

59

Fecha de presentación: febrero, 2024

Fecha de aceptación: abril, 2024

Fecha de publicación: mayo, 2024

EMPRENDIMIENTO

Y LA CAPACIDAD EMPRESARIAL DE JÓVENES EMPRENDEDORES DEL MERCADO CENTRAL DE LIMA

ENTREPRENEURSHIP AND THE BUSINESS CAPACITY OF YOUNG ENTREPRENEURS FROM THE CENTRAL MARKET OF LIMA

Roberto Carlos Dávila Morán ^{1*}

E-mail: rdavilam@continental.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3181-8801>

Eucaris del Carmen Agüero Corzo ²

E-mail: caricorzo@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4587-3852>

*Autor para correspondencia

¹ Universidad Continental. Perú.

² Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Venezuela.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Dávila Morán, R. C. & Agüero Corzo, E. C. (Año). Emprendimiento y la capacidad empresarial de jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima. *Universidad y sociedad*. 16(3), 456-563.

RESUMEN

El objetivo del estudio fue determinar la relación que existe entre el emprendimiento y la capacidad empresarial de jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima. La investigación tuvo enfoque cuantitativo, diseño no experimental, de tipo básico y nivel correlacional. La muestra fue de 53 jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima, Perú; cuyos criterios de inclusión fue que tuvieran entre 23 a 30 años y que sus emprendimientos tuvieran más de seis meses. Para recoger los datos se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se empleó el cuestionario. Los resultados señalan un nivel alto de la variable emprendimiento con 37.74% y un nivel medio de la variable capacidad empresarial con 43.40%. se comprobó una relación directa y moderada entre el emprendimiento y la capacidad emprendedora de los jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima con un p-valor < 0.05 y $r = 0,359$, precisando una relación directa baja, lo que implica que al aumentar el nivel de emprendimiento se incrementará el nivel de la capacidad emprendedora de los jóvenes estudiados.

Palabras clave: Emprendimiento, Capacidad empresarial, Emprendedores, Áreas de oportunidad, Competitividad.

ABSTRACT

The objective of the study was to determine the relationship between entrepreneurship and the entrepreneurial capacity of young entrepreneurs from the Central Market of Lima. The research had a quantitative approach, a non-experimental design, of a basic type and a correlational level. The sample consisted of 53 young entrepreneurs from the Central Market of Lima, Peru; whose inclusion criteria were that they were between 23 and 30 years old and that their ventures were older than six months. To collect the data, the survey technique was used and the questionnaire was used as an instrument. The results indicate a high level of the entrepreneurship variable with 37.74% and a medium level of the entrepreneurial capacity variable with 43.40%. A direct and moderate relationship was found between entrepreneurship and the entrepreneurial capacity of the young entrepreneurs of the Central Market of Lima with a p-value < 0.05 and $r = 0.359$, specifying a low direct relationship, which implies that by increasing the level of entrepreneurship the level of entrepreneurship of the young people studied will increase.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurs, Areas of opportunity, Competitiveness.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el emprendimiento ha despertado un gran interés a nivel global, y su estudio en contextos sociales, culturales y económicos es ampliamente debatido en ámbitos académicos, de investigación y gubernamentales debido a su potencial para impulsar el desarrollo económico y los procesos de innovación en los países (Valdiviezo & Gallardo, 2020).

El emprendimiento consiste en identificar y aprovechar oportunidades que pasan desapercibidas, para crear nuevos procesos o productos que son fundamentales para el crecimiento y desarrollo de cualquier economía actual. Además, se considera como el motor del crecimiento económico y una fuerza impulsora para la descentralización y reestructuración económica (Farayibi, 2015).

La capacidad empresarial se considera como el conjunto de experiencias, conocimientos, habilidades y actitudes adquiridas a lo largo del tiempo, que permiten a una persona desempeñar de manera efectiva una actividad en diversas condiciones; asimismo, es la habilidad que poseen las personas para identificar, reconocer y aprovechar oportunidades en su entorno, con el propósito de emprender y crear una empresa. Implica la disposición personal de convertirse en emprendedor, asumiendo los riesgos necesarios para llevar a cabo las ideas u oportunidades identificadas (Clarysse et al., 2011).

Dentro de este contexto, la habilidad de reconocer las oportunidades presentes en el mercado no es una destreza exclusiva de ciertos emprendedores, sino que más bien debería ser una habilidad requerida como condición inicial para aquellos que aspiran a emprender (Diez et al., 2021). En esta perspectiva, los jóvenes, como un grupo activo y creativo, funcionan como indicadores para evaluar el progreso y desarrollo alcanzado por una región o país (Mukiur, 2017).

Una de las definiciones más ampliamente aceptadas de emprendimiento es la propuesta por Wennekens y Thurik (1999), quien lo describe como la habilidad y disposición de las personas para identificar y crear nuevas oportunidades económicas, incluyendo nuevos productos o servicios, métodos de producción, estructuras organizativas y otras creaciones intelectuales valiosas. Esta situación generalmente implica presentar sus ideas en un mercado repleto de desafíos e incertidumbre, tomar decisiones sobre el diseño, la ubicación y el uso de su creación, y generar demanda entre los actores del mercado (Mohammadkazemi et al., 2020).

El emprendimiento puede tomar diversas formas, desde la creación de pequeñas *startups* y negocios locales

hasta empresas de mayor envergadura con alcance global (Fernández et al., 2023). Implica asumir riesgos financieros y personales, así como enfrentar desafíos y obstáculos en el camino hacia el éxito (Rosário et al., 2022). Los emprendedores deben ser creativos, perseverantes y estar dispuestos a adaptarse a los cambios y oportunidades del entorno empresarial (Crecente et al., 2021).

Por su parte, la capacidad empresarial puede ser descrita como el conjunto de conocimientos y recursos que un emprendedor utiliza para obtener beneficios económicos mediante su actividad. Es un elemento esencial para impulsar el crecimiento y desarrollo económico y social, tanto a nivel personal como a nivel nacional (Fernández et al., 2023).

El espíritu empresarial es esencial para el avance económico y el progreso (Melo et al., 2021). Los emprendedores impulsan la innovación, la generación de empleo y el progreso económico (Qian & Acs, 2023). Los emprendedores identifican nuevas oportunidades de mercado, crean nuevos productos y servicios, y generan empleo, lo que en conjunto contribuye a aumentar la productividad y el crecimiento económico (Fernández et al., 2022). El espíritu empresarial también promueve la competencia, lo que lleva a reducir los precios y mejorar la calidad de los productos y servicios.

La capacidad empresarial se refiere a las habilidades, conocimientos, aptitudes y competencias que posee un individuo o grupo de personas para llevar a cabo actividades empresariales de manera efectiva. También se conoce como habilidades emprendedoras o competencias empresariales (Mia et al., 2022).

La perspectiva de las capacidades ayuda a comprender el origen de la diversidad entre las empresas, empleando conceptos tanto de la gestión económica como de la gestión estratégica (Teece, 2017). Esta perspectiva reconoce cómo las capacidades contribuyen a crear valor mediante la innovación en diversos aspectos productivos y funcionales de la organización. También destaca la complejidad de estandarizar y categorizar las variables que influyen en el proceso de desarrollo o acumulación de capacidades de innovación, ya que la innovación puede surgir en distintas áreas como procesos organizacionales, productivos, comerciales y tecnologías de la información (Rodríguez & Quintero, 2022).

La capacidad empresarial incluye una amplia gama de habilidades y conocimientos, como la capacidad de identificar oportunidades de negocio, tomar decisiones acertadas, planificar y organizar recursos, liderar equipos de trabajo, innovar, adaptarse a los cambios del entorno, manejar riesgos y gestionar eficientemente los

aspectos financieros, legales y administrativos de un negocio (Nicolau et al., 2022).

Dentro de los estudios previos que se consideraron en esta investigación se tiene a: Casimiro et al. (2019), cuya finalidad fue evaluar el grado de desarrollo de las habilidades de emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. Los resultados indican que en relación con la dimensión Trabajo en equipo, el 40,6 % de los estudiantes presenta un nivel medio o regular. Respecto a la dimensión Comunicación, el 48,1 % tiene una manifestación de nivel medio o regular; lo cual refleja que los sujetos estudiados presentan competencias de emprendimiento empresarial.

Además, el estudio de Pérez et al. (2022), donde se demostró correlaciones positivas con el desarrollo y éxito empresarial. En conclusión, se observa que en la actualidad los estudiantes no optarían por emprender debido a su edad y al semestre que están cursando, a pesar de que en el perfil de ingreso y en la inducción al comenzar la carrera se enfatiza la creación de emprendimientos.

Asimismo, el estudio de Arias et al. (2021), cuya finalidad fue reconocer los factores sociodemográficos que influyen en el emprendimiento rural de los jóvenes. Los hallazgos revelan que, en la zona rural de Antioquia, existe una mayor inclinación hacia el emprendimiento entre aquellos individuos que pertenecen a los estratos socioeconómicos más altos, principalmente hombres con estudios de posgrado. Además, provienen de familias donde los padres tienen al menos educación universitaria y se encuentran en situaciones diferentes a la soltería, con edades comprendidas entre los 32 y 38 años. También se observó que los hombres tienen una mayor tendencia a emprender que las mujeres en las áreas rurales.

Por otra parte, Bonilla et al. (2021), con el propósito de reconocer y describir las actitudes hacia el emprendimiento empresarial en jóvenes pertenecientes a las comunidades nativas del distrito de Satipo. Los resultados indican que el 57,44% de los jóvenes de las poblaciones originarias de Yánesha y Ashaninka en la provincia de Satipo tienen capacidad de logro. Asimismo, se encontró que el 58,46% de ellos posee habilidades de planificación y actitudes emprendedoras con visión internacional.

En esa línea se decide estudiar el emprendimiento y la capacidad empresarial de jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima. Dicho mercado es uno de los más antiguos del Perú, inaugurado en el año 1967, con una capacidad de alojar 950 puestos de venta. Para este estudio se consideró una muestra de 53 jóvenes emprendedores con negocios, cuyos criterios de inclusión fue

que tuvieran entre 23 a 30 años de edad y que sus emprendimientos tuvieran más de seis meses.

En ese sentido, el objetivo de este estudio consistió en determinar la relación que existe entre el emprendimiento y la capacidad empresarial de jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima. Por lo cual se plantearon los siguientes objetivos específicos: i) determinar la relación que existe entre los factores de emprendimiento y la capacidad empresarial de jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima, ii) determinar la relación que existe entre la identificación de áreas de oportunidad y la capacidad empresarial de jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima, y iii) determinar la relación que existe entre las formas de establecer un negocio y la capacidad empresarial de jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima.

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, el cual implica la recolección de datos para verificar hipótesis mediante el uso de análisis estadístico, con el objetivo de identificar patrones de comportamiento y poner a prueba teorías (Hernández & Mendoza, 2018). Asimismo, se llevó a cabo bajo un diseño no experimental, en el que no se manipulan deliberadamente las variables y donde solo se observan los acontecimientos en su entorno natural.

Del mismo modo, la investigación es básica, en esencia, se trata de un tipo de investigación que busca adquirir conocimiento por el simple hecho de conocer y comprender mejor los fenómenos naturales, sociales o científicos (Ñaupas et al., 2014). Respecto al nivel, es correlacional, en este tipo de investigación, se busca determinar si existe una asociación o correlación entre las variables, es decir, si los cambios en una variable están relacionados con los cambios en otra variable (Arias, 2016); es decir, se determinó el nivel de asociación entre las variables emprendimiento y capacidad empresarial en el contexto estudiado.

El estudio se desarrolló durante los primeros cuatro meses del año 2023. La población y muestra del estudio estuvo constituida por 53 jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima, Perú; cuyos criterios de inclusión fue que tuvieran entre 23 a 30 años y que sus emprendimientos tuvieran más de seis meses.

Para el recojo de información se empleó la técnica de la encuesta aplicando como instrumento para recolectar los datos el cuestionario tipo escala de Likert. En ese sentido, para evaluar la variable emprendimiento el cuestionario fue diseñado teniendo en cuenta las dimensiones: factores de emprendimiento, identificación de áreas de

oportunidad y formas de establecer un negocio, con 18 ítems. Para evaluar la variable capacidad empresarial se diseñó el cuestionario considerando las dimensiones: factores de producción y medición de competitividad, con 12 ítems. Para los dos cuestionarios la escala utilizada fue: (1) Nunca, (2) Casi nunca, (3) Regularmente, (4) Casi siempre y (5) Siempre.

Los dos instrumentos fueron validados mediante el juicio de expertos teniendo en cuenta criterios de relevancia, pertinencia y objetividad, logrando la suficiencia para ser aplicados. Asimismo, a los instrumentos se les estimó la confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach efectuado con el software SPSS, logrando para el cuestionario de emprendimiento un coeficiente de confiabilidad de 0.948 y para el cuestionario de capacidad empresarial de 0.852, concluyendo que los dos cuestionarios son válidos y confiables.

La información recolectada se registró en los programas Microsoft Excel y SPSS versión 25. Luego, se llevó a cabo un análisis descriptivo de las variables y dimensiones mediante el cálculo de frecuencias. Posteriormente, se realizó un análisis inferencial utilizando la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov y la prueba de asociación *rho* de Spearman. Para concluir, se compararon los resultados con otros estudios en una discusión y se establecieron las conclusiones pertinentes.

RESULTADOS-DISCUSIÓN

Para cumplir con el objetivo establecido para esta investigación, una vez completada la recopilación de datos, se procede a organizar la información recolectada y se definieron las variables sociodemográficas, por tanto, respecto al género el 52.83% de los jóvenes eran mujeres y el 47.17% eran hombres. Por otra parte, según la edad, el 50.94% de los jóvenes tiene entre 26 a 28 años, el 28.30% tienen entre 23 a 25 años, por último, el 20.75% tienen entre 28 a 30 años de edad.

Los hallazgos del análisis descriptivo de la variable emprendimiento, los cuales se exponen en la tabla 1, precisan que la mayoría de los jóvenes encuestados señalan un nivel alto de la variable emprendimiento con el 37.74%, un nivel alto en la dimensión factores de emprendimiento con 43.40%, nivel alto en la dimensión identificación de áreas de oportunidad con 39.62% y nivel medio en la dimensión formas de establecer un negocio con 43.10%.

Tabla 1: Niveles de la variable emprendimiento.

Variable / Dimensión	Nivel					
	Alto		Medio		Bajo	
	n	%f	n	%f	n	%f
Emprendimiento	20	37.74	19	35.85	14	26.42
Factores de emprendimiento	23	43.40	17	32.08	13	24.53
Identificación de áreas de oportunidad	21	39.62	17	32.08	15	28.30
Formas de establecer un negocio	21	39.62	25	43.10	12	20.69

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los resultados descriptivos de la variable capacidad empresarial, los cuales se muestran en la tabla 2, la mayoría de los jóvenes emprendedores reportaron un nivel medio de la variable capacidad emprendedora con el 43.40%; por su parte, en la dimensión factores de producción señalaron un nivel medio con el 43.40%, por último, en la dimensión medición de competitividad imperó el nivel medio con el 41.51%.

Tabla 2: Niveles de la variable capacidad empresarial.

Variable / Dimensión	Nivel					
	Alto		Medio		Bajo	
	n	%f	n	%f	n	%f
Capacidad empresarial	13	24.53	23	43.40	17	32.08
Factores de producción	13	24.53	23	43.40	17	32.08
Medición de competitividad	13	24.53	22	41.51	18	33.96

Fuente: Elaboración propia.

Previo a llevar a cabo el análisis inferencial, se aplica la prueba de normalidad a los datos utilizando el estadístico de Kolmogorov - Smirnov, el cual se emplea en muestras que superan los 50 elementos. Los resultados indican que el valor de p es menor a 0.05 para ambas variables, como se detalla en la tabla 3. Por lo tanto, se concluye que los datos

no siguen una distribución normal, por tanto, se emplea la prueba no paramétrica Rho de Spearman para evaluar la asociación entre las variables y dimensiones.

Tabla 3: Prueba de normalidad de los datos.

Variable	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Emprendimiento	0.599	53	0.000
Capacidad empresarial	0.894	53	0.000

Fuente: Elaboración propia.

El análisis inferencial se lleva a cabo para probar un conjunto de hipótesis que permitieron evaluar los objetivos establecidos. Primero, se evalúa la relación entre el emprendimiento y la capacidad empresarial de jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima.

Ho: No existe relación entre el emprendimiento y la capacidad empresarial.

HG: Existe relación entre el emprendimiento y la capacidad empresarial.

Como se observa en la tabla 4, $p\text{-valor} = 0.003 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se confirma la existencia de relación entre el emprendimiento y la capacidad empresarial. Asimismo, el coeficiente de correlación $r = 0,359$ indica una asociación directa baja entre ambas variables.

Tabla 4: Prueba de correlación del objetivo general.

		Emprendimiento	Capacidad empresarial
Rho Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	0,359
	Sig (bilateral)		0.003
	N	53	53

Fuente: Elaboración propia.

En segundo lugar, se analiza la relación entre los factores de emprendimiento y la capacidad empresarial en jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima.

Ho: No existe relación entre los factores de emprendimiento y la capacidad empresarial.

H1: Existe relación entre los factores de emprendimiento y la capacidad empresarial.

En la tabla 5, se observa que el $p\text{-valor} = 0.000 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se confirma la existencia de relación entre los factores de emprendimiento y la capacidad empresarial. Además, el coeficiente de correlación $r = 0,278$ indica una asociación directa baja entre la referida dimensión y la variable.

Tabla 5: Prueba de correlación del primer objetivo específico.

		Factores de emprendimiento	Capacidad empresarial
Rho Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	0,278
	Sig (bilateral)		0.000
	N	53	53

Fuente: Elaboración propia.

En tercer lugar, se estima la relación entre la dimensión identificación de áreas de oportunidad y la capacidad empresarial de jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima.

Ho: No existe relación entre la identificación de áreas de oportunidad y la capacidad empresarial.

H₂: Existe relación entre la identificación de áreas de oportunidad y la capacidad empresarial.

Como se visualiza en la tabla 6, el p -valor = $0.008 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se confirma la existencia de relación entre la identificación de áreas de oportunidad y la capacidad empresarial. Además, el coeficiente de correlación $r = 0,389$ señala que la asociación es directa y baja entre la referida dimensión y la variable.

Tabla 6: Prueba de correlación del segundo objetivo específico.

		Identificación de áreas de oportunidad	Capacidad empresarial
Rho Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	0,389
	Sig (bilateral)		0.008
	N	53	53

Fuente: Elaboración propia.

Por último, se determina la relación entre la dimensión forma de establecer un negocio y la capacidad empresarial en los jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima.

H_0 : No existe relación entre las formas de establecer un negocio y la capacidad empresarial.

H_3 : Existe relación entre las formas de establecer un negocio y la capacidad empresarial.

En la tabla 7, se observa que el p -valor = $0.005 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se confirma la existencia de relación entre la forma de establecer un negocio y la capacidad empresarial. Además, el coeficiente de correlación $r = 0,343$ señala que la asociación es directa y baja entre dicha dimensión y la variable.

Tabla 7: Prueba de correlación del tercer objetivo específico.

		Formas de establecer un negocio	Capacidad empresarial
Rho Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	0,343
	Sig (bilateral)		0.005
	N	53	53

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados descriptivos de este estudio demuestran que la mayoría de los jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima reporta un nivel alto en la variable emprendimiento, asimismo, impera el nivel alto en las dimensiones factores de emprendimiento e identificación de áreas de oportunidad; mientras que en la dimensión formas de establecer un negocio, reporta un nivel medio.

Estos hallazgos sugieren que los participantes tienen una actitud emprendedora positiva y una buena capacidad para identificar oportunidades, pero pueden mejorar en cuanto a las estrategias y métodos específicos para establecer un negocio; por lo cual, implica una combinación de motivación, confianza en sí mismo, creatividad, perseverancia, asunción de riesgos y disposición a buscar oportunidades para iniciar y desarrollar nuevos proyectos, negocios o iniciativas. Una actitud emprendedora es esencial para convertir ideas en acciones con el objetivo de lograr el éxito en el ámbito empresarial o en cualquier otro campo de emprendimiento.

Por otra parte, los resultados descriptivos respecto a la variable capacidad empresarial refleja que se obtuvo un nivel medio, del mismo modo, en las dimensiones factores de producción y medición de competitividad impera el nivel medio. Esto sugiere que los participantes tienen habilidades y competencias empresariales que se sitúan en un punto intermedio, lo que puede implicar oportunidades para mejorar y desarrollar aún más sus capacidades en estos aspectos.

Estos resultados están en concordancia con los de Bonilla et al. (2021), donde se comprueba que el 57,44% de los jóvenes pertenecientes a las poblaciones originarias de Yánesha y Ashaninka en la provincia de Satipo tienen habilidades para lograr sus objetivos. Además, se encuentra que el 58,46% de estos jóvenes posee habilidades de planificación y actitudes emprendedoras con enfoque internacional.

Asimismo, para la hipótesis general, se demuestra la existencia de relación entre el emprendimiento y la capacidad empresarial, con p -valor = $0.003 < 0.05$ y $r = 0,359$, lo cual indica una asociación directa baja entre ambas variables;

lo que se traduce que al aumentar el nivel de emprendimiento aumenta el nivel de la capacidad empresarial en los jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima.

Estos hallazgos están en concordancia con los de Pérez et al. (2022), donde se encuentran correlaciones positivas con el desarrollo y éxito empresarial. En resumen, se observa que actualmente los estudiantes investigados no tienen una inclinación hacia el emprendimiento debido a su edad y el semestre que están cursando, a pesar de que en el inicio de la carrera se destaca la importancia de crear emprendimientos.

Por último, en las tres hipótesis específicas, se encuentra relación entre cada una de las dimensiones del emprendimiento (factores de emprendimiento, identificación áreas de oportunidad y formas de establecer un negocio) y la capacidad emprendedora, con p -valor < 0.05 y r en nivel bajo, por lo cual, se precisó que dicha relación es directa y baja entre dichas dimensiones (factores de emprendimiento, identificación áreas de oportunidad y formas de establecer un negocio) y la variable en cuestión; en otras palabras, al aumentar el nivel de la dimensión se incrementa, el nivel de la capacidad empresarial en los jóvenes emprendedores del Mercado Central de Lima.

Estos resultados están en correspondencia con los de Casimiro et al. (2019), donde comprueban que en la dimensión Trabajo en equipo, el 40,6% de los estudiantes tiene un nivel medio o regular. En cuanto a la dimensión Comunicación, el 48,1% tiene una manifestación de nivel medio o regular. Estos hallazgos reflejan que los sujetos estudiados poseen competencias de emprendimiento empresarial.

CONCLUSIONES

El emprendimiento en jóvenes es esencial para el desarrollo económico, social y personal, y puede tener un impacto significativo en la sociedad al fomentar la creatividad, la innovación y la generación de empleo. Además, empodera a los jóvenes para que sean agentes de cambio y contribuyan activamente al desarrollo sostenible de sus comunidades y países. El emprendimiento en jóvenes del Mercado Central de Lima, proporciona información valiosa para entender el perfil emprendedor de esta población, identificar oportunidades de mejora y contribuir al desarrollo de estrategias efectivas para promover el emprendimiento en este contexto específico.

La capacidad empresarial es de gran importancia para los jóvenes del Mercado Central y cualquier otro entorno, ya que les brinda las herramientas y habilidades necesarias para emprender y gestionar negocios de manera exitosa. La capacidad empresarial en los jóvenes del

Mercado Central es esencial para fomentar el emprendimiento, impulsar el desarrollo económico y social, y promover la competitividad en este importante centro comercial. Les brinda la oportunidad de convertirse en agentes de cambio y desarrollo en su comunidad, al tiempo que fortalece sus habilidades y confianza para enfrentar los desafíos del mundo empresarial.

El análisis de la relación entre el emprendimiento y la capacidad emprendedora es esencial para impulsar el desarrollo económico, fomentar la innovación y generar un impacto positivo en la sociedad. Ambos conceptos se alimentan mutuamente, ya que la capacidad emprendedora proporciona las habilidades necesarias para convertir ideas en acciones concretas, y el emprendimiento brinda el contexto para aplicar y desarrollar esas capacidades en la realidad empresarial.

El estudio presenta varias limitaciones, entre ellas, el tamaño limitado de la muestra, lo que puede afectar la confiabilidad de los resultados y restringir la representatividad de la población. Asimismo, es importante tener en cuenta que los hallazgos pueden estar influenciados por las características particulares del Mercado Central de Lima y, por lo tanto, no ser generalizables a otros mercados o regiones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F., Ribes, G., Arango, D., & Giraldo, L. (2021). Factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes en Antioquia, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96). <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.14>
- Bonilla, L., Hinojo, B., Berrocal, E., Gonzales, M., Palomares, G., Condor, A., & Epiquén, A. (2021). Actitudes de Emprendimiento con Visión Internacional en Jóvenes de las Comunidades Nativas del Distrito de Satipo: *SENDAS*, 2(1), 1-11. <https://doi.org/10.47192/rcs.v2i1.59>
- Casimiro, W., Casimiro, C., & Casimiro, J. (2019). Competencias de emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 61-69.
- Clarysse, B., Tartari, V., & Salter, A. (2011). The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship. *Research Policy*, 40(8), 1084-1093. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.05.010>
- Crecente, F., Sarabia, M., & del Val, M. (2021). Sustainable Entrepreneurship in the 2030 Horizon. *Sustainability*, 13(2). <https://doi.org/10.3390/su13020909>

- Diez, S., Vargas, M., & Acosta, N. (2021). Análisis estructural de los factores que inciden en el emprendimiento. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 26(93), 334-348.
- Farayibi, A. (2015). Entrepreneurship as a Driver of Economic Growth: Evidence from Enterprise Development in Nigeria. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2852865>
- Fernández, V., Meneses, M., Suyo, J., & Gago, J. (2023). Entrepreneurship Research in Times of COVID-19: Experiences from South America. *Sustainability*, 15(7), 6028. <https://doi.org/10.3390/su15076028>
- Fernández, V., Soto, I., Gago, J., Meneses, M., & Suyo, J. (2022). Recognition of the Consumer's Attitude Towards Organic Products and Its Relationship with the Selection Criteria for Sales Personnel in the Biggest Peruvian Bio-Fair. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11, 82. <https://doi.org/10.36941/ajis-2022-0151>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGRAW-HILL.
- Melo, P., Borini, F., Isaac, V., & Correa, V. (2021). Regional development and the institutional environment for franchise chains: Frontiers of small and medium-sized cities. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 33(2), 419-440. <https://doi.org/10.1108/CR-03-2021-0041>
- Mia, M., Rizwan, S., Zayed, N., Nitsenko, V., Miroshnyk, O., Kryshstal, H., & Ostapenko, R. (2022). The Impact of Green Entrepreneurship on Social Change and Factors Influencing AMO Theory. *Systems*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/systems10050132>
- Mohammadkazemi, R., Ebrahimi, B., & Shiri, M. (2020). Mobile marketing influence on football fan behaviour: The case of FC Persepolis. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 20(5-6), 405-427. <https://doi.org/10.1504/IJSM.2020.115122>
- Mukiur, R. M. (2017). La Transformación Digital y el Emprendimiento de los Jóvenes en Iberoamérica. *Relaciones Laborales y Derecho del Empleo*. https://ejcls.adapt.it/index.php/rlde_adapt/article/view/479
- Nicolau, C., Nichifor, E., Munteanu, D., & Bărbulescu, O. (2022). Decoding Business Potential for Digital Sustainable Entrepreneurship: What Romanian Entrepreneurs Think and Do for the Future. *Sustainability*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013636>
- Ñaupás, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa-Cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.
- Pérez, A., Rojas, I., & Martínez, D. (2022). Emprendimiento empresarial en jóvenes universitarios de México. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 27(Extra 8), 1009-1023. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890805>
- Qian, H., & Acs, Z. (2023). Entrepreneurial Ecosystems and Economic Development Policy. *Economic Development Quarterly*, 37(1), 96-102. <https://doi.org/10.1177/08912424221142853>
- Rodríguez, J., & Quintero, I. (2022). Capacidades de innovación empresarial en América Latina revisión de literatura. *Ciencias administrativas*, 19, 8-8. <https://doi.org/10.24215/23143738e096>
- Rosário, A., Raimundo, R., & Cruz, S. (2022). Sustainable Entrepreneurship: A Literature Review. *Sustainability*, 14(9). <https://doi.org/10.3390/su14095556>
- Teece, D. (2017). Towards a capability theory of (innovating) firms: Implications for management and policy. *Cambridge Journal of Economics*, 41(3), 693-720. <https://doi.org/10.1093/cje/bew063>
- Valdiviezo, M., & Gallardo, R. (2020). Emprendimiento: Factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90). <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i90.33029>
- Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27-56. <https://doi.org/10.1023/A:1008063200484>