

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

<https://doi.org/10.35381/r.k.v8i16.2543>

Cultura de emprendimiento y su relación con el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, Perú

Entrepreneurship culture and its relationship with the income level of the Trujillo district market, Perú

Jessica Paola Miñano-Guillermo

jminanogu@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo de Trujillo, La Libertad
Perú

<https://orcid.org/0000-0001-7591-3240>

Yoni Mateo Valiente-Saldaña

vsyoni@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo de Trujillo, La Libertad
Perú

<https://orcid.org/0000-0002-9083-3553>

Pedro Otoniel Morales-Salazar

msalazarpo@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo de Trujillo, La Libertad
Perú

<https://orcid.org/0000-0002-9242-3881>

Recepción: 15 de marzo 2023

Revisado: 23 de mayo 2023

Aprobación: 15 de junio 2023

Publicado: 01 de julio 2023

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

RESUMEN

Se planteó como objetivo general determinar la relación entre la cultura de emprendimiento y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022. El trabajo investigativo fue desarrollado mediante el enfoque cuantitativo y de tipo descriptiva con diseño no experimental y alcance correlacional con la finalidad de lograr lo planteado en el objetivo de investigación, La población de estudio fue 92 comerciantes del Mercado distrital de Trujillo, 2022. Existe una relación directa y significativa entre el emprendimiento y los ingresos, representada por un coeficiente de correlación (RHO) de 0.704, con una significancia de .000; por lo que, cuando la cultura aumenta, los ingresos también. La selección en el emprendimiento desempeña un papel importante en esta relación, ya que aquellos que eligen emprender tienden a obtener mayores ingresos, lo cual puede tener implicaciones significativas en las políticas y la comprensión de los factores económicos a nivel global.

Descriptor: Empresa en participación; pequeña empresa; microcrédito. (Tesoro UNESCO).

ABSTRACT

The general objective was to determine the relationship between the culture of entrepreneurship and the level of income of the district market of Trujillo, 2022. The research work was developed through a quantitative and descriptive approach with a non-experimental design. Supported by the correlational statistical technique in order to achieve the research objective, the study population was 92 traders of the Trujillo district market, 2022. There is a direct and significant relationship between entrepreneurship and income, represented by a correlation coefficient (RHO) of 0.704, with a significance of .000; therefore, when culture increases, so does income. Selection into entrepreneurship plays an important role in this relationship, as those who choose entrepreneurship tend to earn higher incomes, which may have significant implications for policy and understanding of economic factors globally.

Descriptors: Joint ventures; small enterprises; microcredit. (UNESCO Thesaurus).

INTRODUCCIÓN

Según datos recientes, aproximadamente el 80% de los pequeños negocios y vendedores en los mercados locales, a nivel mundial, luchan por generar ingresos suficientes para cubrir sus necesidades básicas, lo que plantea desafíos significativos para el desarrollo sostenible de las comunidades locales, así como para la preservación de la diversidad cultural y la economía local (Crawford, 2022). En Europa, existe una marcada disparidad en los niveles de ingresos entre los diferentes países de la región. Por ejemplo, en España, la tasa de decaimiento de ingresos ha sido históricamente alta en los mercados, alcanzando un máximo del 26% después de la crisis financiera, y enfrentando dificultades para encontrar nichos estables y bien remunerados para sus integrantes (Howells, 2022).

Por otro lado, en Grecia, la tasa de decaimiento alcanzó su punto máximo en más del 27%, esto, acompañado de recortes presupuestales y reformas impuestas como parte de los programas de control de comercio, han llevado a una disminución significativa en los ingresos de los mercados griegos (Miranda & Ruiz, 2020). Por su parte, la pandemia del COVID-19 ha tenido un impacto significativo en los mercados locales de Latinoamérica, así se estima que las ventas en estos locales han disminuido en un promedio del 40% desde el inicio de la crisis sanitaria (Harjoto & Rossi, 2021).

Además, muchas de estas personas no cuentan con una red de seguridad social adecuada y no han podido acceder a los apoyos económicos ofrecidos por los gobiernos. Como resultado, se ha incrementado la pobreza y la precariedad en estas comunidades, lo que representa un desafío importante para la reactivación económica en la región (Rehman *et al.* 2022).

En Perú, los comerciantes en los mercados de abastos locales se enfrentan a una problemática significativa en relación con los niveles emprendedores. Según estudios recientes, se estima que solo alrededor del 15% de los comerciantes tienen un enfoque empresarial bien desarrollado (Akpınar *et al.* 2021). Esta falta de capacidad empresarial

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

limita su capacidad para innovar, expandir su clientela y diversificar sus productos (Wu *et al.* 2021). Las cifras revelan que aproximadamente el 70% de los comerciantes en los mercados de abastos locales generan ingresos que están por debajo del umbral de pobreza, lo que podría indicar una conexión directa entre la falta de habilidades emprendedoras y la precariedad económica (Lazo *et al.*,2022).

Del mismo modo, en los mercados de Trujillo, la falta de capacitación y apoyo para el desarrollo de habilidades empresariales en el sector, se ha convertido en un obstáculo significativo para el crecimiento y el éxito sostenible de los comerciantes, afectando negativamente sus ingresos y perpetuando la desigualdad económica.

En tal sentido se planteó como problema de investigación, lo siguiente ¿Cuál es la relación entre la cultura de emprendimiento y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022?

Se planteó como objetivo general: determinar la relación entre la cultura de emprendimiento y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022.

MÉTODO

El trabajo investigativo fue desarrollado mediante el enfoque cuantitativo y de tipo descriptiva con diseño no experimental. Apoyada en la técnica estadística correlacional con la finalidad de lograr lo planteado en el objetivo de investigación, según (Rodgers *et al.* 2019), es aquella que consisten en examinar los fenómenos tal y como se muestran en su contexto natural y luego analizarlos.

La población de estudio fue 92 comerciantes del Mercado distrital de Trujillo, 2022, entre 61 varones y 31 mujeres. Al ser una población finita y accesible a los investigadores, se procedió a tomar la totalidad de esta para conformar la muestra de investigación, según (Morrison *et al.* 2019), la muestra es una parte significativa o importante de la población.

Criterios de inclusión

Mayores de edad, dueños y trabajadores de los puestos, menores de 65 años de edad, capaces de leer y escribir, procedentes de algún distrito de Trujillo, con al menos 1 año de antigüedad en el mercado.

Criterios de exclusión

Comerciantes que no residan en la ciudad, con problemas para entender o escribir el español, comerciantes con puesto ambulatorio, ayudantes o auxiliares sin conocimiento del flujo del puesto, menores de edad.

Técnicas e instrumento de recolección de datos

Se usó la encuesta como técnica de estudio, en este sentido, (Feria-Ávila *et al.* 2020), indica que esta se realiza por medio de formularios. En cuanto al instrumento empleado como formulario fue el cuestionario, en concordancia con (Morrison *et al.* 2019), el cuestionario es un sistema de preguntas organizadas con congruencia, con sentido lógico y psicológico, transmitido con lenguaje simple y claro, que permite la recolección de datos a partir de las fuentes primarias.

Para el cuestionario se empleó como medida de medición la escala de Likert, en función de (Collatto *et al.* 2018), esta escala se puede medir actitudes de conformidad de las personas que están siendo encuestadas e incluso se pueden ver los diferentes tipos de opiniones o matices que le pueden dar a sus respuestas, los cuales permiten medir la intensidad de sus sentimientos, por medio de niveles de intensidad.

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

Tabla 1.
Escala de Likert.

Afirmación	Puntuación
Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

Nota. Elaboración propia.

Se aplicó el cuestionario para la recopilación de datos, mediante Google forms. Para validar el instrumento se requirió a tres expertos: el Dr. Pablo Carrasco Pintado, el Dr. Godofredo Illas Sihuncha y la MBA Stephanie Erazo Romaní; ellos, puntuaron adecuadamente en la V de Aiken.

Además, la confiabilidad se midió mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach con 0.95. Esto se refiere a la consistencia y precisión de las respuestas obtenidas mediante su aplicación, siendo una medida de la estabilidad, fiabilidad de las respuestas de los participantes a lo largo del tiempo y en diferentes situaciones, lo que permite evaluar su capacidad para medir de manera precisa los conceptos o variables que se pretenden estudiar.

Proceso estadístico

Asimismo, los datos conseguidos se procesaron en el programa Excel, para pasar a tabularlos y de esta manera tener una base de datos. Para procesar los análisis de datos se usó del programa SPSS versión 26.0. Además, se utilizó una prueba de normalidad, el coeficiente de correlación de RHO y el análisis de regresión múltiple. Los resultados obtenidos fueron mostrados por intermedio de tablas y gráficos con porcentajes y también sus interpretaciones.

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

Procedimiento de la investigación

En primer lugar, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre variables. Después, se diseñó un cuestionario estructurado que incluyó escalas validadas y confiables para medir dichas variables. Posteriormente, se realizó una selección aleatoria de comerciantes de diferentes sectores comerciales de Trujillo. Los datos recopilados fueron analizados utilizando técnicas estadísticas, con el fin de determinar la existencia de relaciones significativas entre las variables de interés. Finalmente, se presentaron los resultados obtenidos de manera clara y concisa y se brindaron recomendaciones prácticas.

RESULTADOS

Se presentan los resultados de la investigación:

Tabla 2.

Correlación entre el emprendimiento y el nivel de ingresos.

Nivel	N	%	N	%
Alto	53	57	50	55
Medio	28	30	22	23
Bajo	11	13	20	22
Total	92	100	92	100
	RHO	N		p
	.704	92		.000

Nota. Procesamiento IBM SPSS Statistics v.26.

En la Tabla 2, en primer lugar, se observa que el 57% de los participantes exhiben un nivel alto de cultura de emprendimiento, lo que indica un fuerte compromiso y conocimiento en el ámbito empresarial.

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

Por otro lado, el 30% de los participantes muestra un nivel medio de cultura de emprendimiento, lo que sugiere un grado moderado de involucramiento y familiaridad con los aspectos empresariales. Por último, el 13% de los participantes muestra un nivel bajo de cultura de emprendimiento, lo que indica una menor presencia de habilidades y conocimientos empresariales.

Estos hallazgos proporcionan una visión general de la distribución del nivel de cultura de emprendimiento en el mercado de Trujillo durante el período estudiado. El 55% de los participantes exhiben un nivel alto de ingresos, lo que indica una fuerte calificación de las percepciones económicas en los trabajadores.

Por otro lado, el 23% de los participantes muestra un nivel medio de ingresos, lo que sugiere un grado moderado en los aspectos financieros de la institución. Por último, el 22% de los participantes muestra un nivel bajo de ingresos, lo que indica una menor presencia de retorno y crédito a disposición. Estos hallazgos proporcionan una visión general de la distribución del nivel de ingresos en el mercado de Trujillo durante el período estudiado.

Además, los resultados revelan una correlación positiva significativa entre el emprendimiento y los ingresos. En este caso, un valor de 0.704 sugiere una correlación positiva fuerte entre el emprendimiento y los ingresos en el mercado de Trujillo durante el año 2022, lo que significa que a medida que aumenta el nivel de emprendimiento, también tienden a aumentar los ingresos en el mercado. En este caso, sugiere una fuerte relación entre el emprendimiento y los ingresos en el mercado de Trujillo durante el período estudiado.

Esto significa que la probabilidad de obtener una correlación tan alta entre estas variables debido al azar es extremadamente baja. Con ello, se rechaza H_0 , y se acepta H_g ; siendo que:

H_g : existe relación directa y significativa entre la cultura de emprendimiento y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022.

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

H₀: no existe relación directa y significativa entre la cultura de emprendimiento y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022.

Tabla 3.
Correlación entre la dimensión logro y el nivel de ingresos.

Nivel	N	%	N	%
Alto	48	52	50	55
Medio	25	27	22	23
Bajo	19	21	20	22
Total	92	100	92	100
	RHO	N		p
	.686	92		.000

Nota. Procesamiento IBM SPSS Statistics v.26.

En la tabla 3, considerando los mismos porcentajes del nivel de ingresos, se observa que el 52% de los participantes exhiben un nivel alto en la dimensión logro, el 27% un nivel medio, y, el 21% de un nivel bajo.

Estos hallazgos proporcionan una visión general de la distribución del nivel de logro de la cultura de emprendimiento en el mercado de Trujillo durante el período estudiado. Además, se observa un valor de 0.686, que sugiere una correlación positiva alta entre esta dimensión y los ingresos en el mercado de Trujillo durante el año 2022, lo que significa que a medida que aumenta el nivel de logro, también tienden a aumentar los ingresos en el mercado.

Esto significa que la probabilidad de obtener una correlación tan alta entre estos factores, debido al azar, es extremadamente baja. Con ello, se rechaza H₀₁, y se acepta H_{e1}; siendo que:

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

H_{e1} : existe relación directa y significativa entre la dimensión logro y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022.

H_{o1} : no existe relación directa y significativa entre la dimensión logro y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022.

Tabla 4.
Correlación entre la dimensión compromiso y el nivel de ingresos.

Nivel	N	%	N	%
Alto	44	47	50	55
Medio	26	28	22	23
Bajo	22	25	20	22
Total	92	100	92	100
	RHO	N	p	
	.690	92	.000	

Nota. Procesamiento IBM SPSS Statistics v.26.

En la tabla 4, considerando los mismos porcentajes del nivel de ingresos, se observa que el 47% de los participantes exhiben un nivel alto en la dimensión compromiso, el 28% un nivel medio, y, el 25% de un nivel bajo.

Estos hallazgos proporcionan una visión general de la distribución del nivel de compromiso de la cultura de emprendimiento en el mercado de Trujillo durante el período estudiado. Además, se observa un valor de 0.690, que sugiere una correlación positiva alta entre esta dimensión y los ingresos en el mercado de Trujillo durante el año 2022, lo que significa que a medida que aumenta el nivel de compromiso, también tienden a aumentar los ingresos en el mercado.

Esto significa que la probabilidad de obtener una correlación tan alta entre estos factores, debido al azar, es extremadamente baja. Con ello, se rechaza H_{o2} , y se acepta H_{e2} ; siendo que:

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

H_{e2} : existe relación directa y significativa entre la dimensión compromiso y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022.

H_{o2} : no existe relación directa y significativa entre la dimensión compromiso y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022.

Tabla 5.
Correlación entre la dimensión liderazgo y el nivel de ingresos.

Nivel	N	%	N	%
Alto	51	55	50	55
Medio	27	29	22	23
Bajo	14	16	20	22
Total	92	100	92	100
	RHO	N		p
	.548	92		.000

Nota. Procesamiento IBM SPSS Statistics v.26.

En la tabla 5, considerando los mismos porcentajes del nivel de ingresos, se observa que el 55% de los participantes exhiben un nivel alto en la dimensión liderazgo, el 29% un nivel medio, y, el 16% de un nivel bajo.

Estos hallazgos proporcionan una visión general de la distribución del nivel de liderazgo de la cultura de emprendimiento en el mercado de Trujillo durante el período estudiado. Además, se observa un valor de 0.548, que sugiere una correlación positiva alta entre esta dimensión y los ingresos en el mercado de Trujillo durante el año 2022, lo que significa que a medida que aumenta el nivel de liderazgo, también tienden a aumentar los ingresos en el mercado.

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

Esto significa que la probabilidad de obtener una correlación tan alta entre estos factores, debido al azar, es extremadamente baja. Con ello, se rechaza H_{03} , y se acepta H_{e3} ; siendo que:

H_{e3} : existe relación directa y significativa entre la dimensión liderazgo y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022.

H_{03} : no existe relación directa y significativa entre la dimensión liderazgo y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022.

Tabla 6.
Correlación entre el emprendimiento y la dimensión satisfacción.

Nivel	N	%	N	%
Alto	53	57	54	58
Medio	28	30	24	26
Bajo	11	13	14	16
Total	92	100	92	100
	RHO	N	p	
	.497	92	.000	

Nota. Procesamiento IBM SPSS Statistics v.26.

En la tabla 6, considerando los mismos porcentajes de cultura de emprendimiento, se observa que el 58% de los participantes exhiben un nivel alto en la dimensión satisfacción, el 26% un nivel medio, y, el 16% de un nivel bajo.

Estos hallazgos proporcionan una visión general de la distribución del nivel de satisfacción de los ingresos en el mercado de Trujillo durante el período estudiado. Además, se observa un valor de 0.497, que sugiere una correlación positiva alta entre la cultura de emprendimiento y esta dimensión en el mercado de Trujillo durante el año 2022, lo que significa que, a medida que aumenta el nivel de cultura de emprendimiento, también tienden a aumentar la satisfacción de los ingresos en el mercado.

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

Esto significa que la probabilidad de obtener una correlación tan alta entre estos factores, debido al azar, es extremadamente baja. Con ello, se rechaza H_{04} , y se acepta H_{e4} ; siendo que:

H_{e4} : existe relación directa y significativa entre la cultura de emprendimiento y la dimensión satisfacción del mercado distrital de Trujillo, 2022.

H_{04} : no existe relación directa y significativa entre la cultura de emprendimiento y la dimensión satisfacción del mercado distrital de Trujillo, 2022.

Tabla 7.
Correlación entre el emprendimiento y la dimensión suficiencia.

Nivel	N	%	N	%
Alto	53	57	49	53
Medio	28	30	31	33
Bajo	11	13	12	14
Total	92	100	92	100
	RHO	N		p
	.504	92		.000

Nota. Procesamiento IBM SPSS Statistics v.26.

En la tabla 7, considerando los mismos porcentajes de cultura de emprendimiento, se observa que el 53% de los participantes exhiben un nivel alto en la dimensión suficiencia, el 33% un nivel medio, y, el 14% de un nivel bajo.

Estos hallazgos proporcionan una visión general de la distribución del nivel de suficiencia de los ingresos en el mercado de Trujillo durante el período estudiado. Además, se observa un valor de 0.504, que sugiere una correlación positiva alta entre la cultura de emprendimiento y esta dimensión en el mercado de Trujillo durante el año 2022, lo que significa que, a medida que aumenta el nivel de cultura de emprendimiento, también tienden a aumentar la suficiencia de los ingresos en el mercado.

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

Esto significa que la probabilidad de obtener una correlación tan alta entre estos factores, debido al azar, es extremadamente baja. Con ello, se rechaza H_{05} , y se acepta H_{e5} ; siendo que:

H_{e5} : existe relación directa y significativa entre la cultura de emprendimiento y la dimensión suficiencia del mercado distrital de Trujillo, 2022.

H_{05} : no existe relación directa y significativa entre la cultura de emprendimiento y la dimensión suficiencia del mercado distrital de Trujillo, 2022.

Tabla 8.
Correlación entre el emprendimiento y la dimensión equidad.

Nivel	N	%	N	%
Alto	53	57	56	60
Medio	28	30	27	29
Bajo	11	13	9	11
Total	92	100	92	100
	RHO	N		p
	.519	92		.000

Nota. Procesamiento IBM SPSS Statistics v.26.

En la tabla 8, considerando los mismos porcentajes de cultura de emprendimiento, se observa que el 60% de los participantes exhiben un nivel alto en la dimensión equidad, el 29% un nivel medio, y, el 11% de un nivel bajo.

Estos hallazgos proporcionan una visión general de la distribución del nivel de equidad de los ingresos en el mercado de Trujillo durante el período estudiado. Además, se observa un valor de 0.519, que sugiere una correlación positiva alta entre la cultura de emprendimiento y esta dimensión en el mercado de Trujillo durante el año 2022, lo que significa que, a medida que aumenta el nivel de cultura de emprendimiento, también tienden a aumentar la equidad de los ingresos en el mercado.

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

Esto significa que la probabilidad de obtener una correlación tan alta entre estos factores, debido al azar, es extremadamente baja. Con ello, se rechaza H_{05} , y se acepta H_{e5} ; siendo que:

H_{e5} : existe relación directa y significativa entre la cultura de emprendimiento y la dimensión equidad del mercado distrital de Trujillo, 2022.

H_{05} : no existe relación directa y significativa entre la cultura de emprendimiento y la dimensión equidad del mercado distrital de Trujillo, 2022.

DISCUSIÓN

Por su parte, (O'Reilly, 2022), también encontró una correlación significativa entre una cultura de emprendimiento sólida y niveles más altos de ingresos, observando que las regiones con una mayor promoción y apoyo al emprendimiento tienden a experimentar una menor desigualdad de ingresos, así, concluyó que fomentar una cultura emprendedora y brindar políticas y programas de apoyo puede contribuir a reducir la desigualdad de ingresos en los Estados Unidos.

En contraste, (Pérez & Puican 2021), mostraron un coeficiente Chi-cuadrado de 2.394 y un valor de significancia (Sig.) de 0.122, por lo que es el único estudio que indica que no existe una influencia significativa de la cultura de emprendimiento en los ingresos en el año. Esto puede ser atribuido a diferencias en la muestra, la metodología utilizada y las características específicas del contexto estudiado.

En el mismo sentido, (Vásquez *et al.* 2020), plantean una correlación positiva y significativa entre la cultura de emprendimiento y los ingresos de los emprendedores, sugiriendo que una cultura de emprendimiento sólida tiene un impacto favorable del 37.3% en los niveles de ingresos de los emprendedores. En concordancia, (Xu, 2020), también señaló que una mayor cultura de emprendimiento está asociada con mayores niveles de ingresos ($p < 0.000$), por lo que, la selección en el emprendimiento desempeña un papel importante en esta relación, ya que aquellos que eligen emprender tienden a

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

obtener mayores ingresos, lo cual puede tener implicaciones significativas en las políticas y la comprensión de los factores económicos a nivel global ($p < 0.000$).

La relación entre la cultura de emprendimiento y los ingresos es de vital importancia. El emprendimiento se refiere a la acción de crear, desarrollar y gestionar un nuevo proyecto o negocio con el objetivo de ofrecer productos, servicios o soluciones innovadoras en el mercado. Los emprendedores son individuos audaces y visionarios dispuestos a enfrentar desafíos, superar obstáculos y adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio (Krawczyk *et al.* 2021). Esto implica asumir riesgos, tomar la iniciativa, utilizar recursos de manera creativa para identificar oportunidades y convertirlas en realidades comerciales exitosas (Hareebin, 2021).

CONCLUSIONES

Existe una relación directa y significativa entre el emprendimiento y los ingresos, representada por un coeficiente de correlación (RHO) de 0.704, con una significancia de .000; por lo que, cuando la cultura aumenta, los ingresos también.

La selección en el emprendimiento desempeña un papel importante en esta relación, ya que aquellos que eligen emprender tienden a obtener mayores ingresos, lo cual puede tener implicaciones significativas en las políticas y la comprensión de los factores económicos a nivel global

Existe una relación directa y significativa entre la dimensión compromiso y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022, representada por un coeficiente de correlación (RHO) de 0.690, con una significancia de .000; por lo que, cuando la dimensión compromiso aumenta, los ingresos también.

Existe una relación directa y significativa entre la dimensión compromiso y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022, representada por un coeficiente de correlación (RHO) de 0.690, con una significancia de .000; por lo que, cuando la dimensión compromiso aumenta, los ingresos también.

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

Existe una relación directa y significativa entre la dimensión liderazgo y el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022, representada por un coeficiente de correlación (RHO) de 0.548, con una significancia de .000; por lo que, cuando la dimensión liderazgo aumenta, los ingresos también.

Existe una relación directa y significativa entre la cultura de emprendimiento y la dimensión satisfacción del mercado distrital de Trujillo, 2022, representada por un coeficiente de correlación (RHO) de 0.497, con una significancia de .000; por lo que, cuando la cultura de emprendimiento aumenta, la dimensión satisfacción también.

Existe una relación directa y significativa entre la cultura de emprendimiento y la dimensión suficiencia del mercado distrital de Trujillo, 2022, representada por un coeficiente de correlación (RHO) de 0.504, con una significancia de .000; por lo que, cuando la cultura de emprendimiento aumenta, la dimensión suficiencia también.

Existe una relación directa y significativa entre la cultura de emprendimiento y la dimensión equidad del mercado distrital de Trujillo, 2022, representada por un coeficiente de correlación (RHO) de 0.519, con una significancia de .000; por lo que, cuando la cultura de emprendimiento aumenta, la dimensión equidad también.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTOS

A todos los agentes sociales involucrados en el desarrollo de la investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

Akpınar, A., Çetin, C., & Tiltay, M. A. (2021). A bibliometric overview of the journal of historical research in marketing between 2009 and 2021. *Journal of Historical Research in Marketing*, 13(3), 188-213. <https://doi.org/10.1108/jhrm-05-2021-0021>

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

- Collatto, D. C., Dresch, A., Lacerda, D. P., & Bentz, I. (2018). Is Action Design Research Indeed Necessary? Analysis and Synergies Between Action Research and Design Science Research. *Systemic Practice and Action Research*, 31(3), 239–267. <https://doi.org/10.1007/s11213-017-9424-9>
- Crawford, R. H. (2022). Seeing the Bigger Picture: Why Market Research History Matters? *International Journal of Market Research*, 147078532110677. <https://doi.org/10.1177/14707853211067701>
- Feria-Ávila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? [The interview and the survey: methods or techniques of empirical inquiry?]. *Didáctica Y Educación ISSN 2224-2643*, 11(3), 62–79. Recuperado a partir de <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>
- Hareebin, Y. (2021). The Social Capital Capabilities of Halal Entrepreneurs: A Perspective of Innovative Entrepreneur Capabilities. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 189–199. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0189>
- Harjoto, M. A., & Rossi, F. (2021). Market reaction to the COVID-19 pandemic: evidence from emerging markets. *International Journal of Emerging Markets*, 18(1), 173–199. <https://doi.org/10.1108/ijjem-05-2020-0545>
- Howells, K. (2022). Exploring British advertising and marketing history through records of The National Archives of the UK. *Journal of Historical Research in Marketing*, 14(2), 196–212. <https://doi.org/10.1108/jhrm-09-2021-0046>
- Krawczyk, B.; Stankiewicz, K.; Tomczak, M.; & Ziemianski, P. (2021). Effectuation principles in nascent entrepreneurs' operation. *E-Mentor*, 1, 47-54. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000672326200007>
- Lazo, M.; Cueva, L., & Andrade, L. (2022). e-Business Model to Optimise Sales through Digital Marketing in a Peruvian Company. *International Journal Of Advanced Computer Science And Applications*, 12(11), 739-749.
- Miranda, J. G. V., & Ruiz-Moreno, F. (2020). Selling the past. The use of history as a marketing strategy in Spain, 1900-1980. *Business History*, 64(3), 491–510. <https://doi.org/10.1080/00076791.2020.1717473>

- Morrison, A., Mainsah, H., & Rygh, K. (2019). Sharp edges, blunt objects, clean slices. Exploring design research methods. *Design Journal*, 22(1), 2267–2273. <https://doi.org/10.1080/14606925.2019.1595025>
- O'Reilly, C. (2022). Barriers to entry, entrepreneurship and income inequality within the USA. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 11(4), 332–356. <https://doi.org/10.1108/jep-06-2022-0069>
- Pérez, L. S., & Puican, V. H. (2022). Tax culture and compliance with tax obligations of micro-entrepreneurs in the central market, Jaen, Peru. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(2), 726–740. <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i2.386>
- Rehman, M.; Ahmad, N.; Shahzad, S.; Vo, X. (2022). Dependence dynamics of stock markets during COVID-19. *Emerging Markets Review*, 56, 1-4. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2022.10089>
- Rodgers, P., Conerney, L., & Mazzarella, F. (2019). Deconstructing Design Research. *Design Journal*, 22, 1287-1303. <https://doi.org/10.1080/14606925.2019.1594956>
- Vásquez, M. A., Zuñiga, M. E., Castillo, R. Y., y Arias, J. L. (2020). Factors that influence the decision of Peruvian women to become entrepreneurs. *Revista Venezolana De Gerencia*, 27(8), 1036-1047. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.8.20>
- Wu, G., Yang, B., & Zhao, N. (2020). Herding Behavior in Chinese Stock Markets during COVID-19. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(15), 3578–3587. <https://doi.org/10.1080/1540496x.2020.1855138>
- Xu, M. (2020). Globalization, the skill premium, and income distribution: the role of selection into entrepreneurship. *Review of World Economics*, 156(3), 633–668. <https://doi.org/10.1007/s10290-020-00374-2>

Jessica Paola Miñano-Guillermo; Yoni Mateo Valiente-Saldaña; Pedro Otoniel Morales-Salazar

©2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)