sostenibilidad de los negocios. Se evidenció también una concentración geográfica de los

estudios en América Latina urbana, lo que restringe la generalización de los hallazgos. Asimismo, la predominancia de enfoques cuantitativos y diseños transversales limita la comprensión de las dinámicas emprendedoras a largo plazo.

Como líneas futuras de investigación se propone:

(1) realizar estudios longitudinales que examinen la evolución del capital social en ecosistemas emprendedores; (2) aplicar metodologías mixtas que permitan captar la complejidad de las interacciones entre variables sociales y económicas; (3) analizar el efecto diferencial del apoyo institucional en zonas urbanas y rurales; (4) profundizar en el análisis del emprendimiento femenino como factor de inclusión y desarrollo; y (5) incorporar indicadores de sostenibilidad, innovación y resiliencia en la evaluación del impacto de programas y políticas de fomento emprendedor, fortaleciendo la toma de decisiones basada en evidencia.

6. Referencias

- Abun, D., Foronda, S. L. G. L., Julian, F. P., Quinto, E. A., & Magallanes, T. (2022). Business intention of students with family business and entrepreneurial education background. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy* (2687-2293), 4(2), 1-12. <https://doi.org/10.36096/ijbes.v4i2.316>
- Algalobo, B., & Martínez, T. (2025). Influencia de los factores sociodemográficos y económicos en el éxito del emprendimiento. *Revista InveCom*, 5(1), e501029. Asociación Investigadores Venezolanos de la Comunicación.
- Banco Mundial (2022). *La Pobreza y la prosperidad compartida 2022: Corregir el rumbo*. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial.
- Baylon, E. G., Quispe, Y., & García, V. A. (2022). Emprendimiento social: revisión de la literatura y análisis conceptual. *Ciencia Latina. Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 3689-3714. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2879
- Becerra, E. (2020). El emprendimiento e innovación. Una perspectiva de desarrollo económico, social y sustentable en la Zona 6. *ConcienciaDigital*, 3(3), 178-198. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i3.1297>
- Behling, G., & Lenzi, F. C. (2019). Entrepreneurial competencies and strategic behavior: a study of micro entrepreneurs in an emerging country.

- Brazilian Business Review*, 16(3), 255-272.
<https://doi.org/10.15728/bbr.2019.16.3.4>
- BID (2022). *Informe anual: Reseña del año 2022*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.
- Carrillo, Y. (2019). Emprendimiento de una microempresa turística, en el municipio San Diego, estado Carabobo. *Reba. Revista Boliviana de Administración*, 1(1), 28-36.
<https://doi.org/10.33996/reba.v1i1.4>
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Rowman & Littlefield.
- CEPAL (2022). *Panorama Social de América Latina y el Caribe 2022: la transformación de la educación como base para el desarrollo sostenible*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Harvard University Press.
- Flores, J. E., Duran, M. G., Lopez, J. H., & Ochoa, I. (2023). Las redes sociales en la estrategia de emprendimiento. *Revista de Investigación Académica sin Frontera*, 16(39), 1-12.
<https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi39.540>
- FMI (2023). *Perspectivas de la economía mundial: Abordar las divergencias mundiales*. Fondo Monetario Internacional.
- Formichella, M. M., & London, S. (2013). Empleabilidad, educación y equidad social. *Revista de Estudios Sociales*, 1(47), 79-91.
<https://doi.org/10.7440/res47.2013.06>
- Garófalo, V. A., & Arguello, A. M. (2024). Análisis de los factores que influyen en el emprendimiento sostenible: un estudio bibliográfico. *Reincisol*, 3(6), 3853-3879.
[https://doi.org/10.59282/reincisol.v3\(6\)3853-3879](https://doi.org/10.59282/reincisol.v3(6)3853-3879)
- GEM (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 global report*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11, 907-933.
<https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Marulanda, F. Á., & Morales, S. T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista EAN*, (81), 12-28.
<https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Ministerio de la Producción (2024). *Las MIPYME en cifras 2022*. Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos (OGEIEE).
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & The PRISMA Group. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097.
<https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press.
- OECD (2017). *Entrepreneurship at a Glance 2017*. OECD Publishing.
- OIT (2022). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo: Tendencias 2022*. Organización Internacional del Trabajo.
- ONU (2023). *Informe sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023: Edición Especial*. Organización de las Naciones Unidas.
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Pérez, L., Pérez, J., & Parada, D. (2019). Emprendimiento y resiliencia: mitos y realidades referente: entidad no gubernamental en el área del emprendimiento. *Revista Enfoques*, 3(9), 49-65.
<https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i9.53>
- Pinho, J. C. (2017). Institutional theory and global entrepreneurship: Exploring differences between factor- versus innovation-driven countries. *Journal of International Entrepreneurship*, 15, 56-84.
<https://doi.org/10.1007/s10843-016-0193-9>
- PNUD (2022). *Informe sobre Desarrollo Humano 2021/2022. Tiempos inciertos, vidas inestables: Configurar nuestro futuro en un mundo en transformación*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.
<https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.1>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Rodríguez, H., Ramírez, C. J., & Restrepo, L. F. (2018). Factores determinantes de la sostenibilidad de las agroempresas asociativas rurales. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 56(1), 107-122.
<https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790560107>
- Schumpeter, J. A. (1934). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Fondo de Cultura Económica.
- Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar.

- Simón, V., Sastre, O., & Revuelto, L. (2015). El emprendedor social: análisis de la alerta social. *Suma de Negocios*, 6(14), 155-165. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.07.001>
- Valencia, E. R., Gordon, J. M., Jaramillo, K. M., Guallpa, M. Á., & Jaramillo, S. J. (2025). Metodología de la investigación científica: enfoques, técnicas y aplicaciones para la producción científica de alto impacto. Religación Press.
- Villalba, M. F. (2020). La cultura del emprendimiento de Ecuador en relación a Perú. *Visionario Digital*, 4(3), 147-169. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v4i3.1340>
- Wong, P.K., Ho, Y.P. & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM data. *Small Bus Econ* 24, 335–350. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-2000-1>
- Zurita, C. P. (2019). Coach de emprendimiento. Referencias en Latino América a 2019. *RECIMUNDO*, 3(4), 310-334. [https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(4\).diciembre.2019.310-334](https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(4).diciembre.2019.310-334)

Reseña biográfica de la autora

Verónica Alexandra Arrata Corzo | varratac@ucvvirtual.edu.pe

Docente Investigadora en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Empresariales (UTEQ-FCE). Licenciada en Mercadotecnia, Magíster en Economía y Dirección Empresarial, Magíster en Marketing Digital y diplomada en Investigación Científica con Inteligencia Artificial Generativa. Conferencista y asesora en Marketing y Administración. Ha ejercido en la Universidad de Guayaquil (UG); Coordinadora del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES); Directora del Gobierno Autónomo Descentralizado de Durán (GAD-Durán); Analista del Ministerio del Interior y Secretaría Nacional del Agua (SENAGUA); y Coordinadora de Relaciones Públicas de la Gobernación del Guayas. Líneas: Marketing Digital, Economía y Desarrollo Social.

Agradecimientos. La autora expresa su agradecimiento a la Universidad César Vallejo (UCV) por el apoyo institucional recibido durante el desarrollo de este trabajo, y a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Empresariales (UTEQ-FCE), por el entorno de investigación que facilitó su elaboración.

Declaraciones de la Autora

Contribución de la autora (Taxonomía CReDiT). Verónica Alexandra Arrata Corzo: Conceptualización, Metodología, Investigación, Redacción del borrador original, Revisión y edición.

Financiamiento. Esta investigación no recibió financiamiento externo.

Conflicto de intereses. La autora declara no tener conflicto de intereses.

Declaración de disponibilidad de datos. Los datos de extracción utilizados en la presente revisión están disponibles bajo solicitud razonada dirigida a la autora de correspondencia (varratac@ucvvirtual.edu.pe). Los estudios incluidos son de acceso público a través de las bases de datos SciELO y Google Scholar.

Declaración de uso de Inteligencia Artificial. La autora declara que durante la etapa de redacción del manuscrito se utilizaron herramientas de inteligencia artificial generativa para apoyar la revisión gramatical y estilística del texto. Los contenidos, análisis, interpretaciones y conclusiones son responsabilidad exclusiva de la autora. Todos los resultados fueron verificados y validados por la autora antes de la presentación final.

Aprobación ética y consentimiento informado. Esta revisión de literatura no requirió aprobación de un comité de ética por tratarse del análisis de estudios previamente publicados, sin involucramiento directo de participantes humanos ni procesamiento de datos primarios confidenciales.

El contenido de este manuscrito se difunde bajo una [Licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)