

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y
Humanidades, Asunción, Paraguay**

ISSN en línea: 2789-3855, 2026

**Sostenibilidad y ventaja competitiva en ecosistemas
emprendedores: una revisión narrativa desde la
Lógica Dominante de Servicio**

Sustainability and competitive advantage in entrepreneurial
ecosystems: a narrative review from the Service-Dominant Logic

Jaime Rodríguez Aguirre

Ro435549@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0008-7076-1653>

Universidad Autónoma del Estado de
Hidalgo

San Agustín Tlaxiaca – México

Moisés Rubén Zamora Ramos

moises_zamora@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-6379-0148>

Universidad Autónoma del Estado de
Hidalgo

San Agustín Tlaxiaca – México

María Guadalupe Montiel Hernández

maria_montiel@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0001-6385-3148>

Universidad Autónoma del Estado de
Hidalgo

San Agustín Tlaxiaca – México

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v7i2.5648>

Artículo recibido: 03 de diciembre de 2025.

Aceptado para publicación: 08 de abril de 2026.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.



Revista Latinoamericana de
Ciencias Sociales y Humanidades

VOLUMEN VII

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v7i2.5648>

Sostenibilidad y ventaja competitiva en ecosistemas emprendedores: una revisión narrativa desde la Lógica Dominante de Servicio

Sustainability and competitive advantage in entrepreneurial ecosystems: a
narrative review from the Service-Dominant Logic

Jaime Rodríguez Aguirre

Ro435549@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0008-7076-1653>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
San Agustín Tlaxiaca – México

Moisés Rubén Zamora Ramos

moises_zamora@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-6379-0148>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
San Agustín Tlaxiaca – México

María Guadalupe Montiel Hernández

maria_montiel@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0001-6385-3148>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
San Agustín Tlaxiaca – México

Artículo recibido: 03 de diciembre de 2026. Aceptado para publicación: 08 de abril de 2026.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

En las últimas décadas, la sostenibilidad ha pasado de ser un aspecto periférico para convertirse en un elemento central en la estrategia empresarial. En ese sentido, el emprendimiento sostenible ha emergido como un campo de estudio orientado a comprender cómo las iniciativas pueden generar valor económico, social y ambiental simultáneamente. dicho enfoque converge con la Lógica Dominante de Servicio, paradigma que propone que el valor no es unilateral, sino cocreado mediante la interacción de múltiples actores en ecosistemas de servicio. El objetivo de la presente investigación es analizar cómo los principios de la Lógica Dominante de Servicio, particularmente la cocreación de valor y la integración de recursos, contribuyen a la generación de ventajas competitivas sostenibles en ecosistemas emprendedores. Se realizó una revisión narrativa de la literatura que integra aportes teóricos y empíricos. La búsqueda bibliográfica se llevó a cabo en Google Scholar y bases de datos académicas entre 2004 y 2024, periodo que coincide con el desarrollo del marco conceptual de la Lógica Dominante de Servicio. Los estudios seleccionados fueron analizados mediante una síntesis interpretativa para identificar patrones conceptuales, tendencias de investigación y relaciones teóricas sobre sostenibilidad, innovación y creación de valor. Los resultados sugieren que la sostenibilidad no debe entenderse únicamente como un resultado organizacional, sino como un proceso relacional que emerge de la interacción entre múltiples actores dentro de los ecosistemas emprendedores. Este estudio contribuye a la literatura al integrar conceptualmente los enfoques de emprendimiento sostenible y Lógica Dominante de Servicio dentro del análisis de los ecosistemas emprendedores.


Palabras clave: emprendimiento sostenible, lógica dominante de servicio, cocreación de valor,

ventaja competitiva, ecosistemas emprendedores

Abstract

In recent decades, sustainability has evolved from a peripheral concern into a central element of corporate strategy. In this context, sustainable entrepreneurship has emerged as a field of study aimed at understanding how initiatives can simultaneously generate economic, social, and environmental value. This approach converges with Service-Dominant Logic, a paradigm proposing that value is not unilateral but co-created through the interaction of multiple actors within service ecosystems. The objective of this research is to analyze how the principles of Service-Dominant Logic,, particularly value co-creation and resource integration, contribute to the generation of sustainable competitive advantages in entrepreneurial ecosystems. A narrative literature review was conducted, integrating theoretical and empirical contributions. The bibliographic search was performed in Google Scholar and academic databases between 2004 and 2024, a period coinciding with the development of the Service-Dominant Logic, conceptual framework. Selected studies were analyzed through an interpretive synthesis to identify conceptual patterns, research trends, and theoretical relationships between sustainability, innovation, and value creation. The results suggest that sustainability should not be understood solely as an organizational outcome, but as a relational process emerging from the interaction among multiple actors. This study contributes to the literature by conceptually integrating sustainable entrepreneurship and Service-Dominant Logic,, proposing sustainability as a dynamic and collaborative capability within entrepreneurial ecosystems.

Keywords: sustainable entrepreneurship, service-dominant logic, value co-creation, competitive advantage, entrepreneurial ecosystems

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Rodríguez Aguirre, J., Zamora Ramos, M. R., & Montiel Hernández, M. G. (2026). Sostenibilidad y ventaja competitiva en ecosistemas emprendedores: una revisión narrativa desde la Lógica Dominante de Servicio. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 7 (2), 504 – 517. <https://doi.org/10.56712/latam.v7i2.5648>

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la sostenibilidad ha adquirido una creciente relevancia en el ámbito empresarial y académico, pasando de ser considerada una preocupación marginal a constituirse en un elemento central de la estrategia organizacional. Este cambio responde a factores como el aumento de la conciencia ambiental, la presión regulatoria, la escasez de recursos y las demandas sociales por modelos de desarrollo más responsables. En este contexto, el emprendimiento sostenible ha emergido como un campo de investigación orientado a comprender cómo las iniciativas emprendedoras pueden generar simultáneamente valor económico, social y ambiental mediante la identificación y explotación de oportunidades que contribuyan al desarrollo sostenible (Dean & McMullen, 2007; Cohen & Winn, 2007).

El emprendimiento sostenible se distingue de las formas tradicionales de emprendimiento en la medida en que busca abordar problemas sociales y ambientales a través de soluciones innovadoras que integren la creación de valor económico con impactos positivos en la sociedad y el medioambiente. En este sentido, los emprendedores no solo actúan como agentes económicos, sino también como actores clave en la transformación de sistemas productivos hacia modelos más sostenibles (Shepherd & Patzelt, 2011). Sin embargo, la capacidad de los emprendimientos para generar ventajas competitivas sostenibles depende en gran medida de su habilidad para movilizar recursos, establecer redes de colaboración y adaptarse a entornos caracterizados por una alta complejidad e interdependencia.

Dentro de este marco, el concepto de ecosistemas emprendedores ha ganado relevancia como una perspectiva que permite comprender cómo los emprendimientos se desarrollan en interacción con múltiples actores, incluyendo instituciones, organizaciones, universidades, inversores y comunidades. Los ecosistemas emprendedores se caracterizan por la presencia de redes de colaboración, flujos de conocimiento y estructuras institucionales que facilitan la innovación y el desarrollo empresarial (Stam, 2015; Isenberg, 2010). Desde esta perspectiva, el éxito de los emprendimientos no depende únicamente de los recursos internos de la empresa, sino también de su capacidad para integrarse y colaborar con otros actores dentro del ecosistema.

En paralelo a estos desarrollos teóricos, la Lógica Dominante de Servicio (S-D Logic) ha propuesto un cambio de paradigma en la forma de entender la creación de valor en los mercados contemporáneos. De acuerdo con este enfoque, el valor no se encuentra incorporado en los bienes producidos por las empresas, sino que es cocreado a través de procesos de interacción entre múltiples actores que integran recursos y conocimientos dentro de sistemas de servicio (Vargo & Lusch, 2004; 2008). Desde esta perspectiva, las organizaciones no crean valor de manera aislada, sino que participan en redes de colaboración donde clientes, proveedores y otros actores contribuyen activamente a los procesos de creación de valor.

La S-D Logic enfatiza además el papel de los denominados recursos operantes, es decir, aquellos recursos basados en conocimiento, habilidades y capacidades que permiten a los actores actuar sobre otros recursos para generar valor (Vargo, et al., 2008). En el contexto del emprendimiento sostenible, la integración de estos recursos entre múltiples actores puede facilitar la generación de innovaciones sostenibles y el desarrollo de ventajas competitivas difíciles de imitar.

A pesar de los avances en la investigación sobre emprendimiento sostenible y en el desarrollo conceptual de la S-D Logic, ambas corrientes de investigación han tendido a evolucionar de forma relativamente independiente. Mientras que una parte significativa de la literatura se ha centrado en analizar cómo los emprendedores abordan los desafíos sociales y ambientales, otra línea de investigación ha explorado cómo los procesos de cocreación de valor emergen dentro de ecosistemas de servicio. Sin embargo, todavía existe una limitada integración entre estos enfoques que permita

comprender de manera más profunda cómo los procesos de cocreación de valor contribuyen al desarrollo de ventajas competitivas sostenibles dentro de los ecosistemas emprendedores.

El presente estudio propone integrar los enfoques de emprendimiento sostenible y la S-D Logic para analizar cómo la cocreación de valor dentro de los ecosistemas emprendedores genera ventajas competitivas sostenibles. El objetivo central es comprender cómo la interacción y la integración de recursos entre múltiples actores facilita la creación de valor multidimensional en contextos emprendedores.

Para alcanzar el objetivo, se desarrolla una revisión narrativa de la literatura orientada a identificar patrones conceptuales, tendencias de investigación y principales contribuciones teóricas que vinculan al emprendimiento sostenible con la S-D Logic. Mediante el análisis se busca esclarecer el papel de la cocreación como elemento entre la sostenibilidad e innovación.

METODOLOGÍA

El presente estudio se desarrolló mediante una revisión narrativa de la literatura, cuyo propósito es analizar e integrar aportes teóricos y empíricos relacionados con el emprendimiento sostenible, la cocreación de valor y la generación de ventajas competitivas desde la perspectiva de la Lógica Dominante de Servicio. Las revisiones de literatura constituyen un método ampliamente utilizado en las ciencias sociales para sintetizar el conocimiento existente, identificar tendencias de investigación y desarrollar marcos conceptuales integradores (Snyder, 2019).

A diferencia de las revisiones sistemáticas estrictas, que buscan identificar y analizar exhaustivamente todos los estudios disponibles sobre un tema específico mediante protocolos replicables, las revisiones narrativas permiten desarrollar una síntesis interpretativa del conocimiento existente, integrando diferentes enfoques teóricos y perspectivas metodológicas dentro de un mismo campo de estudio (Baumeister & Leary, 1997). Este tipo de revisión resulta especialmente adecuado cuando el objetivo de la investigación es comprender la evolución conceptual de un área de estudio o articular distintas corrientes teóricas que han sido desarrolladas de forma relativamente independiente (Webster & Watson, 2002).

En el caso del presente estudio, la revisión narrativa permite integrar dos campos de investigación que han evolucionado paralelamente en la literatura académica: el emprendimiento sostenible y la Lógica Dominante de Servicio. Asimismo, este enfoque facilita identificar patrones conceptuales relacionados con los procesos de cocreación de valor y su relación con la generación de ventajas competitivas dentro de los ecosistemas emprendedores.

Estrategia de búsqueda bibliográfica

La búsqueda de literatura se realizó utilizando principalmente Google Scholar y bases de datos académicas especializadas, seleccionando artículos publicados entre los años 2004 y 2024. Este período se eligió porque el año 2004 corresponde a la publicación del trabajo seminal de Vargo & Lusch (2004) que introduce la Lógica Dominante de Servicio, marco conceptual que ha influido significativamente en la investigación posterior sobre creación de valor y ecosistemas de servicio.

Para la identificación de estudios relevantes se utilizaron combinaciones de palabras clave relacionadas con los conceptos centrales del estudio. Entre las principales palabras clave utilizadas se encuentran:

sustainable entrepreneurship

service-dominant logic

value co-creation

entrepreneurial ecosystems

sustainable competitive advantage

Estas palabras clave se combinan mediante operadores booleanos con el objetivo de ampliar y refinar los resultados de búsqueda. Este procedimiento es consistente con las recomendaciones metodológicas para revisiones de literatura en estudios de gestión y ciencias sociales (Tranfield, Denyer, & Smart, 2003).

Criterios de inclusión y exclusión

Los estudios identificados en la búsqueda inicial fueron evaluados de acuerdo con criterios de inclusión y exclusión previamente definidos. Los criterios de inclusión utilizados fueron los siguientes:

Artículos académicos publicados en revistas científicas revisadas por pares o en actas de congresos académicos.

Estudios que aborden temas relacionados con emprendimiento sostenible, cocreación de valor, ecosistemas emprendedores o Service-Dominant Logic.

Publicaciones que presentan contribuciones teóricas o empíricas relevantes para el análisis de la creación de valor y la ventaja competitiva sostenible.

Estudios publicados en idioma inglés o español.

Por otra parte, se excluyeron aquellos trabajos que no presentaban una relación directa con los conceptos centrales del estudio o que no aportan elementos conceptuales relevantes para el análisis teórico. Tras aplicar estos criterios, se seleccionó una muestra final de dieciséis artículos, los cuales constituyen la base del análisis presentado en la sección de resultados.

Procedimiento de análisis de la literatura

El análisis de los artículos seleccionados se llevó a cabo mediante un proceso de síntesis conceptual, orientado a identificar patrones recurrentes en la literatura. Este tipo de análisis permite integrar diferentes contribuciones teóricas dentro de un marco conceptual común y es ampliamente utilizado en revisiones de literatura en campos como la gestión y el emprendimiento (Denyer & Tranfield, 2009).

El proceso de análisis se desarrolló en tres etapas principales:

Lectura exploratoria de los estudios seleccionados: con el objetivo de identificar los principales conceptos, enfoques teóricos y resultados reportados en cada trabajo.

Clasificación temática de los estudios: agrupando los artículos de acuerdo con las principales dimensiones conceptuales identificadas en la literatura.

Síntesis interpretativa de los hallazgos: integrando las contribuciones de los estudios analizados dentro del marco teórico de la Lógica Dominante de Servicio.

Este procedimiento permitió identificar tres patrones conceptuales principales en la literatura revisada: (1) la sostenibilidad como capacidad estratégica, (2) la cocreación de valor en ecosistemas emprendedores, y (3) la integración de recursos operantes como base para la generación de ventajas competitivas sostenibles.

RESULTADOS

La revisión de la literatura permitió identificar un conjunto de dieciséis estudios relevantes que analizan la relación entre sostenibilidad, cocreación de valor y generación de ventajas competitivas en diferentes contextos organizacionales y emprendedores. Estos trabajos abarcan diversas áreas de investigación, incluyendo emprendimiento sostenible, economía colaborativa, gestión estratégica, ecosistemas empresariales y sistemas de servicio.

El análisis de los estudios seleccionados evidencia que la literatura converge en torno a tres ejes conceptuales principales: (1) la sostenibilidad como capacidad estratégica, (2) la cocreación de valor en ecosistemas de servicio, y (3) la integración de recursos operantes como mecanismo para generar ventajas competitivas sostenibles. Estos ejes reflejan una transición desde enfoques tradicionales centrados en la eficiencia productiva hacia perspectivas que enfatizan la colaboración, la interacción entre actores y la generación conjunta de valor dentro de sistemas complejos.

La Tabla 1 presenta una síntesis estructurada de los estudios analizados, destacando el contexto de investigación y su contribución conceptual al estudio de la sostenibilidad, la cocreación de valor y la ventaja competitiva.

Tabla 1

Síntesis de la literatura analizada sobre sostenibilidad, cocreación de valor y ventaja competitiva

Autor(es)	Año	Contexto / Área de estudio	Contribución principal
Vargo & Lusch	2004	Marketing y servicios	Introducen la Lógica Dominante de Servicio y establecen que el valor es cocreado mediante la integración de recursos entre múltiples actores.
Vargo & Lusch	2008	Sistemas de servicio	Desarrollan los axiomas de la S-D Logic y consolidan el concepto de cocreación de valor en redes de actores.
Callaway & Dobrzykowski	2009	Emprendimiento orientado a servicios	Aplican la S-D Logic al emprendimiento en sectores de diseño sostenible y salud.
Yazdanparast, Manuj & Swartz	2010	Logística y servicios	Analizan cómo la cocreación de valor en redes logísticas contribuye a mejorar la eficiencia y la competitividad organizacional.
Schaltegger & Wagner	2011	Emprendimiento sostenible	Analizan cómo la innovación orientada a la sostenibilidad puede convertirse en fuente de ventaja competitiva.
Read & Sarasvathy	2012	Emprendimiento	Exploran la relación entre la S-D Logic y los procesos de toma de decisiones emprendedoras.
De Guimarães et al.	2018	Producción sostenible	Analizan cómo la orientación empresarial y la gestión del conocimiento influyen en la ventaja competitiva sostenible.
Aquilani et al.	2018	Bioeconomía	Proponen un marco conceptual que integra sostenibilidad corporativa y cocreación de valor.
Padhi	2018	Modelos de cocreación	Desarrolla un modelo conceptual para la cocreación de valor sostenible.
Ma et al.	2019	Economía colaborativa	Analizan cómo las plataformas colaborativas facilitan procesos de cocreación de valor sostenible.
Purbasari, Wijaya & Rahayu	2019	Ecosistemas emprendedores	Examinan la relación entre ecosistemas regionales y ventaja competitiva.

Font et al.	2021	Turismo sostenible	Analizan la cocreación de valor en el turismo sostenible desde la perspectiva de la S-D Logic.
Kahupi et al.	2021	Innovación sostenible	Identifican cómo los actores influyen en la generación de ventajas competitivas en productos sostenibles.
Urbaniec et al.	2022	Estrategia empresarial	Analizan el papel de las estrategias empresariales en el desarrollo del emprendimiento sostenible.
Simanjuntak & Sukresna	2022	Ecosistemas empresariales	Exploran cómo la cocreación en ecosistemas empresariales mejora la sostenibilidad organizacional.
Shoimah et al.	2024	PYMES	Analizan la relación entre redes sociales, innovación y desempeño sostenible en pequeñas empresas.

Fuente: elaboración propia a partir de la literatura revisada.

A partir de la revisión de los estudios sintetizados en la Tabla 1, fue posible identificar diferentes enfoques conceptuales presentes en la literatura. Con el objetivo de organizar estos enfoques y facilitar su interpretación, los artículos analizados fueron clasificados en tres dimensiones temáticas principales: sostenibilidad como capacidad estratégica, cocreación de valor en ecosistemas emprendedores e integración de recursos operantes. La Tabla 2 presenta esta clasificación conceptual de la literatura revisada.

Tabla 2

Clasificación temática de la literatura sobre sostenibilidad, cocreación de valor y ventaja competitiva

Dimensión conceptual	Enfoque principal	Autores representativos	Contribución al estudio
Sostenibilidad como capacidad estratégica	Innovación sostenible y modelos de negocio orientados a la sostenibilidad	Cohen & Winn (2007); Dean & McMullen (2007); Schaltegger & Wagner (2011)	Explican cómo la sostenibilidad puede convertirse en una fuente de ventaja competitiva
Cocreación de valor en ecosistemas	Interacción entre actores y sistemas de servicio	Vargo & Lusch (2004, 2008); Lusch & Vargo (2014); Stam (2015)	Analizan cómo la colaboración entre actores facilita la creación conjunta de valor
Integración de recursos operantes	Conocimiento, capacidades organizacionales y aprendizaje colectivo	Vargo, Maglio & Akaka (2008); De Guimarães et al. (2018); Urbaniec et al. (2022)	Explican cómo la integración de recursos permite generar ventajas competitivas sostenibles

Fuente: elaboración propia a partir de la literatura revisada.

Sostenibilidad como capacidad estratégica

Uno de los principales patrones identificados en la literatura es la conceptualización de la sostenibilidad como una capacidad estratégica que permite a las organizaciones generar valor a largo plazo. En contraste con enfoques tradicionales que interpretan la sostenibilidad principalmente como

un mecanismo de cumplimiento normativo o de responsabilidad social corporativa, diversos estudios sugieren que la sostenibilidad puede convertirse en una fuente de innovación y diferenciación competitiva.

En este sentido, investigaciones sobre emprendimiento sostenible señalan que los emprendedores pueden identificar oportunidades de negocio precisamente en los desafíos ambientales y sociales que enfrentan las economías contemporáneas. Estas oportunidades permiten desarrollar soluciones innovadoras que generan simultáneamente beneficios económicos, sociales y ambientales. De esta manera, la sostenibilidad deja de ser percibida como un costo adicional para convertirse en un motor de creación de valor y de ventaja competitiva.

Asimismo, varios estudios destacan que la integración de prácticas sostenibles dentro de los modelos de negocio puede mejorar la reputación organizacional, fortalecer las relaciones con los actores y facilitar el acceso a recursos estratégicos. Estos factores contribuyen a consolidar ventajas competitivas difíciles de imitar, especialmente cuando las empresas logran integrar la sostenibilidad dentro de sus procesos de innovación y gestión del conocimiento.

Cocreación de valor en ecosistemas emprendedores

Un segundo eje identificado en la literatura es la creciente importancia de los procesos de cocreación de valor dentro de los ecosistemas emprendedores. De acuerdo con la Lógica Dominante de Servicio, el valor no es creado de manera unilateral por las empresas, sino que emerge de la interacción entre múltiples actores que integran recursos, conocimientos y capacidades dentro de sistemas de servicio.

En los ecosistemas emprendedores, estos procesos de cocreación involucran a una amplia variedad de actores, incluyendo emprendedores, clientes, proveedores, instituciones gubernamentales, universidades y comunidades locales. La interacción entre estos actores facilita la circulación de conocimiento, el aprendizaje colectivo y la generación de innovaciones que pueden contribuir al desarrollo sostenible.

Los estudios revisados también sugieren que la cocreación de valor puede manifestarse a través de diferentes mecanismos, como el desarrollo colaborativo de productos y servicios, la participación de los usuarios en procesos de innovación y la construcción de redes de colaboración entre organizaciones. Estas dinámicas permiten que los emprendimientos accedan a recursos y conocimientos que no podrían desarrollar de manera individual, lo que fortalece su capacidad para competir en mercados complejos y dinámicos.

Integración de recursos operantes y ventaja competitiva sostenible

El tercer patrón identificado en la literatura se relaciona con el papel de la integración de recursos operantes en la generación de ventajas competitivas sostenibles. En el marco de la Lógica Dominante de Servicio, los recursos operantes, como el conocimiento, las habilidades y las capacidades organizacionales, son considerados elementos fundamentales para la creación de valor.

A diferencia de los recursos tangibles tradicionales, los recursos operantes permiten a los actores transformar y combinar otros recursos dentro de los ecosistemas de servicio. Por ejemplo, la capacidad de una empresa para gestionar redes de colaboración, compartir conocimiento con otros actores o desarrollar innovaciones sostenibles puede generar ventajas competitivas difíciles de replicar por parte de los competidores.

En este sentido, la literatura sugiere que las organizaciones que logran integrar eficazmente los recursos de diferentes actores dentro del ecosistema pueden desarrollar modelos de negocio más

resilientes y adaptativos. Estas organizaciones no solo se benefician de sus propios recursos internos, sino también del conocimiento y las capacidades de otros actores con los que interactúan.

En consecuencia, la ventaja competitiva sostenible emerge como un fenómeno relacional que depende de la capacidad de las organizaciones para coordinar redes de valor y fomentar procesos de colaboración que faciliten la generación conjunta de valor. Esta perspectiva representa un cambio significativo respecto a enfoques tradicionales de estrategia empresarial, que tienden a centrarse exclusivamente en los recursos internos de la empresa.

DISCUSIÓN

Los resultados de la revisión de literatura permiten reinterpretar la relación entre sostenibilidad, cocreación de valor y ventaja competitiva desde una perspectiva sistémica basada en la Lógica Dominante de Servicio. En conjunto, los estudios analizados sugieren que la generación de ventajas competitivas sostenibles dentro de los ecosistemas emprendedores no depende exclusivamente de los recursos internos de las organizaciones, sino de la capacidad de los actores para participar en procesos de integración de recursos y cocreación de valor dentro de redes colaborativas. Esta perspectiva coincide con los postulados centrales de la S-D Logic, que concibe el valor como un fenómeno relacional que emerge de la interacción entre múltiples actores dentro de sistemas de servicio (Vargo & Lusch, 2008; Lusch & Vargo, 2014).

En este sentido, los hallazgos de la revisión permiten identificar tres dimensiones que explican la relación entre sostenibilidad y ventaja competitiva en los ecosistemas emprendedores: la sostenibilidad como capacidad estratégica, la cocreación de valor como mecanismo de innovación y la integración de recursos operantes como base de la ventaja competitiva sostenible.

Sostenibilidad como capacidad estratégica en los ecosistemas emprendedores

Uno de los principales aportes que emerge de la literatura analizada es la reinterpretación de la sostenibilidad como una capacidad estratégica que puede contribuir a la generación de ventajas competitivas en los mercados contemporáneos. Tradicionalmente, la sostenibilidad fue abordada desde perspectivas normativas o regulatorias, asociadas principalmente con la responsabilidad social corporativa o con el cumplimiento de estándares ambientales. Sin embargo, investigaciones recientes sugieren que la sostenibilidad puede constituirse en un motor de innovación y diferenciación competitiva cuando se integra dentro de los modelos de negocio y las estrategias organizacionales (Schaltegger & Wagner, 2011; Cohen & Winn, 2007).

En el contexto del emprendimiento sostenible, esta perspectiva implica que los emprendedores pueden identificar oportunidades de negocio precisamente en los problemas sociales y ambientales que caracterizan a las economías actuales. De acuerdo con Dean y McMullen (2007), la degradación ambiental y los fallos institucionales pueden generar oportunidades para el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales que contribuyan simultáneamente a la creación de valor económico y a la resolución de problemas sociales. En este sentido, los emprendedores sostenibles no solo buscan rentabilidad económica, sino que también actúan como agentes de cambio capaces de transformar los sistemas productivos hacia modelos más sostenibles (Shepherd & Patzelt, 2011).

Asimismo, la literatura destaca que las organizaciones que integran la sostenibilidad dentro de sus estrategias pueden fortalecer su legitimidad social, mejorar su reputación y desarrollar relaciones más sólidas con los actores. Estos factores pueden facilitar el acceso a recursos estratégicos, conocimiento especializado y oportunidades de colaboración que contribuyen al desarrollo de ventajas competitivas sostenibles (Schaltegger & Wagner, 2011).

Cocreación de valor como mecanismo central en los ecosistemas emprendedores

Un segundo eje de discusión se relaciona con el papel de la cocreación de valor como mecanismo fundamental para la generación de innovación y competitividad en los ecosistemas emprendedores. De acuerdo con la Lógica Dominante de Servicio, el valor no es producido unilateralmente por las empresas, sino que emerge de procesos interactivos en los que múltiples actores integran recursos y conocimientos dentro de sistemas de servicio (Vargo, Maglio, & Akaka, 2008).

Desde esta perspectiva, los emprendimientos no pueden entenderse como entidades aisladas, sino como actores que operan dentro de ecosistemas complejos caracterizados por la interacción entre organizaciones, instituciones, usuarios y comunidades. En estos ecosistemas, la creación de valor depende en gran medida de la capacidad de los actores para colaborar, intercambiar conocimiento y participar en procesos colectivos de innovación (Stam, 2015).

La literatura revisada sugiere que la cocreación de valor puede manifestarse a través de diversos mecanismos, como la participación de los usuarios en el desarrollo de productos y servicios, la colaboración entre organizaciones en redes de innovación o la construcción de plataformas digitales que facilitan la interacción entre actores del ecosistema. Estas dinámicas permiten que los emprendimientos accedan a recursos y capacidades que trascienden los límites de la organización, fortaleciendo su capacidad para desarrollar soluciones innovadoras y sostenibles (Lusch & Vargo, 2014).

Además, la cocreación de valor puede fortalecer las relaciones entre los actores del ecosistema, generando niveles más altos de confianza, cooperación y aprendizaje colectivo. Estas relaciones constituyen un elemento clave para el desarrollo de ecosistemas emprendedores dinámicos, en los cuales la innovación emerge de la interacción continua entre múltiples actores.

Integración de recursos operantes y generación de ventaja competitiva sostenible

Un tercer elemento destacado en la literatura revisada es el papel de la integración de recursos operantes en la generación de ventajas competitivas sostenibles. En el marco de la S-D Logic, los recursos operantes, como el conocimiento, las habilidades, la experiencia y las capacidades organizacionales, son considerados los principales motores de la creación de valor (Vargo & Lusch, 2004).

A diferencia de los recursos tangibles tradicionales, los recursos operantes permiten a los actores transformar otros recursos y generar nuevas configuraciones de valor dentro de los ecosistemas de servicio. En este sentido, la ventaja competitiva no depende únicamente de la posesión de activos físicos o tecnológicos, sino de la capacidad de las organizaciones para integrar conocimientos y capacidades dentro de redes colaborativas.

Los estudios analizados sugieren que las organizaciones que logran coordinar eficazmente la integración de recursos entre diferentes actores del ecosistema pueden desarrollar ventajas competitivas difíciles de replicar por parte de sus competidores. Esto se debe a que dichas ventajas emergen de redes de colaboración, flujos de conocimiento y relaciones sociales que evolucionan a lo largo del tiempo y que no pueden ser fácilmente imitadas por otras organizaciones.

Desde esta perspectiva, la ventaja competitiva sostenible debe entenderse como un fenómeno relacional y sistémico, que surge de la capacidad de los actores para participar en procesos de cocreación de valor dentro de ecosistemas dinámicos. Esta interpretación representa un cambio significativo respecto a los enfoques tradicionales de estrategia empresarial, que tienden a centrarse exclusivamente en los recursos internos de la empresa.

A partir de los hallazgos de la revisión de la literatura, el presente estudio contribuye a integrar dos corrientes de investigación que han evolucionado de forma relativamente independiente en la literatura académica: el emprendimiento sostenible y la Lógica Dominante de Servicio. Mientras que la primera se ha centrado principalmente en el análisis de cómo los emprendedores abordan desafíos sociales y ambientales, la segunda ha desarrollado un marco conceptual para comprender los procesos de creación de valor dentro de sistemas de servicio.

Al combinar estos enfoques, el estudio propone interpretar la sostenibilidad como un proceso de cocreación de valor que emerge de la interacción entre múltiples actores dentro de los ecosistemas emprendedores. Desde esta perspectiva, la ventaja competitiva sostenible no es simplemente el resultado de estrategias organizacionales individuales, sino de la capacidad de los actores para participar en redes de colaboración que facilitan la generación conjunta de valor.

Esta integración conceptual permite ampliar la comprensión tradicional de la ventaja competitiva, incorporando dimensiones relacionales, institucionales y sistémicas que reflejan mejor la complejidad de los mercados contemporáneos.

A pesar de las contribuciones conceptuales del estudio, es importante reconocer algunas limitaciones. En primer lugar, al tratarse de una revisión narrativa de la literatura, los resultados dependen del criterio de selección de los estudios analizados y no pretenden representar de manera exhaustiva todo el campo de investigación. En segundo lugar, la selección de artículos se concentró principalmente en publicaciones en inglés y español, lo que podría haber limitado la inclusión de algunos estudios relevantes publicados en otros idiomas.

Asimismo, el análisis desarrollado en el presente trabajo es de carácter conceptual, por lo que futuras investigaciones podrían complementar estos hallazgos mediante estudios empíricos que analicen cómo los procesos de cocreación de valor influyen en la generación de ventajas competitivas sostenibles en diferentes contextos emprendedores.

En particular, investigaciones futuras podrían explorar cómo los mecanismos de cocreación de valor operan en diferentes tipos de ecosistemas emprendedores, como plataformas digitales, clústeres de innovación o redes de economía colaborativa. Estos estudios permitirían comprender con mayor profundidad cómo los procesos de interacción entre actores contribuyen a la generación de valor sostenible en distintos contextos económicos y sociales.

CONCLUSIÓN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar cómo los procesos de cocreación de valor, interpretados desde la perspectiva de la Lógica Dominante de Servicio, contribuyen a la generación de ventajas competitivas sostenibles dentro de los ecosistemas emprendedores. A través de una revisión narrativa de la literatura, se identificaron patrones conceptuales que permiten comprender de qué manera la interacción entre múltiples actores influye en los procesos de creación de valor sostenible.

Los resultados del análisis evidencian que la sostenibilidad ha evolucionado desde un enfoque centrado en el cumplimiento normativo hacia una perspectiva estratégica que puede generar oportunidades de innovación y diferenciación competitiva. En el contexto del emprendimiento sostenible, los desafíos sociales y ambientales pueden convertirse en fuentes de oportunidades empresariales que permiten desarrollar modelos de negocio capaces de generar simultáneamente valor económico, social y ambiental.

Asimismo, la revisión de la literatura pone de manifiesto que los procesos de cocreación de valor desempeñan un papel fundamental en los ecosistemas emprendedores. Desde la perspectiva de la Lógica Dominante de Servicio, la creación de valor no es un proceso unilateral desarrollado

exclusivamente por las empresas, sino una dinámica relacional que emerge de la interacción entre múltiples actores, incluyendo clientes, proveedores, instituciones y comunidades. En estos ecosistemas, la colaboración, el intercambio de conocimiento y la integración de recursos se convierten en factores clave para el desarrollo de innovaciones sostenibles.

Otro hallazgo relevante del estudio se relaciona con el papel de los recursos operantes en la generación de ventajas competitivas sostenibles. A diferencia de los enfoques tradicionales de estrategia empresarial, que enfatizan la importancia de los recursos tangibles, la literatura revisada sugiere que el conocimiento, las capacidades organizacionales y las redes de colaboración constituyen elementos fundamentales para la creación de valor en los ecosistemas de servicio. Las organizaciones que logran integrar eficazmente estos recursos dentro de redes colaborativas pueden desarrollar ventajas competitivas difíciles de replicar por parte de sus competidores.

Desde el punto de vista teórico, este estudio contribuye a integrar los enfoques de emprendimiento sostenible y Lógica Dominante de Servicio dentro del análisis de los ecosistemas emprendedores. Esta integración permite interpretar la sostenibilidad como un proceso dinámico de cocreación de valor que emerge de la interacción entre múltiples actores, ampliando así la comprensión tradicional de la ventaja competitiva.

En términos prácticos, los resultados sugieren que los emprendedores y las organizaciones que buscan desarrollar modelos de negocio sostenibles deberían enfocarse no solo en la eficiencia interna de sus operaciones, sino también en la construcción de redes de colaboración y en la participación de los actores en los procesos de creación de valor. La capacidad de gestionar estas interacciones dentro del ecosistema puede convertirse en un factor determinante para el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles.

De esta forma, el estudio presenta algunas limitaciones que deben ser consideradas. Al tratarse de una revisión narrativa de la literatura, los resultados dependen del conjunto de estudios analizados y no pretenden representar de forma exhaustiva todo el campo de investigación. Asimismo, el análisis desarrollado es de carácter conceptual, por lo que futuras investigaciones podrían profundizar en el estudio de los mecanismos de cocreación de valor mediante enfoques empíricos que analicen diferentes tipos de ecosistemas emprendedores.

En particular, futuras investigaciones podrían examinar cómo los procesos de cocreación de valor influyen en el desempeño de emprendimientos sostenibles en contextos específicos, como plataformas digitales, clústeres de innovación o ecosistemas regionales de emprendimiento. Este tipo de estudios permitiría comprender con mayor precisión cómo las dinámicas de interacción entre actores contribuyen a la generación de valor sostenible en distintos contextos económicos y sociales.

REFERENCIAS

- Aquilani, B., Silvestri, C., Ioppolo, G., & Ruggieri, A. (2018). The challenging transition to bio-economies: Towards a new framework integrating corporate sustainability and value co-creation. *Journal of Cleaner Production*, 172, 4001–4009. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.215>
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1997). Writing narrative literature reviews. *Review of General Psychology*, 1(3), 311–320. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.1.3.311>
- Callaway, S. K., & Dobrzykowski, D. D. (2009). Service-oriented entrepreneurship: Service-dominant logic in green design and healthcare. *Service Science*, 1(4), 225–240. <https://doi.org/10.1287/serv.1.4.225>
- Cohen, B., & Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity, and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 29–49. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.12.001>
- De Guimarães, J. C. F., Severo, E. A., & De Vasconcelos, C. R. M. (2018). The influence of entrepreneurial, market, knowledge management orientations on cleaner production and the sustainable competitive advantage. *Journal of Cleaner Production*, 174, 1653–1663. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.074>
- Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50–76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.003>
- Denyer, D., & Tranfield, D. (2009). Producing a systematic review. En D. Buchanan & A. Bryman (Eds.), *The Sage handbook of organizational research methods* (pp. 671–689). Sage Publications.
- Font, X., English, R., Gkritzali, A., & Tian, W. S. (2021). Value co-creation in sustainable tourism: A service-dominant logic approach. *Tourism Management*, 82, 104200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104200>
- Isenberg, D. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40–50.
- Kahupi, I., Hull, C. E., Okorie, O., & Millette, S. (2021). Building competitive advantage with sustainable products: A case study perspective of stakeholders. *Journal of Cleaner Production*, 289, 125699. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125699>
- Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2014). *Service-dominant logic: Premises, perspectives, possibilities*. Cambridge University Press.
- Ma, Y., Rong, K., Luo, Y., Wang, Y., Mangalagiu, D., & Thornton, T. F. (2019). Value co-creation for sustainable consumption and production in the sharing economy in China. *Journal of Cleaner Production*, 208, 1148–1158. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.135>
- Padhi, P. K. (2018). Towards a sustainable value co-creation framework: Ethical cognitive culture, cognitive system and sustainability. *International Journal of Engineering and Management Research*, 8(4), 135–149.
- Purbasari, R., Wijaya, C., & Rahayu, N. (2019). Entrepreneurial ecosystem and regional competitive advantage: A case study on the creative economy of Indonesia. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6(6), 92–110.

Read, S., & Sarasvathy, S. D. (2012). Co-creating a course of action from the intersection of service-dominant logic and effectuation. *Marketing Theory*, 12(2), 225–229. <https://doi.org/10.1177/1470593112444387>

Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222–237. <https://doi.org/10.1002/bse.682>

Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 137–163. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00426.x>

Simanjuntak, M., & Sukresna, I. M. (2022). The role of entrepreneurial ecosystem co-creation in enhancing sustainable business. *RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences*, 2(1), 30–41.

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>

Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759–1769. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

Urbaniec, M., Sołtysik, M., Prusak, A., Kułakowski, K., & Wojnarowska, M. (2022). Fostering sustainable entrepreneurship by business strategies: An explorative approach in the bioeconomy. *Business Strategy and the Environment*, 31(1), 251–267. <https://doi.org/10.1002/bse.2880>

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). Service-dominant logic: Continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1), 1–10. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0069-6>

Vargo, S. L., Maglio, P. P., & Akaka, M. A. (2008). On value and value co-creation: A service systems and service logic perspective. *European Management Journal*, 26(3), 145–152. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2008.04.003>

Yazdanparast, A., Manuj, I., & Swartz, S. M. (2010). Co-creating logistics value: A service-dominant logic perspective. *The International Journal of Logistics Management*, 21(3), 375–403. <https://doi.org/10.1108/09574091011089808>

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 