




C A P Í T U L O 5

LA CONCIENCIA AMBIENTAL Y SU INFLUENCIA EN LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA EN EL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA, 2025

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.338112619025>

Lilly Rocío Moreno Chinchay

<https://orcid.org/0000-0002-5478-2736>

Renato Ramses Díaz Moreno

<https://orcid.org/0000-0002-1297-3710>

Moisés Adolfo Sánchez Moreno

<https://orcid.org/0000-0001-9517-3593>

Franco Martin Díaz Moreno

<https://orcid.org/0000-0002-4963-5926>

Marcos Andrés Sánchez Moreno

<https://orcid.org/0000-0001-8277-4840>

RESUMEN: Es un estudio cuantitativo en una muestra de 381 emprendedores, se determinó que la Conciencia Ambiental influye positivamente, según $p_valor < 0.05$ y de acuerdo con la prueba de Nagelkerke con un 22.1% en la Sostenibilidad Económica. Se concluye que, al elevarse la sostenibilidad económica, favorece al crecimiento económico, mejora de la calidad de vida y al medio ambiente, para lo cual se requiere el trabajo conjunto de las universidades, empresas y gobierno.

PALABRAS-CLAVE: Emprendimiento, Sostenibilidad, Conciencia ambiental, ecosistema, crecimiento económico

Environmental Awareness and Its Influence on Economic Sustainability in the Gamarra Commercial Emporium, 2025

ABSTRACT: It is a quantitative study on a sample of 381 entrepreneurs, and it was determined that Environmental Awareness positively influences, according to $p_value < 0.05$ and according to the Nagelkerke test with 22.1% in Economic Sustainability. It is concluded that as economic sustainability increases, it favors economic growth, improves quality of life, and benefits the environment, for which the joint work of universities, companies, and government is required.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Sustainability, Environmental awareness, Ecosystem, Economic growth.

INTRODUCCIÓN

Es importante reconocer que la humanidad tiene un compromiso con el cuidado del medioambiente, por lo que elevar el nivel de conciencia ambiental (CA) es un desafío crítico para el desarrollo sostenible, debido a que no es solo conocimiento teórico, es un cambio de actitudes, costumbres, principios y valores hacia el uso responsable de los recursos, comprender esta relación permitirá gestionar modelos de producción con ética ambiental como eje en su toma de decisiones. Al respecto, el Emporio Comercial de Gamarra, es uno de los núcleos textiles más grandes e importantes en el Perú con representatividad a nivel latinoamericano, que enfrenta una crisis de sostenibilidad económica (SE) con repercusión en lo ambiental y social, como consecuencia del modelo de producción lineal y falta de CA de los emprendedores; en consecuencia, existe un alto índice de desechos, por el creciente consumo de ropa de “moda básica”, de bajo costo, alta rotación con fuerte impacto ambiental (Rodríguez, 2024).

A nivel mundial, la producción textil es la tercera fuente de contaminación del agua por medio de los tintes y productos de acabado, aproximadamente 100 de las grandes empresas textiles generan el 71% de la contaminación mundial, participando del 20% de la contaminación hídrica, una carga de poliéster arroja hasta 700000 fibras microplásticas que llegan a la cadena alimentaria; en los países de la Unión Europea, el consumo textil per cápita promedio es 400m² de terreno, 12 m³ de agua y 391kg de residuos, dejando una huella de carbono de 355 kg de emisiones de CO₂ (Granados, 2020). En China, se observó en tres fábricas textiles del parque industrial de Keqiao, una concentración de 54,100 microfibras por litro de agua, los efluentes de la planta de tratamientos de aguas residuales (PTAR) del parque fueron hasta 537 microfibras/L, 430 mil mill. son descargadas por día en la PTAR, incrementando la contaminación (Liu J, 2022). La industria textil en la India es una de las actividades más contaminantes, y se prevé que la producción siga creciendo en 63% para el 2030, implicando mayor generación de desechos, que representa un 20% del total de residuos.

A nivel latinoamericano, Colombia produce 100 mil mill. de producción textil, 92 mill. de toneladas acaban en vertederos, estimando que la huella de carbono se incrementa en un 50% para el 2030, contribuye con el 20% en las aguas residuales, se pierde en promedio 500 mil mill. de dólares por no subutilización y falta de reciclaje (Rangel y Gracia, 2024). En Ecuador, en una investigación a 41 talleres, solo el 33% reutiliza los desechos textiles, utilizandolos para relleno de almohadas, prendas combinadas o manualidades; el 76% son retazos de 5 a 10 cm. y muestran un impacto negativo al medioambiente (Salgado et al., 2023). En México, se producen al año, 700 millones de toneladas de residuos textiles, solo es reciclado el 1%, y es responsable del 20% de las aguas residuales y del 10% de las emisiones de carbono (Delgado, 2022).

A nivel local, el Emporio Comercial de Gamarra, concentra en promedio 40,000 emprendimientos textiles con más de 80000 trabajadores, produce entre 2 y 6 toneladas diarias de residuos de restos de tela, el cual es comercializado de manera informal, los recolectores pagan por ello y almacenan en locales no autorizados y luego de 3 o 4 días se envían para ser reutilizados en la fabricación de colchones u otras prendas de vestir; los plásticos se recolectan de manera informal, y se envía a empresas que elaboran nuevas botellas plásticas, también el cartón es almacenado inadecuadamente, se destinan para elaborar nuevas cajas de cartón y productos artesanales, sin embargo, existe una grave falta de CA, que produce un impacto nocivo en el ambiente (Huimán Cruz, 2024).

Las causas de la falta de CA en la SE, se hallan en los aspectos estructurales como el modelo lineal de producción, con productos de corta duración y bajo costo (fast fashion) y la falta de centros de reciclaje textil donde se pueda separar y recolectar residuos reutilizables (Pino et al., 2025); otro aspecto es el educativo, la desconexión de la enseñanza técnica que omite la ecotoxicología, utilizando productos tóxicos (tintes) al medio ambiente, la educación ambiental de los consumidores y productores es importante porque ayudaría a una producción de prácticas limpias (Castro y Leal, 2023); dentro de las causas psicológicas, se hallan la disonancia cognitiva, que reconociendo el daño ambiental, optan por ignorar y permanecen en modelos de producción lineal, para proteger sus ingresos; y pensar que sus acciones son insignificantes. (Clayton, 2019).

Como consecuencia, de la falta de CA en la SE, según Maldonado (2024) se afecta al crecimiento económico de las empresas, la falta de certificación ambiental los vuelve no competitivos, el alto nivel de desechos como retazos de telas no reutilizado y el uso ineficiente de energía en la producción y transporte aumentan los costos de producción, la falta de eficiencia operativa limita las próximas inversiones en tecnologías limpias necesarias para alcanzar la ecoeficiencia, se deteriora la imagen empresarial porque los consumidores no aceptan productos que contaminan al medio ambiente; afecta la calidad de vida de los trabajadores expuestos a sustancias químicas peligrosas, provocando enfermedades respiratorias, alergias, afecciones en la piel, enfermedades gastro intestinales, toxicidad; los ambientes contaminados produce estrés, desmotiva y afecta la salud mental; los desechos de tipo sintético o poliéster, tiene una degradación por cientos de años, a su vez liberan metano y lixiviados tóxicos en vertederos, las microfibras terminan en el mar, que muy difícil de retirar y afecta a la biodiversidad marina.

Por lo tanto, la investigación se centra en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS-8) de la Agenda 2030 (ONU, 2025); para un crecimiento sostenible de las empresas que produzcan un impacto favorable en las comunidades y medio ambiente; igualmente, en el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional Perú al 2050 que promueve

acciones sostenibles estratégicas, para reducir riesgos al bienestar de las personas (PEDN, 2024). Al respecto se formula el Problema General: ¿Cómo influye la Conciencia Ambiental en la sostenibilidad económica en el Emporio Comercial de Gamarra durante el año 2025?

Antecedentes del problema

Existen estudios previos como de Boscán et al. (2023) que analizaron el emprendimiento y el desarrollo sostenible en el Perú, en una muestra de 746 nuevos emprendimientos, se evidenció una relación positiva de moderada a fuerte, con un $p_valor < 0.000 < 0.05$ y un $\rho: 0.693$, por lo que cuando la variable emprendimiento se incrementa, también se eleva el desarrollo sostenible, en las dimensiones de contribución a los ODS, innovación y adaptabilidad y participación ciudadana; Maguiña (2024), analiza la gestión empresarial y el emprendimiento sostenible en los eco negocios de Lima Metropolitana, evaluando cómo las prácticas de gestión influyen en la sostenibilidad, la muestra estuvo conformada por 55 emprendedores sostenibles de eco negocios; se evidenció un $p_valor < 0.05$; demostrando que la implementación estratégica de gestión tienen mayores probabilidades de lograr SE, ambiental y social; por lo que es importante el fortalecimiento de políticas de apoyo y capacitación. Igualmente, Samaniego y Usiña (2024) desarrollaron un modelo predictivo basado en la influencia de la CA (actitud, control conductual percibido y normas subjetivas) en la intención de compra por productos ecológicos, se encuestó a 566 individuos, cuyos resultados indicaron un buen impacto de la CA en la variable dependiente, que sirve de referencia para que empresas y gobiernos ajusten sus estrategias de difusión y políticas públicas. Orozco (2020), menciona que la ética ambiental influye en la sostenibilidad como estrategia corporativa; mejora la reputación de la empresa, fideliza clientes, atrae talento y genera ventajas competitivas; están mejor posicionadas para enfrentar desafíos económicos, ambientales y sociales, con viabilidad a largo plazo. Duque et al. (2021), tuvieron como objetivo la implementación del green marketing en las empresas, y en una muestra de 97 consumidores se evidenció que aún existe desconocimiento sobre productos ecológicos, por la falta de fortalecimiento educativo y sobre cómo evitar el greenwashing, por lo que se deben promover regulaciones más claras para la certificación de negocios verdes. Brandão et al. (2023), analizaron la influencia de la Teoría del Comportamiento Planeado y la CA en la motivación emprendedora de empresarios juniors; se evidenció que la CA (actitudes y control comportamental percibido) influyen en los emprendedores verdes (72.7%), y se concluye que es necesario fortalecer prácticas sostenibles en universidades y empresas juniors.

Al respecto, Quiroz (2023), analizó el conocimiento ético-ambiental e innovación verde en empresas textiles. Los resultados indicaron que existen brechas en la aplicación metodológica y cultural, se demostró que la ética ambiental mejora la imagen corporativa, la competitividad e innovación verde: logrando un rendimiento eficiente con diferenciación en el mercado, generando valor agregado y se requieren mayores incentivos regulatorios y culturales para potenciar su impacto. Arin et al. (2023), investigaron el impacto de la CA en la creación de empresas innovadoras, desde el 2011 a 2019, se evidencia que un incremento en el nivel de CA incrementa la cantidad de empresas innovadoras y genera un efecto “derrame” sobre la creación de start-ups en otras industrias, concluyen que la CA impacta positivamente en los emprendimientos sostenibles, y transforma el ecosistema empresarial. Lin y Zhao (2023) en China, tuvieron como objetivo analizar el impacto de la CA y regulación ambiental sobre la innovación verde empresarial en empresas no estatales, diferenciando entre regulación ambiental de comando y control (CCER) y regulación ambiental basada en incentivos de mercado (MBER), con el objetivo de evaluar su efecto y rol mediador de la CA de los gerentes, como resultado, la CCER, tuvo una implicancia positiva en la innovación verde, mientras que MBER tuvieron un efecto negativo; para lo cual es necesario fomentar la innovación verde, optimizar el diseño de las herramientas regulatorias, a fin de elevar la CA de los gerentes y fortalecer la estructura de mercado.

Conciencia Ambiental (CA)

Según Rodríguez (2024) se menciona la Teoría Humanista, apoyado por Carl Rogers que enfatiza la relación ser humano – medioambiente, en el cual el afecto y sensibilidad permite comprender el daño y dar solución a los problemas ambientales; la Teoría Realista, sustentado por Max Sheler y Nicolai Hartmann, indicaron que la contaminación medioambiental es algo real e independiente del ser humano, con valores que pueden ser medidos por la experiencia y percepción de la persona; la teoría Positivista, que menciona a la contaminación ambiental como un problema medible y fue Rachael Carson el primero en denunciar el peligro del uso de los insecticidas; la Teoría ético moral, cuyo propulsor fue Aldo Leopold analiza el ambiente real y las orientaciones metodológicas para desarrollar educación ambiental en los estudiantes; la Teoría Holística, propuesto por Jan Smuts indicó que la solución se halla en los hogares, colegio y centros de trabajo, e involucraría a toda la región; igualmente la Teoría de las ocho inteligencias múltiples por Howard Gardner, quien afirma afianzar la inteligencia naturista y la adaptación al ambiente natural; y la Teoría de la CA de Bronfenbrenner quien asume que los entornos influyen en la CA de las personas.

La CA es un constructo, el cual nace y se fortalece por la educación ambiental y de esta forma el estudiante comprende y respeta su relación con la naturaleza, a su vez se construye dentro del entorno familiar, social y educacional (Refka, 2021); es el conjunto de valores, actitudes y conocimientos que permiten reflexionar sobre la contaminación ambiental (Marulanda et al., 2021); los mismos que tienen como resultado un cambio de comportamiento y manejo responsables de los recursos; todo lo cual debe ser potenciado desde los primeros años educativos con talleres reflexivos que generen hábitos ecológicos en un contexto educativo con un enfoque integrador del conocimiento, emociones, intención y acción (Guzmán et al., 2023). Según las dimensiones de la CA son: cognitiva, afectiva, conativa y activa (Gomera et al., 2012).

En lo referente a la dimensión cognitiva, comprende la información del medio ambiente, conocimientos de políticas ambientales, Olivares y Leyva (2023) conocer las implicaciones éticas y sociales, igualmente Moreno et al. (2023) se debe contextualizar en la educación, y asumir una posición crítica sobre la relación sociedad y naturaleza, Palomino et al. (2022) indican que también comprende los conocimientos ancestrales con una visión holística, Estrada et al (2022) mencionan que está asociada con asumir una actitud reflexiva y responsable. Sobre la dimensión afectiva, Aliaga et al. (2022), afirman que es la preocupación del ser humano por la naturaleza, manifestando respeto y protección a los seres vivos; Lema et al. (2023), indican que cuando las campañas ambientales son sensibilizadoras, se despierta la concientización de los efectos adversos y afirman que se fortalece por las vivencias compartidas en la comunidad, que forman una percepción positiva y de protección ambiental; Rodríguez (2024) esta relación refuerza el vínculo emocional en los estudiantes, que favorece el aprendizaje significativo basado en la experiencia y Marulanda et al. (2021) argumentan que los procesos educativos deben estar comprometidos en este propósito. Sobre la dimensión conativa, Sobre la dimensión conativa, Palomino et al. (2022) definen que es la transición entre el conocimiento y la acción, en el cual las personas actúan por convicción. Estrada et al. (2022) de esta manera asumen responsabilidades y se modifican hábitos; Olivares y Leyva (2023) implica una relación con la construcción de la autonomía moral, tomando decisiones ecológicas sin ser supervisados. Guzmán et al. (2023), se debe promover la participación activa y toma de decisiones respetuosas del medio ambiente; Moreno et al. (2023), argumentaron que la responsabilidad social universitaria fomenta una conciencia crítica y de compromiso ambiental. En la dimensión activa, según Refka (2021), incluye acciones de reciclaje, cuidado del uso del agua y energía y campañas de sensibilización ambiental, donde el conocimiento y motivación se traducen en acción; incluyen también pequeñas acciones de tipo doméstico como apagar las luces, reutilización de desechos;

Sostenibilidad Económica (SE)

De acuerdo con las teorías de la sostenibilidad, que comprende a la SE, según Piszczek et al. (2023) la Teoría de la Destrucción Creativa y Oportunidades de Mercado expuesta por Shumpeter Joseph en 1934, define el concepto de emprendedor como alguien que desarrolla actividades sostenibles, por sus capacidades innovadoras y por la introducción de nuevos modelos de producción; según Avila (2021) están en búsqueda de nuevos mercados, respetuoso, responsable del medio ambiente, y cuyo éxito contempla el incremento de sus utilidades abordando problemas sociales y ambientales; también menciona que captan las externalidades negativas y aprovecha fallas de mercado para brindar soluciones innovadoras y sostenibles creando valor para sus empresas. Orozco (2021), expresa que la Teoría Triple Bottom Line, cuyo autor es Jhon Elkington en 1997, sostienen que los emprendimientos deben llevar registros contables incluyendo cuentas de contabilidad ambiental.

Según Díaz et al. (2022), la SE es una visión distinta de los negocios, con acciones estratégicas de generación de valor y éxito, comprende la rentabilidad para los accionistas y preocupación por su entorno social y ambiental. Maldonado (2024) refiere que en el valor compartido convergen también los objetivos de la empresa y se necesitan líderes gerenciales con ética social y ambiental de gestión proactiva del riesgo financiero. Aquino et al. (2025) sostiene que la diversificación añade innovación al proyecto y permite que los emprendedores puedan ofertar varios productos en diferentes mercados. Según Ávila (2021) comprende tres dimensiones, como ejercicio de equilibrio entre el crecimiento económico, cuidado de la calidad de vida y protección al medio ambiente:

Sobre el crecimiento económico Liu et al. (2022) afirma que el cambio de modelo de producción lineal a circular, evidenciaría el aprovechamiento de desechos, reutilización de sobrantes, que abarataría costos de producción, por lo tanto los residuos, serán insumos o materias primas para reiniciar el ciclo productivo; este cambio de modelo de producción implica la innovación de nuevas maquinarias, cuya eficiencia elevaría la cantidad de unidades producidas a menor costo, incrementando la rentabilidad.

Respecto a la mejora de la calidad de vida de las personas, Bocken et al. (2022) incide en que los emprendimientos no pueden desarrollarse ajenos a su impacto sobre las personas y su bienestar, porque ellos representan el capital social, y debe crear lazos de apoyo, confianza, solidaridad y cooperación entre los protagonistas de la organización, facilitando un intercambio de saberes, promoción de trabajos colaborativos, dando lugar al surgimiento de iniciativas sociales; asimismo Palacios et al. (2023), afirma que implica la promoción activa de lo equitativo, del respeto a los derechos humanos y de incluir a excluidos y vulnerables en la cadena de valor,

estos emprendimientos se caracterizan porque aplican estrategias para combatir la desigualdad y apoyan a la construcción de sociedades justas y participativas. García et al. (2022) añade que no solo es la generación de empleo, el impacto se evidencia cuando se le brinda educación, capacitación, mejora de sus condiciones de vida, salarios justos y prestaciones de salud, donde se entienda que ser exitoso implica el compromiso con el bienestar, inclusión, participación y brindar oportunidades a la comunidad.

Y sobre la protección del medio ambiente; Liu et al. (2022) indica al respecto, que la producción de la economía circular es duradera, reparable y reciclable, permite reducir la presión sobre el ecosistema, e indican que la visión es a largo plazo, porque las empresas tendrían que transitar hacia modelos de producción menos invasivos de eco-innovación sustentado en tecnologías limpias, generando soluciones novedosas transitando a energías renovables, reducción del uso de productos contaminantes, y optar por envases biodegradables. Por otro lado, según Cenzano (2021) no sería la solución porque no se desintegran totalmente, requerirían condiciones especiales de luz y temperatura para hacerse más pequeñas, y luego terminan esparcidos en ríos, lagos, mares o en el aire, lo que puede llegar al organismo del ser humano por medio de la respiración o consumo afectando su salud; por lo que las empresas tienen que ser responsables con lo que producen, los consumidores con lo que consumen, y la solución estaría en un cambio de hábitos tanto del productor como del consumidor.

En síntesis, la SE es considerada como el facilitador de la viabilidad de la sostenibilidad social y ambiental a largo plazo, debido a que sin recursos monetarios, las demás iniciativas no podrían realizarse, o serían proyectos temporales en espera de apoyo financiero externo; sin embargo no se debe priorizar en importancia porque no es un orden jerárquico, ello depende del contexto; al respecto Orozco (2021) interpreta el modelo del Triple Resultado (Triple Bottom Line) de John Elkington y demuestra que lo social más lo económico (equitativo) en el cual convergen acciones comerciales justas, salarios dignos, precios justos, beneficia a la sociedad pero no debe ignorar el daño al medio ambiente y agotamiento de los recursos naturales (ambiental); asimismo, lo social más lo ambiental (soportable), comprenden proyectos que mejoran la calidad de vida, usando tecnologías limpias y con modelos de economía circular, pero si descuidan lo económico y dependen de financiamiento externo no tienen solvencia y tienden a desaparecer, también lo económico más lo ambiental (viabilidad), centrado en la reducción de costos y acciones no contaminantes al medio ambiente, no debe ignorar el impacto en los trabajadores y comunidad para la identificación con la sociedad que le rodea.

De acuerdo con el planteamiento del problema y para determinar la correlación causal de la CA con SE y sus dimensiones se formulan el objetivo general: Determinar la influencia de la Conciencia Ambiental en la Sostenibilidad Económica del Emporio

Comercial de Gamarra, 2025. Los objetivos específicos: Determinar la influencia de la Conciencia Ambiental en el crecimiento económico; determinar la influencia de la Conciencia Ambiental en la mejora de la calidad de vida, y, determinar la influencia de la Conciencia Ambiental en la protección del medio ambiente.

METODOLOGÍA

La investigación es de enfoque cuantitativo, porque las variables son medidas numéricamente y se aplica el análisis estadístico para la contrastación de hipótesis; es tipo básica, debido a que el objetivo es generar nuevo conocimiento científico y teorías, sin llegar a la aplicación o solución de un problema observado; el diseño es no experimental, porque el investigador es solo un observador, y describe los diversos aspectos del fenómeno observado; es correlacional, causal porque se describe la relación que existe entre las variables e intenta demostrar que la variación de una de ellas influye en la otra variable; y, es transversal porque los datos son recolectados en un momento único de tiempo (Hernández Sampieri, 2018).

Los criterios de inclusión para la Población comprenden a los emprendedores textiles que trabajan en el Emporio Comercial de Gamarra, que sean mayores de 18 años y tengan más de 1 año de actividad, se excluyen a comerciantes de otros lugares, menores de 18 años y cuyas actividades sean menores a un año. Según Hernández-Sampieri (2018) se refiere al conjunto de elementos que poseen características comunes y que cumplen los criterios de inclusión, y la muestra es el subconjunto de la población, sobre el cual se va a aplicar los instrumentos. Según el Instituto Nacional de Estadística existe en promedio la cantidad de 32.857 Mypes (INEI, 2018). Y en razón a que es una población finita, el tamaño de la muestra será obtenida de acuerdo con la formula siguiente:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n = tamaño de la muestra (381).

N = Tamaño de la Población (32857)

e = Error Absoluto Máximo Tolerado (0.05)

Z = 1.96

p = probabilidad de éxito (0.5)

q = porcentaje complementario (0.5)

$q = 1 - p = 0.5$

De acuerdo con el resultado, se tomó como muestra a 381 emprendedores.

Sobre los instrumentos, la variable (CA) se ha medido por medio de un cuestionario, el mismo que contiene 24 preguntas comprendidas en cuatro dimensiones: Cognitiva (6 ítems), Afectiva (6 ítems), Conativa (6 ítems) y Activa (6 ítems); el cual será medido por la Escala de Likert en y se categorizaron por medio de tres niveles de medición: alto (88-120), medio (56-87) y bajo (24-55). Igualmente, la variable (ES) se ha medido por medio de un cuestionario, que consta de 6 preguntas clasificadas en tres dimensiones: Crecimiento económico (3 ítems), Mejora de la calidad de vida (1 ítems) y Protección del medio ambiente (2 ítems) el cual fue ajustado según la escala de Likert y ajustado según en los niveles de medición: alto (22-30), medio (14-21) y bajo (6-13). La validación de los instrumentos se realizó por juicio de 3 expertos y la confiabilidad según Alfa de Cronbach (Toro et al., 2022), determinó un coeficiente de 0.998 y 0.948 respectivamente para cada instrumento, los que se realizaron con una prueba piloto de 20 emprendedores elegido de manera aleatoria.

Los procedimientos de recolección de datos se iniciaron con la elaboración de los cuestionarios, que fueron declarados válidos y confiables, la recolección de datos de realizó en sus centros de trabajo y previamente se solicito su consentimiento, considerando la gran afluencia de consumidores; los datos recolectados fueron procesados en el software Excel que permitió elaborar la base de datos clasificados con sus dimensiones y totalizado, a continuación la tabla se trasladó al Programa Estadístico SPSS para agrupar las dimensiones y se expresó en tablas las frecuencias con datos numéricos y porcentuales; la contrastación de hipótesis se realizó con la prueba de Regresión Logística Ordinal, finalmente se expresaron los resultados, conclusiones y recomendaciones.

RESULTADOS

Resultados descriptivos

De acuerdo con la tabla 1, se observa que el 53.8% manifestaron de nivel alto, el 33.6% nivel medio y el 12.6% respondieron que existe un nivel bajo de CA en el lugar analizado.

Tabla 1. Niveles de la Variable Conciencia Ambiental

Niveles	f	%
Bajo	48	12,6
Medio	128	33,6
Alto	205	53,8
Total	381	100

Fuente: Elaboración propia

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

Tabla 2. Niveles de las Dimensiones de Conciencia Ambiental

	D. Cognitiva		D. Afectiva		D. Conativa		D. Activa	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	150	39,4	53	13,9	30	7,9	37	9,7
Medio	124	32,5	141	37	116	30,4	98	25,7
Alto	107	28,1	187	49,1	235	61,7	246	64,6
Total	381	100	381	100	381	100	381	100

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla 3, sobre los niveles de la variable SE, en la cual el 37.3% menciona como de nivel medio, 31.5% define como de nivel bajo y el 31.2% como nivel alto.

Cuadro 3. Niveles de las Variable Sostenibilidad Económica

	f	%
Bajo	120	31,5
Medio	142	37,3
Alto	119	31,2
Total	381	100

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla 4, se observan que en la dimensión crecimiento económico, el 44.4% es de nivel bajo, 41.4% nivel medio y 13.9% nivel alto; en la dimensión mejora de la calidad de vida, el 46.7% nivel alto, 35.7% nivel bajo y 17.6% nivel medio, y la dimensión protección del medio ambiente el 58.8% nivel medio el 38.8% nivel alto y 2.4% nivel bajo.

Tabla 4. Niveles de las dimensiones de la Variable Sostenibilidad Económica

	Crecimiento Económico		Mejora de la calidad de vida		Protección del medio ambiente	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	169	44.4	136	35.7	9	2.4
Medio	159	41.7	67	17.6	224	58.8
Alto	53	13.9	178	46.7	148	38.8
Total	381	100.0	381	100.0	381	100.0

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS INFERENCIALES

Con los datos recolectados se realizó la prueba de normalidad, tomando en cuenta el estadístico de Kolmogorov Smirnov, que es aplicable en datos mayores de 50; se observó en variables y dimensiones, un $p_valor < 0.05$, por lo tanto, se determinan que los datos no tienen distribución normal y se opta por un estadístico no paramétrico denominado Regresión Logística Ordinal, por medio del cual se contrastan las hipótesis.

De acuerdo con la hipótesis general:

H_0 La Conciencia Ambiental no tiene una influencia significativa en la Sostenibilidad Económica del Emporio Comercial de Gamarra, 2025

H_1 La Conciencia Ambiental tiene una influencia significativa en la Sostenibilidad Económica del Emporio Comercial de Gamarra, 2025

La tabla 5 sobre la información de ajustes de los modelos, el valor de Chi-cuadrado (83,310) indica que, al ser un valor elevado, la variable CA explica significativamente el modelo, el ($p_valor < 0.05$) señala que se rechaza la H_0 y se acepta H_1 , determinando que existe una influencia estadísticamente significativa de CA sobre la SE, por lo que es adecuado para predecir la variación de la variable dependiente. La reducción de 190,424 a 107,114 en Logaritmo de la verosimilitud -2, afirma que el modelo mejora su predicción con las variables de estudio.

Tabla 5. Información de ajuste de los modelos, en Conciencia Ambiental y su influencia en la Sostenibilidad Económica

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	190,424			
Final	107,114	83,310	2	,000

Función de enlace: Logit.

Según la tabla 6, sobre Pseudo R cuadrado, se mide la fuerza de la asociación, por lo que se afirma según Nagelkerke, que la variable CA influye en un 22.1% sobre la variación de la SE.

Tabla 6. Pseudo R cuadrado

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,196
Nagelkerke	,221
McFadden	,100

Función de enlace: Logit.

De acuerdo con la hipótesis específica 1:

H_0 La Conciencia Ambiental no tiene una influencia significativa en el crecimiento económico.

H_1 La Conciencia Ambiental tiene una influencia significativa en el crecimiento económico.

De acuerdo con la hipótesis específica 2:

H_0 La Conciencia Ambiental no tiene una influencia significativa en la mejora de la calidad de vida

H_2 La Conciencia Ambiental tiene una influencia significativa en la mejora de la calidad de vida

De acuerdo con la hipótesis específica 3:

H_0 La Conciencia Ambiental no tiene una influencia significativa en el cuidado del medio ambiente.

H_3 La Conciencia Ambiental tiene una influencia significativa en el cuidado del medio ambiente.

La tabla 7, sobre la información de ajustes de los modelos, el valor de Chi-cuadrado (50,932) indica que, al ser un valor elevado, la variable CA explica significativamente el modelo, el ($p_valor < 0.05$) señala que se rechaza la H_0 y se acepta H_1 , determinando que existe una influencia estadísticamente significativa de CA sobre el crecimiento económico, por lo que es adecuado para predecir la variación de la dimensión de la variable dependiente. La reducción de 91,067 a 40,135 en Logaritmo de la verosimilitud -2, afirma que el modelo mejora su predicción con las variables de estudio.

Tabla 7. Información de ajuste de los modelos, en Conciencia Ambiental y su influencia en el Crecimiento Económico

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	91,067			
Final	40,135	50,932	2	,000

Función de enlace: Logit.

Según la tabla 8, sobre Pseudo R cuadrado, se mide la fuerza de la asociación, por lo que se afirma según Nagelkerke, que la variable CA influye en un 14.5% sobre la variación de la dimensión crecimiento económico.

Cuadro 8. Pseudo R cuadrado

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,125
Nagelkerke	,145
McFadden	,067

Función de enlace: Logit.

La tabla 9, sobre la información de ajustes de los modelos, el valor de Chi-cuadrado (97,576) indica que, al ser un valor elevado, la variable CA explica significativamente el modelo, el (p_valor < 0.05) señala que se rechaza la Ho y se acepta H₂, determinando que existe una influencia estadísticamente significativa de CA sobre la mejora de la calidad de vida, por lo que es adecuado para predecir la variación de la variable dependiente. La reducción de 149,457 a 51,881 en Logaritmo de la verosimilitud -2, afirma que el modelo mejora su predicción con las variables de estudio.

Tabla 9. Información de ajuste de los modelos, en Conciencia Ambiental y su influencia en la mejora de la calidad de vida

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	149,457			
Final	51,881	97,576	2	,000

Función de enlace: Logit.

Según la tabla 10, sobre Pseudo R cuadrado, se mide la fuerza de la asociación, por lo que se afirma según Nagelkerke, que la variable CA influye en un 25.9% sobre la variación de la dimensión mejora de la calidad de vida

Tabla 10. Pseudo R cuadrado

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,226
Nagelkerke	,259
McFadden	,124

Función de enlace: Logit.

La tabla 11 sobre la información de ajustes de los modelos, el valor de Chi-cuadrado (18,757) indica que, al ser un valor elevado, la variable CA explica significativamente el modelo, el ($p_valor < 0.05$) señala que se rechaza la H_0 y se acepta H_3 , determinando que existe una influencia estadísticamente significativa de CA sobre la protección del medio ambiente, por lo que es adecuado para predecir la variación de la variable dependiente. La reducción de 54,884 a 36,126 en Logaritmo de la verosimilitud -2, afirma que el modelo mejora su predicción con las variables de estudio.

Tabla 11. Información de ajuste de los modelos, en Conciencia Ambiental y su influencia en la protección del medio ambiente.

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	54,884			
Final	36,126	18,757	2	,000

Función de enlace: Logit.

Según la tabla 10, sobre Pseudo R cuadrado, se mide la fuerza de la asociación, por lo que se afirma según Nagelkerke, que la variable CA influye en un 6.1% sobre la variación de la dimensión protección del medio ambiente.

Tabla 12. Pseudo R cuadrado

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,048
Nagelkerke	,061
McFadden	,032

Función de enlace: Logit.

De acuerdo con los resultados obtenidos se evidencia que la variable CA explica significativamente el modelo y determina una influencia significativa sobre las dimensiones de SE, crecimiento económico, protección del medio ambiente y protección del medio ambiente.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos, demuestran que la variable CA influye directa y de manera positiva con un 22.1% sobre la SE, lo que confirma la teoría Humanista de Carl Rogers, cuando afirma que el individuo debe reconocer los riesgos ambientales y límites del ecosistema (Rodríguez, 2024), y adoptar nuevos modelos de producción respetuosos del medio ambiente, en razón a que estos recursos le aseguran su competitividad en el futuro. En ese sentido Boscan et al., sostiene que existe una incidencia significativa de la CA en la contribución a la ODS e innovación y adaptabilidad; Maguiña (2024) menciona que las prácticas de gestión ambiental influyen en la sostenibilidad de los negocios ecoeficientes, por lo que es necesario fortalecer las políticas de apoyo y capacitar a los trabajadores; igualmente Samaniego y Usiña (2024) determinaron que la actitud, control conductual percibido y normas subjetivas inciden la elección de los consumidores por productos ecológicos, lo que impulsa a los emprendimientos sostenibles. También Refka (2021) argumenta que es necesaria la educación ambiental a fin de enseñar con el ejemplo y conocimiento, en las instituciones educativas y contexto familiar – laboral. Al respecto, Marulanda et al. (2021) se estarán formando emprendedores responsables y respetuosos del medio ambiente. Avila (2021) realiza una investigación en el cual destaca que, a un mayor nivel de CA, se incrementa la probabilidad de elevar los niveles de crecimiento económico de las empresas, incremento en la mejora la calidad de vida de los trabajadores y se protege el medio ambiente. Por otro lado, Duque et al. (2021) demostraron la importancia de implementar el green marketing, en su interés por consumir productos ecoamigables, y evidenciaron que aún hay desconocimiento de cómo evitar el greenwashing o practicas engañosas de sostenibilidad; lo que se requiere de una concientización del consumo responsable a fin de motivar a los emprendedores sostenibles. De esta manera, el cuidado de los activos naturales, suelo, aire, agua y de los seres vivos, llamados también servicios ecosistémicos, ya no representa un gasto operativo, y se convierte en una “inversión” que crea una ventaja competitiva a largo plazo.

Los resultados obtenidos sobre la influencia de la Conciencia Ambiental en el crecimiento económico del Emporio Comercial de Gamarra, 2025; demuestran que el emprendedor que desarrolla CA influye en el crecimiento económico en un 14.5%; Y de acuerdo con la Teoría de la Destrucción Creativa y Oportunidades de Mercado sostenida por Shumpeter, es alguien que desarrolla actividades innovadoras y Avila (2021) añade que se caracterizan por estar en la búsqueda de nuevos mercados para el crecimiento de su marca, cuyo éxito comprende no solo sus utilidades, incluye problemas sociales y cuidado del medio ambiente. También Dean & McMullen en el 2007 señala que enfrentan y vencen problemas para luego crear valor en sus emprendimientos, por lo que según Orozco (2021) deben elaborar registros

contables que comprendan costos ambientales. En ese sentido, Brandao et al (2023) afirmaron que la actitudes y el control comportamental motivan al emprendedor juniors que desarrolla una intención emprendedora, por lo que es importante el fortalecimiento de conocimientos y practicas sostenibles en los centros educativos y universidades; asimismo Liu et al (2022) afirman que es necesario un cambio en el modelo de producción lineal a un modelo circular, a fin de aprovechar los desechos, en este caso de retazos de tela, que sirven de insumo para otros productos, este aprovechamiento se fortalece con la introducción de nuevas maquinarias de alta tecnología que produzcan mayores cantidades a menores costos, obteniendo mayores beneficios.

Los resultados obtenidos sobre la influencia de la Conciencia Ambiental en la mejora de la calidad de vida del Emporio Comercial de Gamarra, 2025; demuestran que la variable CA influye en un 25.9% sobre la mejora de la calidad de vida. Al respecto, Rodríguez (2024) menciona la Teoría Humanista considera que el individuo debe ser sensible para comprender el daño y exposición a peligro producto de la contaminación ambiental que perjudica la salud; igualmente la Teoría Holística de Jan Smuts, que afirma la importancia de la educación ambiental desde los hogares, colegios y centros laborales. Según Bocken et al. (2022) indicó que un emprendimiento no debería desarrollarse ajeno al impacto que produce en el bienestar de las personas, debe haber lazos de solidaridad, y se cooperación y surgimiento de iniciativas sociales; Palacios et al. (2023) implica el respeto a los derechos humanos, inclusión de excluidos en la cadena de valor; rechazo a la desigualdad y construcción de sociedades participativas; según García et al. (2022) señala que los emprendimientos también debe brindar educación, capacitación, salarios justos y prestaciones de salud; en el cual el éxito se mide por el apoyo a las comunidades, esta visión afirma el cambio de modelos de producción a tecnologías limpias, reduciendo la cantidad de productos contaminantes, desechos y el uso de envases que no contaminan el ecosistema. En la presente investigación se describe que en el Emporio Comercial de Gamarra, la insalubridad impacta directamente en la calidad de vida de los trabajadores, clientes y vecinos del Distrito, lo que eleva el estrés, perjudica las vías respiratorias y proliferan insectos y roedores; una transición responsable hacia la modernización de los centros de producción, de los talleres, mejora en la ventilación, condiciones ergonómicos, sueldos dignos, convertirá al lugar en un ecosistema limpio y seguro.

Los resultados obtenidos sobre la influencia de la Conciencia Ambiental en la protección del medio ambiente del Emporio Comercial de Gamarra, 2025; demuestran que la variable CA influye en un 6.1% sobre la protección del medio ambiente. Según la teoría Positivista, Rachael Carson fue uno de los pioneros en denunciar la contaminación de las aguas por los residuos tóxicos de los insecticidas y la teoría de las ocho inteligencias múltiples indica que la persona debe adaptarse a su ambiente

natural. Al respecto Orozco (2020), sugiere que las empresas deben incluir en su gestión la ética ambiental e integrarla como estrategia, lo que contribuye a mejorar su imagen ante la comunidad y la fidelización de clientes responsables, afirma que de esta manera, estaría mejor posicionada ante riesgos económicos, ambientales y sociales; asimismo, Quiroz (2023) trata de la ética ambiental relacionada con la manufactura, e indica que mantener acciones innovadoras verdes que generan valor agregado y potencian la demanda del producto, asimismo recomienda la aplicación de incentivos regulatorios para los emprendedores. También Arin et al (2024) evidenciaron que el incremento en la CA de los emprendedores tiene un efecto positivo en la creación de start-ups en sectores verdes y energético, por lo tanto aplican medidas de protección al medio ambiente.

Lin y Zhao (2023), indicaron que se deben aplicar medidas de regulación ambiental sobre las innovaciones verdes de las empresas, la cual debe ser promovidas con incentivos de mercado. Al respecto, Olivares y Leyva (2023) y Moreno et al. (2023) mencionaron la importancia de elevar la CA por medio de la educación desde la niñez, a fin de que los individuos adquieran conocimientos de políticas ambientales, y tendrá un efecto positivo en su relación sociedad – naturaleza, también asumirán una actitud responsable ante la contaminación ambiental, y Aliaga et al. (2022) indican que esta preocupación por la naturaleza se refleja en una adecuada conexión y protección a los seres vivos y argumentan que se deben realizar campañas sensibilizadoras y concientizadoras de los peligros y riesgos adversos; Palomino et al. (2022) señalan que la finalidad se evidencia en que las personas actúan por convicción asumiendo responsabilidades y nuevos hábitos, a su vez toman decisiones ecológicas sin la necesidad de ser controlados. Desde el enfoque se la protección del medio ambiente, en el Emporio Comercial de Gamarra se debe mitigar los impactos industriales nocivos a los ciclos biológicos, y establecer estrategias de producción limpia, el tránsito hacia un modelo circular que reutiliza evite la saturación de los vertederos; una gestión ambiente eficiente permite preservar la biodiversidad y garantiza la efectividad de los servicios ecosistémicos, lo que significa que cuando un ecosistema deja de regular el agua, se debe invertir mucho capital para reemplazar lo que la naturaleza brindaba gratuitamente.

La relación entre la CA y la SE es de carácter estratégico, donde el reconocimiento de los límites del ecosistema actúa como el motor para una gestión financiera eficiente a largo plazo. Una cultura de respeto por el entorno impulsa la adopción de modelos como la economía circular, que permite a las organizaciones reducir costos mediante la optimización de recursos, mitigar riesgos regulatorios y responder a una demanda de mercado cada vez más orientada al consumo responsable. De este modo, la protección del capital natural deja de ser un gasto operativo para convertirse en una ventaja competitiva, por lo que la SE garantiza la viabilidad y el crecimiento de los sistemas productivos sin comprometer la base biológica que los sustenta.

CONCLUSIÓN

Sobre la influencia de la CA en la SE, se evidencia estadísticamente una influencia significativa del 22.1% de la variable independiente sobre la dependiente, por lo que se determina que la CA actúa como un medio para la eficiencia operativa, mejora de la calidad de vida y protección del medio ambiente.

Sobre la influencia de la CA en el crecimiento económico, se evidencia estadísticamente una influencia significativa del 14.5% de la variable independiente sobre la variable dependiente; al respecto cuando las empresas desarrollan CA, disminuyen sus costos al optimizar los insumos o materia prima, en razón a que se reducen los desperdicios y el consumo de energía, lo que implica la necesidad de rotar de un modelo lineal a un modelo circular de producción, donde el residuo de la producción primera es insumo para la producción de otro bien; igualmente existen actualmente consumidores más responsables y mercados con normativas verdes, en los cuales los emprendimientos sostenibles tendrían una posición y lograrían la fidelización de los clientes; el crecimiento económico se manifiesta al garantizar flujos de ingresos estables a largo plazo; la CA también actúa como herramienta de gestión de riesgos, porque facilita a las empresas acceso a financiamientos debido a que son vistas como unidades empresariales de menor riesgo futuro.

Sobre la influencia de la CA en la mejora de la calidad de vida, se evidencia estadísticamente una influencia significativa del 25.9% de la variable independiente sobre la variable dependiente, lo cual no solo comprende la gestión de los residuos sólidos, es la adopción de una ética ecológica para enfrentar problemas de salubridad y salud pública, que implica el reciclaje de los residuos textiles y la acumulación de la basura en pasadizos de los talleres y vías públicas, con la proliferación de enfermedades y roedores e insectos, aparición de alergias, problemas respiratorios y dermatológicos entre los trabajadores y clientes frecuentes; la mejora de la calidad de vida se lograra cuando se modernicen los talleres con tecnologías limpias e insumos menos tóxicos como tintes orgánicos, generando ambientes de trabajo más seguros y reduciendo el estrés laboral, para un bienestar físico y psicológico del trabajadores lo que motivaría hacia el incremento de la productividad.

Sobre la influencia de la CA en la protección del medio ambiente, se evidencia estadísticamente una influencia de 6.5% de la variable independiente sobre la variable dependiente. En el Emporio, se observa un impacto ecológico negativo, por ser uno de los centros textiles más comerciales y denso del Perú, que por naturaleza hace uso intensivo de tintes y sustancia químicas nocivas, que llegan al alcantarillado y seguidamente al mar, además genera toneladas de retazos de tela diariamente, lo que debe ser transformado de desperdicio a recurso. El desarrollo de un buen nivel de CA, va a influir en el comportamiento del emprendedor que

buscara reducir la toxicidad de estos productos; fomentar la selección de los retazos para la creación de nuevos productos o rellenos, reduciendo la carga en los rellenos sanitarios, optimizar sus recursos maximizando el uso de las telas, produciendo menos desperdicios, cambio de motores antiguos por otros de bajo consumo energético, que reduce la huella de carbono, al reducir los químicos tóxicos se purifica el aire, que se halla limitada por la saturación de los talleres y edificaciones colindantes, también se suma la contaminación visual y sonora como equilibrio ambiental básico y uso responsables del agua y energía.

RECOMENDACIONES

Sobre la influencia de la CA en la SE, se recomienda integrar acciones que reduzcan costos operativos y se expandan hacia otros mercados responsables para lograr el crecimiento económico de los emprendimientos, juntamente con la mejora de la calidad de vida de los trabajadores y población, así como la protección del medio ambiente.

Sobre la influencia de la CA en el crecimiento económico, se recomienda que la sostenibilidad no se considere como un gasto, es una estrategia de inversión con eficiencia operativa, que lo diferencia del mercado, se deben optimizar los insumos y reducir mermas, logrando un ahorro económico en el corto plazo, clasificar los desechos de los retazos de tela para producir otros productos o que sirvan para complemento de otros, logrando un ingreso secundario; sobre los costos fijos, como el consumo de energía, reemplazar maquinarias antiguas con modernas que reduzcan el consumo eléctrico, migrar hacia productos que tengan mayor durabilidad, no el modelo de usar y tirar, identificar los productos con etiquetas que indiquen su origen ecológico y principalmente cambiar el modelo de producción lineal a circular con impacto en la rentabilidad.

Sobre la influencia de la CA en la mejora de la calidad de vida, se recomienda mejorar el entorno de la atmosfera por la salud respiratoria, debido a que los talleres están saturados de microfibras de tela y vapores de sustancias químicas, por lo que se debe migrar a productos mas ecológicos, instalar filtros de pelusas, buena iluminación usando luminarias LED de luz neutra, lo que disminuye dolores de cabeza, controlar la temperatura para prevenir el estrés térmico, mobiliarios adecuados ergonómicos, segregar adecuadamente los residuos para prevenir accidentes laborales y la proliferación de insectos y roedores, instalación de maceteros con plantas que purifican el aire en zonas de descanso, proveerle de implementos adecuados para no absorber químicos dañinos; mejorar la calidad de vida incide en un mejor rendimiento laboral.

Sobre la influencia de la CA Ambiental en la protección del medio ambiente, se recomienda reducir el impacto negativo que producen los procesos de confección, teñido y estampado en el ecosistema, por medio de una adecuada gestión de los residuos textiles, clasificando residuos en aprovechables y no aprovechables, evitar que las fibras sintéticas acaben en los desagües por medio de filtros de malla fina, controlar los efluentes y de elementos químicos como los tintes, que deben ser sustituidos por productos ecológicos, reducir el ruido por medio de un mantenimiento continuo de los cabezales de las maquinarias, considerar que el protección efectiva se logra cuando se produce menos sobrantes y se cambian productos nocivos por ecológicos.

Al respecto de lo expuesto, para lograr el crecimiento económico, mejora de la calidad de vida y protección del medio ambiente de manera efectiva se requiere de un trabajo conjunto de las universidades como el proveedor del conocimiento, las empresas como el motor productivo y gobierno como regulador y facilitador de recursos. Todo lo anteriormente expuesto pretende ser una base para futuras investigaciones, en el planteamiento de estrategias sostenibles, que garantice la protección del aire, agua, suelo y del ser vivo, permitiendo la regeneración de los servicios ecosistémicos necesarios para la vida.

REFERENCIAS

- Aliaga, C, Portocarrero, C, & Ávila, M. (2022). Diseño, validez y confiabilidad de una Escala de Conciencia Ambiental. *Puriq*, 4, e423. <https://doi.org/10.37073/puriq.4.423>
- Andrade, M., & Gonzales, A. (2021). Fortaleciendo la conciencia ambiental en estudiantes de Educación Inicial. *Propuestas Educativas*, 3(6), pp. 120-128. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/511/5112381002/>
- Aquino Santos, C, Pajuelo Camones, C, & Álvarez Pejerrey, J.H. (2025). Productive diversification and agricultural agroindustry in Perú: analysis of impact and. *Impulso*, 46-57. doi: <http://doi.org/10.59659/impulso.v.5i10.100>
- Arin, K. P, De Ludicibus, A, Sayour, N, & Spagnolo, N. (2024). Environmental awareness and firm creation. *Journal of Economic Studies*, 51(9), 137-147. <https://doi.org/10.1108/JES-07-2023-0360>
- Avila, E. (2021). The evolution of the entrepreneurship concept and its relationship with innovation and knowledge. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 17. <http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v14n23/2521-2737-riyn-14-23-32.pdf>
- Bocken, N. M. P, Schuit, C. S. C, & Kraaijenhagen, C. (2022). Experimenting with a circular business model: Lessons from eight cases. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 42, 91-105. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2021.11.001>

Boscán, M., Meleán, R., Chávez, K., & Calanchez, Á. (2023). Emprendimiento peruano en el marco del desarrollo sostenible. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, <https://www.redalyc.org/journal/5045/504575984003/html/>

Brandão, L. E., Da Silva, Sousa, De Almeida, Araújo, Batista de Lima, Tereza (2023). Intenção Empreendedora e Consciência Ambiental de Empresários Juniores. *Revista Ciências Administrativas*, 29, 1–16. <https://doi.org/10.5020/2318-0722.2023.29.e12979>

Castro, A., & Leal, D. (2023). Environmental education or education for sustainable development? The ethical sense of environmental education. *Revista Kawsaypacha: Sociedad y Medio Ambiente*, 11, 22. doi: <https://doi.org/10.18800/kawsaypacha.202301.a007>

Cenzano, I. (2021). La verdad sobre las bolsas biodegradables. Punto Seguido UPC. <https://puntoseguido.upc.edu.pe/la-verdad-sobre-las-bolsas-biodegradables/>

Clayton, S. (2019). Psychology and climate change. *Papeles del Psicólogo*, 40(3), 167-173. doi: <https://doi.org/10.23923/pap.psicol2019.2902>

Delgado, S. (2022). Los residuos textiles, altos contaminantes. *Gaceta UNAM*. <https://www.gaceta.unam.mx/los-residuos-textiles-altos-contaminantes/>

Díaz García, M. C., González-Moreno, Á., & Sáez-Martínez, F. J. (2022). Sustainable entrepreneurship in the circular economy: An overview. *Business Strategy and the Environment*, 31(3), 1204-1217. <https://doi.org/10.1002/bse.2926>

Duque, M., Mejía, L., Nieto, J., & Rojas, L. (2021). Green marketing: esfuerzos por el cuidado y la preservación del medio ambiente con negocios sostenibles. *Scielo*, 24(42), 1-36. <http://www.scielo.org.co/pdf/unem/v24n42/2145-4558-unem-24-42-e011.pdf>

García Muiña, F. E., González-Sánchez, R., Ferrari, A. M., & Settembre-Blundo, D. (2022). Social entrepreneurship and sustainability: A bibliometric and visualization analysis. *Sustainable Production and Consumption*, 31, 409–422. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.02.018>

Gomera, A., Villamandos, F., & Vaquero Abellán, M. (2012). Medición y categorización de la conciencia ambiental del alumnado universitario: contribución de la universidad a su fortalecimiento. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 16(2), 193-212. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=56724395011>

Granados, A. (2020). 100 empresas generan el 71% de la contaminación mundial. *Medio Ambiente*. <https://www.yoinfluyo.com/mexico/medio-ambiente/100-empresas-generan-71-de-la-contaminacion-mundial/>

Guzmán, I. (2023). Gestión de residuos sólidos en Perú, su avance y lo que plantea el MInam. *Gestión*. <https://gestion.pe/peru/gestion-de-residuos-solidos-en-peru-cual-es-el-avance-y-lo-que-plantea-el-minam-giuliana-becerra-plantas-de-tratamiento-de-residuos-solidos-plantas-de-valorizacion-de-residuos-solidos-oeфа-noticia/?ref=gesr>

Hernández Sampieri, F. B. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill Education. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf> <https://doi.org/10.3390/su15065187>

Huimán Cruz, A. (2024). Gamarra y el manejo informal de sus residuos. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/gamarra-y-el-manejo-informal-de-sus-residuos-por-alberto-huaman-cruz-noticia/?ref=ecr>

Lin, D., & Zhao, Y. (2023). The Impact of Environmental Regulations on Enterprises' Green Innovation: The Mediating Effect of Managers' Environmental Awareness. *Sustainability*, 15(14), 10906. <https://doi.org/10.3390/su151410906>

Liu, Y., Xue, J., & Liu, C. (2022). Circular economy and sustainable entrepreneurship: An integrated framework. *Journal of Cleaner Production*, 364, 132573. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132573>

Maguina Z. (2024). *La gestión empresarial y el emprendimiento sostenible de eco negocios en Lima Metropolitana, 2023*. Lima: Universidad Nacional Federico Villarreal. https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/10004/UNFV_EUPG_Maguina_Leyva_Zulma_Maestria_2024.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Maldonado, D. (2024). Impacto de la gerencia para el desarrollo sostenible y sustentable. *Revista Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 5(9), 3. <https://doi.org/10.35381/gep.v8i9.57>

Marulanda, S., Millan, B., & Sua, L. (2021). El desarrollo de la conciencia ambiental en niños de cuatro y cinco años en un colegio preescolar oficial. *Revista Estudios Psicológicos*, 1(2), pp. 7-23. <https://doi.org/10.35622/j.rep.2021.02.001>

Moreno, V., Palacios, J., Núñez, F., & Valdez, J. (2023). Conciencia ambiental en la responsabilidad social universitaria. *Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, 7(31), 2411–2421. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v7i31.673>

Olivares, R., & Leyva, N. (2023). Bases teóricas de la conciencia ambiental como estrategia para el desarrollo sostenible. *Revista Alfa*, 7(21), 619–. <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v7i21.242>

ONU. (2025). Los ODS no son un sueño, son un plan que aún se puede cumplir. Naciones Unidas. <https://news.un.org/es/story/2025/07/1540203>

Orozco, I. (2020). De la ética empresarial a la sostenibilidad, ¿por qué debe interesar a las empresas? *The Anáhuac Journal*. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2020v20n1.03>

Palomino, R., Nima, M., Huailapuma, L., & Sifuentes, N. (2022). La conciencia ambiental como ética del buen vivir. *Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, 6(26), 2140–2150. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v6i26.480>

PEDN. (2025). Plan Estratégico de Desarrollo Nacional Perú 2050. Ceplan, 530. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5133337/Peru%20-%>

Pino, C., Vásquez, M., & Jácome, O. P. (2025). Circular economy model for technical and technological institutes. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 28(125), 121-132. doi: <https://doi.org/10.47460/uct.v28i125.862>

Piszczek, J., Sgraja, S., & Pierre-Wittwer, E.-S. (2023). Emprendimiento Sostenible. *Sustainability Management*. <https://www.sustainability-management.wiki/docs/functions/sustainable-entrepreneurship/>

Quiroz, V. (2023). Ética ambiental corporativa e innovación verde: estudio de caso comparativo de empresas manufactureras en Colombia. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 31(1), 137-152. <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rfce/article/view/6715>

Rangel Buitrago, N., & Gracia, A. (2024). Del armario a la playa: la contaminación por residuos de la industria textil en las playas del Caribe central colombiano. *Marine Pollution Bulletin*, 199. doi: <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2023.115976>.

Refka, B. (2021). The Environmental Awareness of Parents and Teachers and its Relationship to the Environmental Awareness of Children in Saudi Arabia. *Advance*, 13. <https://doi.org/10.31124/advance.14935815.v1>

Rodríguez La Rosa, S. N. (2024). El desarrollo de la conciencia ambiental en la didáctica del sistema educativo. *Revista Kawsaypacha* (13), 20. <https://doi.org/10.18800/kawsaypacha.202401.A010>

Salgado Pazmiño, A., Sánchez Iznaga, A., Muñoz Córdor, K., Guamán Mora, M., Huacón López, Z., & Cruz Díaz, F. (2023). Manejo y Destino Final de los Desechos Textiles Emitidos por los Talleres de Confección de Babahoyo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(5). doi: https://doi.org/10.37811/cl_rm.v7i5.8057

Samaniego, M., & Usiña, G. (2024). Dimensions of the planned Behavior Theory an their influence on the purchase intention of organic products. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5). https://doi.org/10.37811/cl_rm.v8i5.14043